

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

**ПРИЧОРНОМОРСЬКІ
ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ**

Науковий журнал

Випуск 54



**Одеса
2020**

Головний редактор:

Шапошников К.С. – доктор економічних наук, професор

Члени редакційної колегії:

Велькі Януш – доктор економічних наук, професор

Гавкалова Н.Л. – доктор економічних наук, професор

Гальцова О.Л. – доктор економічних наук, професор

Дзієканські Павел – доктор економічних наук, професор

Іртищева І.О. – доктор економічних наук, професор

Коваль В.В. – доктор економічних наук, професор

Піллелієне Ліна – доктор економіки, професор маркетингу

Пономаренко Т.В. – доктор економічних наук, професор

Сафонов Ю.М. – доктор економічних наук, професор

Ситнік І.В. – доктор економічних наук, професор

Стеблянко І.О. – доктор економічних наук, професор

Електронна сторінка видання – www.bses.in.ua

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

Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»

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

Галузь науки: економічні.

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

072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;

076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 241 – Готельно-ресторанна справа;

242 – Туризм; 292 – Міжнародні економічні відносини.

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

Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет відповідно до рішення вченої ради Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій (від 22 червня 2020 року протокол № 6).

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

ISSN (Print): 2524-0897

ISSN (Online): 2524-0900

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

ЗМІСТ

**РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ****Журавльова Ю.О.**МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ СФЕРИ ОСВІТИ
ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ 9**РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ****Булкот О.В.**МЕТОДИКА АНАЛІЗУ МІЖНАРОДНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ
ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА КРАЇНИ..... 16**Король М.М.**ОСОБЛИВОСТІ ІНСТИТУЦІЙНОГО ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ
АМЕРИКАНСЬКОЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ..... 23**Прокопенко Н.О.**МОНІТОРИНГ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ
РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ..... 27**РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ****Базиліук Я.Б.**

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ПРОТИДІЇ COVID-19..... 34

Дешко А.Л.ВПЛИВ ЦІННІСНИХ СУДЖЕНЬ І ОЦІНОК НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ
У СФЕРІ БЮДЖЕТНИХ ВИДАТКІВ..... 39**Рябець Д.М.**

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я..... 46

Семак Б.Б.ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ
ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ У КРИЗОВИХ УМОВАХ..... 52**Сергійчук С.І., Іщенко О.А., Дубинська І.І.**СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ
У ЛЕГКІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ..... 60**РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ****Бакалінський О.В., Ільченко В.Ю., Зарбалізаде Е.**СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ
СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ПОСЛУГИ..... 68**Білан О.С.**КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ВАРТОСТІ КОМПАНІЇ 75**Богущ Л.А.**ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ – СКЛАДОВА МЕНЕДЖМЕНТУ
ТА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ..... 80**Буторіна В.Б.**МЕХАНІЗМ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ
ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НА СПОЖИВАЧА..... 85**Горлова О.П.**ОЦІНКА СКЛАДНОСТІ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ
ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ..... 91**Гризівська Л.О., Стадник В.В.**МЕТОДИ Й ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ..... 97

Дегтярєва О.О. ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНТРОЛІНГУ В УМОВАХ ДИГІТАЛІЗАЦІЇ.....	104
Ляхович Л.А. СТРАТЕГІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	108
Мионов Ю.Б. ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У КУРОРТНИХ ГОТЕЛЯХ ТА ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСАХ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	114
Мисилюк В.С. СПІВВІДНОШЕННЯ КОНЦЕПЦІЙ «ПІДПРИЄМНИЦТВО», «ІНТРАПРЕНЕРСТВО» ТА «КОРПОРАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО».....	119
Мітал О.Г. ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА ТА НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНІ ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	126
Петков О.І. ОГЛЯД РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ.....	131
Пилипенко А.А., Строкович Г.В. СТАН ТА РЕЗУЛЬТАТИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	137
Фощій П.М., Краснокутська Н. С. РЕЙТИНГ ВПЛИВУ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ НА ЗАГАЛЬНУ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	143
Чернобай Л.І., Дума О.І. ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДУ «ЕКСПРЕС-ТЕСТ КЕРІВНИЦТВА» (ЕТК-МЕТОД) ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КЕРІВНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВОМ.....	151
РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Гусенко О.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ В ПРИЧОРНОМОРСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	162
Жукова О.Ю., Канаш А.Є. ДУАЛЬНА ОСВІТА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВ'ЯЗАННЯ АКТУАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ.....	172
Кібік О.М., Редіна Є.В., Белоус К.В. ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СТРУКТУР МОРСЬКОГО БІЗНЕСУ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ.....	181
Ревко А.М. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СКЛАДНИКІВ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗРІЗІ.....	187
РОЗДІЛ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Когатько Ю.Л., Полякова С.В. ЖИТЛОВІ СОЦІАЛЬНІ НОРМАТИВИ: ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД.....	192
РОЗДІЛ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Бричко М.М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗА КРИТЕРІЄМ МАКСИМІЗАЦІЇ РІВНЯ СУСПІЛЬНОЇ ДОВІРИ ДО ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ.....	200
Масалітіна В.В., Наконечна С.А., Турпак Т.Г. УРЯДОВІ ВИДАТКИ НА ТРАНСПОРТ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС.....	207
Немченко В.В., Колеснікова К.С., Бондар В.А. СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ЯК ЗАСОБУ ВИХОДУ З КРИЗИ.....	213

Самошкіна І.Д. СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	218
Щирий Г.Л. СИСТЕМА СПЕЦИФІЧНОГО АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ: ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	224
РОЗДІЛ 8. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ	
Байгушев В.В. УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-СИСТЕМАМИ ГНУЧКИХ ОБ'ЄДНАНЬ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР НА ОСНОВІ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ.....	232
Chernousova Zhanna, Sukmanova Kateryna ECONOMIC AND ECOLOGICAL MODELING OF THE STRATEGY OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES FOR PROCESSING OF SECONDARY RAW MATERIALS.....	241

CONTENTS

SECTION 1. ECONOMICS AND HISTORY OF ECONOMIC IDEA

Zhuravlova Yuliya

METHODOLOGICAL PROBLEMS OF ANALYSIS OF THE FIELD
OF EDUCATION AS AN INTEGRAL PART OF THE ECONOMIC SYSTEM.....9

SECTION 2. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Bulkot Oksana

METHOD OF ANALYSIS OF INTERNATIONAL ATTRACTIVENESS
OF THE INVESTMENT ENVIRONMENT OF THE COUNTRY.....16

Korol Maryna

FEATURES OF INSTITUTIONAL LEGAL REGULATION
OF THE AMERICAN BANKING SYSTEM.....23

Prokopenko Natalia

MONITORING OF THE CURRENT STATE AND TRENDS
OF THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE.....27

SECTION 3. ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Bazyliuk Yaroslava

ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE IN CONDITIONS
OF COUNTERACTION OF COVID-19.....34

Deshko Antonina

THE INFLUENCE OF VALUE JUDGMENTS AND EVALUATIONS
ON POLICY MAKING IN THE FIELD OF BUDGET EXPENDITURES.....39

Ryabets Dmytro

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF HEALTHCARE.....46

Semak Bohdan

PROBLEMS OF STATE REGULATION OF THE DEVELOPMENT
OF THE INTERNAL MARKET OF CONSUMER GOODS IN CRISIS.....52

Serghiychuk Sergey, Ishchenko Elena, Dubynska Iryna

CONDITION AND DEVELOPMENT PERSPECTIVES OF SMALL
AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE LIGHT INDUSTRY OF UKRAINE.....60

SECTION 4. ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Bakalinsky Olexander, Ilchenko Victoria, Zarbalizade Elmaddin

THE MODERN APPROACHES TO DEFINITION
OF CUSTOMER SERVICE VALUE.....68

Bilan Oksana

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPANY VALUE.....75

Bogush Liudmyla

INNOVATIVE ACTIVITIES – COMPONENT MANAGEMENT
AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES.....80

Butorina Veronika

MECHANISM OF USING TOOLS OF PSYCHOLOGICAL INFLUENCE
OF ADVERTISING ON THE CONSUMER.....85

Gorlova Olena

ASSESSMENT OF COMPLEXITY OF INTEGRATED MANAGEMENT SYSTEM
OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....91

Hryzovska Liliia, Stadnyk Valentyna

INFORMATION MANAGEMENT METHODS AND TOOLS
OF THE TOURISM INDUSTRY ENTERPRISES97

Degtiareva Olga

TRANSFORMATION OF CONTROLLING IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION.....104

Liakhovych Larysa STRATEGIES FOR IMPLEMENTATION OF CHANGES IN THE ENTERPRISE.....	108
Myronov Yuriy ON THE DEVELOPMENT OF ANIMATION SERVICES IN RESORT HOTELS AND TOURIST COMPLEXES OF THE BLACK SEA REGION OF UKRAINE.....	114
Mysyliuk Vlada THE CORRELATION BETWEEN THE CONCEPTS OF «ENTREPRENEURSHIP», «INTRAPRENEURSHIP» AND «CORPORATE ENTREPRENEURSHIP».....	119
Mital Olena BEHAVIORAL ECONOMY AND NEUROMARKETING AS MODERN MEANS OF INCREASING ENTERPRISE COMPETITIVENESS.....	126
Petkov Olexandr OVERVIEW OF THE MEAT MARKET AND MEAT PRODUCTS OF UKRAINE.....	131
Pylypenko Andrii, Strokovych Hanna STATE AND RESULTS OF EFFICIENCY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	137
Foshchii Petro, Krasnokutska Nataliia RATING OF THE INFLUENCE OF COMPETITIVE STRATEGIES ON OVERALL PERFORMANCE OF THE CONFECTIONERY ENTERPRISES.....	143
Chernobay Liana, Duma Oleg DESCRIPTION OF THE MANAGEMENT EXPRESS TEST METHOD (MET-METHOD) FOR EVALUATION THE EFFICIENCY OF ENTERPRISE MANAGEMENT.....	151
SECTION 5. PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY	
Gusenko Olga PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE IN GOODS IN THE BLACK SEA REGION.....	162
Zhukova Olena, Kanash Olesia DUAL EDUCATION AS A TOOL FOR SOLVING CURRENT ECONOMIC PROBLEMS.....	172
Kibik Olha, Redina Ievgeniia, Belous Ekaterina PREREQUISITES FOR DEVELOPMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL OF MARITIME BUSINESS STRUCTURES OF THE BLACK SEA REGION.....	181
Revko Alona PERSPECTIVE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE COMPONENTS OF SOCIAL INFRASTRUCTURE IN THE REGIONAL CONTEXT.....	187
SECTION 6. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS, SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS	
Kogatko Yuriy, Poliakova Svitlana HOUSING SOCIAL STANDARDS: HISTORY, MODERNITY, INTERNATIONAL EXPERIENCE.....	192
SECTION 7. MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Brychko Maryna EFFICIENCY OF GOVERNMENT REGULATION ACCORDING TO THE MAXIMIZATION OF THE PUBLIC TRUST IN THE FINANCIAL SECTOR ¹	200
Masalitina Viktoriia, Nakonechna Svitlana, Turpak Tetiana GOVERNMENT EXPENDITURE ON TRANSPORT: CURRENT TRENDS IN UKRAINE AND EU.....	207
Nemchenko Valerii, Kolesnikova Kateryna, Bondar Victoriya FORMATION OF THE SECURITIES MARKET AS A MEANS OF OVERCOMING THE CRISIS.....	213
Samoshkina Iryna FORMATION AND DEVELOPMENT OF MEDICAL INSURANCE IN UKRAINE.....	218
Shchyry Hlib SPECIFIC EXCISE TAXATION SYSTEM IN UKRAINE: STAGES OF ESTABLISHMENT AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT.....	224

**SECTION 8. MATHEMATICAL METHODS, MODELS
AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMY**

Baygushev Volodymyr

MANAGEMENT OF BUSINESS SYSTEMS OF FLEXIBLE ASSOCIATIONS
OF CORPORATE STRUCTURES ON THE BASIS OF CURRENT ASSETS.....**232**

Chernousova Zhanna, Sukmanova Kateryna

ECONOMIC AND ECOLOGICAL MODELING OF THE STRATEGY OF DEVELOPMENT
OF ENTERPRISES FOR PROCESSING OF SECONDARY RAW MATERIALS.....**241**

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ СФЕРИ ОСВІТИ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

METHODOLOGICAL PROBLEMS OF ANALYSIS OF THE FIELD OF EDUCATION AS AN INTEGRAL PART OF THE ECONOMIC SYSTEM

У статті висвітлюються методологічні проблеми аналізу сфери освіти як складової частини економічної системи. З'ясовано, що в економічній літературі під час розгляду специфічних особливостей освітньої сфери не завжди повною мірою враховується більш широкий суспільно-економічний контекст. При цьому недостатньо уваги приділяється вивченню місця цієї специфічної сфери у тому складному механізмі взаємодії продуктивних сил та економічних відносин, який утворює основний зміст економічної системи. Це є наслідком тенденції до виділення сфери освіти з економічної системи та розгляду характерних для неї продуктивних сил й економічних відносин як особливого предмета економічного аналізу відносно відокремленого від економічної структури даного суспільства та його історичної динаміки. Отже, для подолання цієї методологічної обмеженості необхідним є більш послідовне проведення системного підходу, що передбачає розкриття усієї складної сукупності структурних та динамічних залежностей економічної системи у цілому.

Ключові слова: освіта, освітня діяльність, людський капітал, економічна система, економічний розвиток.

В статье освещаются методологические проблемы анализа сферы образования как составной части экономической системы.

Выяснено, что в экономической литературе при рассмотрении специфических особенностей образовательной сферы не всегда в полной мере учитывается более широкий общественно-экономический контекст. При этом недостаточно внимания уделяется изучению места этой специфической сферы в том сложном механизме взаимодействия производительных сил и экономических отношений, который образует основное содержание экономической системы. Это является следствием тенденции выделения сферы образования из экономической системы и рассмотрения характерных для нее производительных сил и экономических отношений как особого предмета экономического анализа относительно обособленного от экономической структуры данного общества и его исторической динамики. Таким образом, для преодоления этой методологической ограниченности необходимо более последовательное проведение системного подхода, предполагающего раскрытие всей сложной совокупности структурных и динамических зависимостей экономической системы в целом.

Ключевые слова: образование, образовательная деятельность, человеческий капитал, экономическая система, экономическое развитие.

УДК 33.330

<https://doi.org/10.32843/bses.54-1>

Журавльова Ю.О.

к.н. держ. упр.,

доцент кафедри загальної економічної

теорії та економічної політики

Одеський національний економічний

університет

Zhuravlova Yuliya

Odessa National Economic University

The article covers the methodological problems of the analysis of education as an integral part of the economic system. In the economic literature, education is considered as a branch of the social sphere, which occupies a special place in the economic system and is the most important factor in the economic development of society. Education is understood as the only purposeful process of upbringing and training, which is a socially significant good and is carried out in the interests of a person, family, society, and the state. Along with such a procedural, dynamic definition, a more static understanding of the word "education" is possible as a set of accumulated knowledge, skills, competencies and values acquired in the process of universal and professional development of the individual. At the same time, when considering the specific features of the field of education, the broader socio-economic context is not always fully taken into account. On the one hand, objective knowledge is general in nature and acts as the property of all mankind. From this point of view, the educational process acts as a transition of objective knowledge to a subjective level, i.e., the transition of the common good to the "human capital" of specific people. At the same time, the general nature of objective knowledge determines the immanent nature of education as a public good that has received official expression in the legislation of Ukraine, which ensures the rights of citizens to access and obtain free full secondary education. Access to education means that no one can be denied the right to education and the state must create opportunities for the realization of this right; free education as a constitutional guarantee of the right to education means the possibility of obtaining education in state and municipal educational institutions without paying for educational services specified by law level, content, scope and within those types of education in any form, free-of-charge basis provided by part 3 of Article 53 of the Constitution of Ukraine. Secondary education is compulsory and free of charge, the costs of ensuring the educational process in state and municipal secondary schools are carried out in full on a regulatory basis at the expense of the relevant budgets. Free-of-charge basis of higher education means that a citizen has the right to obtain it in accordance with the standards of higher education on a competitive basis within the scope of training for public needs (public procurement) without paying in state and municipal educational institutions. Insufficient attention is also paid to the study of the place of the field of education in the complex mechanism of interaction of productive forces and economic relations, which forms the main content of the economic system. This is a consequence of the tendency to separate the field of education from the economic system and consider its characteristic productive forces and economic relations as a special subject of economic analysis, relatively separate from the economic structure of society and its historical dynamics. Therefore, to overcome this methodological limitations, it is necessary to conduct a more consistent systemic approach, which involves the disclosure of the whole complex set of structural and dynamic dependencies of the economic system as a whole.

Key words: education, educational activities, human capital, economic system, economic development.

Постановка проблеми. В економічній літературі освіта розглядається як галузь соціальної сфери, яка займає особливе місце в економічній системі

та є найважливішим чинником економічного розвитку суспільства. Під освітою розуміється єдиний цілеспрямований процес виховання та навчання,

який є суспільно значущим благом та здійснюється в інтересах людини, родини, суспільства і держави. Поряд із таким процесуальним, динамічним визначенням можливо і більш статичне розуміння слова «освіта» як сукупності накопичених знань, умінь, навичок, компетенцій та ціннісних установок, придбаних у процесі загальнолюдського та професійного розвитку особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічна наука створила солідний корпус наукових робіт, в яких досліджуються своєрідність економічних категорій у сфері освіти, сутність процесів, що в ній відбуваються, та їх рушійні сили, розглядаються специфічні форми дії у цій сфері об'єктивних економічних законів. Зазначені питання розглядалися такими науковцями, як Т. Шульц, Г. Беккер, Е. Денісон, Дж. Кендрік, Р. Солоу, С. Кузнець, С. Фабрикант, В. Фішер, Р. Лукас, М.І. Зверяков, А.В. Гримальюк, І.С. Каленюк та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд стану методологічних проблем аналізу сфери освіти як складової частини економічної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методика розрахунку окупності витрат на освіту була запропонована вперше в історії світової економічної думки у 20-ті роки минулого століття акад. С.Г. Струмилінім. На основі чисельних розрахунків ним було встановлено два емпіричних закони. Перший закон спадної продуктивності шкільного навчання стверджував, що кожен наступний рік навчання дає менший приріст кваліфікації, ніж попередній. Другий закон спадання продуктивності кожного наступного року службового стажу стверджував, що темпи приросту кваліфікації службовця зі збільшенням його виробничого стажу падають [1].

Ці закони нагадували форму прояву відомого закону спадної віддачі у сфері освіти: кваліфікація працівника та його господарська продуктивність підвищуються повільніше, ніж кількість років, витрачених на його шкільне навчання. Отже, С.Г. Струмилінім було розроблено суто наукову методологію статистичного аналізу сфери освіти як частини економічної системи та науково обґрунтовано цінність і значення освіти для народного господарства.

Фактично ним за кілька десятиліть до Т. Шульца та Г. Беккера розроблено наукові основи теорії людського капіталу. При цьому слід відзначити, що у літературі того часу, тобто в першій половині ХХ ст., витрати, які отримали пізніше назву «людський капітал», зазвичай розглядалися тільки як чисто витратний фактор, як складова частина соціальних витрат. Уважалось, що інвестиції у виховання та освіти є непродуктивними витратами. Лише у другій половині ХХ ст. ставлення до освіти поступово змінилося, і на передній план вийшла теорія людського капіталу.

Теорія людського капіталу виходить із того, що заробітна плата має «багатошарову» структуру, де кожен «шар» пов'язаний із певним рівнем освіти. Той «пласт» заробітків, який відповідає даному рівню освіти, розглядається як грошовий дохід від нього. Із цього погляду заробітна плата працівника з певним рівнем підготовки складається з двох основних частин. Перша частина – це те, що він отримував би, маючи базовий рівень освіти. Друга – це дохід на інвестиції в додаткову освіту.

Додатковий дохід від вищої освіти Г. Беккер визначає так. Із доходів тих, хто закінчив коледж, він віднімає доходи працівників із середньою загальною освітою. При цьому витратами освіти вважаються як прямі витрати, так і альтернативні витрати – упущений дохід за час навчання. Віддачу від інвестицій в освіту Г. Беккер оцінив як відношення доходів до витрат, отримавши приблизно 12–14% річного прибутку [2, с. 138].

Фактично Г. Беккер розглядав працівника як комбінацію однієї одиниці простої праці та втіленого у ньому людського капіталу, а його заробітну плату (дохід) – відповідно як поєднання ринкової ціни його простої праці та доходу від вкладених інвестицій у людину. Причому основну частину доходу працівника, за оцінками Г. Беккера, а також розрахунками інших дослідників, приносить саме «людський капітал» [2, с. 147].

Таким чином, теорія людського капіталу, що розробляється слідом за дослідженнями С.Г. Струмилініна, розглядає вкладення в людину як джерело економічного зростання, не менш важливе, ніж «звичайні» інвестиції у речові елементи основного капіталу. Проведена Т. Шульцем, Е. Денісоном, Дж. Кендріком та ін. кількісна оцінка внеску освіти в економічне зростання показала, що протягом ХХ ст. накопичення людського капіталу випереджало темпи накопичення фізичного капіталу. При цьому, за розрахунками Е. Денісона, приріст душевого доходу у США протягом післявоєнного періоду був на 15–30% зумовлений підвищенням освітнього рівня робочої сили [3, с. 273].

Безпосереднім поштовхом до створення теорії людського капіталу стали статистичні дані зростання розвинених економік, які перевищували розрахунки, що базуються на врахуванні класичних факторів виробництва. Аналіз реальних процесів розвитку і зростання в сучасних умовах призвів до розгляду людського капіталу як найважливішого продуктивного чинника розвитку сучасної економіки. Найбільш помітний внесок у розроблення сучасної теорії людського капіталу зробили Т. Шульц, Г. Беккер, Е. Денісон, Р. Солоу, Дж. Кендрік, С. Кузнець, С. Фабрикант, В. Фішер, Р. Лукас та інші економісти.

При цьому Едвард Денісон, Роберт Солоу [4, с. 78-85], Джон Кендрік та ін. розробили стандартну класифікацію чинників економічного зрос-

тання. Із 23 вибраних ними факторів 4 відносяться до праці, 4 – до капіталу, 1 – земля, 14 характеризують внесок НТП. На думку Е. Денісона, економічне зростання визначається не стільки кількістю витрачених і застосованих факторів, скільки їх якістю і підвищенням цієї якості. При цьому на перше місце він поставив якість робочої сили. З аналізу економічного зростання США Е. Денісон зробив висновок, що визначальним чинником зростання випуску на одного працюючого (продуктивність праці) є освіта, яка визначає найважливіший складник людського капіталу [3, с. 79].

Сучасні теорії економічного зростання, розроблені П. Ромером і Р. Лукасом, припускають позитивний зовнішній ефект (позитивну екстерналію), що забезпечує для економіки джерело зростаючої віддачі [5, с. 479–502; 6, с. 1002–1037]. При цьому Роберт Лукас пов'язує зростаючу суспільну віддачу з інвестиціями в людський капітал, що в принципі відповідає підходу, запропонованого ще С.Г. Струмиліним.

На відміну від С.Г. Струмиліна Г. Беккер переініс поняття «людський капітал» на мікроекономічний рівень і зробив наголос на особливе значення спеціального навчання, спеціальних знань і навичок. Він показав, як спеціальна підготовка працівників формує конкурентні переваги фірми, що визначає найважливіші особливості її продукції і поведінки на ринках, у кінцевому підсумку її ноу-хау, імідж і бренд. У цій спеціальній підготовці зацікавлені передусім самі фірми та корпорації, і саме вони повинні її фінансувати [2, с. 151–159]. Ці дослідження Г. Беккера стали основою сучасної теорії інтелектуального капіталу фірми, що включає у себе «людський» і так званий структурний капітал.

Дані висновки економічної теорії та відповідні практичні рекомендації багато в чому сприяли такій загальній зміні ставлення до освіти, за якої політики, фінансисти і підприємці стали розглядати вкладення в освіту як перспективні інвестиції, що приносять дохід.

Спочатку під людським капіталом розумілася сукупність інвестицій у людину, що підвищує її здатність до праці, – освіта та професійні навички. Надалі зміст цього поняття поступово розширювався. Сьогодні експерти Світового банку включають у нього у своїх розрахунках споживчі витрати: витрати сімей на харчування, одяг, житло, освіту, охорону здоров'я, культуру і витрати держави на ці цілі. При цьому розмежовуються індивідуальний людський капітал, людський капітал фірми і національний людський капітал.

Існують різні методичні підходи до розрахунку вартості людського капіталу. Наприклад, Дж. Кендрік запропонував витратний метод визначення вартості людського капіталу: на основі статистичних даних розраховувати накопичення інвести-

цій у людський капітал. Ця методика виявилася зручною для США, де є великі й достовірні статистичні дані. Дж. Кендрік включив в інвестиції в людський капітал витрати сім'ї та суспільства на виховання дітей до досягнення ними працездатного віку й отримання певної спеціальності, на перепідготовку, підвищення кваліфікації, на охорону здоров'я, міграцію робочої сили та ін. [7, с. 112–125].

Нині фахівці Світового банку застосовують витратний метод розрахунку вартості людського капіталу різних країн світу, використовуючи оцінки витрат держави, сімей, підприємців та різних фондів.

Проте методика оцінки людського капіталу за витратами досить коректна стосовно до високорозвинених країн, разом із тим може давати значну похибку для країн, що розвиваються, і для перехідної економіки. Тому аналітики Світового банку запропонували також і інший, дисконтний метод оцінки вартості людського капіталу. Відповідно до даного алгоритму, розрахунки починаються з визначення вартості сукупного національного багатства виходячи із заданої норми прибутковості. Потім з отриманої величини віднімається вартість землі, корисних копалин, лісових і морських ресурсів, виробничий капітал та інші активи. У результаті залишається вартість людського капіталу. Розрахована за цією методикою вартість людського капіталу становить навіть у бідних країнах близько половини національного багатства, а в розвинених країнах – близько $\frac{3}{4}$. Розрахунки показують також, що людський капітал зростає більш швидкими темпами, ніж фізичний [8].

Останнім часом відтворення людського капіталу прийнято розглядати у літературі як основну економічну функцію сфери освіти. При цьому зазвичай розмежовуються витратний і результативний боки людського капіталу. З витратного боку це накопичені вкладення в освіту, а також вкладення в навчання людей у процесі роботи. Водночас із результативного боку людський капітал виступає як технологічні знання, вміння та майстерність, загальна культура, здоров'я, креативні, інноваційні та моральні якості, якими володіє працівник та які придбаваються ним завдяки освіті й професійній підготовці. Іншими словами, це наявний у індивіда, корпорації або країни запас людського здоров'я, знань та креативу. Порівнюючи результативний та затратний боки, теорія людського капіталу може оцінити доцільність витрат на навчання залежно від передбачуваного приросту доходів і тривалості використання отриманих знань.

Разом із тим багато авторів справедливо вважають, що поняття людського капіталу – це суперечність у визначенні. На думку експертів, за зовнішньою схожістю з капіталом ховається процес формування та використання людиною своїх здібностей. Ці здібності неправомірно розглядати

як капітал, оскільки на відміну від капіталу їх не можна ні купити, ні продати, оскільки знання, досвід і здоров'я конкретних людей носять індивідуальний характер і невіддільні від людської особистості [9, с. 234]. Ця точка зору узгоджується з позицією деяких учених, які вважають, що розгляд людських здібностей як капіталу суперечить загальній історичній тенденції розвитку людської діяльності, у ході розгортання якої творчі мотиви, прагнення реалізувати себе, свої здібності, свій творчий потенціал починають поступово відтісняти речові, грошові стимули на другий план [10, с. 143].

Однак у дійсності укладене в даній економічній категорії внутрішнє протиріччя саме по собі ще зовсім не означає, що такий двоїстий, внутрішньо суперечливий її характер робить повністю неможливим її використання в економічній теорії. Система категорій економічної теорії як раз і будується за принципом роздвоєння єдиного, що дає змогу адекватно висловити двоїстий, внутрішньо суперечливий характер об'єктивних економічних явищ і процесів. Тому подвійність у принципі іманентна категоріальному апарату економічної теорії, що дає змогу зрозуміти дійсність в її протиріччях [11, с. 118].

Найважливіша перевага такої діалектичної методології як раз і полягає у тому, що на відміну від неокласичного механіцизму вона дає змогу економічній теорії осмислювати ті об'єктивні протиріччя, які служать прихованим джерелом економічного розвитку. Тому на відміну від неокласичного «мейнстріму», ця методологія відкриває шлях до наукового аналізу процесу економічного розвитку та є особливо необхідною під час вивчення перехідних трансформаційних процесів.

Дану методологію необхідно використовувати і під час вивчення відносин, пов'язаних зі створенням, розподілом, обміном і споживанням освітніх благ. Що ж стосується широко поширеного в літературі підходу до аналізу освітньої діяльності, за якого вона розглядається як процес створення і збільшення «людського капіталу», то із цією точкою зору в принципі можна погодитися лише в тому сенсі, що людський капітал – це не стільки наукова категорія, скільки радше образ, метафора, що виражає внутрішньо суперечливий, глибоко діалектичний зміст. При цьому методологічно важливо виходити з того, що подвійність «людського капіталу» адекватно відображає об'єктивну подвійність та іманентні суперечності економічних відносин і, насамперед, тих, які складаються у сфері освіти.

З одного боку, об'єктивне знання має загальний характер і виступає як надбання всього людства. Із цього боку освітній процес виступає як перехід об'єктивного знання на суб'єктивний рівень, тобто перехід загального блага в людський капітал конкретних людей. При цьому загальний характер

об'єктивного знання визначає іманентну природу освіти як суспільного блага, що одержала офіційне вираження в законодавстві України, яке забезпечує права громадян на доступність і безоплатність здобуття повної загальної середньої освіти.

Доступність освіти означає, що нікому не може бути відмовлено у праві на освіту, і держава має створити можливості для реалізації цього права; безоплатність освіти як конституційна гарантія реалізації права на освіту означає можливість здобуття освіти в державних та комунальних навчальних закладах без внесення плати у будь-якій формі за освітні послуги визначених законодавством рівня, змісту, обсягу і в межах тих видів освіти, безоплатність яких передбачена частиною третьою статті 53 Конституції України [12].

Середня освіта є обов'язковою і безоплатною, витрати на забезпечення навчально-виховного процесу в державних та комунальних загальноосвітніх закладах здійснюється на нормативній основі за рахунок коштів відповідних бюджетів у повному обсязі. Безоплатність вищої освіти означає, що громадянин має право здобути її відповідно до стандартів вищої освіти без внесення плати в державних і комунальних навчальних закладах на конкурсній основі в межах обсягу підготовки фахівців для загальносуспільних потреб (державного замовлення) [13].

Ідея такої іманентної творчої соціальності, не обмеженої часом і простором, належить К. Марксу, який розглядав творчу діяльність як «загальну працю» на відміну від спільної праці, характерної для матеріального виробництва. Однак він не розвинув далі цей підхід, й концепція «загальної праці» як специфічної соціальності стала категоріально розроблятися лише в 60-ті роки ХХ ст. [14, с. 78–95].

Таким чином, освітня діяльність має іманентну суспільну природу і специфічну соціальність, але історично проявлятися ця внутрішня природа може в найрізніших економічних формах, які можуть вступати в протиріччя із цією іманентною суспільною природою освіти. Розкрити такі протиріччя не під силу неокласичному механіцизму [15, с. 593–597; 16, с. 85–98]. Для цього необхідна зовсім інша методологія, що дає змогу категоріально дослідити об'єктивні економічні суперечності й ті форми руху, які вони набувають у процесі історичного розвитку.

Що стосується сфери освіти, то суспільний характер надаваних нею благ визначається суспільною природою об'єктивного знання, яке в процесі освіти передається окремим суб'єктам. Інша справа, що ця суспільна природа освітніх благ може проявлятися в різних економічних формах, що являють собою той чи інший варіант комбінування безпосередньо суспільного і опосередковано суспільного способів визнання освітньої

діяльності. І якщо перший безпосередньо суспільний спосіб безоплатного визнання адекватний власній іманентній природі освітніх благ, то другий опосередковано суспільний спосіб ринкового визнання прямо протилежний їй.

Оскільки у другому випадку ринкова форма прояву прямо протилежна іманентному змісту освітнього блага і діяльності, що його створює, вона виступає як перетворена форма, і не просто як перетворена форма, а як генетично перетворена форма. Дана економічна форма завжди має свою історичну специфіку, оскільки її перетворений характер визначається сформованою системою економічних відносин, які, своєю чергою, відповідають історично досягнутому рівню розвитку продуктивних сил даного суспільства. При цьому генетично перетворена економічна форма утворює свого роду зовнішню оболонку, всередині якої розгортається реальний процес розвитку її змісту.

Більше того, цей процес змістовного розвитку може в кінцевому підсумку в тривалій історичній перспективі вимагати зняття даної перетвореної форми. Однак таке зняття об'єктивно можливе не раніше того моменту, коли досягнутий у такий спосіб рівень розвитку цього нового змісту зробить дану економічну форму історично зайвою. У цьому сенсі протиріччя між перетвореною формою та її змістом виступає як найважливіше джерело процесу історичного генезису, що розгортається всередині цієї оболонки і додає їй характер генетичної перетвореної форми.

Усе це цілком відноситься до протиріччя між ринковою формою і іманентною суспільною природою освіти, що виявляється на ринку освітніх послуг. Об'єктивна економічна необхідність такої генетично перетвореної форми, як ринок освітніх послуг, не завжди повною мірою враховується в економічній літературі, коли деякі автори виступають проти «товаризації», що передбачає включення освіти і науки в систему товарних відносин [17, с. 434–440; 18, с. 511–528; 19, с. 127–139]. При цьому наголошується, що «товаризація» модифікує навчально-пізнавальні відносини в напрямі, що виключає цінності наукового пізнання істини. У результаті процесу навчання виключаються творчі властивості особистості та соціокультурні зв'язки знання, руйнується творча функція і того, хто навчає, і того, хто навчається, підривається зв'язок навчання з дослідженнями, який формує наукову методичність мислення і багато в чому визначає якість освіти [17, с. 435].

Такі погляди пов'язані з нерозумінням внутрішньої природи панівних сьогодні перехідних економічних форм і, насамперед, відносин державного капіталізму як апробованої світовим досвідом перехідної економічної форми, яка довела на практиці свою ефективність. У зв'язку з цим М.І. Зверяков наголошує, що державний капі-

талізм успішно вирішує непросте завдання поєднання регулюючих механізмів держави з перевагами конкурентно-ринкового механізму. Така своєрідна державно-капіталістична модель (а в іншій редакції – «змішана економіка») має високу економічну ефективність і багатообіцяючу історичну перспективу завдяки своїй варіативності та мінливості [20, с. 53–57]. Природа такої державно-капіталістичної економіки така, що вона виступає як перехідна форма між різними полюсами господарського устрою – планом і ринком. Форми поєднання цих різних за своєю природою складових елементів моделі державного капіталізму можуть бути нескінченно різноманітними, вони можуть поєднуватися в різних пропорціях і комбінаціях [20, с. 87–95]. Таке поєднання ринкових сил і приватної власності з регулюючими силами держави здатне надати потужний заряд історичного динамізму як економічній системі у цілому, так і її різним секторам, включаючи сферу освіти. Такий синтез протилежностей може стати найважливішим джерелом розвитку й економіки у цілому, й сфери освіти.

Згідно з концепцією М.І. Зверякова, необхідність використання в Україні такої моделі на сучасному етапі розвитку пояснюється такими обставинами. По-перше, історично українській моделі капіталізму передувала не система господарювання з приватними власниками, а індустріально розвинена країна з високо монополізованою економікою, яка могла функціонувати тільки в плановій системі господарювання. Тому використання для такої високомонополізованої індустріальної системи (за відсутності розвиненої фінансової та банківської інфраструктури) державно-капіталістичної моделі в період формування ринкових інститутів є найбільш прийнятним варіантом перехідної економічної форми. Оскільки процес реформатування складників матеріально-речової та фінансової структури відповідно до вимог конкурентно-ринкового механізму вимагає певного часового періоду, то для адаптації господарської моделі до ринкових умов функціонування модель державного капіталізму є об'єктивно необхідною [21, с. 27–31]. Завершенням формування такої моделі повинен стати початок сталого економічного зростання на підставі запуску відтворювального механізму промислового циклу.

По-друге, нова технологічна революція призводить до корінних змін у системі продуктивних сил і передбачає розроблення довгострокових цілей в інноваційно-технологічній сфері, успішна реалізація яких без активної участі держави, як показує досвід, практично неможлива [22, с. 12–14; 23, с. 23–28; 24, с. 65; 25, с. 112–17]. Ринок із його орієнтацією переважно на поточні результати не може вирішувати такі масштабні та довгострокові завдання.

Таким чином, економічна форма державного капіталізму дає змогу використовувати ринкові відносини за активної участі держави в регулюванні господарської системи, в якій стимулюється приватна форма бізнесу під час виконання загальнонаціональних цілей [20, с. 97–112].

Разом із тим необхідно враховувати, що ступінь поєднання державного управління і приватної ініціативи повинен бути різним у різних сферах економіки залежно від об'єктивно досягнутого рівня їх реального усупільнення. Але, з іншого боку, саме гнучкість і варіативність державного капіталізму, зумовлені іманентною йому єдністю протилежностей, дає йому змогу виступати в сучасних умовах як ефективна форма розвитку різних сфер економіки, що відповідає різним рівням об'єктивно досягнутого реального усупільнення людської діяльності. Іманентна еластичність державного капіталізму дає змогу підтримувати в кожній із цих сфер оптимальне співвідношення між державним управлінням і дією ринкових сил, які жодним чином не слід придушувати; треба лише свідомо спрямовувати їхні дії на задоволення суспільних потреб.

При цьому треба повною мірою враховувати важливіший методологічний висновок М.І. Зверякова про те, що головна перевага державного капіталізму пов'язана з його внутрішнім протиріччям між державним управлінням і ринковими силами, яке є іманентним його перехідній природі та надає йому таку гнучкість і варіативність, яка дає змогу підтримувати різні співвідношення цих протилежних начал, адекватні об'єктивним потребам розвитку різних галузей і сфер економіки.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, можна зробити висновок, що у літературі з економіки освіти основна увага концентрується на аналізі специфічних особливостей освітньої сфери і не завжди повною мірою враховується більш широкий суспільно-економічний контекст. При цьому недостатньо уваги приділяється вивченню місця цієї специфічної сфери в тому складному механізмі взаємодії продуктивних сил та економічних відносин, який утворює основний зміст економічної системи. Це є наслідком тенденції до виділення сфери освіти з економічної системи та розгляду характерних для неї продуктивних сил й економічних відносин як особливого предмета економічного аналізу відносно відокремленого від економічної структури даного суспільства та його історичної динаміки.

Така тенденція, що склалася, насамперед, у літературі з економіки освіти, багато в чому зумовлена поверхневим підходом із погляду переважно вольових, господарсько-правових відносин, який закриває шлях до пізнання об'єктивного змісту економічної системи. Для подолання цієї методологічної обмеженості та розгляду освітньої діяльності у більш широкому історичному контексті взаємодії

продуктивних сил та виробничих відносин необхідний протилежний підхід, що передбачає розкриття всієї складної сукупності структурних та динамічних залежностей економічної системи у цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Струмилин С.Г. Хозяйственное значение народного образования. *Избранные произведения в пяти томах*. Москва : АН СССР. 1963. Т. 5. 387 с.
2. Becker Gary S. Human Capital. N.Y. : Columbia University Press, 1964. 449 p.
3. Денисон Э. Исследование различий в темпах экономического роста. Москва : Прогресс, 1971. 646 с.
4. Solow Robert M. *Growth Theory – An Exposition*. Oxford University Press, 2006.
5. Солоу Р.М. Теория роста. Панорама экономической мысли конца XX столетия. Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2002. Т. 1. С. 479–502.
6. Romer P.M. Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*. 1986. Vol. 94. P. 1002–1037.
7. Кендрик Дж. Совокупный капитал США и его функционирование. Москва : Прогресс, 1976. 375 с.
8. Mulligan C.B. Measuring Aggregate Human Capital. *Working Paper of the NBE*. 1995. № 5016. P. 237–259.
9. Бузгалин А.В., Колганов А.И. Пределы капитала: методология и онтология. Москва : Культурная революция, 2009. 680 с.
10. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. Москва : Академия – Наука, 1998. 641 с.
11. Ильенков Э.В. Диалектическая логика: Очерки истории и теории. Москва : Мысль, 1984. 385 с.
12. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 30.06.2020).
13. Рішення Конституційного Суду України від 04.03.2004 № 5-рп/2004. Справа № 1-4/2004. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v005p710-04#Text> (дата звернення: 0.06.2020).
14. Межуев В.М. Маркс против марксизма. Москва : Логос, 2007.
15. Rubinson R., Browne I. Education and the Economy. *The Handbook of Economic Sociology*. New Jersey : Princeton, 1994. P. 593–597.
16. Halsey A.H. Educational systems and the economy. *Economy and Society Overviews in Economic Sociology*. London: Edited by Alberto Martinelli and Neil J. Smelser., Newbury Park, New Delhi, Sage Publications. 1990. P. 79–101.
17. Карпов А.О. «Товаризация» образования против общества знаний. *Вестник Российской академии наук. Социология*. 2014. Т. 84. № 5. С. 434–440.
18. Каленюк І.С. Освіта в економічному вимірі: потенціал та механізм розвитку. *Освітологія: хрестоматія* : навчальний посібник / уклад.: В.О. Огнев'юк, С.О. Сисоєва. Київ : Едельвейс, 2013. 744 с.
19. Куклін О.В. Економічні аспекти вищої освіти. Київ : Знання України, 2008. 331 с.
20. Зверяков М.І. Теоретичні проблеми національної економічної системи. Одеса : Астропринт, 2012. 235 с.

21. Зверяков М.І., Грималюк А.В. Економічна теорія, державна політика і публічне управління. *Економіка України*. 2019. № 11–12. С. 3–34.

22. Hollinger P. Meet the cobots: humans and robots together on the factory floor. *Financial Times*. 2016. May 5. P. 12–14.

23. McAfee A. and Brynjolfsson E. Human Work in the Robotic Future: Policy for the Age of Automation. *Foreign Affairs*. 2016. July/August. P. 23–28.

24. Kenney M. & Zysman J. The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology*. 2016. № 32(3). P. 61–69.

25. Gawer M.A. Platform Leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco drive industry innovation. Boston: Harvard Business School Press, 2012. 389 p.

REFERENCES:

1. Strumilin S.G. (1963) Hozyaystvennoe znachenie narodnogo obrazovaniya [The economic importance of public education], *Izbrannyye proizvedeniya v pyati tomah*. M.: Izdatelstvo AN SSSR. 1963. Vol.5. 387 p.

2. Becker Gary S. (1964) Human Capital. N.Y.: Columbia University Press. 449 p.

3. Denison E. (1971) Issledovanie razlichiy v tempah ekonomicheskogo rosta [Study of differences in economic growth rates]. M.: Progress, 646 p.

4. Solow Robert M. (2006) *Growth Theory – An Exposition*. Oxford University Press.

5. Solow R.M. (2002) Teoriya rosta. Panorama ekonomicheskoy myisli kontsa XX stoletiya [Growth theory. Panorama of economic thought of the late twentieth century]. SPB.: Ekonomicheskaya shkola, vol. 1, p. 479–502.

6. Romer P.M. (1986) Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*. Vol. 94. P. 1002–1037.

7. Kendrik D. (1976) Sovokupnyiy kapital USA i ego funktsionirovaniye [The total capital of the United States and its functioning]. M.: Progress, 375 p.

8. Mulligan C.B. (Feb. 1995) Measuring Aggregate Human Capital. Working Paper of the NBE. № 5016. P. 237–259.

9. Buzgalin A.V., Kolganov A.I. (2009) Predely kapitala: metodologiya i ontologiya [The Limits of Capital: Methodology and Ontology]. M.: Kulturnaya revolyutsiya, 680 p.

10. Inozemtsev V.L. (1998) Za predelami ekonomicheskogo obschestva [Beyond Economic Society]. M.: Akademiya – Nauka, 641 p.

11. Ilenkov E.V. (1984) Dialekticheskaya logika: Ocherki istorii i teorii [Dialectical Logic: Essays on History and Theory]. M.: Myisl, 385 p.

12. Konstitutsiya Ukraini. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (accessed 30 June 2020).

13. Rishennya Konstitutsiyynogo Sudu Ukraini vid 04.03.2004 № 5-pri/2004. Sprava № 1-4/2004. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v005p710-04#Text> (accessed 30 June 2020).

14. Mezhev V.M. (2007) Marks protiv marksizma [Marks vs Marxism]. M.: Logos, 189 p.

15. Rubinson R., Browne I. (1994) Education and the Economy. *The Handbook of Economic Sociology*. New Jersey: Princeton, p. 593–597.

16. Halsey A.H. (1990) Educational systems and the economy. *Economy and Society Overviews in Economic Sociology*. London: Edited by Alberto Martinelli and Neil J. Smelser., Newbury Park, New Delhi, Sage Publications. P. 79–101.

17. Karpov A.O. (2014) «Tovarizatsiya» obrazovaniya protiv obschestva znaniy [“Tovarization” of education against a knowledge society]. *Vestnik Rossiyskoy akademii nauk: sotsiologiya*. Vol. 84. № 5. P. 434–440.

18. Kalenyuk I. S. (2013) Osvita v ekonomichnomu vimiri: potentsial ta mehanizm rozvitku [Education in the economic dimension: potential and mechanism of development] / *Osvitologiya: hrestomatiya: Navch. posibnik dlya studentiv vischih navchalnih zakladiv*. Ukladachi: Ognev'yuk V. O., Sisoeva S. O. K.: VP «Edelveys», 744 p.

19. Kuklin O. V. (2008) Ekonomichni aspekti vischoyi osviti [Economic aspects of higher education]. K.: Znan-nya Ukraini, 331 p.

20. Zveryakov M.I. (2012) Teoretichni problemi natsionalnoyi ekonomichnoyi sistemi [Theoretical problems of the national economic system]. Odesa: Astroprint, 235 p.

21. Zveryakov M.I., Grimalyuk A.V. (2019) Ekonomichna teoriya, derzhavna politika i publichne upravlinnya [Economic theory, public policy and public administration]. *Ekonomika Ukraini*. № 11-12. P. 3–34.

22. Hollinger P. (2016) Meet the cobots: humans and robots together on the factory floor. *Financial Times*. May 5. P. 12–14.

23. McAfee A., and Brynjolfsson E. (2016 July/August) Human Work in the Robotic Future: Policy for the Age of Automation. *Foreign Affairs*. P. 23–28.

24. Kenney M. & Zysman J. (2016) The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology*. 32(3). P. 61–69.

25. Gawer M. A. (2012) Platform Leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco drive industry innovation. Boston: Harvard Business School Press, 389 p.

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИМЕТОДИКА АНАЛІЗУ МІЖНАРОДНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ
ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА КРАЇНИMETHOD OF ANALYSIS OF INTERNATIONAL ATTRACTIVENESS
OF THE INVESTMENT ENVIRONMENT OF THE COUNTRY

Статтю присвячено розробленню методики аналізу інвестиційного середовища країни. Автором аналізуються підходи до трактування поняття «інвестиційне середовище» та його складників із погляду впливових міжнародних організацій та пропонується авторська дефініція цієї категорії. Наведено та досліджено перелік груп чинників інвестиційного середовища. Розроблено узагальнену класифікацію груп чинників інвестиційного середовища країни, які можуть бути практично використані суб'єктами господарювання. Запропоновано авторську методику аналізу привабливості інвестиційного середовища країни, яка дає змогу використовувати уніфіковані методи та інструменти дослідження суб'єктами господарювання безвідносно їх виду діяльності та країнові приналежності, на основі якої побудовано модель мультилокального аналізу міжнародної привабливості інвестиційного середовища країни. Практичну імплементацію авторської моделі на основі аналізу вибраних чинників по запропонованих групах продемонстровано на прикладі аналізу міжнародної привабливості інвестиційного середовища України.

Ключові слова: інвестиційний клімат, міжнародне інвестиційне середовище країни, чинники привабливості інвестиційного середовища країни, методика аналізу інвестиційного середовища країни, модель мультилокального аналізу інвестиційного середовища країни.

Стаття посвячена розробке методики аналізу інвестиційної середовища країни. Автором аналізуються підходи до трактування поняття «інвестиційна середовище» і її складових з позиції міжнародних організацій, а також пропонується авторська дефініція означеної категорії. Приводиться і досліджується перелік груп факторів інвестиційної середовища країни. Розроблена обобщенная классификация групп факторов инвестиционной среды страны, которые могут быть практически использованы любыми субъектами хозяйствования. Предложена авторская методика анализа привлекательности инвестиционной среды страны, которая позволяет использовать унифицированные методы и инструменты анализа субъектами хозяйствования безотносительно их вида деятельности и страновой принадлежности, на основании которой построена модель мультилокального анализа международной привлекательности инвестиционной среды страны. Практическую имплементацию авторской модели на основании анализа выбранных факторов по предложенным группам продемонстрировано на примере анализа международной привлекательности инвестиционной среды Украины.

Ключевые слова: инвестиционный климат, международная инвестиционная среда страны, факторы привлекательности инвестиционной среды страны, методика анализа инвестиционной среды страны, модель мультилокального анализа инвестиционной среды страны.

УДК 330.322.011/012

<https://doi.org/10.32843/bses.54-2>

Булкот О.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Bulkot Oksana

Taras Shevchenko National University of Kyiv

This article is devoted to the development of methods for analyzing the investment environment of the country. The author analyzes the approaches to the interpretation of the concept of "investment environment" and its components from the point of view of influential international organizations and offers an author's definition of this category. It is considered that investment environment of a country is a set of specific subjective and objective conditions and factors, as well as mechanisms of their interaction, which contribute to or hinder the implementation of investment activities by economic entities of different levels, types and nationalities. The article provides and investigates a list of groups of investment environment factors that are proposed by different international organizations. A generalized classification of groups of factors of the investment environment of the country, which can be practically used by business entities, has been developed. It is proposed to combine all the specific factors into four main groups – political and legal, macroeconomic factors, factors of development of the investment market and its infrastructure, country's international ratings. The author's method of analysis of the attractiveness of the country's investment environment is proposed. It allows to use unified methods and tools of analysis by business entities regardless of their type of activity and country affiliation. The proposed by author model of multilocal analysis of the international attractiveness of the country's investment environment includes the following parameters: Methods of analysis: diagnostic assessment of investment environment factors; Practical approach (analysis tools): use of primary research, expert surveys, analysis of international reports, statistics, company reports; Result: construction of a SWOT matrix of the country's investment environment; Verification: evaluation of results can be carried out by means of normative-legal verification, or actual on-ground estimation of a situation; Benchmarks: to compare the results of the evaluation of the investment environment of countries, you can use as guidelines, both international indicators and indicators that reflect the reference values for particular regions. The practical implementation of the author's model based on the analysis of selected factors for the proposed groups is demonstrated by the example of the analysis of the international attractiveness of the investment environment of Ukraine.

Key words: investment climate, international investment environment of the country, factors of attractiveness of the investment environment of the country, methods of analysis of the investment environment of the country, model of multilocal analysis of the investment environment of the country.

Постановка проблеми. Для будь-якого інвестора – чи то локального, чи іноземного – вкрай важливим є визначення інвестиційної привабливості тієї країни та ринку, де він збирається здійснювати свої капіталовкладення. Своєю чергою, релевантні та актуальні дані, отримані інвестором, дають змогу приймати рішення не тільки про доцільність та ефективність здійснення інвестицій, а й про їх перспективність, прибутковість та ризиковість. Перед тим як здійснювати детальний аналіз ринкового середовища, будь-який суб'єкт господарювання повинен насамперед вивчити умови інвестиційного клімату вибраної країни, тому особливої актуальності набувають питання дослідження та аналізу саме інвестиційного середовища країни як початкового етапу прийняття рішення суб'єктом господарювання про можливість і доцільність розгортання своєї діяльності на вибраному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням організації та методик проведення ринкових досліджень присвячено багато публікацій, зокрема методика аналізу міжнародних ринків А.О. Старостіної [1], модель відбору міжнародних ринків О.Л. Каніщенко [2], аналіз конкурентного середовища М. Портера [3]. Існує низка загальноприйнятих у світовій практиці підходів, таких як PEST- та SWOT-аналіз, так само як і методів аналізу інвестиційної привабливості країн, регіонів, галузей та окремих підприємств.

Проте в усіх вивчених публікаціях відсутня уніфікована методика аналізу привабливості інвестиційного середовища, яка може бути використана як локальним, так і міжнародними капіталодавцями незалежно від мети, стратегії та типу їх інвестиційної активності.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення уніфікованої методики аналізу інвестиційного середовища країни для використання її у практичній діяльності інвесторами будь-якого типу та країнової приналежності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Передусім звернемося до трактування поняття «інвестиційне середовище». Нині немає навіть єдиного трактування поняття «інвестиційне середовище країни». Так, ЄБРР оперує категорією «інвестиційний клімат країни», характеризує його як сукупність широкого кола чинників, що визначають умови здійснення внутрішніх та закордонних інвестицій, зокрема: обґрунтованість макроекономічної політики, потужність економічних та політичних інститутів, функціонування законодавчої та регуляторної бази, якість інфраструктури та інших послуг [4].

Світовий банк визначає діловий та інвестиційний клімат як можливості та стимули для підприємств продуктивно інвестувати, створювати робочі місця та розвиватися [5].

Аналогічного підходу дотримується й ОБСЄ, трактує поняття «діловий та інвестиційний клімат» як базові умови, котрі дають змогу іноземним та вітчизняним компаніям здійснювати свою діяльність та отримувати прибутки в конкретній країні [6].

Об'єднавши трактування поняття інвестиційного клімату провідними міжнародними організаціями, можемо запропонувати власну дефініцію, визначаючи *інвестиційне середовище країни* як сукупність специфічних суб'єктивних та об'єктивних умов і чинників, а також механізмів їх взаємодії, які сприяють або перешкоджають здійсненню інвестиційної діяльності суб'єктами господарювання різних рівнів, типів та країнової приналежності.

Очевидно, що далі доцільно зупинитися на визначенні того, які ж саме специфічні чинники впливають на формування інвестиційного середовища країни. Зрозуміло, що класичними групами чинників, які варто аналізувати під час прийняття інвестиційних рішень, є політичні, економічні, соціокультурні та демографічні. Проте, говорячи про інвестиційне середовище, класичного аналізу означених груп чинників недостатньо, оскільки, маючи на увазі капіталовкладення, особливо не прив'язуючись до їх форми, виду, мети та інструментів, мають бути враховані інші, специфічні чинники, які дають попередню, але вичерпну відповідь на запитання, чи варто здійснювати інвестиції в тій чи іншій країні.

Так, ОБСЄ зазначає, що інвестиційний клімат можна аналізувати через призму трьох широких груп змінних: складники макроекономічної політики – фінансовий, монетарний та торговельний; управління та інституції; інфраструктура. Разом із тим інвестиційне середовище охоплює значно ширше коло груп чинників, аніж податкові ставки та фінансові процедури, яких мають дотримуватись інвестори. Інші важливі компоненти враховують політичну стабільність, верховенство права, макроекономічні умови та регуляторне середовище [6].

ОЕСР в основу привабливого інвестиційного середовища ставить чинники, котрі безпосередньо пов'язані з інвестиційними політиками та сталим розвитком. У межах свого підходу ОЕСР пропонує аналізувати такі групи чинників (а радше – сфери реалізації різних політик) як базові умови, що забезпечують «здорове» середовище для діяльності інвесторів – від підприємств малого і середнього бізнесу до великих транснаціональних корпорацій: інвестиційна політика; сприяння та підтримання інвестиційної діяльності; торговельна політика; конкурентна політика; податкова політика; корпоративне управління; здійснення відповідальної підприємницької діяльності; розвиток людських ресурсів; розвиток інфраструктурного та фінансового секторів; публічне управління [7].

Такий підхід пояснюється тим, що саме інвестиційна політика впливає на рішення суб'єктів госпо-

дарювання усіх рівнів про здійснення інвестицій у ту чи іншу країну, причому незалежно від їх розміру та резидентства. Прозорість, захист права власності та відсутність дискримінаційних режимів – ключові принципи інвестиційної політики, покликані забезпечити привабливість інвестиційного середовища будь-якої країни. Для країн, що розвиваються, ще однією важливою умовою мають бути гарантовані, вчасні, адекватні та ефективні компенсаційні виплати у разі експропріації власності, особливо якщо йдеться про іноземного інвестора [7].

Разом із тим, на думку фахівців Групи Світового банку, факторний аналіз пов'язаних інвестиційних політик, описаних вище, є дещо обмеженим під час проведення дослідження привабливості інвестиційного середовища країни: дискусійним залишається питання, які ж саме регулятивні аспекти є найбільш впливовими під час реалізації інвестиційних рішень, як вони корелюють з іншими детермінантами та, найголовніше, чи є вони однаковими для інвесторів різних типів, галузей діяльності та країни ведення бізнесу [5].

Такий підхід є обмеженим з того погляду, що регулятивні норми належать виключно до юрис-

дикції та рівня кожної окремої країни: деякі країни застосовують забагато регулятивних нормативних практик та жорстко регулюють діяльність суб'єктів господарювання, особливо іноземних, і їхнє середовище можна назвати «надрегульованим», а інші – навпаки, намагаються не втручатися в бізнес-процеси, їхні регулятивні норми не є жорсткими, тому середовище таких країн визначається як «недорегульоване», що, звичайно ж, буде впливати на інвестиційні рішення та унеможливлувати співставність отриманих результатів дослідження інвестиційного середовища. У глобальному масштабі, особливо коли йдеться про необхідність здійснення компаративного аналізу одночасно декількох інвестиційних середовищ, такий підхід важко застосувати для отримання об'єктивних репрезентативних результатів.

Таким чином, цілком очевидно, що для аналізу інвестиційного середовища необхідно використовувати комплексні, уніфіковані показники та методи, а також групи факторів, аналізуючи які можна отримати адекватні та, найголовніше, порівнювані та співставні дані по декількох країнах.



Рис. 1. Чинники інвестиційної привабливості країни

Джерело: власна розробка автора

На якість інвестиційного середовища країни, насправді, впливає численна кількість умов та чинників: конкурентоспроможність та інвестиційний клімат, нормативні обмеження на здійснення діяльності, ділові та інвестиційні бар'єри, невизначеність та ризик, вартість транзакцій тощо [5].

ООН доповнює цей перелік такими чинниками, як вартість започаткування бізнесу, перешкоди для здійснення господарської діяльності, розвиток фінансового ринку, проведення реформ, що сприяють легкості ведення бізнесу [8].

З огляду на викладене вище, пропонуємо узагальнену укрупнену схему чинників привабливості інвестиційного середовища країни.

Таким чином, до основних груп чинників, які характеризують та визначають інвестиційне середовище країни, пропонуємо зараховувати: (1) політико-правові – наявність та «жорсткість»

інвестиційного законодавства, захист та гарантування права власності, політична стабільність, контроль над корупцією; (2) макроекономічні чинники; (3) чинники розвитку інвестиційного ринку та його інфраструктури; (4) міжнародні рейтинги країни – конкурентоспроможність економіки, легкість ведення бізнесу, економічна свобода, суверенні рейтинги країни тощо. Зрозуміло, що кожна група може містити додаткове наповнення чинників залежно від мети та форми здійснення інвестицій, проте вони одночасно повинні бути вимірюваними, порівнюваними і співставними у глобальному масштабі.

Наступним кроком є презентація методики аналізу інвестиційного середовища. Зауважимо, що тут украй важливо не просто коректно визначити набір чинників, які будуть аналізуватися, – більш важливою є їх відповідність таким вимогам,

Методика аналізу: діагностичне оцінювання чинників інвестиційного середовища	
Побудова карти аналізу інвестиційного середовища	
1. Відбір чинників інвестиційного середовища за чотири групи 2. Якісний та кількісний аналіз чинника/групи в динаміці за п'ять попередніх років 3. Присвоєння вагових коефіцієнтів чинникам/групам 4. Підготовка аналітичного висновку щодо ступеня впливу чинника/групи на інвестиційне середовище країни	
Діагностика – Відбір актуальних чинників – Результати об'єктивні та порівнювані – Оцінювання ступеню та якості державного регулювання/втручання та реформ	Обмеження – Оцінка державної політики може виявитися суб'єктивною – Отримані результати можуть бути не співставними – Відібрані чинники можуть не повною мірою відобразити реальність ситуації
Практичний підхід (інструменти аналізу): проведення первинних досліджень, експертні опитування, аналіз міжнародних звітів, статистичних даних, звітності компаній	
«Знизу вгору» – Торкається нагальних актуальних проблем – Створює поштовх до реформ із боку приватного сектору – Виникають складнощі в усуненні ідентифікованих проблем у межах існуючих нормативно-правових систем	«Згори вниз» – Пряма прив'язка до референтного значення – Орієнтується на макро- та мезорівень господарювання – Може не враховувати прямі потреби приватного сектору та необхідність проведення реформ на національному рівні
Результат: побудова матриці SWOT інвестиційного середовища країни	
Перевірка: оцінювання результатів можна проводити шляхом нормативно-правової діагностики або фактичного оцінювання ситуації на місцях	
«Де-юре» підхід – Усебічний та юридично змістовний – Має обмеження в контексті окремих правових режимів – Розбіжності правових систем можуть створювати перешкоди до мультилокальної вимірності та порівнюваності	«Де-факто» підхід – Відображає реальні проблеми в межах країни – Виявляє обмеження, котрі не покриваються в рамках юридичної перевірки (правового аналізу) – Бар'єри розвитку діяльності не індивідуалізовані, оскільки вони вбудовані в ширше коло загальних правил
Референтні значення: для порівняння результатів оцінювання інвестиційного середовища країн можна використовувати як орієнтири як міжнародні індикатори, так і показники, що відображають референтні значення по окремих регіонах	
Міжнародні – Створюють можливості для порівняння в глобальному масштабі – Можуть виявитися неефективними для «слабких» країн, котрі потребують нижчого рівня індикативного показника	Регіональні – Створюють можливості для порівняння в межах груп країн зі схожими характеристиками – Виявляють регіональні інтеграційні тенденції – Можуть не враховувати найкращі світові рівні індикативних показників

Рис. 2. Модель мультилокального аналізу міжнародної привабливості інвестиційного середовища країни

Джерело: розроблено автором

Результати дослідження інвестиційного середовища країни

Група чинників	Досліджувані параметри	Результат
Політико-правові	<p>Політична стабільність</p> <p>Законодавство</p> <p>Рівень довіри населення до влади</p> <p>Корупція</p>	<p>Україна відрізняється значною політичною нестабільністю, хоча останнім часом спостерігаються позитивні зміни законодавства, особливо у напрямі європеїзації та лібералізації.</p> <p>Українське законодавство не передбачає обмежень чи заборон на іноземні інвестиції в країну. Проте існують певні обмеження для іноземних інвесторів на право власності для галузей із високим рівнем державного регулювання. До іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, іноземні інвестиції не підлягають націоналізації. Також усунутий адміністративний бар'єр для входження іноземного капіталу в Україну.</p> <p>Незважаючи на високий ступінь підтримки (73%), висловлений на виборах президента, ступінь довіри населення до влади (особливо місцевої) залишається низьким.</p> <p>Україна займає одні з останніх місць за Corruption Perception Index – 120 (2020 р.), що свідчить про її високий рівень у країні.</p>
Макроекономічні	<p>Показники загального стану економіки країни: заробітна плата, безробіття, інфляція</p> <p>Показники доходності: ВВП, державний борг</p> <p>Показники інвестиційної активності</p>	<p>Мінімальна заробітна плата (номінальна): \$180 (4723 грн) – 91-е місце зі 198.</p> <p>Середня заробітна платня бруто (Європа): €385 (10500 грн) – 49-е місце із 49.</p> <p>Темпи зростання мінімальної з/пл +13,2% за 2019 р. – 15-е місце серед країн світу.</p> <p>Інфляція – 7,9% (2019 р.)</p> <p>Рівень безробіття – 8,6% (2019 р.)</p> <p>Темпи економічного зростання – 3,2% (2019 р.)</p> <p>ВВП (номінал) – 3,974 трлн грн (2019 р.) – 128-е місце зі 186</p> <p>ВВП на душу населення – 9 774 дол. США (2019 р.)</p> <p>Валовий зовнішній борг України – 120,334 млрд дол. США (кінець I кв. 2020 р.)</p> <p>Обсяг накопичених валових ПІІ в економіці України – 45 млрд дол. США, з економіки України – 3,5 млрд дол. США (кінець I кв. 2020 р.)</p> <p>Надходження ПІІ в Україну за 2019 р – 2,5 млрд дол. США, ПІІ з України – 1 млн дол. США (у 2018 р.).</p>
Чинники розвитку інвестиційного ринку та його інфраструктури	<p>Відсоткові ставки</p> <p>Структура податкової системи</p> <p>Розвиток банківської системи</p> <p>Стан валютного ринку та умови конвертованості валюти</p>	<p>Облікова ставка НБУ: 6% з 12.06.2020 (США – 1,75%, Німеччина, Іспанія – 0,00%, Японія – 0,01%)</p> <p>Ставка податку на прибуток – 18% (не змінюється протягом останніх шести років)</p> <p>Успішна податкова реформа</p> <p>Тенденції у банківському секторі – загальна стабілізація, ліквідація «технічних» банків, посилення контролю, убезпечення банківської системи через націоналізацію та докапіталізацію системних банків</p> <p>В Україні вільно плаваючий режим валютного курсу</p> <p>ЗВР – 25,4 млрд дол. США (червень 2020 р.)</p>
Міжнародні рейтинги	<p>Міжнародні рейтинги країни</p> <p>Співпраця з міжнародними організаціями</p> <p>Дотримання норм і правил конвенцій та договорів</p>	<p>Індекс конкурентоспроможності – 83-є місце зі 140 (Всесвітній економічний форум)</p> <p>Індекс легкості ведення бізнесу – 64-е місце зі 190 (Світовий банк)</p> <p>Рейтинг легкості сплати податків (Paying Taxes) – 65-е місце</p> <p>Індекс економічної свободи (Heritage Foundation) – 147-е місце</p> <p>Суверенні рейтинги України:</p> <p>S&P: довгостроковий і короткостроковий В / прогноз стабільний (03/2020 р.)</p> <p>Moody's Investors Service: В3 / прогноз стабільний (06/2020 р.)</p> <p>Fitch: В / стабільний прогноз (04/2020 р.).</p> <p>Схвалення в червні Радою директорів МВФ нової 18-місячної програми стенд-бай на суму, еквівалентну 5 млрд дол. США. Окрім коштів МВФ, Україна впродовж нинішнього та наступного років має отримати ще близько 4 млрд дол. США від інших міжнародних донорів (ЄС, Світового банку, урядів держав-партнерів)</p> <p>У 2017 р. Україна приєдналася до Декларації ОЕСР із Міжнародних інвестицій та ТНК, щодо забезпечення прозорості та відкритості інвестиційного середовища для іноземних інвесторів, що позитивно вплинуло на інвестиційний імідж країни</p>

Джерело: складено автором за [9–17]

як кількісна вимірваність, репрезентативність, порівнюваність, а сама методологія проведення дослідження має бути уніфікованою та практично застосовною у міжкраїновому аспекті.

Звичайно, ми можемо використати класичні методики проведення PEST- та SWOT-аналізу середовища, екстраполюючи їх на рівень країни, проте такий підхід не буде повною мірою відображати специфіку саме інвестиційного середовища. У цьому аспекті звернемося до практики аналізу інвестиційного клімату, яку пропонує Група Світового банку [5]. Зазначений підхід базується на внутрішньолокальному аналізі та врахуванні чотирьох груп показників: індексу легкості ведення бізнесу (Doing Business), індексу глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), аналізі звітів підприємств (Enterprise Surveys) та світових показників управління (Worldwide Governance Indicators). На нашу думку, такий підхід хоча й дає більш повне уявлення про інвестиційне середовище країни, проте є обмеженим із боку можливості його імплементації невеликими компаніями, або портфельними інвесторами, котрі мають обмежений доступ і час до аналізу, скажімо, звітів компаній декількох галузей на декількох ринках одночасно, а значення індексів конкурентоспроможності та легкості ведення бізнесу не завжди дають об'єктивну інформацію через їх власні методики розрахунку.

Урахувавши всі сильні сторони вивчених нами методик та власний практичний досвід, пропонуємо уніфіковану модель мультилокального аналізу інвестиційного середовища країни.

Продемонструємо практичне застосування запропонованої методики на прикладі аналізу інвестиційного середовища України. Зауважимо, що тут ми подаємо вже отримані результати аналізу за вибраними групами чинників, опускаючи хід самого процесу дослідження.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, використавши авторську методику мультилокального аналізу привабливості інвестиційного середовища України, можемо зробити висновок, що сьогодні привабливість вітчизняного інвестиційного середовища є нижче середньої. Чинниками негативного іміджу України для інвесторів є відсутність цільової і послідовної політики держави у сфері інвестиційної діяльності, недоліки в державному управлінні, невизначений в окремих випадках статус інвесторів, складний порядок адміністративних процедур, неврегульованість питань відповідальності учасників інвестиційних відносин. Економічний складник інвестиційного макросередовища в Україні визначається відносним попереднім занепадом виробничого сектору з незначним, але стабільним відновленням, що виникає в умовах військової, політичної, та економічної нестабільності, виражений у значному

падінні прибутку компаній до оподаткування, падінням обороту у компаній та зменшенням споживання населенням через нестачу грошових коштів. За рівнем макроекономічної стабільності Україна посідає 58-е місце серед 141 країни. Також Україна належить до категорії країн із доходами нижче середніх, займаючи 120-е місце серед 229 країн світу. Сьогодні на одну особу припадає 9 287 дол. США, за цим показником, який є важливим індикатором платоспроможності населення, Україна поступається навіть деяким країнам Африки, Латинської Америки та іншим пострадянським країнам.

Обґрунтована фіскальна та грошово-кредитна політика, а також гнучкість обмінного курсу призвели до зменшення зовнішнього та внутрішнього дисбалансів. За останні два роки загальний дефіцит бюджету скоротився до 2% ВВП. Крім того, державі вдалося ліквідувати квазіфіскальний дефіцит енергетичного сектору, а дефіцит поточного рахунку платіжного балансу зменшився до 3–3,5% ВВП із відновленням ЗВР до 25 млрд дол. США. Зростанню інвестиційної привабливості країни також сприяли заходи з реструктуризації банківської системи, які вплинули на економічну стабілізацію та відновлення зростання. Стосовно інвестиційної привабливості України за індексами та рейтингами нині країна знаходиться у «спекулятивному інвестиційному класі»: за кредитними рейтингами Україна як партнер не викликає надійної довіри, хоча динаміка є позитивною, незважаючи на те що за рейтингом Doing Business країна займає відносно високі позиції, проте перед урядом усе ще стоїть необхідність вирішення проблем, пов'язаних із процедурними питаннями для окремого кола проведення типових операцій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків : підручник. Київ : Лазарит-Поліграф, 2012. 480 с.
2. Канищенко О.Л. Міжнародний маркетинг : підручник. Київ : Київський університет, 2016. 480 с.
3. Porter M. Competitive Advantage of Nations. New York : Free Press, 2nd. ed., 1998. 896 p.
4. What are investment climate and governance? *EBRD*. URL: <https://www.ebrd.com/what-we-do/sectors-and-topics/investment-climate-governance.html> (дата звернення: 19.06.2020).
5. The Investment Climate. Issue Brief Series, July 2016. *World Bank Group*. URL: https://www.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2016/01/The-Investment-Climate_IFC-World-Bank-Group_IATF-Issue-Brief.pdf (дата звернення: 21.06.2020).
6. Best-Practice Guide for a Positive Business and Investment Climate, 2006. *OSCE*. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/c/f/19768.pdf> (дата звернення: 22.06.2020).

7. Policy Framework for Investment, 2015 Edition. *OECD*. URL: <https://doi.org/10.1787/9789264208667-en> (дата звернення: 25.06.2020).

8. The Investment Climate. *UN*. URL: <https://developmentfinance.un.org/the-investment-climate> (дата звернення: 29.06.2020).

9. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18 жовтня 1991 р. № 1561-XII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12> (дата звернення: 29.06.2020).

10. Національний банк України. Статистика. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external> (дата звернення: 02.07.2020).

11. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 02.07.2020).

12. Doing Business 2020. *World Bank*. URL: <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/ukraine/UKR.pdf> (дата звернення: 02.07.2020).

13. Ukraine Credit Ratings. *Trading Economics*. URL: <https://tradingeconomics.com/ukraine/rating> (дата звернення: 02.07.2020).

14. Звіт про фінансову стабільність. НБУ, червень 2020 р. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2020-H1.pdf?v=4 (дата звернення: 02.07.2020).

15. Ukraine signs OECD agreement to strengthen investment climate. *OECD*. URL: <https://www.oecd.org/investment/ukraine-signs-oecd-agreement-to-strengthen-investment-climate.htm> (дата звернення: 25.06.2020).

16. The Global Competitiveness Report 2019. *World Economic Forum*. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2009-10.pdf (дата звернення: 29.06.2020).

17. World GDP per capital rating 2020. *Statistics Times*. URL: <http://statisticstimes.com/economy/world-gdp-capita-ranking.php> (дата звернення: 02.07.2020).

REFERENCES:

1. Starostina A.O. (2012) *Marketyngovi dislidzheniya natsionalnykh i mazhnarodnykh rynkiv* [Marketing research of national and international markets]. Kyiv: "Lazaryt-Poligraph". (in Ukrainian)

2. Kanischenko O.L. (2016) *Mizhnarodnuy marketing*. [International Marketing]. Kyiv: VPC "Kyivskiy universytet". (in Ukrainian)

3. Porter M. (1998) *Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 2nd. ed.

4. What are investment climate and governance? EBRD. Available at: <https://www.ebrd.com/what-we-do/sectors-and-topics/investment-climate-governance.html> (accessed 19 June 2020).

5. The Investment Climate. Issue Brief Series (July 2016). World Bank Group. Available at: https://www.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2016/01/The-Investment-Climate_IFC-World-Bank-Group_IATF-Issue-Brief.pdf (accessed 21 June 2020).

6. Best-Practice Guide for a Positive Business and Investment Climate (2006). OSCE. Available at: <https://www.osce.org/files/f/documents/c/f/19768.pdf> (accessed 22 June 2020).

7. Policy Framework for Investment (2015) OECD. Available at: <https://doi.org/10.1787/9789264208667-en> (accessed 25 June 2020).

8. The Investment Climate. *UN*. Available at: <https://developmentfinance.un.org/the-investment-climate> (accessed 29 June 2020).

9. Pro investyziyni diyalnist: Zakon Ukrainy № 1561-XII of 18 October 1991 [About Investing. Low of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12> (accessed 29 June 2020). (in Ukrainian)

10. Natsionalnuy Bank Ukrainy. Statystyka [National Bank of Ukraine. Statistics]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external> (accessed 02 July 2020).

11. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 02 July 2020).

12. Doing Business 2020. *World Bank*. Available at: <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/ukraine/UKR.pdf> (accessed 02 July 2020).

13. Ukraine Credit Ratings. *Trading Economics*. Available at: <https://tradingeconomics.com/ukraine/rating> (accessed 02 July 2020).

14. Zvit pro finansovy stabilnist. (June 2020). NBU. [Financial Stability Report]. Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2020-H1.pdf?v=4 (accessed 02 July 2020). (in Ukrainian)

15. Ukraine signs OECD agreement to strengthen investment climate. *OECD*. Available at: <https://www.oecd.org/investment/ukraine-signs-oecd-agreement-to-strengthen-investment-climate.htm> (accessed 25 June 2020).

16. The Global Competitiveness Report 2019. *World Economic Forum*. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (accessed 29 June 2020).

17. World GDP per capital rating 2020. *Statistics Times*. Available at: <http://statisticstimes.com/economy/world-gdp-capita-ranking.php> (accessed 02 July 2020).

ОСОБЛИВОСТІ ІНСТИТУЦІЙНОГО ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ АМЕРИКАНСЬКОЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

FEATURES OF INSTITUTIONAL LEGAL REGULATION OF THE AMERICAN BANKING SYSTEM

У статті досліджуються основні проблеми інституційного правового регулювання банківської системи Америки. Проаналізовано етапи банківського регулювання в Америці. Досліджено структурні та функціональні аспекти американської банківської системи. Відзначено наслідки «вільного банкінгу» в американській банківській системі. Виявлено слабкі місця у фінансовій системі Америки. Охарактеризовано наслідки Великої депресії для американської банківської системи. Проаналізовано наслідки діяльності вищезазначених законів для американської банківської діяльності. Встановлено, що розвиток американської банківської сфери, а також будь-які зрушення у фінансових відносинах були зумовлені законодавчо-інституційними перетвореннями в банківській діяльності, які формувалися у процесі історичного розвитку. Досвід здійснення інституційних реформ в американській банківській системі міг би стати корисним для вдосконалення вітчизняної банківської системи.

Ключові слова: правове регулювання, банківська система, діяльність банків, банківське законодавство, дерегулювання установ.

В статье исследуются основные проблемы институционального правового

регулювання банківської системи Америки. Проаналізовані етапи банківського регулювання в Америці. Исследованы структурные и функциональные аспекты американской банковской системы. Отмечены последствия «свободного банкинга» в американской банковской системе. Выявлены слабые места в финансовой системе Америки. Охарактеризованы последствия Великой депрессии для американской банковской системы. Проанализированы последствия деятельности вышеназванных законов для американской банковской деятельности. Установлено, что развитие американской банковской сферы, а также любые сдвиги в финансовых отношениях были обусловлены законодательно-институциональными преобразованиями в банковской деятельности, формировались в процессе исторического развития. Опыт осуществления институциональных реформ в американской банковской системе мог бы стать полезным для совершенствования отечественной банковской системы.

Ключевые слова: правовое регулирование, банковская система, деятельность банков, банковское законодательство, дерегулирование учреждений.

УДК 336.711-043.86(73)+347.734
<https://doi.org/10.32843/bses.54-3>

Король М.М.

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

Korol Maryna

Uzhhorod National University

The article examines the main problems of institutional legal regulation of the American banking system. The stages of banking regulation in America are analyzed. The structural and functional aspects of the American banking system are studied. The consequences of "free banking" in the American banking system are noted. The peculiarities of the Law on National Banking are highlighted. Weaknesses in the American financial system have been identified. The main features of the Aldrich-Riland Act in the American financial system are studied. The peculiarities of McFadden's Law activity in the American banking system are noted. The consequences of the Great Depression for the American banking system are described. The characteristic features of the Banking Holding Company Act and the International Banking Act in the American financial system are analyzed. The main features of the Law "On Norms of Regulation of Financial Institutions and Interest Rate Control" in the American banking system are noted. The general features of the Law on Depository Institutions (Garn – Saint Germain law) in the American banking system are highlighted. The main problems of the Law on International Credit Supervision have been studied. The characteristic features of the Law "On the Reform of Financial Institutions, Their Recovery and the Application of Coercive Measures" in the American financial system are highlighted. The main features of bank mergers in the American banking system after the entry into force of the Ragle – Neal Act are analyzed. The characteristic features of the Gram-LeachBliley Financial Banking Act are noted. The activity of American banks is described. The consequences of the above laws for American banking are analyzed. It is established that the development of the American banking sector, as well as any changes in financial relations were due to legislative and institutional changes in banking, which were formed in the process of historical development. Therefore, the experience of institutional reforms in the American banking system could be useful for improving the domestic banking system.

Key words: legal regulation, banking system, activity of banks, banking legislation, deregulation of institutions.

Постановка проблеми. Найважливішою сферою національного господарства та невід'ємною структурою ринкової економіки є банківська система. А ступенем розвитку банківської системи значною мірою визначається розвиток економіки будь-якої країни. Банківські системи розвинених країн із ринковою економікою свідчать про те, що розвиток банківської сфери, а також будь-які зрушення у фінансових відносинах були зумовлені законодавчо-інституційними перетвореннями в банківській діяльності, які формувалися у процесі історичного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед науковців, які досліджували банківську систему США, варто відзначити Ю.Г. Вешкина [1],

Г.Л. Авагяна [1], М.А. Johnston [2], А. Rolnick [3], W. Weber [3], J. Barth [6], L. Tong [6].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз особливостей інституційного правового регулювання американської банківської системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ще в 1781 р. Олександр Гамільтон стверджував, що більшість країн уважає необхідністю створення банків, оскільки саме вони є тими двигунами, завдяки яким просувається торгівля. З тих пір Америка перетворилася на найбільшу економіку світу з найбільшими фінансовими ринками.

У 1838 р. в Нью-Йорку був прийнятий Закон про вільну банківську діяльність (Free Banking Act), згідно з яким інвестори одержали право

об'єднуватися для спільної банківської діяльності з мінімальним розміром капіталу 100 тис дол. Саме цей закон заклав початок вільної банківської діяльності в США [1, с. 23].

Ранні спроби банківського регулювання в Америці від створення Першого банку в 1791 р. до Закону про національну банківську діяльність 1863 р. були поєднанням федерального та державного законодавства. Воно було викликане, з одного боку, потребою в посиленому централізованому контролі для підтримки стабільності як фінансів, так і економіки в цілому, з іншого – побоюванням концентрації контролю невеликою кількістю структур [2].

1837 р. уважали ерою «вільного банкінгу», коли було прийнято кілька законів, що скасували вимогу отримання офіційного законодавчого чарту (ліцензії) для управління банком [3]. Оскільки банки випускали велику кількість банкнот із різними обліковими ставками, не дивним є той факт, що наслідком цієї епохи є фінансова нестабільність, що спонукала до більшого регулювання та нагляду у 1860-х роках.

Саме тому в 1863 р. був прийнятий Закон про національну банківську діяльність (National Bank Act) (із подальшими змінами у 1864 та 1865 рр.), згідно з яким було створено систему національних банків, які підпорядковувалися Контролеру грошового обігу у Вашингтоні [4]. Проте створення системи національних банків не усунуло недоліки, проблеми банківської системи Америки, що, своєю чергою, спричинило подальші часті фінансові паніки.

Так, паніка 1907 р. виявила слабкі місця у фінансовій системі країни, зокрема неможливість банків придбати валюту під час надзвичайних ситуацій, і стала мотиваційним чинником пошуку кращої регуляторної структури для стабільності банківської системи.

Президент Теодор Рузвельт видав 25 млн доларів урядових коштів для боротьби з панікою. JP Morgan організував порятунок банків та трастів, запобігаючи закриттю Нью-Йоркської фондової біржі. У 1908 р. був прийнятий закон Олдрича – Ріланда (Aldrich-Vreeland Act), унаслідок якого було створено Національну комісію з грошового обігу, результати діяльності якої спричинили створення в 1913 р. Федеральної резервної системи США [5]. В основі Закону лежала ідея про рівноправну співпрацю країни, банків, бізнесменів, урядових структур і споживачів у сфері банківської справи.

У 1927 р. було прийнято Закон МакФаддена (MCFADDEN Act), завдяки якому вирішено питання правового регулювання діяльності банку та його структури: саме штат, а не федеральний уряд здійснює регулювання філій банку.

Велика депресія 1929–1939 рр., унаслідок якої багато банків збанкрутувало, призвела до більш

жорсткого регулювання банківської діяльності. Президент Д. Рузвельт створює кілька агентств як інструмент для виконання нових та надзвичайних функцій. Одним із таких агентств була Федеральна корпорація страхування вкладів (FDIC), яка відокремлює комерційний та інвестиційний банкінг (закон Glass-Steagall). Із 1929 по 1933 р. банкрутство банків призвело до втрат вкладників у розмірі близько 1,3 млрд доларів. Із часу введення в дію FDIC банківські операції вже не становили загрози для банківської галузі [6].

У 1956 р. був прийнятий Закон про банківську холдингову компанію, який забороняв останнім, що мають штаб-квартиру в одній державі, купувати банк в іншій державі, крім випадків, коли закони інших держав не дозволяють придбання, тим самим залишаючи контроль над банками, що тримають компанії [7].

Через швидке зростання кількості іноземних банків у США в 1978 р. був прийнятий Міжнародний закон про банківську діяльність, згідно з яким, аналогічно як і до вітчизняних банків, застосовувався національний режим. Іноземні банки більше не могли відкривати офіси за межами свого заявленого штату. Разом із цим ФРС мала повноваження щодо встановлення резервних вимог до відділень іноземних банків, а іноземні банки, які приймають депозити від резидентів, зобов'язані їх страхувати [6].

У 1994 р. Конгрес зняв усі заборони, які мали відношення до територіальних обмежень діяльності філій банків, унаслідок чого стрімко зросла кількість банків із філіями. Усе це разом дало змогу американським банкам успішно увійти в міжнародну фінансову систему.

Прийнятий у 1978 р. Закон «Про норми регулювання фінансових інститутів і контролю за процентною ставкою» створив Федеральну комісію з експертизи фінансових установ (FFIEC), до складу якої входять Федеральна резервна рада (FRB), Управління контролером валюти (OCC), FDIC та Федеральна комісія з питань внутрішніх позик (FHLBB), а також він надав право контролюючим органам не лише припиняти діяльність банків та усувати окремих працівників, а й накладати штрафи на ті банки і на тих співробітників, які не виконують розпорядження контролюючих органів та порушують чинне законодавство [8].

Найважливіша частина банківського законодавства з 1930-х років була прийнята у 1980 р. – Закон про дерегуляцію депозитарних установ та валютний контроль (Depository Institutions Deregulation and Monetary Control). Вона сприймалася як спосіб створення більш стабільної та прибуткової банківської справи [9]. Цей закон вимагав від усіх депозитних інститутів підтримувати прямо чи опосередковано визначений рівень відношення обов'язкових резервів до поточних рахунків, строкових депози-

тів, по яких можуть здійснюватися автоматизовані і телефонні перекази коштів, а також до готівкових термінових депозитів у банках – членах ФРС для полегшення контролю над грошовим агрегатом із боку Ради керівництва ФРС [1, с. 34].

Як наслідок, був утворений Комітет із дерегулювання депозитних інститутів, що отримав право підписувати правила виплати відсотків і від якого вимагалось поступове зменшення, а потім і зняття «стелі» для ставок відсотків і дивідендів, які виплачувалися депозитним інститутам і збільшення цих ставок до рівня ринкових протягом шести років починаючи з 31.03.1980.

У жовтні 1982 р. був прийнятий закон про депозитні установи (закон Гарна – Сен Жермена (Garn – St Germain)), який покликаний надати допомогу в боротьбі з різко зростаючим числом банкрутств серед ощадно-позичкових асоціацій і взаємно-ощадних банків (у 1982 р. число їх банкрутств перевищило 250). Для підвищення їхньої конкурентоспроможності було дозволено відкривати і обслуговувати депозитні рахунки грошового ринку, за допомогою яких надавалися послуги, які можна порівняти з послугами фондів грошового ринку. Причому рахунки цього типу не підпадали під дію нормативів верхньої межі процентних ставок по кредитах і резервних вимог, установлених Інструкцією Q.

До 1984 р. ощадно-позичковим асоціаціям і взаємно-ощадним банкам, які мали федеральну ліцензію, було дозволено надавати комерційні позики на суму до 10% від обсягу їхніх активів, а максимальний обсяг споживчого кредитування був підвищений до 30% від величини активів. Ці положення поставили зазначені установи в рівні позиції з комерційними банками, тому закон Гарна – Сен Жермена передбачав, що з 1984 р. обмеження, встановлені Інструкцією Q, повинні поширюватися рівною мірою на всі депозитні установи аж до закінчення терміну дії цих обмежень у 1986 р. [10].

Прийнятий Закон про міжнародний нагляд за кредитами 1983 р. спрямовував банківські регулюючі агенції на забезпечення того, щоб усі банківські установи підтримували належний рівень капіталу [11]. Як наслідок, банківські регулюючі установи встановили мінімальні норми вимог до капіталу для окремих установ.

У 1989 р. було прийнято найважливіший із часів Великої депресії Закон «Про реформу фінансових інститутів, їх оздоровлення і застосування примусових заходів», який дав змогу контролюючим органам застосовувати примусові заходи не тільки стосовно банків та їхніх працівників, а й щодо тих працівників, які працюють за контрактом. Це був початок законодавчих спроб дерегулювати банківську галузь.

Найбільша кількість банківських злиттів у США як за кількістю, так і за величиною придбаних бан-

ків спостерігалася після набрання чинності Закону Ragle – Neal у 1997 р., який став важливим кроком усунення давніх географічних обмежень на банківську діяльність [10].

Із прийняттям закону Gram – LeachBliley в 1999 р. у США відбулася системна банківська реформа. Цей закон дав змогу істотно розширити сферу діяльності банків та інших фінансових інститутів і дозволив їх вихід на ринок страхових послуг.

Висновки з проведеного дослідження. Підводячи підсумок, варто сказати, що, на думку багатьох американських економістів, банківська система США не є досконалою. Проте за останні 140 років було прийнято понад 100 федеральних законів, більша частина яких функціонує й сьогодні, звісно, з певними поправками, які диктували банківські кризи. Федеральні закони доповнюються законами штатів, різноманітними інструкціями, роз'ясненнями контролюючих органів. Усе це робить банківську систему унікальною та неповторною на відміну від інших банківських країн світу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вешкин Ю.Г., Авагян Г.Л. Банковские системы зарубежных стран : курс лекций. Москва : Экономика, 2004. 400 с. URL: https://biznesbooks.com/components/com_jshopping/files/demo_products/veshkin-yu-g-ava-gyan-g-l-bankovskie-sistemy-zarubezhnykh-stran.pdf (дата звернення: 15.05.2020).
2. Johnston M.A. Brief History of U.S. Banking Regulation. Investopedia. 2020. URL: <https://www.investopedia.com/articles/investing/011916/brief-history-us-banking-regulation.asp> (дата звернення: 11.06.2020).
3. Rolnick A., Weber W. Banking Instability and Regulation in the U.S. Free Banking Era. Federal Reserve Bank of Minneapolis. URL: <https://www.minneapolisfed.org/research/quarterly-review/banking-instability-and-regulation-in-the-us-free-banking-era> (дата звернення: 03.06.2020).
4. Historical Timeline. Federal Deposit Insurance Corporation. 2014. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1850-1899.html> (дата звернення: 15.06.2020).
5. Historical Timeline. Federal Deposit Insurance Corporation. 2014. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1900-1919.html> (дата звернення: 12.05.2020).
6. Barth J. Industrial Loan Companies Supporting America's Financial System. Milken institute. 2011. URL: <https://assets1b.milkeninstitute.org/assets/Publication/Research/Report/PDF/ILC.pdf> (дата звернення: 01.06.2020).
7. Historical Timeline. Federal Deposit Insurance Corporation. 2014. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1950s.html> (дата звернення: 28.05.2020).
8. Historical Timeline. Federal Deposit Insurance Corporation. 2014. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1970s.html> (дата звернення: 19.05.2020).
9. Banking Legislation Banking Legislation and Regulation. URL: https://www.fdic.gov/bank/historical/history/87_136.pdf (дата звернення: 23.06.2020).

10. Закон Гарна – Сен Жермена о депозитных учреждениях от 1982 г. (garn – stgermain act). O-Kreditah1. URL: <http://o-kreditah1.ru/knigi/646-zakon-garna-sen-zhermena-o-depozitnykh-uchrezhdeniyax-ot-1982-g-garn-stgermain-act.html> (дата звернення: 10.06.2020).

11. Historical Timeline. Federal Deposit Insurance Corporation. 2014. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1980s.html> (дата звернення: 25.06.2020).

REFERENCES:

1. Veshkin Yu.G., Avagyan G.L. (2004) Bankovskiyе sistemy zarubezhnykh stran [Banking systems of foreign countries]. Moscow: The Economist, 400 p. URL: https://biznesbooks.com/components/com_jshopping/files/demo_products/veshkin-yu-g-avagyan-g-l-bankovskie-sistemy-zarubezhnykh-stran.pdf (accessed 15 May 2020).

2. Johnston M. (2020) [A Brief History of U.S. Banking Regulation]. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/articles/investing/011916/brief-history-us-banking-regulation.asp> (accessed 11 June 2020).

3. Rolnick A., Weber W. Banking Instability and Regulation in the U.S. Free Banking Era. Federal Reserve Bank of Minneapolis URL: <https://www.minneapolisfed.org/research/quarterly-review/banking-instability-and-regulation-in-the-us-free-banking-era> (accessed 03 June 2020).

4. (2014) [Historical Timeline]. Federal Deposit Insurance Corporation. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1850-1899.html> (accessed 15 June 2020).

5. (2014) [Historical Timeline]. Federal Deposit Insurance Corporation. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1900-1919.html> (accessed 12 May 2020).

6. Barth J. (2011) Industrial Loan Companies Supporting America's Financial System. URL: <https://assets1b.milkeninstitute.org/assets/Publication/ResearchReport/PDF/ILC.pdf> (accessed 01 June 2020).

7. (2014) [Historical Timeline]. Federal Deposit Insurance Corporation. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1950s.html> (accessed 28 May 2020).

8. (2014) [Historical Timeline]. Federal Deposit Insurance Corporation. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1970s.html> (accessed 19 May 2020).

9. Banking Legislation Banking Legislation and Regulation. URL: https://www.fdic.gov/bank/historical/history/87_136.pdf (accessed 23 June 2020).

10. Закон харна-сен жермена о депозитных учреждениях от 1982 г. [Garn-stgermain Act of 1982 (garn – stgermain act)]. O-Kreditah1. URL: <http://o-kreditah1.ru/knigi/646-zakon-garna-sen-zhermena-o-depozitnykh-uchrezhdeniyax-ot-1982-g-garn-stgermain-act.html> (accessed 10 June 2020).

11. (2014) [Historical Timeline]. Federal Deposit Insurance Corporation. URL: <https://www.fdic.gov/about/history/timeline/1980s.html> (accessed 25 June 2020).

МОНІТОРИНГ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

MONITORING OF THE CURRENT STATE AND TRENDS OF THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE

Метою статті є проведення моніторингу сучасного стану та тенденцій розвитку національної економіки України. Здійснено групування основних індексів міжнародних рейтингів. Проаналізовано місце України у світових рейтингах. Визначено, що імплементація європейських та світових норм господарювання, зміни інституційної структури та правового забезпечення, адміністративно-територіальні трансформації та процеси децентралізації викликають необхідність формування нових підходів щодо дослідження показників соціально-економічного розвитку, які дали б можливість управляти, контролювати, прогнозувати, визначати величину впливу трансформаційних процесів на соціально-економічний розвиток України. Проведено динаміку основних макроекономічних показників держави. Визначено, що глобальний вимір напряму дослідження трансформації національної економіки на засадах дизайн-менеджменту пов'язаний із моніторингом сучасного стану та тенденцій розвитку національної економіки України визначає роль та місце України на міжнародній арені у порівнянні із іншими країнами Європейського союзу та світу.

Ключові слова: моніторинг, національна економіка, світові рейтинги, дизайн-менеджмент, Європейський союз.

Целью статьи является проведение мониторинга современного состояния и

тенденций развития национальной экономики Украины. Осуществлено группировки основных индексов международных рейтингов. Проанализированы место Украины в мировых рейтингах. Определено, что имплементация европейских и мировых норм хозяйствования, изменения институциональной структуры и правового обеспечения, административно-территориальные трансформации и процессы децентрализации вызывают необходимость формирования новых подходов к исследованию показателей социально-экономического развития, которые позволили бы управлять, контролировать, прогнозировать, определять величину влияния трансформационных процессов на социально-экономическое развитие Украины. Проведено динамику основных макроекономических показателей государства. Определено, что глобальное измерение направления исследования трансформации национальной экономики на основе дизайн-менеджмента связан с мониторингом современного состояния и тенденций развития национальной экономики Украины определяет роль и место Украины на международной арене по сравнению с другими странами Европейского союза и мира.

Ключевые слова: мониторинг, национальная экономика, мировые рейтинги, дизайн-менеджмент, Европейский союз.

УДК 338.2

<https://doi.org/10.32843/bses.54-4>

Прокопенко Н.О.¹

здобувач

Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій

Prokopenko Natalia

Black Sea Research Institute of Economics and Innovation

The purpose of the article is to monitor the current state and trends in the national economy of Ukraine. The main indices of international rankings are grouped. Ukraine's place in world rankings is analyzed. It is determined that the implementation of European and world economic norms, changes in institutional structure and legal support, administrative-territorial transformations and decentralization processes necessitate the formation of new approaches to the study of socio-economic development indicators that would manage, control, forecast and determine the impact. transformation processes for the socio-economic development of Ukraine. The dynamics of the main macroeconomic indicators of the state is carried out. It is determined that the global dimension of the direction of research on the transformation of the national economy on the basis of design management related to monitoring the current state and trends of the national economy of Ukraine determines the role and place of Ukraine in the international arena compared to other European Union and world countries. Over the past five years of research, Ukraine has deteriorated in most world rankings. The exception is the ease of doing business index, which improved Ukraine's rating by 52 positions in 2019 compared to 2014. Ukraine's participation in the global ranking provides an opportunity to obtain an external relatively independent assessment and comparative characteristics of socio-economic development, on the basis of which it is possible to form priorities and determine development prospects. It is determined that the domestic dimension of the direction of the study of national economy transformation on the basis of design management involves monitoring the current state and trends of the national economy of Ukraine, characterizes patterns and trends of macroeconomic indicators and provides grounds for forecasting and further development. The complexity of Ukraine's socio-economic development during the decentralization reforms increased due to the beginning of military events in the east and the annexation of Crimea, as part of the economic potential was lost, part of the infrastructure was destroyed, the balance of production and consumption was disturbed and the financial crisis.

Key words: monitoring, national economy, world rankings, design management, European Union.

Постановка проблеми. Посилення глобалізаційних тенденцій викликає необхідність пришвидшення трансформаційних заходів і процесів в національній економіці, здійснення яких впливає на створення та інноваційне оновлення економічної, політичної та соціальної підсистем соціально-економічного розвитку, що впливає на формування позиції України у світових рейтингах держав.

Постійний збір, узагальнення та аналіз даних стосовно соціально-економічного розвитку країни необхідний для забезпечення можливості прий-

няття та виконання ефективних рішень на рівні державного управління. Важливо дотримуватися вимог до процесів збору, узагальнення та аналізу інформації, а саме: інформація повинна бути достовірною, точною, співставною та своєчасною, а у процесі узагальнення та аналізу необхідно постійно застосовувати елементи аналітичного та логічного контролю даних та результатів аналізу. Аналітичний контроль повинен забезпечувати перевірку аналітичних (арифметичних) операцій, а логічний повинен забезпечувати логічне або ек-

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8919-2114>

пертне порівняння результатів збору та аналізу інформації. Починаючи з етапу збору інформації, необхідно чітко дотримуватися цілей дослідження. Доцільно обмежуватися чітко виокремленою системою показників сформованою у відповідності до мети дослідження. Всі попередньо перераховані вимоги забезпечують релевантність інформаційного середовища, яка пояснюється відповідністю результатів дослідження бажаному результату або перш початково поставленим цілям.

Моніторинг соціально-економічного стану України являється об'єктом досліджень багатьох науковців, працівників міністерств і відомств тощо. Проте, імплементація європейських та світових норм господарювання, зміни інституційної структури та правового забезпечення, адміністративно-територіальні трансформації та процеси децентралізації викликають необхідність формування нових підходів щодо дослідження показників соціально-економічного розвитку, які дали б можливість управляти, контролювати, прогнозувати, визначати величину впливу трансформаційних процесів на соціально-економічний розвиток України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у вивчення сучасного стану та тенденцій розвитку національної економіки України досліджено вітчизняними ученими, а саме Григор'єв Г.С., Косолапов В.Л., Колосов В.Є., Крамаренко І.С., Куцин І.М., Кириченко К.І., Іртищева І.О., Стройко Т.В., Стегней М.І., Сушко К.В., Морозов А.О., Федоренко В.Г., Чернова О.В. та інші. Однак постійні структурні трансформації потребують модернізації процесу моніторингу сучасного стану та тенденцій розвитку національної економіки України.

Постановка завдання. Метою статті є проведення моніторингу сучасного стану та тенденцій розвитку національної економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Дослідження або моніторинг соціально-економічного розвитку полягає у безперервному та послідовному стеженні за соціально-економічними явищами і процесами та виявленні їх тенденцій зміни. Як і будь-яке дослідження, моніторинг соціально-економічного розвитку починається із процесів збору інформації або «сканування» характеристик об'єкту дослідження, що дає підстави вчасно виявити відхилення від планових показників [1].

Погоджуємося з думкою науковців, що «моніторинг у сучасних умовах виступає обов'язковим елементом системи управління від мікро– до макрорівня та забезпечує апарат управління необхідною інформацією для прийняття відповідних рішень, особливо враховуючи умови глобалізації національної економіки. Ефективність системи державного регулювання залежить від об'єктивної, неупередженої та своєчасної інформації щодо стану внутрішнього та зовнішнього

середовища, основні чинники якого мають відповідний вплив на національну економіку» [2].

У межах нашого дослідження трансформації національної економіки на засадах дизайн-менеджменту моніторинг сучасного стану та тенденцій розвитку національної економіки України можливо здійснювати у двох напрямках:

1) напрямок глобального виміру, що визначає роль та місце України на міжнародній арені у порівнянні із іншими країнами Європейського союзу та світу;

2) напрямок внутрішньо-національного виміру, що характеризує закономірності і тенденції розвитку макроекономічних показників та дає підстави для визначення прогнозів і напрямків подальшого розвитку.

Участь України у глобальному рейтингуванні дає можливість отримати зовнішню відносно незалежну оцінку та порівняльну характеристику соціально-економічного розвитку, на підставі чого можливо формувати першочергові завдання та визначати перспективи розвитку. В першу чергу участь у міжнародних рейтингах важлива і корисна для самої України [3].

З метою висвітлення, осмислення та узгодження соціально-економічного розвитку країн світу формується та визначається багато міжнародних рейтингів країн, серед яких:

1. Індекс людського розвитку (ІЛР, англ. Human Development Index), який визначається представниками ООН та відображає рівень життя населення, ступінь задоволення потреб та дотримання прав людей. Основними незмінними складовими даного індексу є добробут населення, тривалість життя та освіта. У 2018 році Україна зайняла 88-му позицію рейтингу ІЛР, що на шість рівнів нижче відповідної позиції України у 2014 році. У 2019 році Україна посіла 88 позицію рейтингу ІЛР із загальної кількості 189 країн, що потрапили до рейтингу. «Збільшилася середня очікувана тривалість життя при народженні та середня кількість років навчання в школі, проте рівень життя в Україні досі низький» [4].

2. Глобальний індекс конкурентоспроможності (ГІК, англ. The Global Competitiveness Index), який визначається експертами Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) на підставі даних статистичних органів держав світу та із врахуванням відповідей респондентів, якими є керівники підприємств та установ. За рейтингом ГІК Україна у 2018 році посіла 83 позицію, що на 3 рівні краще ніж позиція України у відповідному рейтингу ГІК за 2017 рік та на 5 рівнів краще ніж позиція за 2014 рік. В 2019 році за рівнем ГІК Україна втратила ще дві позиції і опинилася на 85 рівні. За даними Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» [5] за підсумками реформ 2020 року, Україна увійде до 40 перших держав світу рейтингу ГІК.

3. Індекс процвітання країн світу (ІП, англ. The Legatum Prosperity Index), який визначається британським Інститутом Legatum на основі даних досліджень, аналітичних звітів та результатів опитування по дев'яти категоріям: економіка, бізнес, уряд, освіта, здоров'я, безпека, свобода, соціальний капітал, екологія [6]. У 2018 році за рейтингом ІП Україна зайняла 70 позицію серед 149 країн світу, а у 2019 році опустилася аж на 96 місце із 167 країн світу. Згідно рейтингу ІП за 2019 рік «сильні сторони України – освіта (37 місце) та умови життя (69 місце), а слабкі – соціальний капітал, тобто міжособистісна довіра та довіра до інституцій (148 місце) та особиста безпека (145 місце)» [7].

4. Індекс легкості ведення бізнесу (ІЛБ, англ. Ease of Doing Business Index), який визначається Світовим банком та характеризує рівень простоти та комфортності ведення підприємницької діяльності в різних країнах. Для України ІЛБ у 2014 році відповідав 116 позиції серед країн світу, у 2018 році – 79 позиції, а у 2019 році – 64 позиції. За останній рік «покращились показники у 5 з 10 індикаторів, але у трьох категоріях вони не змінилися, а ситуація з податками та банкрутствами навіть погіршилася» [8].

5. Індекс соціального розвитку (ІСР, англ. Social progress imperative), який визначається

міжнародною компанією «Імператив соціального прогресу» із офісом розташованим у Вашингтоні та «дозволяє дати цілісну оцінку розвитку суспільства та визначити пріоритети для подальшого розвитку держави. Він базується на оцінці трьох основних напрямів: задоволення базових потреб, основи добробуту та можливості, використовуючи для цього 52 окремих показники. Кожен з них оцінюється як в абсолютних значеннях, так і у відносних – шляхом порівняння рівня розвитку країн із однаковим рівнем ВВП» [9; 10].

Таким чином, у системі міжнародних рейтингів країн можна виділити дві основні групи індексів: економічні (ГК, ІП, ІЛБ) та соціальні (ІЛР, ІСР). Важко провести чітку межу між цими двома групами індексів, адже їх компоненти часто стосуються як економічної, так і соціальної сфери. Групування основних індексів міжнародних рейтингів країн представлено на рисунку 1.

За останні п'ять років дослідження, у більшості світових рейтингів Україна погіршила свої позиції. Виключення становить індекс легкості ведення бізнесу, за яким відбулося покращення рейтингу України на 52 позиції у 2019 році порівняно із 2014 роком (рис. 2)

Таким чином, у світовому порівнянні можна констатувати погіршення соціально-економічної ситуа-



Рис. 1. Групування основних індексів міжнародних рейтингів

Джерело: узагальнено автором на підставі [5–10]

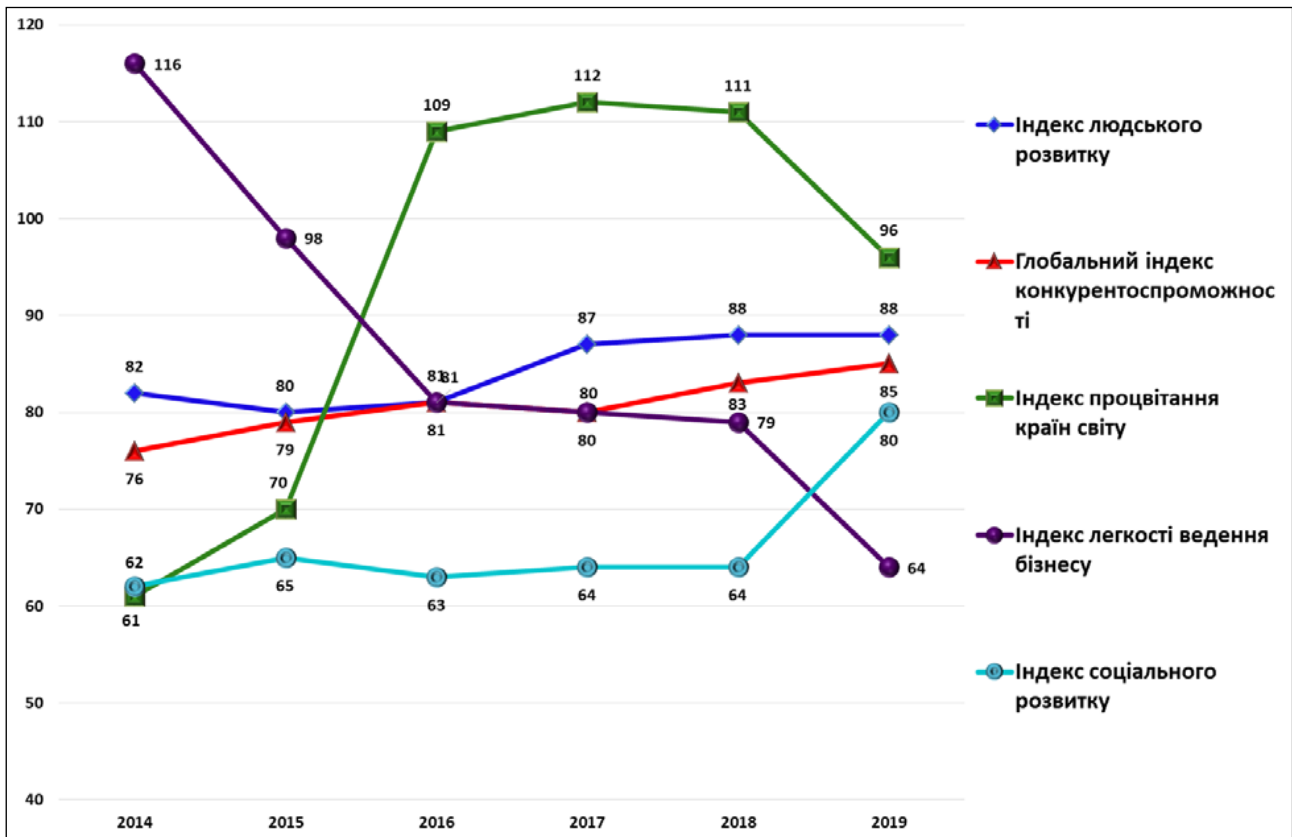


Рис. 2. Україна у світових рейтингах

Джерело: побудовано за даними [11]

ції в Україні за виключенням умов ведення бізнесу. Кириченко К.І. стверджує, що «для нашої країни їх абсолютні значення свідчать тільки про низький рівень розвитку економіки, соціальної незахищеності населення та непрозорості політичних процесів. У той же час основна роль міжнародних рейтингів та індексів для України повинна проявитись у характеристиці позитивних зрушень у державі й ефективності проведених реформ, а також підвищенні відповідальності перед світовою спільнотою вітчизняних органів державної влади. Це можливо досягти завдяки поступовому покращенню позицій України в межах всіх аналізованих міжнародних рейтингів та індексів, що, своєю чергою, повинно відбуватись завдяки переходу України на модель стійкого зростання. Водночас високий рівень ефективності реформ в Україні повинен досягатись тільки за рахунок трансекторального соціо-економіко-політичного взаємозв'язку» [12, с. 25].

Надію на покращення позицій України у світових рейтингах пов'язують не тільки із переходом до моделі стійкого зростання, а із переходом до виконання Стратегії сталого розвитку «Україна–2020», мета якої «впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі», проектом Стратегії сталого розвитку України до 2030 та Цілями Сталого Розвитку [5; 13].

На покращення сприйняття України світовою спільнотою позитивно впливають окремі державні реформи та програми розвитку України, що спрямовані на дерегуляцію та розвиток підприємництва, оновлення влади, коригування судової та правоохоронної систем, децентралізацію управління та фінансових потоків, формування обслуговуючої функції фіскальних органів, створення орієнтованої на пацієнта системи охорони здоров'я, забезпечення енергетичної безпеки та популяризації України у світі.

Не применшуючи важливість всіх реформ та програм розвитку, як відбуваються в Україні, основною реформою можливо вважати децентралізацію, початок якої пов'язують із схваленням 01 квітня 2014 року Концепції реформування територіальної влади та місцевого самоврядування в Україні [14]. «Метою політики у сфері децентралізації були визначені:

- відхід від централізованої моделі управління в державі,
- забезпечення спроможності місцевого самоврядування та побудова ефективної системи територіальної організації влади в Україні,
- реалізація у повній мірі положень Європейської хартії місцевого самоврядування, принципів субсидіарності, повсюдності і фінансової самодостатності місцевого самоврядування» [15].

Складність соціально-економічного розвитку України періоду реформ децентралізації посилилася за рахунок початку військових подій на сході та анексією Криму, адже відбулася втрата частини економічного потенціалу, знищення частини інфраструктурного забезпечення, порушення балансу виробництва і споживання і як результат – фінансова криза.

Згідно даних Міністерства фінансів України та Державної служби статистики України (табл. 1), за період 2014-2019 роки спостерігається позитивна динаміка зростання основних макроекономічних показників. Зокрема ВВП збільшився на 2387,70 млрд дол. або на 150%, темп його зростання становить 2,5 рази. В середньому з кожним роком за досліджуваний період рівень ВВП збільшувався на 477,54 млрд дол. або на 20%. Прямі іноземні інвестиції збільшилися за досліджуваний період на 2,69 млрд дол. або на 656,1%, темп їх зростання становить 7,56 рази. В середньому з кожним роком за досліджуваний період рівень прямих іноземних інвестицій збільшувався на 0,538 млрд дол. або на 49,9%. Капітальні інвестиції збільшилися за досліджуваний період на 159,8 млрд грн або на 72,83%, темп їх зростання становить 1,7283 рази. В середньому з кожним роком за досліджуваний період рівень капітальних інвестицій збільшувався на 31,96 млрд грн або на 11,6%. Експорт товарів збільшився за досліджуваний період на 139,7 млн дол. або на 27,6%, темп його зростання становить 1,276 рази. В середньому з кожним роком за досліджуваний період рівень експорту товарів збільшувався на 27,94 млн дол. або на 5%. А імпорт товарів збільшився 94,7 млн дол. або на 20,5%. В середньому з кожним роком за досліджуваний період рівень імпорту товарів збільшувався на 18,94 млн дол. або на 4%.

Таким чином, аналіз динаміки основних макроекономічних показників дозволив зробити висновок про закономірність або тенденції їх зміни та

визначити прогностичні значення на підставі отриманих ліній трендів. За досліджуваний період 2014-2019 роки валовий внутрішній продукт України демонстрував поступове зростання, і можливо передбачити, що на кінець 2020 року його значення буде 4472 млрд грн. Динаміка прямих іноземних інвестицій за досліджуваний період демонструє коливання, найнижчий рівень прямих іноземних інвестицій був у 2014 році і становив 0,41 млрд дол. США, що може бути пов'язано із початком військових дій на сході країни, найвищий рівень іноземних інвестицій спостерігався у 2016 році і становив 3,3 млрд дол. США, даного значення не вдалося досягти до кінця 2019 року. Проте, врахування всіх коливань потоків прямих іноземних інвестицій в Україну дало можливість передбачити, що на кінець 2020 року їх значення буде 3,5 млрд дол. США. Коливання експорту та імпорту України за 2014-2019 роки було не настільки суттєвим як розмір прямих іноземних інвестицій, що дало можливість з більшим рівнем достовірності передбачити, що на кінець 2020 року їх значення буде відповідно: експорт в розмірі 652,1 млрд дол. США, а імпорт в розмірі 561,6 млрд дол. США.

Висновки з проведеного дослідження. Визначено, що імплементація європейських та світових норм господарювання, зміни інституційної структури та правового забезпечення, адміністративно-територіальні трансформації та процеси децентралізації викликають необхідність формування нових підходів щодо дослідження показників соціально-економічного розвитку, які дали б можливість управляти, контролювати, прогнозувати, визначити величину впливу трансформаційних процесів на соціально-економічний розвиток України.

Визначено, що глобальний вимір напрямку дослідження трансформації національної економіки на засадах дизайн-менеджменту пов'язаний із моніторингом сучасного стану та тенденцій розвитку національної економіки України визна-

Таблиця 1

Динаміка основних макроекономічних показників

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютний приріст 2019-2014	Темп зростання 2019/2014	Темп приросту 2019/2014, %
ВВП у фактичних цінах, млрд.грн	1586,9	1988,5	2385,4	2983,9	3560,6	3974,6	2387,70	2,50	150,0
Прямі іноземні інвестиції, млрд дол.	0,41	3,0	3,3	2,2	2,4	3,1	2,69	7,5609756	656,09756
Капітальні інвестиції у фактичних цінах, млрд.грн	219,4	273,1	359,2	448,5	578,7	379,2	159,8	1,72835	72,835005
Експорт товарів, млн дол. США	506,3	401,6	318,7	467,6	638,2	646,0	139,7	1,2759234	27,592337
Імпорт товарів, млн дол. США	347,0	259,3	331,9	414,3	446,6	556,3	94,7	1,205156	20,5156

Джерело: складено за даними Міністерства фінансів України, Державної служби статистики України та Світової бази даних вартості бренду Brand Finance [16; 17]

чає роль та місце України на міжнародній арені у порівнянні із іншими країнами Європейського союзу та світу. За останні п'ять років дослідження, у більшості світових рейтингів Україна погіршила свої позиції. Виключення становить індекс легкості ведення бізнесу, за яким відбулося покращення рейтингу України на 52 позиції у 2019 році порівняно із 2014 роком. Участь України у глобальному рейтингуванні дає можливість отримати зовнішню відносно незалежну оцінку та порівняльну характеристику соціально-економічного розвитку, на підставі чого можливо формувати першочергові завдання та визначати перспективи розвитку.

Визначено, що внутрішньо-національний вимір напрямку дослідження трансформації національної економіки на засадах дизайн-менеджменту передбачає моніторинг сучасного стану та тенденцій розвитку національної економіки України характеризує закономірності і тенденції розвитку макроекономічних показників та дає підстави для визначення прогнозів і напрямків подальшого розвитку. Складність соціально-економічного розвитку України періоду реформ децентралізації посилилася за рахунок початку військових подій на сході та анексією Криму, адже відбулася втрата частини економічного потенціалу, знищення частини інфраструктурного забезпечення, порушення балансу виробництва і споживання і як результат – фінансова криза. аналіз динаміки основних макроекономічних показників дозволив зробити висновок про закономірність або тенденції їх зміни та визначити прогнозні значення на підставі отриманих ліній трендів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Морозов А. О., Косолапов В. Л., Колосов В. Є. Інформаційне і аналітичне забезпечення системи моніторингу. *Наук.-техн. інформація*. 2002. № 3. С. 18-23.
2. Григор'єв Г.С. Фінансово-економічний моніторинг в системі державного регулювання національної економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 18. Частина 1. 2016. С. 60–65.
3. Чернова О.В., Сушко К.В. Місце України у глобальних економічних рейтингах. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 110–114.
4. Україна посередині рейтингу в Доповіді ПРООН про стан людського розвитку за 2019 р. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2019/ukraine-ranks-mid-table-in-undps-2019-human-development-report.html>
5. Указ Президента України Про Стратегію сталого розвитку "Україна – 2020". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text>
6. Індекс процвітання. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Індекс_процвітання
7. Україна посіла 96 місце у світовому рейтингу процвітання. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/11/26/654129/>

8. Рейтинг Doing Business. Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2805261-rejting-doing-business-so-robiti-sob-naresti-obignati-bilorus.html>

9. Social progress imperative. URL: <https://www.socialprogress.org>

10. Індекс соціального розвитку. Сайт компанії Делойт. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/footerlinks/newsroom/deloitte-research/social-progress-index.html>

11. Український інститут аналізу і менеджменту політики. URL: https://uiamp.org.ua/ukrayina-v-mizhnarodnih-reytingah?fbclid=IwAR0yFEhMYxGvXi-5IFsdSukhJUnx-Fm7IIKYk1f89wCf_k8kpdFhFetIpus

12. Кириченко К.І. Міжнародні рейтинги й індекси в системі оцінювання рівня соціальних, економічних і політичних трансформацій в Україні. *Управління розвитком*. 2017. №1-2. С. 18-26.

13. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Національна доповідь 2017. URL: http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf

14. Про схвалення Концепції реформування територіальної влади та місцевого самоврядування в Україні: розпорядження КМУ від 01 квітня 2014 року №333-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text>

15. Децентралізація влади: порядок денний на середньострокову перспективу: аналітична доповідь. Національний інститут стратегічних досліджень. Київ, 2019.

16. Прямі іноземні інвестиції в Україну. Міністерства фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/>

17. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

18. Іртіщева І.О., Крамаренко І.С. Інвестиційна привабливість економіки: міжрегіональні асиметрії. *Регіональна економіка*. 2014. № 2(72). С. 84–95.

19. Irtyshcheva Inna, Kramarenko Iryna, Shults Svitlana, Boiko Yevheniia, Blishchuk Kateryna, Hryshyna Nataliya, Popadynets Nazariy, Dubynska Iryna, Ishchenko Olena and Krapyvina Daria. Building favorable investment climate for economic development. *Accounting*. 2020. Volume 6 Number 5. Pp. 773–780.

20. Kramarenko Iryna, Irtyshcheva Inna, Shults Svitlana, Stegney Marianna, Blishchuk Kateryna, Yevheniia Boiko, Nazariy Popadynets, Nataliya Samotiy, Lida Rogatina and Nataliya Hryshyna. An economic management system for sustainable development in black sea region. *Accounting*. 2020. Volume 6. Number 4. Pp. 387–394.

REFERENCES:

1. Morozov, A.A., Kosolapov, V.L. and Kolosov, V.E. (2002) Informacijne i analitychne zabezpechennja systemy monitoryngu [Information and analytical support of the monitoring system]. *Scientific and technical information*, no. 3, pp. 18–23.
2. Grigoriev, G.S. (2016) Finansovo-ekonomichnyj monitoryng v systemi derzhavnogo reguljuvannja nacional'noi' ekonomiky [Financial and economic monitoring in the system of state regulation of the national economy], *Scientific Bulletin of Kherson State University*, no. 18, part 1, pp. 60–65.

3. Chernova, O.V. and Sushko, K.V. (2017) Misce Ukraïny u global'nyh ekonomichnyh rejtyngah [Ukraine's place in global economic rankings]. *Economy and society*, no. 9, pp. 110–114.
4. Ukraïna poseredyni rejtyngu v Dopovidi PROON pro stan ljuds'kogo rozvytku za 2019 r [Ukraine in the middle of the ranking in the UNDP Report on the state of human development for 2019]. Available at: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2019/ukraine-ranks-mid-table-in-undps-2019-human-development-report.html> (accessed 01 June 2020).
5. Ukaz Prezydenta Ukrainy Pro Stratehiiu staloho rozvytku "Ukraina – 2020". Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text>
6. Indeks procvitannja [Prosperity index]. From Wikipedia, the free encyclopedia. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Index_of_prosperit (accessed 01 June 2020).
7. Ukraïna posila 96 misce u svitovomu rejtyngu procvitannja [Ukraine ranked 96th in the world ranking of prosperity]. Economic truth. Available at: <https://www.althoughda.com.ua/news/2019/11/26/654129/> (Accessed 01 June 2020).
8. Rejtyng Doing Busines [Doing Busines Rating. Ukrinform]. Multimedia platform of foreign broadcasting of Ukraine. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2805261-rejting-doing-business-so-roboti-sob-naresti-obignati-bilorus.html> (accessed 01 June 2020).
9. Social progress imperative [Social progress imperative]. Available at: <https://www.socialprogress.org> (accessed 01 June 2020).
10. Indeks social'nogo rozvytku [Index of social development]. Deloitte website, available at: <https://www2.deloitte.com/en/en/footerlinks/newsroom/deloitte-research/social-progress-index.html> (accessed 01 June 2020).
11. Ukraïns'kyj instytut analizu i menedzhmentu polityky [Ukrainian Institute for Policy Analysis and Management]. Available at: https://uiamp.org.ua/ukrayina-v-mizhnarodnih-rejtyngah?fbclid=IwAR0yFEhMYxGvXi-5IFsdSukhJUnx-Fm7IIKYk1f89wCf_k8kpdFhFetlpus (accessed 01 June 2020).
12. Kirichenko, K.I. (2017) Mizhnarodni rejtyngy j indeksy v systemi ocinjuvannja rivnja social'nyh, ekonomichnyh i politychnyh transformacij v Ukraïni [International ratings and indices in the system of assessing the level of social, economic and political transformations in Ukraine]. *Development management*, no. 1-2, pp. 18–26.
13. Cili Stalogo Rozvytku: Ukraïna. Nacional'na dopovid' 2017 [Sustainable Development Goals: Ukraine]. National Report 2017. Available at: http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf (accessed 01 June 2020).
14. Pro shvalennja Konceptii' reformuvannja terytorial'noi' vlady ta miscevogo samovrjaduvannja v Ukraïni [On approval of the Concept of reforming territorial power and local self-government in Ukraine]. Order of the Cabinet of Ministers of April 1, 2014 № 333-r. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text> (accessed 01 June 2020).
15. Decentralizacija vlady: porjadok dennyj na seredn'ostrokovu perspektyvu: analitychna dopovid' [Decentralization of power: the agenda for the medium term: an analytical report] (2019). National Institute for Strategic Studies. Kyiv, Ukraine.
16. Prjami inozemni investycii' v Ukraïnu [Foreign direct investment in Ukraine]. Ministry of Finance of Ukraine. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/> (accessed 01 June 2020).
17. Derzhavna sluzhba statystyky [State Statistics Service]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 01 June 2020).
18. Irtyshcheva, I.O. and Kramarenko, I.S. (2014) Investycijna pryvablyvist' ekonomiky: mizhregional'ni asymetrii' [Investment attractiveness of the economy: interregional asymmetries]. *Regional economy*, no. 2(72), pp. 84–95.
19. Irtyshcheva Inna, Kramarenko Iryna, Shults Svitlana, Boiko Yevheniia, Blishchuk Kateryna, Hryshyna Nataliya, Popadynets Nazariy, Dubynska Iryna, Ishchenko Olena and Krapyvina Daria (2020) Building favorable investment climate for economic development. *Accounting*, volume 6, number 5, pp. 773–780.
20. Kramarenko Iryna, Irtyshcheva Inna, Shults Svitlana, Stegney Marianna, Blishchuk Kateryna, Yevheniia Boiko, Nazariy Popadynetsc, Nataliya Samotiy, Lida Rogatina and Nataliya Hryshyna (2020) An economic management system for sustainable development in the black sea region. *Accounting*, vol. 6, number 4, pp. 387–394.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ПРОТИДІЇ COVID-19
ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE IN CONDITIONS
OF COUNTERACTION OF COVID-19

У статті досліджується низка ризиків економічної безпеки України, зумовлених поширенням COVID-19, які в міру продовження карантинних обмежень економічної діяльності можуть спричинити руйнівні наслідки. Висока невизначеність перебігу епідемічної ситуації та нагромадження негативних наслідків дії заходів, запроваджених у відповідь на COVID-19 в Україні, на тлі поглиблення світової рецесії, спричиненої заходами протиепідемічної безпеки, потребують зміни моделі державного реагування на відповідні виклики економічній безпеці. В умовах обмежених фінансових та економічних ресурсів можливості надання прямої державної допомоги в Україні суттєво звужені. Водночас передумовами підвищення економічної стійкості в період подолання наслідків коронакризи виступає оперативне впровадження правових та регуляторних змін, скерованих на забезпечення економічного перезавантаження та відновлення зростання, збільшення непрямої державної підтримки та застосування організаційно-економічних механізмів зниження негативних економічних наслідків. Зниження загроз економічній безпеці, забезпечення економічної стійкості та захисту економічних інтересів держави залежать від швидкості економічного перезавантаження, яке має бути засноване на всебічному аналізі та врахуванні ризиків.

Ключові слова: економічна безпека держави, коронакриза, ризики економічній безпеці, економічні наслідки COVID-19, економічне відновлення, стійкість економіки.

В статті исследуется ряд рисков экономической безопасности Украины, обусловленных распространением COVID-19, которые

по мере пролонгирования карантинных ограничений экономической деятельности могут вызвать разрушительные последствия. Высокая неопределенность протекания эпидемической ситуации и накопление негативных последствий от воздействия мер, введенных в ответ на COVID-19 в Украине, на фоне углубления мировой рецессии, вызванной мерами противозидемической безопасности, требуют изменения модели государственного реагирования на соответствующие вызовы экономической безопасности. В условиях ограниченных финансовых и экономических ресурсов возможности предоставления прямой государственной помощи в Украине существенно сужены. В то же время предпосылками повышения экономической устойчивости в период преодоления последствий коронакризиса выступают: оперативное внедрение правовых и регуляторных изменений, направленных на обеспечение экономического роста, увеличение непрямої государственной поддержки и внедрение организационно-экономических механизмов по снижению негативных экономических последствий. Снижение угроз экономической безопасности, обеспечение экономической устойчивости и защиты экономических интересов государства зависят от скорости экономической перезагрузки и должны быть основаны на всестороннем анализе и учете рисков.

Ключевые слова: экономическая безопасность государства, коронакризис, риски экономической безопасности, экономические последствия COVID-19, экономическое восстановление, стойкость экономики.

УДК 338.2:351.863.3

<https://doi.org/10.32843/bses.54-5>

Базиліук Я.Б.

к.е.н., доцент, завідувачка відділу економічної стратегії

Національний інститут стратегічних досліджень

Bazyliuk Yaroslava

National Institute for Strategic Studies

The article examines a range of the risks to Ukraine's economic security caused by COVID-19, which can lead to devastating consequences as quarantine restrictions on economic activity continue. The high level uncertainty of the epidemic situation and the accumulation of negative consequences of the measures implemented in response to COVID-19 in Ukraine, amid the deepening global recession caused by anti-epidemic measures, require a change in the model of state response to economic security challenges. Given the limited financial and economic resources, the possibilities for providing direct state aid in Ukraine are significantly narrowed. The key risks to the economic security of the state should be identified as: (i) significant burden on the State Budget with a significant reduction in its revenues, limited ability to maintain exchange rate stability, public debt service in the face of deteriorating prospects for new borrowing; (ii) a significant increase of debt obligations of government agencies in the structure of receivables; (iii) critical accumulation of debts for housing services. The prerequisites for increasing economic stability in the period of overcoming the effects of the coronavirus crisis are the prompt implementation of legal and regulatory changes aimed at ensuring economic reset and resumption of growth, increasing indirect government support and organizational and economic mechanisms to reduce negative economic consequences. The Government's action platform should focus on priorities: consolidating the nation's efforts to counter COVID-19 (even distribution of the pandemic burden, prioritizing budget expenditures to protect the lives of Ukrainian citizens); application of digital solutions to promote the development of the digital economy and the development of online business processes; mobilization of cooperation and support of business, as well as - deepening of international trade. Reducing threats to economic security, ensuring economic stability and protecting the economic interests of the state depend on the speed of economic reset, which should be based on a comprehensive analysis and consideration of risks.

Key words: economic security of the state, coronavirus crisis, risks to economic security, economic consequences of COVID-19, economic recovery, economic resilience.

Постановка проблеми. Збереження тривалого тренду волатильних та низьких темпів економічного зростання істотно посилює ризики для економічної безпеки України.

В умовах запровадження заходів протидії поширенню пандемії COVID-19 в Україні та світі ці ризики набули нового виміру і

можуть спричинити утворення негативних економічних ефектів та руйнівних наслідків. Це актуалізує потребу переосмислення ризиків економічної безпеці України в умовах пандемії COVID-19 та потребує реорганізації заходів із підвищення економічної стійкості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженнями феномену трансмісії пандемії COVID-19 та, відповідно, медичної кризи на економіку, його впливу на трансформацію бізнесу та моделі соціально-економічного розвитку, а також нагромадження специфічних економічних ефектів і ризиків опікується багато провідних учених, авторитетних фахових організацій, урядових структур, а також експертів, серед яких відзначаються дослідження експертів Групи Світового банку [1], Мс. Kinsey [2], Р. Болдвіна, Б. Ведер ді Мадуро [3], С. Бейкера, Н. Блума, С. Девіса, С. Террі [4], ОЕСР [5], МВФ [6].

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення специфічних ризиків та викликів економічної безпеці України в умовах COVID-19 та організаційно-економічних механізмів їх подолання.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Медична невизначеність та безпрецедентність заходів у відповідь на пандемію COVID-19, а також трансформації всіх сфер суспільного життя дають змогу визначити COVID-19 феноменом, який кардинально перетворить архітектуру та ландшафт глобальної та національних економік.

Підстави так стверджувати засновуються на прогнозованій *наймасштабнішій та найглибшій світовій економічній рецесії з часів Другої світової війни* та, відповідно, найбільшому згортанні виробництва товарів і послуг у кожній країні, а також історичному з 1965 р. підвищенні пікового рівня безробіття. Очікується, що вихід із рецесії буде уповільненим та проблематичним, внаслідок чого зміниться структура попиту, а корекція виробництва кардинально змінить конкуренцію на багатьох ринках. При цьому, за очікуваними розрахунками провідних економістів Світового банку, спад ВВП на душу населення у багатьох країнах світу досягне історичного максимуму з 1870 р. [7].

Для України, за прогнозами експертів Групи Світового банку [1, с. 100] та згідно з квітневим оглядом МВФ [8], карантинні заходи в Україні призведуть до зниження ВВП на рівні -3,5–7,7%. У червневому звіті МВФ погіршив прогнози розвитку світової економіки у 2020 р. до -4,9 (-3,0% у квітневому прогнозі 2020 р.), у т. ч. США – -8,0% (-5,9%), Японії – -6,8% (-5,2%), Великобританії – -10,2% (-6,5%), РФ – -6,6% (-5,5%), країн Єврозони – -10,2% (-7,5%) тощо (рис. 1).

Водночас висока невизначеність перебігу COVID-19 та очікування другої хвилі не дають змоги вважати такі оцінки остаточними, а настання додаткових несприятливих подій може ще знизити ключові показники соціально-економічного розвитку країн.

Ця криза відрізняється також і масштабами залучення державної допомоги на її подолання. Порівняно з останньою світовою фінансовою кризою 2008 р. урядами багатьох країн демонструється значно більша готовність фінансувати компенсаційні заходи подолання наслідків COVID-19 та підтримки ділової активності й зайнятості. Так, за оцінками McKinsey [2, с. 37], для країн G20 сукупно обсяги фіскальних пакетів стимулювання економіки втричі перевищили відповідну позначку 2008 р. та становили 11,4% ВВП країн G20 проти 3,5% відповідно. Показово, що окремі країни такі пакети відносно останньої світової кризи кардинально збільшили підтримку, зокрема Німеччина – у 8,3 рази (з 3,5% ВВП у 2008 р. до 33,0% ВВП у 2020 р.), Японія – у 9,1 рази (з 2,2% ВВП до 21,0% ВВП), Великобританія – з 1,5% до 14,5 % ВВП та США – у 2,4 рази (з 2,8% ВВП до 12,1% ВВП відповідно). При цьому центральними регуляторами відповідних країн підготовлено кредитні лінії та понижено значення процентних ставок до нульових. Система державних фінансів України має суттєво меншу спроможність і повинна функціонувати в умовах критично раціонального використання ресурсів.

І хоча з другого півріччя у світі та Україні з обережним оптимізмом прогнозується економічна відлига, більшість експертів схиляється до визначення вкрай

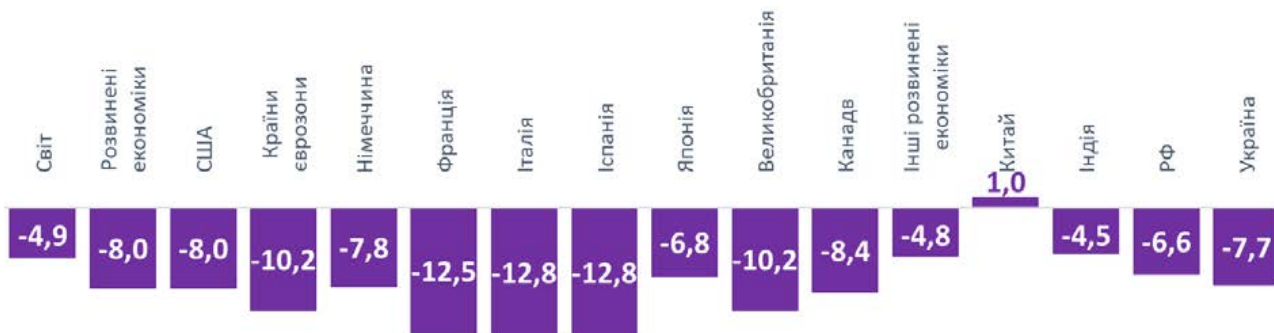


Рис. 1. Прогноз зміни річного реального ВВП у 2020 р. окремих країн та України, %

Джерело: МВФ, червень 2020 р.

помірних можливостей щодо швидкого перезавантаження економічного зростання. За оцінками МВФ, у 2020 р. номінальний ВВП України буде майже співставний із 2014 р., а купівельна спроможність населення знизиться щонайменше на 7,4% відносно 2019 р. (рис. 2). Для України відносно сприятливі умови економічного зростання у 2020 р. можуть скластися через високий світовий попит на продукцію АПК, зниження цін на імпортовані енергетичні товари за умов продовження структурних реформ у співпраці з міжнародними партнерами. Ситуація дещо поліпшиться у 2021 р., водночас такі темпи економічного відновлення все одно залишатимуть Україну серед незаможних країн Європи.

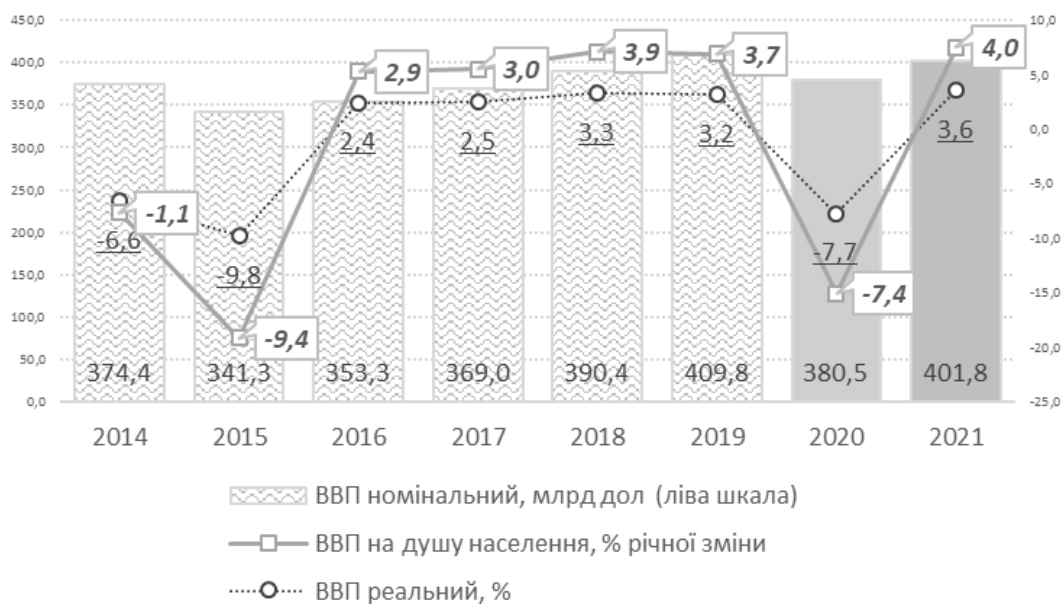
Попри невизначеність перебігу пандемії COVID-19 та ймовірність настання другої хвилі захворювання, у короткостроковому періоді слід очікувати погіршення параметрів соціально-економічного розвитку на тлі зниження ділової активності у світі та відповідного зниження цін на основні біржові товари, збоїв у регіональних ланцюгах поставок, скорочення туристичних потоків та пасажирських перевезень, а також звуження експортних ринків. За оцінками Групи Світового банку, найбільший негативний вплив коронакризи в Україні позначиться на доходах та споживанні, зумовлених, поміж іншого, і зниженням грошових переказів від трудових мігрантів через посилення карантинних заходів і певне ослаблення економічної активності у Польщі та інших країнах ЄС. Пролонгація карантину в Україні збільшить вторинні негативні наслідки, як то: збільшення кількості звільнень, закриття і банкрутства бізнесу, а також зниження ліквідності та якості активів у банках.

Поширення COVID-19 та запровадження заходів у відповідь, насамперед, на обмеження певних видів економічної діяльності зумовили в Україні підвищення низки ризиків економічної безпеки для різних суб'єктів економіки. У міру продовження карантину їхня дія і надалі буде посилюватися. Зокрема, найбільш уразливими для економічної безпеки громадян ризиками будуть:

- зупинка внаслідок карантину окремих видів діяльності і звільнення зайнятих там працівників (первинні ефекти), примусове відправлення працюючих у безоплатні відпустки, переведення на понижену оплату праці, що зумовлює певну втрату доходу;
- ланцюгове звільнення працівників через скорочення попиту (вторинні ефекти);
- скорочення додаткових джерел життєзабезпечення і критичне зниження доходів значної частини домогосподарств;
- фізична і/або фінансова недоступність для більшості населення критично важливих товарів та послуг, насамперед медикаментів, продуктів харчування та засобів протівірусного призначення, що ослаблює імунітет і посилює ймовірність розширення захворюваності.

Ризиками для економічної безпеки корпоративного сектору та малих і середніх підприємств слід визначити:

- втрату ринків збуту і критичне зниження доходів;
- порушення традиційних ланцюгів постачання і зумовлений цим дефіцит необхідних матеріалів та комплектуючих;
- ускладнення транспортування працівників на роботу, зростання непередбачених на це транспортних витрат;



Примітка: 2020–2021 рр. – прогноз

Рис. 2. Динаміка ВВП України у 2014–2021 рр., млрд дол. та % річної зміни

Джерело: МВФ, квітень 2020 р.

– погіршення фінансового стану підприємств, збільшення дебіторської та кредиторської заборгованості, нестача обігових коштів;

– посилення рейдерської активності: збільшення кількості випадків захоплення або заволодіння активів та/або корпоративних прав юридичної особи, у тому числі з використанням незаконних методів і засобів;

– недоброчесна реорганізація структури виробництва (монополізація): поглинання збанкрутілих компаній та тих, фінансовий стан яких погіршився, підприємствами-монополістами, насамперед вертикально організованими холдингами.

Ризиками для економічної безпеки держави слід визначити:

– суттєве навантаження на державний бюджет за значного скорочення його доходів, обмеженість можливості підтримання стабільності валютного курсу, обслуговування державного боргу за умов погіршення перспективи залучення нових запозичень;

– значне зростання в структурі дебіторської заборгованості частки боргових зобов'язань держустанов;

– критичне нагромадження заборгованості за житлово-комунальні послуги, що ускладнює можливість здійснення планових ремонтних робіт у комунальній сфері й погіршує і без того низький рівень дієздатності інженерних мереж, посилює їх аварійність і вимушені у зв'язку із цим витрати на усунення аварійних ситуацій, що виникають.

Отже, подолання наслідків коронакризи, яка наклалася на вже існуючу промислову стагнацію та економічну рецесію, ознаки яких спостерігалися вже наприкінці 2019 р., потребує застосування більш гнучкої моделі забезпечення економічної безпеки, що поєднує засоби державної фінансової підтримки з організаційно-економічними інструментами. Це дає змогу задіяти та оптимізувати використання децентралізованих ресурсів суб'єктів господарювання та населення через відповідні регуляторні важелі. Необхідними елементами у цьому є запобігання непередбачуваності у впроваджуваних регуляторних та правових змінах, протидія вчиненню корупційних діянь та інших порушень законних інтересів громадян та суб'єктів підприємництва внаслідок обмежень, пов'язаних із карантинном.

У середньостроковому періоді політика забезпечення економічної безпеки в умовах кризи, викликаній поширенням COVID-19, має бути орієнтована на забезпечення стійкого функціонування національної економіки в умовах високих епідемічних ризиків та створення передумов для швидкого економічного відновлення за послаблення протиепідемічних обмежень. Платформа дій уряду має бути зосереджена на пріоритетах: консолідації зусиль нації навколо протидії COVID-19 (рівномірний розподіл пандемічного

тягаря, пріоритет спрямування видатків бюджету на захист життєдіяльності громадян України); застосування цифрових рішень для сприяння розвитку цифрової економіки і розвитку онлайн-бізнес-процесів; мобілізація співпраці та підтримка бізнесу, а також поглиблення міжнародної торгівлі.

У цьому зв'язку уряду доцільно:

– створити антикризовий центр із залученням представників різних груп впливу, де на консолідованій основі прийматимуться рішення щодо забезпечення економічної безпеки у зв'язку з поширенням COVID-19, а також моніторингу виконання заходів залежно від сценарію розвитку епідемічної ситуації;

– у складі цього центру створити моніторингові групи для відслідковування ситуації та оперативного реагування на виникаючі загрози у важливих для економіки сферах (підприємництво, промисловий розвиток, агросектор, зайнятість, розрахунки у банківському секторі, надання комунальних послуг, соціального забезпечення, громадського порядку тощо);

– запровадити ризик-орієнтований підхід до формування заходів щодо запобігання негативним наслідкам порушення економічної безпеки населення, суб'єктів господарювання та держави на основі ухвалення цілісних та узгоджених між собою пакетів заходів;

– актуалізувати та підтримувати доступними засобами національні протоколи та процедури забезпечення безпеки громадян, задіяних у виробничих процесах, які застосовуються залежно від режиму карантину;

– розробити сценарний план дій щодо реалізації концепції економічного розвитку, спрямованої на попередження надмірних збитків залежно від тривалості і глибини обмежень карантинних заходів. Пріоритетними визначити такі сфери: постачання критичного імпорту, ланцюги постачань критично важливих матеріалів та комплектуючих; постачання на підприємства, які мають стратегічне значення для задоволення критично важливого попиту на внутрішньому ринку та експортоутворюючі підприємства;

– в умовах прогнозованого зниження біржових цін на нафту в 2020 р. використати цей ресурс як джерело розширення можливостей суб'єктів економіки, у зв'язку з чим спільно з Антимонопольним комітетом України організувати роботу з моніторингу ринків нафти та газу та дотримання антимонопольного законодавства суб'єктами підприємницької діяльності;

– ініціювати здійснення НКРЕКП разом з іншими зацікавленими сторонами моніторингу стану оплати та якості надання житлово-комунальних послуг, опрацювати заходи щодо контролю над обсягом і вартістю фактично наданих послуг, унеможливлення списання на населення тінювих

витрат у формі неотриманих послуг, обмежити можливість припинення надання послуг унаслідок нарощування заборгованості у зв'язку з погіршенням платоспроможності домогосподарств (під якого, ймовірно, настане у серпні-вересні);

– встановити перелік критично необхідних для економічної безпеки сфер економічної діяльності та підприємств, які не можуть бути обмежені у здійсненні діяльності, та категорій працівників, діяльність яких потребує додаткових процедур та підвищених засобів захисту здоров'я (у тому числі медичного персоналу, сезонних працівників у сільському господарстві та логістиці);

– підготувати на підприємствах державної форми власності плани скорочення непродуктивних витрат, а також оптимізації обмежених виробничих потужностей в умовах перебоїв із постачанням матеріалів та комплектуючих унаслідок порушення логістики, у тому числі на зовнішніх ринках;

– створити та залучити до роботи координаційного органу дорадчу групу з питань цифрових трансформацій для опрацювання спільних підходів та рішень, які дадуть змогу знижувати загрози економічній безпеці на основі сучасних цифрових технологій.

Висновки з проведеного дослідження.

Підтверджено, що специфічні ризики медичної невизначеності, поглиблення цифрового та соціально-економічного розриву з іншими країнами, збільшення нерівності пандемічного навантаження в умовах COVID-19 генерують найбільш істотні загрози економічній безпеці України. Забезпечення національних економічних інтересів полягає у системному аналізі ризиків економічної безпеки та їх урахуванні в ключових програмних документах соціально-економічного розвитку, прискоренні реорганізації бізнес-моделей, розширенні інвестицій у драйвери майбутнього розвитку, пришвидшенні адаптації економічних процесів до цифрових трансформацій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. World Bank. Global Economic Prospects, June 2020. Washington, DC: World Bank. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/> (дата звернення: 02.07.2020).
2. McKinsey & Company. COVID-19: Global health and crises response. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/risk/our%20insights/covid%2019%20implications%20for%20business/covid%2019%20may%2027/covid-19-facts-and-insights-june-1-vf.pdf> (дата звернення: 02.07.2020).
3. Centre for Economic Policy Research. Mitigating the COVID. Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes. Edited by Richard Baldwin and Beatrice Weder di Mauro. URL: <https://voxeu.org/system/files/epublication/COVIDeconomicCrisis.pdf> (дата звернення: 02.07.2020).
4. Scott Baker, Nicholas Bloom, Steven Davis, Stephen Terry. COVID-induced economic uncertainty and its consequences. URL: <https://voxeu.org/article/>

covid-induced-economic-uncertainty-and-its-consequences (дата звернення: 02.07.2020).

5. OECD. Evaluating the initial impact of COVID-19 containment measures on economic activity. URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/evaluating-the-initial-impact-of-covid-19-containment-measures-on-economic-activity-b1f6b68b> (дата звернення: 02.07.2020).

6. IMF. World Economic Outlook Update, June 2020. URL: <https://www.imf.org/~media/Files/Publications/WEO/2020/Update/June/English/WEOENG202006.ashx?la=en> (дата звернення: 02.07.2020).

7. Ayhan Kose, Aka Sugawara. Understanding the depth of the 2020 global recession in 5 charts. JUNE 15, 2020. URL: https://blogs.worldbank.org/opendata/understanding-depth-2020-global-recession-5-charts?cid=EXT_WBBlogTweetableShare_D_EXT (дата звернення: 02.07.2020).

8. IMF World Economic Outlook, April 2020: The Great Lockdown. April 2020. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2020/01/weodata/index.aspx> (дата звернення: 02.07.2020).

REFERENCES:

1. World Bank. Global Economic Prospects, June 2020. Washington, DC: World Bank. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/> (accessed 2 July 2020).
2. McKinsey & Company. COVID-19: Global health and crises response. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/risk/our%20insights/covid%2019%20implications%20for%20business/covid%2019%20may%2027/covid-19-facts-and-insights-june-1-vf.pdf> (accessed 2 July 2020).
3. Centre for Economic Policy Research. Mitigating the COVID. Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes. Edited by Richard Baldwin and Beatrice Weder di Mauro. URL: <https://voxeu.org/system/files/epublication/COVIDeconomicCrisis.pdf> (accessed 2 July 2020).
4. Scott Baker, Nicholas Bloom, Steven Davis, Stephen Terry. COVID-induced economic uncertainty and its consequences URL: <https://voxeu.org/article/covid-induced-economic-uncertainty-and-its-consequences> (accessed 2 July 2020).
5. OECD. Evaluating the initial impact of COVID-19 containment measures on economic activity URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/evaluating-the-initial-impact-of-covid-19-containment-measures-on-economic-activity-b1f6b68b> (accessed 2 July 2020).
6. IMF. World Economic Outlook Update, June 2020. URL: <https://www.imf.org/~media/Files/Publications/WEO/2020/Update/June/English/WEOENG202006.ashx?la=en> (accessed 2 July 2020).
7. Ayhan Kose, Aka Sugawara. Understanding the depth of the 2020 global recession in 5 charts. JUNE 15, 2020. URL: https://blogs.worldbank.org/opendata/understanding-depth-2020-global-recession-5-charts?cid=EXT_WBBlogTweetableShare_D_EXT (accessed 2 July 2020).
8. IMF World Economic Outlook, April 2020: The Great Lockdown. April 2020. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2020/01/weodata/index.aspx> (accessed 2 July 2020).

ВПЛИВ ЦІННІСНИХ СУДЖЕНЬ І ОЦІНОК НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ БЮДЖЕТНИХ ВИДАТКІВ

THE INFLUENCE OF VALUE JUDGMENTS AND EVALUATIONS ON POLICY MAKING IN THE FIELD OF BUDGET EXPENDITURES

У статті розглянуто питання практичного застосування філософських понять цінності та оцінки під час формування та реалізації бюджетної політики держави. Формування бюджетної політики, бюджетних програм як складників програмно-цільового методу передбачає чітке визначення мети та цілей бюджетних програм, які, своєю чергою, є відображенням цілей державної політики у тій чи іншій галузі чи сфері економіки та на загальнонаціональному рівні. Досягнення саме загальнонаціональних цінностей, які є основою національних інтересів, покладається в основу формування та реалізації відповідних державних політик. Своєю чергою, адекватні оцінки реалізації бюджетних програм, досягнення за допомогою відповідних фінансових ресурсів, що виділяються в рамках цих програм, поставлених цілей, визначають і можливість забезпечення певних цінностей, що були покладені в їх основу. Тобто існує прямий зв'язок між досягненням визначених і закладених в основу державних політик певних цінностей та якістю бюджетних витратків.

Ключові слова: бюджет, програмно-цільовий метод, витрати бюджету, огляд витрат бюджету, цінності, оцінка.

В статье рассмотрены вопросы взаимосвязи между философскими понятиями

ценности и оценки и практическим их применением при формировании и реализации бюджетной политики государства. Формирование бюджетной политики, бюджетных программ как составляющих программно-целевого метода предусматривают четкое определение целей бюджетных программ, которые, в свою очередь, являются отражением целей государственной политики в той или иной отрасли или сфере экономики и экономической политики государства в целом. Достижение именно общепризнанных ценностей, являющихся основой национальных интересов, лежит в основе формирования и реализации соответствующих государственных политик. В свою очередь, адекватные оценки реализации бюджетных программ, обеспечение достижения с помощью соответствующих финансовых ресурсов, выделяемых в рамках этих программ, поставленных целей, определяют и возможность обеспечения определенных ценностей, которые были положены в их основу. То есть существует прямая связь между достижением определенных и заложенных в основу государственных политик определенных ценностей и их финансовым обеспечением.

Ключевые слова: бюджет, программно-целевой метод, расходы бюджета, обзор расходов бюджета, ценности, оценка.

УДК 336.145:338.5.003.12+32

<https://doi.org/10.32843/bses.54-6>

Дешко А.Л.

здобувачка, головна консультантка відділу економічної стратегії центру економічних і соціальних досліджень Національний інститут стратегічних досліджень

Deshko Antonina

National Institute for Strategic Studies

The article considers the relationship between the philosophical concepts of 'value', 'evaluation' and their practical application in the formation and implementation of budgetary and economic policy of the state. Economics as a science demonstrates an ambiguous attitude to the use of value judgments. On the one hand, Economics shall express value judgments, and on the other hand, it shall be impartial about the existence of value judgments, as this must ensure the objectivity of economic analysis. Thus, policy development in the field of budget expenditures, budget programs as part of the program-target method provides a clear recognition of the aim and objectives of budget programs, which in their turn reflect the aims of public policy in a particular sector or economy, as well as overall economic policy of the state. And the achievement of universally recognized values, which are the basis of national goals and interests, are the basis for the formation and implementation of relevant public policies. Thereby, adequate assessments of the implementation of budget programs, ensuring the achievement through the relevant budget expenditures allocated under these programs, the goals set determine and enable the possibility of ensuring certain basic values. That is, there is a clear relationship between values (or value judgments) and evaluations, which determine the degree to which certain aims are achieved or certain actions conform to certain values. At the same time, value judgments, as well as assessments, significantly depend on the interests of individuals or groups of persons who determine and implement them. Value judgments of economists is the basis for the results of their work on the analysis of budget expenditures. The development of scientifically sound recommendations for considering the achievement of national interests and the implementation of the use of value judgments in the procedures for conducting reviews of state budget expenditures is a promising area of further research. This process should be based on the adequate definition of certain values (or aims of their achievement) at the stage of state policies development, identification of policy aims, evaluation of their achievement, which occurs on the basis of certain value judgments.

Key words: budget, program-target method, budget expenditures, spending review, values, evaluation.

Постановка проблеми. На нинішньому етапі розвитку суспільства пріоритетного значення набуває фінансове забезпечення досягнення визначених базових цінностей індивідуумів і суспільства. Указане може бути досягнуте шляхом перерозподілу фінансових ресурсів, що є однією з базових функцій бюджетної політики, а також забезпечення оцінки результативного й ефективного використання цих коштів, максимального наближення наданих державою послуг до їх безпосереднього споживача. Визначення і обґрунтування взаємозв'язку категорій «цінність», «оцінка» під час формування та аналізу здійснення бюджетних витрат сприятимуть удосконаленню підходів

до формування бюджетних програм, їх реалізації та забезпеченню оцінки ефективності і результативності показників бюджетних програм. Необхідність теоретичного обґрунтування відповідних взаємозв'язків і взаємного впливу категорій економічної теорії і практичних підходів до складання та виконання бюджетних програм визначає актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань теорії цінностей присвячено праці І. Канта, Т. Лотце, А. Маслоу, Л. фон Мізеса та ін. Серед вітчизняних учених питання впливу цінностей на формування державної політики висвітлювалося у працях В. Горбуліна, П. Гай-Нижника,

Л. Чупрія, С. Горбатюк та ін. Значну увагу питанням упровадження бюджетування, орієнтованого на результат, та програмно-цільового методу було приділено у працях таких іноземних економістів, як Дж. Стігліц, М. Робінсон, Т. Гаррісон та ін., а також вітчизняних: В. Опаріна, В. Федосова, І. Лютого, І. Чугунова, С. Юрія та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз впливу окремих теоретичних аспектів ціннісних суджень та оцінок на формування і досягнення цілей політики у сфері бюджетних видатків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання застосування ціннісних суджень в економічній науці не є новим. Однак не існує єдиної думки щодо визначення підходів і способів їх практичного застосування. Виходячи з природи цінностей та їх формування, формулювання, залежності від індивідуальних суджень індивіда, який ці цінності визначає для себе чи впливає на їх формування соціумом, цінності можуть мати визначальний вплив на формування як тих чи інших течій в економічній теорії, так і вибору шляхів формування економічної політики держави.

Водночас окремі цінності мають бути і залишаються незмінними. На основі базових цінностей формуються національні інтереси, які для визначення їх досяжності мають бути вимірюваними, а отже, мають бути сформовані певні методики/методології оцінки/оцінювання та достатніми для оцінки впливу на них індивідуальних суджень та інтересів. В економічній науці, а саме в практичному застосуванні її постулатів, цей ланцюжок може прослідковуватися достатньо чітко.

У теорії існує значна кількість визначення поняття «цінність». Зокрема:

цінність – це термін, що позначає належне та бажане на відміну від реального, дійсного. Цінність відповідає на питання, що є бажаним або яким щось повинно бути [1, с. 707];

цінність – поняття, яке вказує на людське, соціальне і культурне значення певних явищ дійсності; схвалені більшістю людей уявлення про те, що таке добро, справедливість, патріотизм, любов, дружба тощо [2];

цінність – це індивідуально і соціально значиме визначення матеріальних і духовних об'єктів навколишнього світу, що виявляє їх позитивне або негативне значення для людини, соціальної групи або суспільства у цілому. Цінності являють собою предмет мети, цілей, а в абсолютному вираженні – зміст буття. Цінність виходить не від самого об'єкта, а від відношення до неї з боку суб'єкта [3, с. 65].

На цьому тлі можна виділити основні функції цінностей: функція конституювання сенсу життя (цінності формують, визначають сенс людського життя, утворюють його духовну основу); орієнтаційна (цінності визначають напрями, зразки

діяльності; вони визначаються у формі ідеалів – зразків поведінки чи образів певних досконалих предметів, на які орієнтується людина) та нормативна (тісно поєднана з орієнтаційною функцією, оскільки цінності не тільки формують ідеали, а й передбачають вибір людини, стають нормами діяльності людей) [4, с. 64].

Найбільш поширеною класифікацією цінностей на філософському рівні вважається розподіл на релігійні, етичні, естетичні, логічні й економічні [5, с. 29].

Виходячи з функцій цінностей визначаються їх оцінки. Єдиного визначення оцінки також не існує. Наприклад, оцінка – це одне з основних (поряд із нормою та цінністю) понять аксіології та логіки оцінок, яке відображає ціннісний аспект взаємодії дійсності та людини. В оцінці завжди взаємодіють суб'єктивний і об'єктивний чинники, внаслідок чого встановлюється ціннісне відношення між суб'єктом та об'єктом оцінки. Суб'єкт дає оцінку виходячи з наявних із його ціннісної картини світу шкали та стереотипів, виконуючи операції порівняння [6, с. 461]. Оцінкою може бути і спосіб установлення значимості чого-небудь для суб'єкта [3, с. 39].

Коректна оцінка має ґрунтуватися на певних знаннях або певних істинах. З іншого боку, істина також є оцінкою, насамперед оцінкою на відповідність певним стандартам. Однак, у будь-якому разі, цінність існує чи визначається для суб'єкта лише через оцінку.

Можна відзначити існування чіткого взаємозв'язку між цінностями (ціннісними судженнями) та оцінками, за допомогою яких визначається ступінь досягнення чи відповідності певних дій визначених цінностей. При цьому ціннісні судження, як і оцінки, значно залежать від інтересів осіб чи груп осіб, що їх визначають, здійснюють та реалізують.

Вплив як на формування цінностей, так і на здійснення оцінок мають не лише індивідуальні, а й національні інтереси, у даному разі – економічні інтереси. Економічні інтереси мають безпосередній вплив на визначення цінностей (виділення пріоритетних цінностей чи їх ігнорування), здійснення ціннісних суджень та вироблення підходів до їх оцінювання.

Економічна наука демонструє неоднозначне ставлення до використання ціннісних суджень. Нині тривають дискусії щодо ставлення економічної науки до ціннісних суджень: з одного боку, економічна наука повинна обґрунтовувати ціннісні судження, а з іншого – вона повинна бути неупередженою щодо існування ціннісних суджень, оскільки це має забезпечити об'єктивність економічного аналізу.

На основі національних цінностей формуються національні цілі. Національні цілі – це своєрідні дороговкази розвитку суспільства до побудови моделі кращого стану (безпечніших умов розвитку

та життєдіяльності) кожної людини, суспільства, держави. Вибір національних цілей – це одне з головних і пріоритетних завдань держави, яке впливає на подальший її суспільно-політичний та економічний розвиток та становлення на міжнародній арені [7, с. 469].

Економічна політика спрямована на досягнення певних національних цілей та інтересів. Під час їх обговорення не ставиться під сумнів цінність, яку певні індивідууми чи суспільство у цілому при власнують цим цілям [8].

Безпосередньо сформована в певній країні економічна політика за своєю суттю спрямована на досягнення певних цілей, які, своєю чергою, базуються на існуванні певних цінностей (наприклад, забезпечення гідного життя осіб похилого віку через пенсійні виплати) та інтересів. Інакше кажучи, ціннісні судження впливають на рекомендації, які висловлюють економісти, й оцінки, які вони дають тим чи іншим явищам та/або результатам. При цьому саме на ціннісних судженнях економістів базуються результати їх напрацювань. Наприклад, розроблення певних рекомендацій уряду щодо поліпшення економічної ситуації базується на визначенні певних цінностей (мети для їх досягнення), виокремленні цілей політики, методів, підходів та інструментарію їх досягнення.

Однак у практичній діяльності завжди виникатиме конфлікт між економістами, які дотримуються різних поглядів на забезпечення досягнення аналогічних цінностей.

Тому Л. фон Мізес доходить думки, що економічна наука аполітична, хоча є основою політики і будь-якої політичної дії. Більше того, вона абсолютно нейтральна відносно до будь-яких ціннісних суджень і суб'єктивних оцінок, оскільки вона завжди тяжіє до засобів і ніколи до вибору кінцевих цілей [9].

На цьому тлі певний конфлікт виникає між інтересами індивідуумів чи інтересами груп, які намагаються досягти певних цілей, які можуть не співпадати. Економічна наука у цьому разі може бути певним чином упередженою: для досягнення одних і тих самих цінностей (економічний розвиток, гідний рівень життя тощо) різні економічні школи пропонують різні шляхи.

Економічна наука, незважаючи на її нейтральність (в ідеальному розумінні), з одного боку, враховуватиме необхідність дотримання певних інтересів (передусім це будуть саме національні інтереси), а з іншого – має змогу абстрагуватися від них, орієнтуючись на певні загальносвітові тенденції розвитку економіки.

Одним із напрямів практичного втілення ціннісних суджень в економічній науці та їх оцінки є сфера фінансового (бюджетного) забезпечення цілей економічної політики, а саме ефективність та результативність використання бюджетних

коштів для забезпечення досягнення поставлених цілей державної політики за рахунок цих коштів.

За своєю суттю за допомогою бюджетної політики, зокрема політики у сфері бюджетних видатків, виражаються певні цілі та завдання соціально-економічного розвитку, які закріплені у стратегічних державних документах суспільства, тому сама структура бюджетних видатків, відповідні бюджетні програми відображають існуючі пріоритети розвитку держави та відповідні цінності, яких намагається досягти держава.

Досягнення середньо– та довгострокових цілей економічного розвитку держави залежить від ступеня врахування в бюджетній політиці особливостей інституційного середовища суспільства, тому інституційна архітектоніка бюджетної стратегії має передбачати поліпшення якісних характеристик бюджетних інститутів, які б сприяли розвитку соціально-економічного складника суспільства [10, с. 72].

За допомогою бюджетної політики відображаються суспільні інтереси, тому завдяки їй та за допомогою фінансово-бюджетних інструментів регулювання економічних і соціальних процесів реалізуються функції й завдання держави. Бюджетна політика здатна впливати на активізацію інвестиційної діяльності, розвиток виробництва та є дієвим механізмом, за допомогою якого держава справляє відповідний вплив на економічне зростання [11, с. 40].

При цьому економічне зростання та забезпечення добробуту населення завжди залишаються головними пріоритетами розвитку держави.

Формування стратегічних цілей, яким має бути підпорядковане державне фінансування, відбувається на основі існуючих національних інтересів (у тому числі економічних, соціальних), що базуються на загально визначених, але визначених пріоритетними у даному конкретному випадку, цінностях (забезпечення права на працю, гідного рівня життя, культурний розвиток тощо).

На цьому етапі визначається, як саме будуть сформульовані і відображені в стратегічних цілях вибрані цінності, як вони можуть бути вимірні, адже від їх якісного формулювання залежатиме можливість їх подальшої імплементації в мету та цілі державних політик, а отже, і фінансове забезпечення їх досяжності.

Починаючи з 60-х років ХХ ст. у світовій практиці активно застосовуються бюджетування, орієнтоване на результат, та програмно-цільовий метод. Суть програмно-цільового методу полягає у тому, що планування, виконання і оцінка бюджету здійснюються на основі програм, які мають цілі, завдання та показники виконання. Тобто видатки орієнтуються на результат, який є вимірюваним, оскільки існують чіткі цілі, яких слід досягнути, а визначені цілі базуються на необхідності забезпечення досягнення певних цінностей.

Застосування програмно-цільового методу базується на:

формуванні системи стратегічного і бюджетного планування роботи державних органів для оптимального розподілу ресурсів;

системі моніторингу та оцінки бюджетних програм, результатів діяльності їх виконавців.

Програмно-цільовий метод є нейтральним із погляду своєї теоретичної сутності. Однак бюджетні програми (як визначає Бюджетний кодекс України – сукупність заходів, спрямованих на досягнення єдиної мети, завдань та очікуваного результату, визначення та реалізацію яких здійснює розпорядник бюджетних коштів відповідно до покладених на нього функцій), які є складниками програмно-цільового методу, можуть підпорядковуватися необхідності врахування інтересів певних груп (наприклад, державна підтримка тваринництва).

В Україні застосовується програмно-цільовий метод у бюджетному процесі, складниками якого є бюджетні програми, паспорти бюджетних програм, відповідальні виконавці та результативні показники бюджетних програм. Як визначено Правилами складання паспортів бюджетних програм та звітів про їх виконання, паспорт бюджетної програми – це документ, що визначає мету, завдання, напрями використання бюджетних коштів, відповідальних виконавців, результативні показники та інші характеристики бюджетної програми відповідно до бюджетного призначення, встановленого законом про Державний бюджет України (рішенням про місцевий бюджет), та цілей державної політики у відповідній сфері діяльності, формування та/або реалізацію якої забезпечує головний розпорядник [12].

При цьому мета бюджетної програми має відображати цілі, яких необхідно досягти під час виконання бюджетної програми у середньостроковому періоді, відповідати пріоритетам державної політики у відповідній сфері та бути спрямованою на досягнення цілей державної політики, формування та/або реалізацію якої забезпечує головний розпорядник.

Тобто забезпечення оцінювання (оцінки) результативності та ефективності бюджетних програм передбачає наявність заздалегідь установлених досяжних показників. Такі показники також мають певним чином суб'єктивний характер, оскільки визначаються групами індивідуумів, спеціалістів у певній сфері діяльності, а отже, окремі бачення таких індивідуумів формують політики та інструментарій для їх досягнення. Таким чином, установлюється зв'язок між цілями державної політики, яка, своєю чергою, виражає певні інтереси, з напрямками використання бюджетних коштів та їх обсягами.

І від того, наскільки чітко будуть встановлені (сформульовані) цілі державної політики, відпо-

відно відображені в паспортах бюджетних програм, і наскільки останні будуть вимірювальні (результативні показники бюджетних програм), настільки зменшуватиметься складність їх оцінювання. З іншого боку, відповідальні виконавці бюджетних програм (часто це головні розпорядники бюджетних коштів) мають вплив на формування як цілей державних політик і, відповідно, цілей, що відображаються в паспортах бюджетних програм, так і результативних показників їх досяжності.

Тому інституційна спроможність інститутів, що забезпечують формування державних політик, є одним із ключових чинників як для відображення і реалізації певних національних інтересів, так і для їх оцінки. Хоча у цьому разі виникає певний конфлікт інтересів: органи, що формують державні політики, визначають їхні цілі, намагатимуться виправдати впливом зовнішніх чинників можливі випадки недосягнення поставлених цілей.

Останнім десятиліттям набуває активного розвитку такий інструмент оцінювання ефективності бюджетних програм, як огляди витрат (Spending Review). Вони дають уряду можливість поліпшити контроль над рівнем сукупних витрат та/або визначити пріоритетність бюджетних витрат.

Окрім того, огляди витрат бюджету можна використовувати як інструмент для підвищення ефективності та дієвості державної політики і для створення фіскального простору шляхом перерозподілу та/або зменшення державних витрат.

Однак навіть існуючі моделі здійснення оглядів витрат дають можливість впливу на них певних груп дослідників, які можуть реалізувати власні, у цьому разі професійні, інтереси.

Так, згідно з першою моделлю, top-down review – огляд витрат «згори донизу», що передбачає проведення оглядів Міністерством фінансів у визначеному міністерстві, несе ризик переважання фіскального інтересу (передусім мінімізація витрат).

Друга модель bottom-up review – огляд витрат «знизу вгору», що проводиться безпосередньо галузевими міністерствами, несе ризик мінімізації виявлення власних прорахунків у забезпеченні досягнення поставлених цілей.

Третя модель joint review – спільний огляд витрат – проводиться галузевими міністерствами, Міністерством фінансів та незалежними експертами і дає змогу мінімізувати відстоювання окремими групами впливу власних інтересів і забезпечити нейтральність результатів оцінки [13, с. 4–5].

Тобто проведення постійного моніторингу та оцінки виконання бюджетних програм дає можливість на систематичній основі відслідковувати хід виконання бюджетних програм, так і результати діяльності державного органу у забезпеченні досягнення цілей відповідної державної політики, а отже, досягнення певних визначених заздалегідь цінностей.

Це також дає змогу визначити причини неефективного виконання бюджетної програми, забезпечити підготовку пропозицій щодо можливої зміни напрямів спрямування бюджетних коштів, уточнити завдання державного органу у разі визначення доцільності досягнення цілей політики або відмовитися від реалізації відповідної бюджетної програми.

В Україні впроваджуються механізми проведення оглядів витрат державного бюджету з 2018 р. Загальними вимогами до проведення оглядів витрат державного бюджету, затвердженими Наказом Мініфіну від 23.10.2019 № 446, встановлено, що за результатами проведеної оцінки ефективності реалізації державної політики та відповідних витрат державного бюджету надаються відповідні висновки, серед яких: актуальність та узгодженість цілей і завдань державної політики, визначених стратегічними і програмними документами; відповідність витрат бюджету пріоритетам державної політики, визначеними стратегічними і програмними документами; зв'язок між витраченими коштами та отриманим результатом; можливість досягнення цілей та виконання завдань, визначених стратегічними і програмними документами, за наявних підходів до розподілу та способу використання бюджетних коштів [14].

Тобто якість проведення оглядів витрат державного бюджету кореспондуватиметься з якістю визначення цілей державних політик, які імplementовані в паспорти бюджетних програм, та якістю вироблених і затверджених результативних показників бюджетних програм. Недостатня якість та/або неповна узгодженість цілей із результативними показниками ставатиме на перешкоді забезпеченню реалізації відповідних цілей та цінностей, які, за своєю суттю, мають бути відображені.

На нинішньому етапі впровадження оглядів витрат державного бюджету, коли відповідні процедури ще не достатньо відпрацьовані учасниками таких оглядів, доцільним буде орієнтація на врахування ціннісних аспектів державних політик і національних інтересів, урахуваючи необхідність:

забезпечення проведення аналізу відповідності визначених цілей у бюджетних програмах документам стратегічного характеру і виробленню на їх основі пропозицій щодо корегування державних політик у відповідних галузях/сферах;

оцінки адекватності визначених у бюджетних програмах результативних показників визначеними цілям бюджетних програм та виробленні рекомендацій стосовно їх удосконалення;

недопущення орієнтації оглядів витрат державного бюджету виключно на визначення шляхів економії бюджетних коштів (переважанні фіскального інтересу). Має бути досягнутий компроміс між намаганням забезпечити економію бюджетних коштів та забезпеченням досягнення цілей державних політик.

Тобто від результатів проведеної оцінки можуть змінюватися певні державні пріоритети, шляхи досягнення цілей, а отже, відбуватися перегляд загальних цінностей, які були покладені в основу визначених пріоритетів.

На цій основі має вибудовуватися безпосередньо сама бюджетна політика держави – забезпечення підтримки економічного зростання та добробуту населення як базових національних інтересів та цінностей в умовах дотримання відповідних бюджетних правил та індикаторів.

Висновки з проведеного дослідження. Як засвідчує аналіз, існує чіткий взаємозв'язок між цінностями (чи ціннісними судженнями) та оцінками, за допомогою яких визначається ступінь досягнення певних цілей чи відповідності певних дій визначеним цінностям. При цьому ціннісні судження, як і оцінки, значно залежать від інтересів осіб чи груп осіб, що їх визначають та здійснюють. І саме ціннісні судження покладаються в основу певних державних політик (у вигляді цілей), які в подальшому забезпечуються відповідним фінансуванням. При цьому від результатів проведеної оцінки можуть змінюватися певні державні пріоритети, шляхи досягнення цілей, відбуватися перегляд цінностей, які були покладені в основу визначених пріоритетів. Саме на ціннісних судженнях економістів базуються результати їхніх напрацювань щодо аналізу бюджетних витрат. Розроблення науково обґрунтованих рекомендацій щодо врахування досягнення національних інтересів та імplementації використання ціннісних суджень у процедури проведення оглядів витрат державного бюджету є перспективним напрямом подальших досліджень. Цей процес має базуватися на адекватному визначенні певних цінностей (мети їх досягнення) на етапі формування державних політик, виокремленні цілей політик, оцінки їх досягнення, що відбувається на основі певних ціннісних суджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лісовий В. Цінність. Філософський енциклопедичний словник. Київ : Абрис, 2002. С. 742. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosophskyi_entsyklopedychnyi_slovyk.pdf (дата звернення: 20.05.2020).
2. Навчально-методичний посібник для самостійної роботи та семінарських занять із навчальної дисципліни «Філософія» для студентів II–III курсів / О.Г. Данильєв та ін. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KOMPLEKS/KURS_1/kurs/5/109.htm (дата звернення: 20.05.2020).
3. Козирєва Н.В. Словник-довідник для підготовки до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Філософія» (для студентів денної, заочної та дистанційної форм навчання усіх напрямів підготовки) / уклад. Н.В. Козирєва. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. 69 с.

4. Теорія цінностей (аксіологія). Визначення цінностей. Об'єктивістська та суб'єктивістська концепції цінностей. URL: <https://studfile.net/preview/5009752/page:64/> (дата звернення: 09.06.2020).

5. Матяж С.В., Березянська А.О. Класифікація цінностей та ціннісних орієнтацій особистості. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Серія «Соціологія»*. 2013. Т. 225. Вип. 213. С. 27–30. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Npchdusoc_2013_225_213_7.pdf (дата звернення: 15.06.2020).

6. Кравченко О. Оцінка. Філософський енциклопедичний словник. Київ : Абрис, 2002. С. 742. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_entsyklopedychnyi_slovnyk.pdf (дата звернення: 20.05.2020).

7. Гай-Нижник П.П., Чупрій Л.В. Національні інтереси, національні цінності та національні цілі як структуроформуючі чинники політики національної безпеки. *Гілея*. 2014. Вип. 84. С. 465–471. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=gileya_2014_84_120 (дата звернення: 16.06.2020).

8. Мизес Л. фон. Теория и история. Интерпретация социально-экономической эволюции. URL: <https://bzbook.ru/Teoriya-i-istoriya-Interpretacziya-soczialjno-ekonomicheskoy-evolyuczii-2.12.html> (дата звернення: 20.05.2020).

9. Мизес Л. фон. Людська діяльність: Трактат з економічної теорії. 2005. URL: <http://epi.cc.ua/ekonomicheskaya-nauka-tsennostnyie8328.html> (дата звернення: 28.05.2020).

10. Чугунов І. Довгострокова бюджетна стратегія у системі економічної циклічності. *Вісник КНТЕУ*. 2014. № 5. С. 64–77. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vknteu_2014_5_8.pdf (дата звернення: 22.06.2020).

11. Ватульов А.В. Фінансово-бюджетна політика економічного розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 3. С. 37–44. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2020/9.pdf (дата звернення: 24.06.2020).

12. Правила складання паспортів бюджетних програм та звітів про їх виконання : Наказ Мінфіну від 29.12.2002 № 1098, зареєстр. в Мінюсті 21.01.2003 за № 47/7368, «Про паспорти бюджетних програм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0047-03#Text> (дата звернення: 23.06.2020).

13. Robinson M. 3th Annual Meeting of OECD Senior Budget Officials, Spending Review. Paris, 3–4 June 2013. URL: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/SBO\(2013\)6&doclanguage=en](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/SBO(2013)6&doclanguage=en) (дата звернення: 04.06.2020).

14. Загальні вимоги до проведення оглядів витрат державного бюджету : Наказ Мінфіну від 23.10.2019 № 446, зареєстр. в Мінюсті 23.12.2019 за № 1277/34248 «Про огляди витрат державного бюджету». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1277-19#Text> (дата звернення: 23.06.2020).

REFERENCES:

1. Lisovsky V. (2002). *Tsinnist. Philosophskyi entsyklopedychnyy slovnyk* [Value. Philosophical encyclopedic dictionary]. Kyiv: Abrys, 2002. P. 742. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_entsyklopedychnyi_slovnyk.pdf (in Ukrainian)

2. Danylyan, O.G., Bayrachna, L.D., Dzioban, O.P. ta in. *Navchalno-methodychnyy posibnyk dlya samosti-noi roboty ta seminarivshykh zanyat z navchalnoi dystsyp-lyny «Philosophia» dlya studentiv II-III kursiv* [Teaching aid for independent work and seminars on the subject "Philosophy" for students of II-III courses]. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KOMPLEKS/KURS_1/kurs/5/109.htm (in Ukrainian)

3. Kozyreva, N.V. (2018) *Slovnyk-dovidnyk dlya pidgotovky do praktychnykh zaniat ta samostiynoi roboty z navchalnoi dystsyplyny «Philosophia» (dlya studentiv dennoi, zaochnoi ta dystantciinoi form navchannya usich napriamiv pidgotovky)* [Dictionary-reference book for preparation for practical classes and independent work on the subject "Philosophy" (for students of full-time, part-time and distance learning of all areas of training)]. Kharkiv. nat. universytet misk. gospodarstva im. O.M. Becetova; ukhad.: N.V. Kozyreva. Kharkiv: KNUMG im. O.M. Becetova, 2018. 69 p.

4. *Theoria tsinnostey (acsiologia). Vyznachennya tsinnostey. Obektyvistska ta subiektyvistska contcept-sii tsinnostey* [Theory of values (axiology). Definition of values. Objectivist and subjectivist concepts of values]. URL: <https://studfile.net/preview/5009752/page:64/> (in Ukrainian)

5. Matiaz, S. V., Berezianska, A. O. (2013) *Klasyfikatsia tsinnostey ta tsinnisnykh orientatsiy osobystocti* [Classification of values and value orientations of the individual]. // *Naukovi praczi Chornomorskogo depzav-nogo universytetu imeni Petra Mogyly. Seria Sotciologia*. 2013. Tom 225. Vyp. 213. P. 27–30. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Npchdusoc_2013_225_213_7.pdf (in Ukrainian)

6. Kravchenko, O. (2002) *Otsinka. Philosophskyi entsyklopedychnyy slovnyk*. [Rating. Philosophical encyclopedic dictionary]. – Kyiv: Abrys, 2002. P. 742. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_entsyklopedychnyi_slovnyk.pdf (in Ukrainian)

7. Hay-Nyznyk, P.P. (2014) *Natsionalni interesy, natsionalni tsinnosti ta natsionalni tsili yak structuroformuyuchi chynnyky polityky natsionalnoi bezpeky* [National interests, national values and national goals like structure forming factors of national security policy] / P.P. Hay-Nyznyk, L.V. Chuprii // *Gilea: naukovy visnyk*. 2014. Vyp. 84. P. 465–471. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=gileya_2014_84_120 (in Ukrainian)

8. Mises, L. von. *Theoria i istoria. Interpretatsiya sotsialno-ekonomicheskoy evolutsii* [Theory and History. Interpretation of socio-economic evolution]. URL: <https://bzbook.ru/Teoriya-i-istoriya-Interpretacziya-soczialjno-ekonomicheskoy-evolyuczii-2.12.html> (in Russian)

9. Mises, L. von. (2005). *Lyudska diyalnist: Tractat z ekonomichnoi teoriii*, 2005 [Human Activity: A Treatise on

Economic Theory, 2005]. URL: <http://epi.cc.ua/ekonomicheskaya-nauka-tsennostnyie8328.html> (in Ukrainian)

10. Chuhunov, I. Dvougostrokova budgetna strategiya u systemi ekonomichnoii tsyklichnosti [Longterm budget strategy in a system of economic cyclicalit]. *Visnyk KNTEU*. 2014. № 5. P. 64–77. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vknteu_2014_5_8.pdf (in Ukrainian)

11. Vatuliiov, A. V. Finansovo-budgetna polityka ekonomichnogo rozvytku [Financial and budgetary policy of economic development]. *Investyzi: praktyka ta dosvid*. 2020. № 3. P. 37–44. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2020/9.pdf (in Ukrainian)

12. Pravyla skladannya pasportiv budgetnyh program ta zvitiv pro ih vykonannya. [Rules for compiling passports of budget programs and reports on their

implementation]. Nakaz Minfinu vid 29.12.2002 № 1098, zapeestr. v Minjusti 21.01.2003 za № 47/7368, «Pro pasporty budgetnyh program». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0047-03#Text> (in Ukrainian)

13. Robinson, M. (2013). 3th Annual Meeting of OECD Senior Budget Officials, Spending Review. Paris, 3–4 June 2013. URL: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/SBO\(2013\)6&doclanguage=en](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=GOV/PGC/SBO(2013)6&doclanguage=en)

14. Zagalni vymogy do provedennya ogliadiv vytrat dergavnogo budgetu [General requirements for spending reviews]. Nakaz Minfinu vid 23.10.2019 № 446, zapeestr. v Minjusti 23.12.2019 za №1277/34248 «Pro oglyady vytrat dergavnogo budgetu». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1277-19#Text> (in Ukrainian)

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF HEALTHCARE

Метою статті є дослідження рівня інвестиційної привабливості сфери охорони здоров'я України. Досліджено динаміку капітальних інвестицій у сфері охорони здоров'я за період 2010-2019 рр. Доведено, що для розвитку інвестиційних процесів в сфері охорони здоров'я необхідно активізувати використання інструментів державно-приватного партнерства (концесії, приватизації, управління майном). Проаналізовано динаміку прямих іноземних інвестицій у сферу охорони здоров'я за період 2010-2019 рр. Обґрунтовано, що в перспективі обсяг іноземних інвестицій в медицину збільшиться адже передбачено цифрову трансформацію сфери охорони здоров'я. Доведено, що прогнозується збільшення обсягу іноземних інвестицій в медицину адже є перспективність вкладання фінансових ресурсів з мінімальним терміном окупності, зокрема в цифрову трансформацію сфери охорони здоров'я. Наведено основні причини інвестиційної непривабливості охорони здоров'я. Доведено взаємозалежність зміцнення конкурентоздатності медичної галузі за рахунок її підвищення інвестиційної привабливості.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість, медицина, охорона здоров'я, цифрова трансформація, державно-приватне партнерство.

Целью статьи является исследование уровня инвестиционной привлекатель-

ности сферы здравоохранения Украины. Исследована динамика капитальных инвестиций в сфере здравоохранения за период 2010-2019 гг. Доказано, что для развития инвестиционных процессов в сфере здравоохранения необходимо активизировать использование инструментов государственно-частного партнерства (концессии, приватизации, управления имуществом). Проанализирована динамика прямых иностранных инвестиций в сферу здравоохранения за период 2010-2019 гг. Обосновано, что в перспективе объем иностранных инвестиций в медицину увеличится ведь предусмотрено цифровую трансформацию сферы здравоохранения. Доказано, что прогнозируется увеличение объема иностранных инвестиций в медицину ведь есть перспективность вложения финансовых ресурсов с минимальным сроком окупаемости, в частности в цифровую трансформацию сферы здравоохранения. Приведены основные причины инвестиционной непривлекательности здравоохранения. Доказано взаимозависимость укрепления конкурентоспособности медицинской отрасли за счет ее повышения инвестиционной привлекательности.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная привлекательность, медицина, здравоохранение, цифровая трансформация, государственно-частное партнерство.

УДК 614.2:351.77

<https://doi.org/10.32843/bses.54-7>

Рябець Д.М.¹

здобувач

Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій

Ryabets Dmytro

Black Sea Research Institute of Economics and Innovation

The purpose of the article is to study the level of investment attractiveness of health care in Ukraine. The dynamics of capital investments in the field of health care for the period 2010-2019 is studied. It is proved that for the development of investment processes in the field of health care it is necessary to intensify the use of public-private partnership instruments (concessions, privatization, property management). It is substantiated that in the future the volume of foreign investment in medicine will increase because the digital transformation of health care is envisaged. In 2010, capital investments in health care amounted to UAH 1920.1 million, and in 2019 to UAH 9484.6 million, an increase of UAH 7,564.5 million or 4.9 times. It is substantiated that for the development of investment processes in the field of health care it is necessary to intensify the use of public-private partnership instruments (concessions, privatizations, property management, etc.). However, the imperfection of the legal framework does not allow for the effective implementation of public-private partnership instruments in the field of health care. The dynamics of foreign direct investment in health care is analyzed, which indicates the investment unattractiveness of the industry for foreign investors. In general, foreign direct investment decreased by USD 6.3 million during the study period. The share of foreign direct investment in health care in gross investment fluctuates within 0.13% for the entire study period. In 2019, foreign direct investment will increase compared to 2018 by 6.9 million US dollars and amount to 43.5 million US dollars, which confirms the slightly revived interest of foreign investors in health care. It is proved that the volume of foreign investments in medicine is forecast to increase, as there is a prospect of investing financial resources with a minimum payback period, in particular in the digital transformation of the healthcare sector. The main reasons for the unattractive investment of health care are given. In addition to the economic effect, the digitalization of health care will also have a social effect. The interdependence of strengthening the competitiveness of the medical industry by increasing its investment attractiveness is proved. Promising areas of investment in health care are given. The main problems of investment attractiveness of medicine are investigated and the ways of their solution are substantiated.

Key words: investment, investment attractiveness, medicine, healthcare, digital transformation, public-private partnership.

Постановка проблеми. Сфера охорони здоров'я займає важливу роль в життєдіяльності суспільства. Тому постійні процеси модернізації й перебудови сфери охорони здоров'я для підвищення якості медичних послуг потребують значних капіталовкладень. Нажаль, Україна виділяє незначну суму витрат на перебудову медицини. Тому для більшості науковців є цікавим дослідження інвестиційної привабливості сфери охорони здоров'я, адже інвестиції в медицину носять як економічний так і соціальний ефект. Однак, сьогодні в Україні досі існує багато факторів впливу на

зменшення інвестиційної привабливості даної галузі. Отже дослідження рівня інвестиційної привабливості сфери охорони здоров'я України потребує подальшого аналізу та вдосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у вивчення і розвиток інвестиційної привабливості галузі охорони здоров'я присвячений вітчизняними ученими, а саме Гвелесіані А.Г., Крамаренко І.С., Куцин І.М., Іртищева І.О., Стройко Т.В., Стегней М.І., Федоренко В.Г. та інші. Однак постійні структурні трансформації потребують модернізації сфери охорони здоров'я, а отже

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8540-1409>

і внесення значних інвестиційних ресурсів, тому дослідження інвестиційної привабливості медицини є досить актуальними.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження рівня інвестиційної привабливості сфери охорони здоров'я України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідно погодитися з Котенко С., що «держава має свої вигоди від залучення приватного сектора в розвиток галузі охорони здоров'я, а саме: підвищення ефективності бюджетних витрат на фінансування системи охорони здоров'я; зменшення об'ємів державного фінансування; використання управлінського досвіду і інноваційного потенціалу приватного сектора; підвищення ефективності управління державним майном; формування конкурентних ринків окремих сегментів охорони здоров'я, яка не підлягає приватизації; впровадження системи ефективного розподілу ризиків виконання проектів з бізнесом» [1].

Дослідження динаміки капітальних інвестицій у сфері охорони здоров'я за період 2010-2019 рр. показує на позитивну тенденцію (рис. 1). Так у 2010 році капітальні інвестиції направлені в сферу охорони здоров'я 1920,1 млн грн, а у 2019 році 9484,6 млн грн, збільшення відбулося 7564,5 млн грн або у 4,9 разів.

Необхідно також зауважити, що питома вага капітальних інвестицій сфери охорони здоров'я у валових інвестиціях за досліджуваний період значно не змінилася і коливалася в межах 1,06-1,52%%. В цілому капітальні інвестиції у

сферу охорони здоров'я почали збільшуватися із впровадженням процесу реформи з 2015 року і мають тенденцію до подальших збільшень.

Гвелесіані А.Г. зазначає, що «реалізація інвестиційних проектів у таких сферах діяльності, як освітянська, медична, житлово-комунальна має відбуватися у вигляді спільних заходів держави, місцевих органів влади і корпоративного сектору економіки. Ефективним напрямом використання потенціалу бізнесу є пряма його участь у розвитку соціальних об'єктів шляхом капітальних вкладень, фінансового спонсоруння заходів соціального характеру, масштабної або часткової (пайової) участі у соціальних проектах коротко-, середньо- і довгострокового значення, міжтериторіальної та міжвідомчої інтеграції дій корпорацій і об'єднання ресурсів для вирішення конкретних цільових установок. Тільки достатній рівень розвитку економічної, соціальної і юридичної форм співробітництва і взаємодії державних і муніципальних структур із бізнесом дасть змогу ефективно використати наявний фінансовий потенціал і підвищити мобільність соціальних ресурсів. Саме тому, розвиток державно-приватної інтеграції є пріоритетним напрямом, від стану якого залежить матеріально-технічне переоснащення і підвищення ефективності функціонування соціальної інфраструктури. Динаміка прямих іноземних інвестицій у сферу охорони здоров'я за досліджуваний період зменшилися, що показує на не значну зацікавленість іноземних інвесторів у капіталовкладенні в дану галузь» [3].

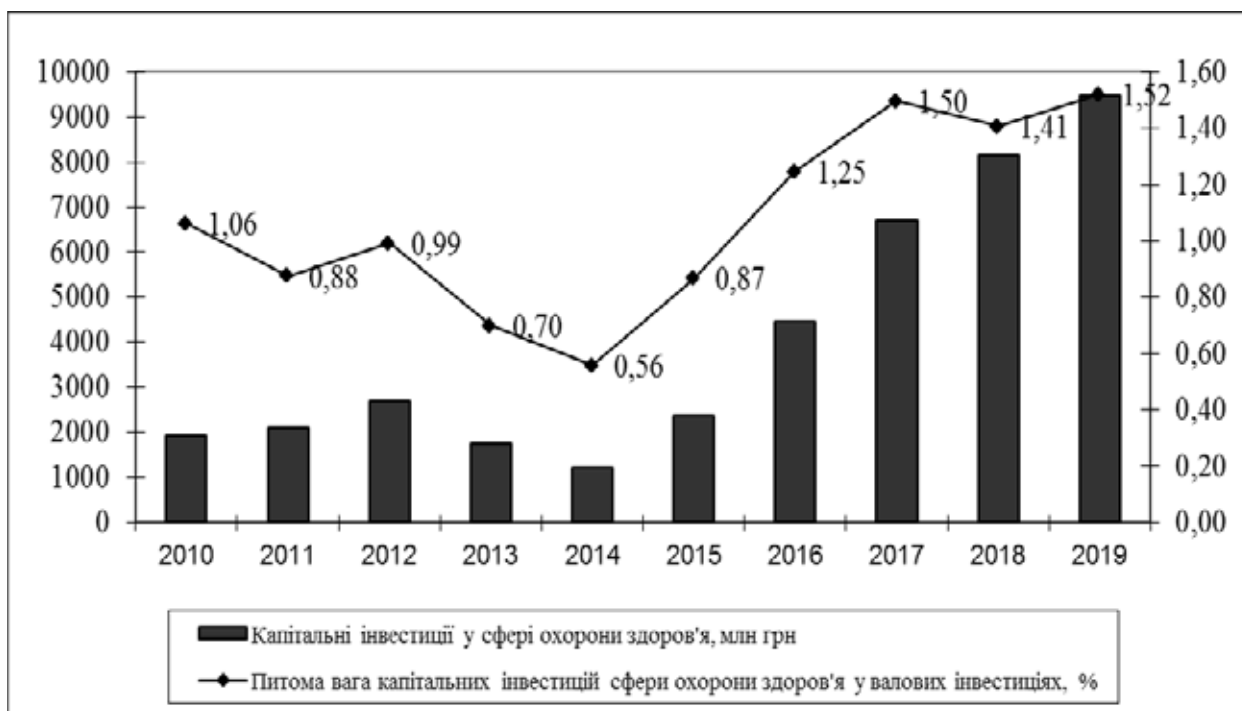


Рис. 1. Динаміка капітальних інвестицій у сфері охорони здоров'я за період 2010-2019 рр.

Джерело: складено та розраховано автором за даними Державної служби статистики України [2]

Для розвитку інвестиційних процесів в сфері охорони здоров'я залишається використання інструментів державно-приватного партнерства (концесії, приватизації, управління майном тощо). Однак, недосконалість законодавчо-нормативної бази не дозволяє ефективно реалізовувати інструменти державно-приватного партнерства в сфері охорони здоров'я.

Федоренко В.Г. вважає, що «ключовим механізмом для реалізації сучасної ефективної інвестиційної політики слід вважати державно-приватне партнерство в охороні здоров'я, метою якого є активізація інвестиційного процесу, що потребує серйозної підтримки й моніторингу з боку державної й регіональної влади, за рахунок:

- стимулювання інвестицій з державного й регіонального бюджетів в інфраструктуру охорони здоров'я (будівництво нових лікарень і поліклінік), і надання гарантій приватним інвесторам, що бажають брати участь в інвестиційних проектах у сфері охорони здоров'я;

- розширення залучення іноземних інвестицій і активізації комунікативного процесу з потенційними іноземними інвесторами;

- ефективна адміністративна й податкова підтримка інвестиційної діяльності, що включає надання пільг по податках, а також зміну строків їхньої сплати у формі відстрочки, розстрочки, податкового кредиту й інвестиційного податкового кредиту, надання інвесторам субсидій з державного й регіонального бюджетів на оплату частини

відсотків по банківських кредитах; надання пільгових умов користування землею, призначеної для будівництва нових лікарень і поліклінік;

- надання на конкурсній основі державних гарантій по інвестиційних проектах; гарантоване фінансування за рахунок коштів державного й регіонального бюджетів будівництва об'єктів технологічної інфраструктури знову споруджуваних медичних об'єктів [4].

Аналіз динаміки прямих іноземних інвестицій у сферу охорони здоров'я показує на інвестиційну непривабливість галузі для іноземних інвесторів. В цілому, за досліджуваний період прямі іноземні інвестиції зменшилися на 6,3 млн дол США (рис. 2).

Найвищі показники прямих іноземних інвестицій відмічаються у 2013-2014 роках, однак якщо розглядати їх до рівня девальвації національної валюти фактично мають не значне значення приросту. Питома вага прямих іноземних інвестицій сфери охорони здоров'я у валових інвестиціях коливається в межах 0,13% за весь досліджуваний період. У 2019 році прямі іноземні інвестиції збільшилися відносно 2018 року на 6,9 млн дол. США і становлять 43,5 млн дол. США, що підтверджує про незначне поживавленості іноземних інвесторів до сфери охорони здоров'я.

На нашу думку, обсяг іноземних інвестицій в медицину збільшиться адже є перспективність вкладання фінансових ресурсів з мінімальним терміном окупності, зокрема в цифрову трансформацію сфери охорони здоров'я. Цифровізація сфери

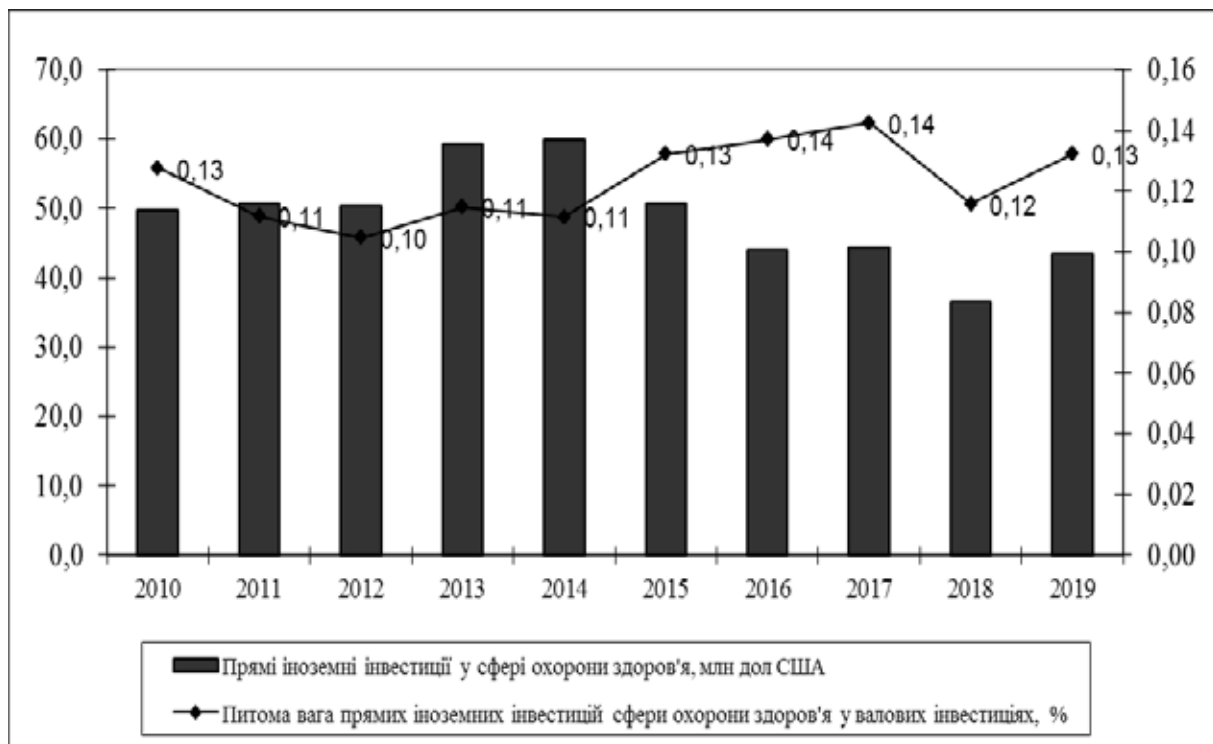


Рис. 2. Динаміка прямих іноземних інвестицій у сферу охорони здоров'я за період 2010-2019 рр.

Джерело: складено та розраховано автором за даними Державної служби статистики України [2]

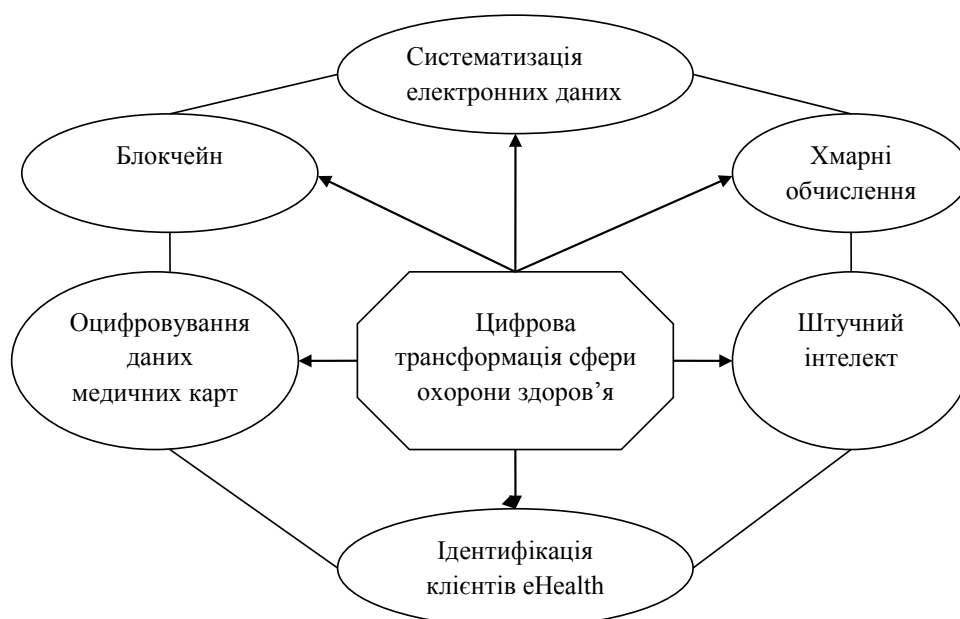


Рис. 3. Перспективні напрями інвестування в сферу охорони здоров'я

Джерело: згруповано автором

охорона здоров'я окрім економічного ефекту дасть і соціальний. Перспективні напрями інвестування в сферу охорони здоров'я наведені на рисунку 3.

Темпи і масштаби впровадження інновацій у сфері цифрової охорони здоров'я зростають в геометричній прогресії. Цифрові технології підтримують зусилля систем охорони здоров'я для переходу на нові моделі обслуговування пацієнтів і допомагають їм розробляти підходи «розумного здоров'я» для підвищення доступності й якості медичного обслуговування та скорочення витрат. Блокчейн, автоматизація і роботизація процесів, хмарні обчислення, штучний інтелект, Інтернет медичних пристроїв (ІоМТ), цифрова і віртуальна реальність – лише кілька прикладів технологій, які трансформують галузь охорони здоров'я. Ці технології допомагають у діагностиці та лікуванні захворювань, сприяють підвищенню якості, швидкості й ефективності надання медичного обслуговування, а також оптимізації досвіду пацієнтів. Інвестиції у впровадження цифрових технологій у сфері охорони здоров'я можуть сприяти більш ефективному використанню медичних даних у дослідженнях, що підтримуватиме ініціативи в сфері персоналізації медичного обслуговування. Проблеми функціональної сумісності та ризику, пов'язані з інтернет-пристроями, розрізненими системами і процесами, а також необхідність масштабування експериментальних моделей для полегшення загальносистемного впровадження, є прикладами труднощів, що виникають на шляху до інновацій. Цифрові інновації не замінюють людину, а, навпаки, полегшують її роботу та розширюють можливості. Це дає змогу висококвалі-

фікованим медичним працівникам зосередитися на більш важливих завданнях, що передбачають безпосереднє спілкування з пацієнтом [5].

Для більшості із зазначених проблем, необхідна ефективна інвестиційна політика, в якій стратегічними орієнтирами інвестиційного розвитку у сфері охорони здоров'я має бути:

- розширення й підвищення результативності профілактичних заходів, створення умов і формування мотивації для ведення здорового способу життя;
- підвищення ефективності функціонування системи охорони здоров'я й забезпечення раціонального використання ресурсного потенціалу галузі;
- оснащення й кадрове забезпечення спеціалізованих установ охорони здоров'я відповідно до діючих стандартів, створення системи мотивації до якісної праці;
- підвищення доступності спеціалізованої, у тому числі високотехнологічної медичної допомоги [4].

Погоджуємося з думкою Куцина І.М., що «для підвищення конкурентоздатності медичної галузі на внутрішньому та зовнішньому ринках основна мета державної регуляторної політики, яка повинна охоплювати планування, визначення умов та конкурентних дій з інвестування у медичну інфраструктуру. Державне регулювання умов інвестиційної діяльності у розвиток медичної галузі повинно здійснюватися через:

1. Фіскальну політику з диференціацією суб'єктів оподаткування та систему податкових ставок і пільг.
2. Стимулювання інвестиційної діяльності шляхом надання фінансової допомоги у вигляді дотацій, субсидій, субвенцій, бюджетних позик на розвиток галузі.

3. Оновлення державних норм та стандартів.
4. Антимонопольних заходів.
5. Політики ціноутворення [6].

Отже, для підвищення інвестиційної привабливості необхідно розробити дієвий механізм залучення капітальних та прямих іноземних інвестицій, що сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності сфери охорони здоров'я, а це дозволить забезпечити якісні медичні послуги, що вплине на рівень життя населення. Також, дана позиція підтверджується авторами наукових публікацій [7–11].

Висновки з проведеного дослідження.

Досліджено динаміку капітальних інвестицій у сфері охорони здоров'я за період 2010-2019 рр., що показує на позитивну тенденцію. У 2010 році капітальні інвестиції направлені в сферу охорони здоров'я становили 1920,1 млн грн, а у 2019 році 9484,6 млн грн, збільшення відбулося 7564,5 млн грн або у 4,9 разів. Обґрунтовано, що для розвитку інвестиційних процесів в сфері охорони здоров'я необхідно активізувати використання інструментів державно-приватного партнерства (концесії, приватизації, управління майном тощо). Проте, недосконалість законодавчо-нормативної бази не дозволяє ефективно реалізовувати інструменти державно-приватного партнерства в сфері охорони здоров'я.

Проаналізовано динаміку прямих іноземних інвестицій у сферу охорону здоров'я, що показує на інвестиційну непривабливість галузі для іноземних інвесторів. В цілому, за досліджуваний період прямі іноземні інвестиції зменшилися на 6,3 млн дол. США. Питома вага прямих іноземних інвестицій сфери охорони здоров'я у валових інвестиціях коливається в межах 0,13% за весь досліджуваний період. У 2019 році прямі іноземні інвестиції збільшилися відносно 2018 року на 6,9 млн дол. США і становлять 43,5 млн дол. США, що підтверджує про незначне поживлення зацікавленості іноземних інвесторів до сфери охорони здоров'я. Доведено, що прогнозується збільшення обсягу іноземних інвестицій в медицину адже є перспективність вкладання фінансових ресурсів з мінімальним терміном окупності, зокрема в цифрову трансформацію сфери охорони здоров'я. Цифровізація сфери охорони здоров'я окрім економічного ефекту дасть і соціальний. Наведено перспективні напрями інвестування в сферу охорони здоров'я. Досліджено основні проблеми інвестиційної привабливості медицини та обґрунтовано шляхи їх вирішення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Котенко С. Інвестування галузі охорони здоров'я як чинник людського розвитку. *Держава і суспільство*. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Pubupr_2014_1_35.pdf (дата звернення: 15.01.2020).

2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.01.2020).

3. Гвелесіані А.Г. Інвестиційні умови територіального розвитку соціальної інфраструктури. *Демографія та соціальна економіка*. 2016. № 3 (28). С. 108–119.

4. Прогноз тенденцій розвитку світової галузі охорони здоров'я в 2019 році. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/life-sciences-and-healthcare/articles/global-health-care-sector-outlook-2019.html> (дата звернення: 15.01.2020).

5. Федоренко В.Г. Інвестування сфери охорони здоров'я України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 14. С. 10–14.

6. Куцин І.М. Державне регулювання інвестицій у розвиток медичної галузі сфери охорони здоров'я України. URL: <https://dSPACE.UZHNU.EDU.UA/JSPUI/BITS-TREAM/LIB/3437/1/%D0%94%D0%95%D0%A0%> (дата звернення: 15.01.2020).

7. Крамаренко І.С. Регіональна структура інвестиційного потенціалу: сучасний стан та концептуальні підходи. *Вісник ХНАУ*. 2019. № 4. С. 150–162.

8. Іртищева І.О., Крамаренко І.С. Інвестиційна привабливість економіки: міжрегіональні асиметрії. *Регіональна економіка*. 2014. № 2(72). С. 84–95.

9. Крамаренко І.С., Іртищева І.О., Сенкевич О.Ф., Топчій О.О., Войт Д.С. Інфраструктурно-трансформаційні процеси формування та розвитку інвестиційного регіонального потенціалу. *Бізнес Інформ*. 2020. №3. С. 67–74.

10. Рогатина Л.П., Іртищева І.О., Крамаренко І.С., Андрющенко Є.Г., Білан В.В. Інвестиційна складова економічної безпеки: мікро-, мезо-, макрорівні. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7871> (дата звернення: 01.06.2020).

11. Inna Irtyshcheva, Iryna Kramarenko, Svitlana Shults, Yevheniia Boiko, Kateryna Blishchuk, Nataliya Hryshyna, Nazariy Popadynets, Iryna Dubynska, Olena Ishchenko and Daria Krapyvina. Building favorable investment climate for economic development. *Account-ting*. 2020. Volume 6 Number 5. Pp. 773–780 URL: http://www.growing-science.com/ac/Vol6/ac_2020_57.pdf (дата звернення: 01.06.2020).

REFERENCES:

1. Kotenko, S. Investuvannja galuzi ohorony zdorov'ja jak chynnyk ljuds'kogo rozvytku [Investing in health care as a factor of human development. State and society]. Available at: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Pubupr_ (accessed 01 June 2020).

2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukraïny [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 01 June 2020).

3. Gvelesiani, A.G. (2016) Investycijni umovy terytorial'nogo rozvytku social'noi' infrastruktury [Investment conditions of territorial development of social infra-

structure]. *Demography and social economy*, no. 3(28), pp. 108–119.

4. Prognoz tendencij rozvytku svitovoi' galuzi ohorony zdorov'ja v 2019 roci [Forecast of trends in the global health sector in 2019]. Available at: <https://www2.deloitte.com/en/en/pages/life-sciences-and-healthcare/articles/global-health-care-sector-outlook-2019.html> (accessed 01 June 2020).

5. Fedorenko, V.G. (2014) Investuvannja sfery ohorony zdorov'ja Ukrainy [Investing in health care in Ukraine]. *Investments: practice and experience*, no. 14, pp. 10–14.

6. Kutsin, I.M. Derzhavne reguljuvannja investycij u rozvytok medychnoi' galuzi sfery ohorony zdorov'ja Ukrainy [State regulation of investments in the development of the medical sector of health care in Ukraine]. Available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/3437/1/%D0%94%D0%95%D0%A0%> (accessed 01 June 2020).

7. Kramarenko, I.S. (2019) Regional'na struktura investycijnogo potencialu: suchasnyj stan ta konceptual'ni pidhody [Regional structure of investment potential: current state and conceptual approaches]. *Bulletin of KhNAU*, no. 4, pp. 150–162.

8. Irtysheva, I.O. and Kramarenko I.S. (2014) Investycijna pryvablyvist' ekonomiky: mizhregional'ni

asymetrii' [Investment attractiveness of the economy: interregional asymmetries]. *Regional economy*, № 2(72), pp. 84–95.

9. Kramarenko, I.S., Irtysheva, I.O., Senkevich, O.F., Topchiiy, O.O. and Voit, D.S. (2020) Infrastrukturno-transformacijni procesy formuvannja ta rozvytku investycijnogo regional'nogo potencialu [Infrastructure-transformation processes of formation and development of investment regional potential]. *Business Inform*, no. 3, pp. 67–74.

10. Rogatina L.P., Irtysheva I.O., Kramarenko I.S., Andryushchenko E.G. and Bilan V.V. (2020) Investycijna skladova ekonomichnoi' bezpeky: mikro-, mezo-, makrorivni [Investment component of economic security: micro-, meso-, macro-levels]. *Efficient economy*, no. 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7871> (accessed 01 June 2020).

11. Inna Irtysheva, Iryna Kramarenko, Svitlana Shults, Yevheniia Boiko, Kateryna Bishchuk, Nataliya Hryshyna, Nazariy Popadynets, Iryna Dubynska, Olena Ishchenko and Daria Kravyvina (2020) Building favorable investment climate for economic development. *Accounting*. Volume 6. Number 5, pp. 773–780. Available at: http://www.growingscience.com/ac/Vol6/ac_2020_57.pdf (accessed 01 June 2020).

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

PROBLEMS OF STATE REGULATION OF THE DEVELOPMENT OF THE INTERNAL MARKET OF CONSUMER GOODS IN CRISIS

У статті досліджуються проблеми державного регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів в умовах кризи в Україні, викликаній, зокрема, пандемією COVID-19. Розглянуто основні цілі державного регулювання споживчого ринку України, котрий функціонує у кризових умовах. Проаналізовано результати маркетингових досліджень на предмет впливу можливих наслідків пандемії COVID-19 на подальший розвиток вітчизняного споживчого ринку. Обґрунтовано необхідність удосконалення та посилення регуляторної ролі держави для успішного виходу вітчизняного ринку споживчих товарів із кризи, спричиненої пандемією. Здійснено порівняльний аналіз показників роздрібного товарообороту на вітчизняному споживчому ринку в період із січня по травень 2019–2020 рр. На основі аналізу даних державної статистики України з 2009 по 2019 р. встановлено факт поступового скорочення частки товарів вітчизняного виробництва на внутрішньому споживчому ринку. Із метою захисту економічних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності, котрі обслуговують потреби вітчизняного споживчого ринку, запропоновано низку конкретних заходів з удосконалення державного регулювання цього ринку в умовах кризи, спричиненої пандемією COVID-19.

Ключові слова: внутрішній ринок споживчих товарів, державне регулювання, криза, пандемія COVID-19.

В статье исследуются проблемы государственного регулирования развития внутреннего рынка потребительских товаров

в условиях кризиса, вызванного в том числе пандемией COVID-19. Рассмотрены основные цели государственного регулирования потребительского рынка Украины, который функционирует в кризисных условиях. Проанализированы результаты маркетинговых исследований на предмет воздействия возможных последствий пандемии COVID-19 на дальнейшее развитие отечественного потребительского рынка. Обоснована необходимость совершенствования и усиления регуляторной роли государства для успешного выхода отечественного рынка потребительских товаров из кризиса, вызванного пандемией. Осуществлен сравнительный анализ показателей розничного товарооборота на отечественном потребительском рынке в период с января по май 2019–2020 гг. На основе анализа данных государственной статистики Украины с 2009 по 2019 г. установлен факт постепенного сокращения доли товаров отечественного производства на внутреннем потребительском рынке. С целью защиты экономических интересов субъектов предпринимательской деятельности, которые обслуживают потребности отечественного потребительского рынка, предложен ряд конкретных мер по совершенствованию государственного регулирования этого рынка в условиях кризиса, вызванного пандемией COVID-19.

Ключевые слова: внутренний рынок потребительских товаров, государственное регулирование, кризис, пандемия COVID-19.

УДК 338.242.2

<https://doi.org/10.32843/bses.54-8>

Семак Б.Б.

д.е.н., професор,
професор кафедри маркетингу,
проректор з наукової роботи
Львівський торговельно-економічний
університет

Semak Bohdan

Lviv University of Trade and Economics

The article investigates the problems of state regulation of the domestic consumer goods market development in the crisis conditions, caused, in particular, by the COVID-19 pandemic. One of the key challenges for the further development of the domestic consumer goods market will be the need to adapt to the new crisis conditions caused by the effects of the pandemic. It is determined that the modern mechanism of state regulation of the consumer market functions as a system of forms, methods and means by which the state interacts with the participants of this market. The stratification of the population of Ukraine in terms of income and expenditures has led to the emergence of socio-economic differentiation in the consumer goods market. Taking into account this fact, it is proposed to segment the domestic consumer market using social and economic criteria. The main goals of the domestic consumer market state regulation, which operates in crisis conditions, are considered. The results of marketing researches on the impact of possible consequences of the COVID-19 pandemic on the further development of the domestic consumer market are analyzed. The need to improve and strengthen the regulatory role of the state for the successful outcome of the domestic consumer goods market from the crisis caused by the pandemic is substantiated. A comparative analysis of retail turnover in the domestic consumer market during the period from January to May 2019–2020 was implemented. Based on the analysis of state statistics of Ukraine from 2009 to 2019, the fact of gradual reduction of the domestic goods share in the consumer market was determined. In order to protect the economic interests of business entities that serve the needs of the domestic consumer market, a number of specific measures have been proposed to improve state regulation of this market in the crisis conditions caused by the COVID-19 pandemic. It is concluded that in the context of the escalation of the economic crisis, the most important task of state regulation is the process of choosing the optimal combination of economic and administrative levers for solving economic and social problems of all market participants is to take into account entrepreneurial interests and consumer needs.

Key words: domestic market of consumer goods, state regulation, crisis, COVID-19 pandemic.

Постановка проблеми. В економічній теорії співіснують фактично два протилежні погляди стосовно доцільності державного регулювання ринкових процесів. Ідею економічної свободи як умови процвітання та справедливого суспільного порядку у своїх працях відстоював А. Сміт. Його опоненти Ф. Хаск, М. Фрідман, П. Самуельсон обґрунтували необхідність утручання держави в економіку та доводили, що ринки з плином часу монополізуються, а конкуренція між їхніми суб'єктами поступово посла-

блюється або взагалі зникає. За таких умов “невидима рука ринку” не завжди виконує свої завдання, а інтереси споживачів повністю не враховуються або ж взагалі ігноруються суб'єктами економічної діяльності. Легітимність утручання держави в економіку з урахуванням так званих «зовнішніх ефектів» у своїх працях відстоював А. Пігу. Він уважав, що ефективно розмежувати суспільні і приватні інтереси може тільки держава через реалізацію, наприклад, податкової політики [1].

Державне регулювання ринку споживчих товарів здійснюється вповноваженими державними інститутами за допомогою системи заходів законодавчого, виконавчого та контролюючого характеру. Сучасний механізм державного регулювання споживчого ринку функціонує як система форм, методів та засобів, за допомогою яких держава взаємодіє з учасниками цього ринку.

Як свідчить досвід розвитку економічних відносин у кризових умовах, багато країн вважають за необхідне застосовувати широкий перелік регуляторних інструментів для успішного подолання проблем на внутрішніх ринках споживчих товарів. В умовах економічної кризи встановлення рівноваги між попитом і пропозицією не завжди гарантує повноцінне задоволення потреб населення у товарах першої необхідності. У рамках споживчого ринку держава виступає не тільки у ролі регулятора, а й у ролі його безпосереднього учасника. Вплив кризових явищ на сегменти споживчого ринку не є однорідним та може мати різні наслідки.

На даний час Україна переживає чергову економічну кризу, викликану на цей раз пандемією COVID-19. Це другий випадок у новітній історії України, коли значний економічний спад був спричинений фактично неекономічними передумовами. Перший випадок – початок воєнної агресії Росії проти України у 2015 р. Проблемою є те, що сьогодні ніхто навіть на найближчу перспективу не може спрогнозувати тривалість пандемії COVID-19, тоді як її негативний вплив на розвиток вітчизняного ринку споживчих товарів вже є очевидним. На нашу думку, економічна криза, викликана пандемією COVID-19, спричинить відчутне падіння рівня доходів громадян України у 2020–2021 рр. і, як наслідок, скорочення обсягів товарообігу на внутрішньому ринку споживчих товарів. У таких умовах виникне необхідність посилення державного регулювання для подолання негативних ефектів впливу пандемії на показники виробництва та споживання товарів масового попиту. Учасники ринку самі по собі будуть не в змозі виправити усі дисбаланси, оскільки вплив пандемії на окремі сектори економіки ще не до кінця зрозумілий та важко піддається прогнозуванню. Регуляторна роль держави у таких умовах повинна посилитися. В умовах кризи, викликаній пандемією COVID-19, держава повинна взяти на себе більше відповідальності із захисту прав та інтересів споживачів, особливо безробітних, малозабезпечених та пенсіонерів. З іншого боку, посилення регуляторної ролі держави не повинно обмежити економічні свободи та інтереси вітчизняного приватного бізнесу, котрий забезпечує лівову частку операцій на ринку споживчих товарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам державного регулювання розвитку ринків споживчих товарів присвячено численні

праці відомих вітчизняних та зарубіжних учених, серед яких: Г.П. Бортніков, О.О. Бойко, Х. Баєтер, Н.О. Власова, С.Б. Єгоричева, В.В. Вітлінський, А.М. Герасимович, В.В. Гончаренко, О.М. Гордуновський, В.А. Гросул, К. Деккер, О.С. Іванілов, Л.О. Лігоненко, О.А. Круглова, А.А. Мазаракі, О.В. Мицак, А. Пігу, М.Дж. Перрі, Т.М. Попович, І. Рамсей, Л.О. Шпак, Т.П. Яхно.

Попри те, що дослідження проблем державного регулювання внутрішнього споживчого ринку є завжди актуальними, адже економічні умови в державі постійно змінюються, з'являються нові загрози та непередбачені впливи, до котрих можна віднести і пандемію COVID-19. Усе це свідчить про необхідність розширення спектру досліджень та розв'язання проблем державного регулювання на внутрішньому ринку споживчих товарів у кризових умовах.

Постановка завдання. Вихід вітчизняної економіки з кризи стане одним із найбільших викликів для української влади у другій половині 2020 і першій половині 2021 р. На наше переконання, без стабілізації ситуації на внутрішньому ринку споживчих товарів, відновлення купівельної спроможності населення та пожвавлення ділової активності малого та середнього бізнесу подолати кризу у найближчій перспективі не вдасться. Виходячи з вищесказаного, вважаємо основним завданням даного дослідження вдосконалення інструментарію державного регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів в умовах кризи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цілі державного регулювання на будь-якому ринку, перебуваючи у тісному взаємозв'язку, нерівнозначні за інтенсивністю впливу, значенням і наслідками. Держава як регулятор ринку споживчих товарів вирішує стратегічні та тактичні цілі у процесі регулювання. Пріоритетними стратегічними цілями регулювання є забезпечення економічної безпеки, соціальної стабільності та конкуренції між суб'єктами ринку споживчих товарів. Тактичні цілі можуть змінюватися залежно від характеристик та конкретних умов діяльності об'єктів регулювання, однак повинні забезпечувати узгодження суспільних та приватних інтересів. На нашу думку, основним завданням державного регулювання ринку споживчих товарів в Україні є забезпечення його стабільного функціонування та розвитку з урахуванням інтересів усіх зацікавлених учасників цього ринку.

На думку О.М. Гордуновського, аналіз взаємозв'язків у змішаній і перехідній економіках дає підстави стверджувати, що саме ринок споживчих товарів є основою формування системи інших ринків, зумовлює ті чи інші закономірності економічного розвитку. У сучасних умовах йому належить домінуюча роль у забезпеченні ефективності механізмів зворотного зв'язку, які впливають не

лише на інші ринки, а й забезпечують економічну та соціальну стабільність, гарантують продовольчу безпеку країни, зумовлюють темпи і характер економічного зростання [2].

М.І. Белявцев визначає чотири групи прямих і непрямих методів державного регулювання ринку:

- економічні;
- інформаційно-орієнтовальні;
- законодавчі;
- адміністративні.

Економічні методи, якщо вони не суперечать вимогам законів ринку, прийнято вважати найбільш тонким інструментом узгодження механізму ринкового саморегулювання з інтересами економіки. Це методи дії на попит і пропозицію товарів, на умови формування економічних ресурсів, витрат та результатів, що включають регулювання цін на товари і тарифів на послуги, податкове, митне, фінансове і кредитно-грошове регулювання.

Інформаційно-орієнтовальні методи учасників ринку спрямовані на забезпечення виробничих і торговельних підприємств комерційною інформацією, що дає змогу вибирати оптимальні шляхи реалізації поточних і перспективних завдань.

Законодавчі методи забезпечують правові основи регулювання товарного ринку, що включають захист прав власності, підприємців, найнятих робітників і споживачів.

Адміністративні методи державного регулювання являють собою дії владних органів у процесі цінової, фінансової, кредитної, податкової і митної політики держави (ліцензування виробництва й обігу окремих товарів, організація державного контролю якості товарів і послуг, їх стандартизації та сертифікації тощо).

Необхідність здійснення державного регулювання ринку споживчих товарів актуалізувалася в Україні ще у 90-х роках минулого століття. За короткий період централізована і регульована державою система розподілу товарів була замінена вільною купівлею-продажем. Замість розмаїття форм власності провідне становище на споживчому ринку товарів і послуг посів приватний сектор. З одного боку, це створило тисячі робочих місць у системі гуртової та роздрібно-торгівлі, дало змогу вирішити проблему дефіциту товарів та послуг, породило справжню конкуренцію між продавцями. З іншого боку, держава у цей період фактично втратила контроль над цінами та якістю товарів як вітчизняного, так і зарубіжного виробництва.

Упродовж останніх двох десятиріч років в Україні спостерігалася зростання обсягів реалізованих товарів і послуг у цілому і на душу населення. Однак, на нашу думку, у зв'язку з глибоким розширенням населення країни за рівнем доходів та високим рівнем тінізації економіки показник «оборот товарів і послуг на душу населення» сьогодні

не відображає реальних соціально-економічних явищ і процесів на споживчому ринку.

Важливо звернути увагу на той факт, що розширення населення України за рівнем доходів і витрат спричинило появу соціально-економічної диференціації на ринку споживчих товарів. Відповідно до такої диференціації, логічно здійснити процес сегментації споживчого ринку, поєднуючи соціальні та економічні критерії. На основі такого підходу можна виділити два окремих сегменти: сегмент, придбання товарів, на якому доступне заможним верствам населення, і сегмент, товари якого доступні малозабезпеченим громадянам. Означені сегменти ринку різняться за якісними і вартісними характеристиками товарної пропозиції, каналами розподілу, асортиментом товарів, можливістю доступу до товарів різних верств населення, якістю торговельного обслуговування. Систематизацію критеріїв соціально-економічної сегментації та її прояви на вітчизняному ринку споживчих товарів відображено в табл. 1 [2].

За даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, станом на кінець 2019 р. питома вага державного сектору економіки у сфері оптової та роздрібно-торгівлі не перевищувала 2%. Це свідчить про відсутність підприємств державної форми власності у цьому секторі економіки. Фактично конкуренція на ринку споживчих товарів відбувається виключно між структурами приватної форми власності, котрі встановлюють ціни на власний розсуд. На нашу думку, наявність певного відсотка державних магазинів із регульованими цінами (соціальні магазини) спричинила б позитивний вплив на рівень споживчих цін та створила би певну підтримку для малозабезпечених верств населення. Спроби реалізувати такі проєкти вже були в окремих регіонах України, однак із різних причин вони не отримали широкої підтримки на державному рівні.

Одним із ключових викликів для подальшого розвитку вітчизняного ринку споживчих товарів стане необхідність його адаптації до нових кризових умов, спричинених наслідками пандемії COVID-19. Цілком вірогідно, що пандемія зможе змінити цілі галузі економіки, а також моделі поведінки підприємств і споживачів в Україні. Зміщення вподобань покупців у бік онлайн-шопінгу може стати довгостроковим трендом, так само як і перехід співробітників підприємств на віддалений режим роботи.

В умовах поглиблення економічної кризи на вітчизняному ринку споживчих товарів, викликаній пандемією COVID-19, інформацію щодо ймовірних шляхів розвитку цього ринку можна отримати на основі аналізу результатів маркетингових досліджень, котрі нині активно проводяться в Україні різноманітними дослідницькими структурами. Зокрема, цифрова агенція Postmen на замовлення «Економічної правди» 9-10 квітня

Таблиця 1

Критерії соціально-економічної сегментації ринку споживчих товарів в Україні

Критерії	Сегмент 1 (заможні верстви населення)	Сегмент 2 (малозабезпечені верстви населення)
Рівень доходів і витрат домогосподарств	Домогосподарства мають високі доходи, високу купівельну здатність. У структурі витрат частка придбання товарів першої необхідності є низькою (10–20%). Ціни на товари не обмежують споживчих потреб.	Ресурси домогосподарств знаходяться на рівні прожиткового мінімуму, низька купівельна здатність. У структурі витрат домінують витрати на купівлю товарів першої необхідності.
Рівень насиченості сегменту	Товарна насиченість сегменту є високою і стабільною; висока якість та ексклюзивні моделі товарів. У товарній структурі переважають предмети розкоші. Наповнення сегменту здійснюється переважно імпортними товарами.	У рамках сегменту реалізуються товари масового попиту, низької або посередньої якості
Рівень обслуговування	Спеціальне та індивідуальне обслуговування; висока культура обслуговування; уважне ставлення до покупця; післяпродажне обслуговування технічно складних товарів.	Низькі якість і культура обслуговування; переважає самообслуговування під час вибору товару; післяпродажне обслуговування часто відсутнє.
Рівень організованості сегменту	Організована торгівля, домінує мережа сучасних торговельних центрів, елітних магазинів, бутиків.	Купівля товарів здійснюється переважно на організованих, неорганізованих ринках та у МАФх.
Якість пропонованого товару	Виробництво споживчих товарів здійснюється з використанням новітніх технологій, світових зразків; торговельна марка є відомою.	Виробництво товарів здійснюється з використанням наявних технологій, часто використовуються дешеві матеріали та сировина.
Товарообіг у рамках сегменту	Товарообіг у рамках сегменту є повільним, але високодохідним за рахунок високих цін на брендові товари.	Доходи від торговельної діяльності отримуються за рахунок високої оборотності товарів.

Джерело: доповнено автором на основі [2]

2020 р. провела через мережу Facebook опитування 802 громадян України. Репрезентативність вибірки була забезпечена за такими критеріями, як стать, вік, регіон проживання та рівень доходу. Фахівці з команди Postmen дійшли висновку, що «чим довше країна проводить у карантині, тим більший відсоток населення починає відмовляти собі в товарах щоденного вжитку. В Україні цей тренд поки що на початковій стадії, як і епідемія». При цьому існує «велика різниця між змінами поведінки в місті та селі. Епідемія – більше міський феномен. У селах значно менше змінилися всі аспекти життя». У результаті «люди з низьким доходом стали менше працювати. Це свідчить про те, що спеціальності з низькою оплатою, які потребували низьких навиків і кваліфікацій, скорочуються найсильніше та першими». Установлено також, що «найбільший розрив спостерігається в динаміці витрат домогосподарств між великими містами й містечками. Люди у великих містах припинили витратити гроші на розваги/кафе/спортклуби, тому карантин зменшив їхні витрати. На противагу цьому необхідність закупити їжу, ліки й товари першої необхідності (за відсутності витрат на розваги) призвела до зростання загальних витрат у жителів малих населених пунктів». Згідно з результатами опитування, останнім часом респонденти більше ніж зазвичай купували продовольчі товари, ліки та медикаменти, засоби гігі-

єни й алкогольні напої. «Із покупок, які найбільша кількість українців відклала на майбутнє, – одяг, взуття і відпустки. Однак у зоні суттєвого зниження опинилися всі великі покупки, навіть оплата комунальних послуг» [3].

Старший науковий співробітник СІАЗ НБУВ С. Кулицький справедливо вважає, що навіть якщо відкинути лобювання через ЗМІ певних бізнес-інтересів, яке також існує, треба визнати, що на швидке відновлення ділової активності в Україні до того рівня, що існував перед запровадженням режиму карантину, розраховувати в найближчому майбутньому підстав немає. Для цього є дві основні причини. По-перше, у разі значного передчасного послаблення карантину, найвірогідніше, значно зросте спілкування інфікованих і неінфікованих коронавірусом людей, що призведе до значного спалаху пандемії COVID-19 в Україні. Власне, такі побоювання певним чином почали справджуватися у другій половині червня 2020 р. По-друге, пандемія COVID-19, у тому числі й завдяки ЗМІ, уже посіяла в населення певні фобії, які в будь-якому разі негативно впливатимуть на ті види бізнесу, функціонування яких передбачає більш-менш інтенсивне спілкування людей та особливо скупчення великих контингентів людей чи то в Україні, чи то за кордоном. Про це, до речі, свідчать і результати наведеного вище маркетингового дослідження агенції Postmen.

Показники роздрібного товарообігу в Україні у період із січня по травень 2020 р.

№ з/п	Місяць року	Показник товарообігу, млн грн	Підсумок зростання від початку року, млн грн	Ріст/спад до попереднього місяця, млн грн	% до попереднього місяця
1	Січень	90833,2	90833,2	-	-
2	Лютий	88634,6	179467,8	-2198,6	-2,4
3	Березень	93777,5	273245,3	5142,9	5,8
4	Квітень	70997,5	344242,8	-22780,0	-24,3
5	Травень	90277,5	434520,3	19280,0	27,2

Джерело: складено автором на основі [5]

Представлені маркетингові дослідження разом із наведеною вище інформацією дають уявлення про напрями вірогідних змін у цьогорічному розвитку вітчизняної економіки під впливом пандемії COVID-19. На жаль, є всі підстави очікувати на скорочення витрат на споживання в Україні. На думку С. Кулицького, яку ми поділяємо, пандемія COVID-19 спричинить скорочення обсягів будівництва, оптової та роздрібної торгівлі, громадського харчування, пасажирських авіаперевезень, таких напрямів підприємницької діяльності, як туризм, готельний бізнес і розваги. Причому згадане скорочення споживчого й виробничого споживання негативно позначиться не лише на обсягах виробництва товарів і послуг в Україні, а й призведе до скорочення обсягів імпорту товарів та послуг в Україну [4].

Аналіз наявних показників роздрібного товарообігу в Україні у період із січня по травень 2020 р. дає змогу стверджувати, що однозначного впливу на цей показник пандемія COVID-19 не мала, що можна побачити на прикладі даних табл. 2.

Отримані нами у табл. 1 дані свідчать про те, що очевидний спад роздрібного товарообігу відбувся за результатами квітня, коли він знизився майже на чверть (-24,3%). Це стало наслідком локдауну

в Україні у цей період, котрий передбачав закриття більшості підприємств торгівлі та сфери обслуговування. Однак уже у травні карантин був послаблений, і більшість підприємств, котрі обслуговують потреби споживчого ринку, у той чи інший спосіб почали працювати, і показник товарообігу повернувся до рівня березня з незначним зменшенням.

З іншого боку, зовсім інша картина спостерігається, якщо проаналізувати дані Держстату України та порівняти індекси фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі в Україні з січня по травень у 2019–2020 рр. (рис. 1). На графіку можна чітко прослідкувати помітне зниження цих індексів у квітні і травні 2020 р. порівняно з аналогічним періодом 2019 р.

На думку Т.П. Яхно та Т.О. Гусаковської, споживчий ринок поряд з іншими складниками економічної системи є провідною рушійною силою економічного розвитку країни [7, с. 63]. До найважливіших показників оцінки рівня розвитку споживчого ринку у будь-якій країні відносять частку товарів національного виробництва у загальному обсязі реалізованої продукції. У статистичних джерелах відображають як загальний обсяг реалізованих на внутрішньому ринку товарів національного виробництва, так і в розрізі непродовольчих та продовольчих товарів. Наведені у табл. 3 показники Держстату України свідчать, що у групі продовольчих товарів домінує продукція вітчизняних виробників. Цей факт позитивно характеризує рівень розвитку вітчизняного ринку споживчих товарів, оскільки, попри жорстку конкуренцію з великими іноземними виробниками продовольчих товарів, вітчизняні виробники змогли втримати свої позиції. На полицях магазинів частка продовольчих товарів вітчизняного виробництва сягає 80–98% за винятком кави, свіжих плодів, вин та фруктово-ягідних консервів. З іншого боку, частка непродовольчих товарів вітчизняного виробництва поступово знижується і становить менше половини від загального обсягу реалізованих в Україні товарів цієї групи. Тільки

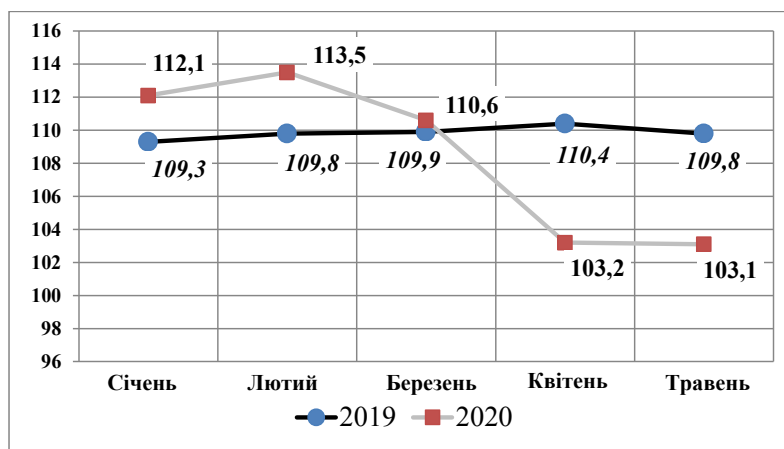


Рис. 1. Індекси фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі в Україні із січня по травень 2019–2020 рр. (у % до відповідного періоду попереднього року, нарастаючим підсумком)

Джерело: складено автором на основі [6]

окремі непродовольчі товари, такі як паливо та мастила, фармацевтичні засоби, канцелярські товари, преса, товари для будівництва та ремонту, формують понад 50% в асортименті вітчизняних торговельних підприємств. Вітчизняного взуття, одягу та автомобілів на ринку не більше 10%, а таких товарів, як комп'ютери, аудіо- та відеотехніка, фотоапарати та програмне забезпечення, менше 1%. Це свідчить про те, що по окремих групах непродовольчих товарів вітчизняний споживчий ринок майже повністю контролюється імпортерами. Будь-які проблеми на валютному ринку за таких умов матимуть прямий вплив на політику їх ціноутворення.

Дані, наведені у табл. 3, є яскравою ілюстрацією невтішного тренду загального зниження частки товарів вітчизняного виробництва на внутрішньому споживчому ринку. Найбільш помітно впродовж останніх десяти років відбувалося зниження частки вітчизняних непродовольчих товарів. Якщо ще в 2009 р. частка вітчизняної непродовольчої продукції на споживчому ринку становила трохи більше половини (54,7%), то вже станом на кінець 2019 р. – трохи більше третини (32,0%) від загального обсягу продажу у цій категорії. Загалом показник частки усіх видів споживчих товарів вітчизняного виробництва, що реалізовувалися на внутрішньому ринку за останнє десятиліття, знизився з 67,4% до 52,4%. Одним із пояснень цього факту є те, що після підписання низки економічних угод з ЄС та іншими країнами вітчизняний ринок став більш відкритим для іноземних товарів. Далеко не всі вітчизняні виробники змогли ефективно конкурувати з дешевшою і часто якіснішою продукцією з-за кордону. На нашу думку, через негативний вплив наслідків пандемії COVID-19 на вітчизняну економіку в 2020 р. низка виробництв в Україні припинить своє існування і частка як продовольчої, так і непродовольчої продукції іноземного походження, котра заповнить цю нішу на внутрішньому ринку в 2021 р., зросте. Цілком вірогідно, що вже у найближчій перспективі на наш ринок вийдуть компанії з тих країн, які швидше відновлять свої економіки після коронакризи. У таких умовах ще більше посилиться необхідність у державному регулюванні споживчого ринку у напрямі захисту інтересів вітчизняних виробничих та торговельних підприємств, котрі його обслуговують.

В умовах кризи, незалежно від причин її виникнення, регулювання цін є ключовою метою державного регулювання споживчого ринку. Контроль над цінами в кризових умовах є визначальним у системі регуляторного впливу держави на споживчий ринок. Проблемою цінового регулювання є те, що не всі виробники чи продавці сприймають його і часто трактують як порушення своїх економічних свобод та інтересів. Працюючи в умовах кризи, компанії часто змушені піднімати ціни з причин порушення традиційних ланцюгів постачання товарів, інфляційного тиску, необхідності доставки товарів на більші відстані чи з інших причин. Цінове регулювання застосовується державою не тільки як інструмент захисту малозабезпечених верств населення, а й для впорядкування діяльності господарюючих суб'єктів та уникнення монополізації ринку окремими компаніями.

В умовах економіки, котра знаходиться на етапі зростання, цілком логічним підходом у системі державного регулювання споживчого ринку є стимулювання конкуренції між компаніями, котрі обслуговують потреби цього ринку. За економічного зростання кількість господарюючих суб'єктів зростає, і стимулювання конкурентної боротьби між ними буде цілком логічним кроком держави як регулятора ринку. Незважаючи на «ринковість» цього підходу, в умовах кризи його не завжди можливо ефективно застосувати, оскільки багато компаній або скорочують обсяги виробництва чи продажів, або взагалі припиняють свою діяльність. Тому завданням державного регулювання під час кризи часто є не стільки стимулювання конкуренції між господарюючими суб'єктами, скільки забезпечення достатнього для задоволення потреб споживачів рівня ділової активності на ринку.

Забезпечення продовольчої безпеки є одним з основних завдань державного регулювання на вітчизняному ринку споживчих товарів в умовах кризи. Таке регулювання передусім стосується продовольчих товарів, що зумовлено тим значенням, котре має даний сегмент споживчого ринку для підтримки продовольчої безпеки країни. Саме продовольча безпека в сучасному світі є однією з найболючіших проблем багатьох держав, навіть розвинених. Ця проблема особливо актуалізувалася у період запровадження жорсткого карантину низкою країн та скороченням обсягів міжнародної

Таблиця 3

Динаміка частки продажу споживчих товарів вітчизняного виробництва в Україні у 2009–2019 рр.,%

№ з/п	Показник	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Продовольчі товари	88,4	88,2	87,2	86,3	85,5	85,6	85,2	84,8	82,2	81,4	80,0
2	Непродовольчі товари	54,7	50,0	47,2	41,9	39	39,5	39,3	35,6	32,6	31,7	32,0
3	Усі товари	67,4	64,3	61,9	58,9	57,2	57,8	58,1	55,8	52,3	53,2	52,4

Джерело: складено автором на основі [6]

торгівлі продовольчими товарами. Сьогодні практично кожна держава вдається до тих чи інших заходів регулятивного впливу для спрямування господарюючих суб'єктів на виробництво товарів, які необхідні для забезпечення населення на внутрішньому ринку найбільш необхідними продовольчими товарами в умовах поширення коронавірусної хвороби. Також держави контролюють ціни на продовольчі товари, щоб навіть незахищені верстви населення мали доступ до основних груп продовольства в умовах карантинних обмежень на пересування та закриття багатьох торговельних закладів.

Державне регулювання споживчого ринку передбачає виконання комплексу адміністративних, соціальних та економічних завдань, здійснення яких забезпечує прискорення темпів економічного зростання країни. Однак в умовах загострення економічної кризи найвагомим завданням державного регулювання є процес вибору оптимального поєднання економічних і адміністративних важелів для розв'язання економічних і соціальних проблем усіх учасників ринку через урахування інтересів бізнесу та потреб споживачів. Таке регулювання передбачає чіткий порядок застосування заходів з урахуванням існуючих розбіжностей та суперечностей інтересів учасників ринку та змін його внутрішнього і зовнішнього середовища [8, с. 46].

Досліджуючи проблеми регулювання споживчого ринку, у першу чергу до уваги береться саме державне регулювання, котре здійснюється вповноваженими державними інститутами. Споживчий ринок України важко назвати розвинутим, йому притаманна ціла низка проблем, котрі не характерні для споживчих ринків розвинутих країн, тому втручання держави у процеси на внутрішньому споживчому ринку, особливо в умовах кризи, сприймається як цілком логічний крок. Однак у практиці розвинутих країн, до переліку яких прагне потрапити й Україна, велика роль відводиться ринковому саморегулюванню. На нашу думку, після виходу з кризи та досягнення певного рівня економічного зростання вітчизняний ринок споживчих товарів почне розвиватися за сценарієм, характерним для споживчих ринків розвинутих країн. Саморегулювання споживчого ринку в Україні як альтернатива державному регулюванню може здійснюватися не тільки через діяльність різноманітних недержавних асоціацій виробників та продавців, а й безпосередньо через ефективну господарську діяльність самих ринкових суб'єктів. Конкурентоспроможні підприємства пропонують на ринку те, що, на їхню думку, буде корисним для споживачів, котрі, своєю чергою, вибирають між різними товарними пропозиціями. У відповідь на це виробники та продавці пропонують товари і послуги, котрі користуються реальним попитом.

Таким чином, формується баланс між комерційними інтересами бізнесу та споживчими інтересами покупців, що у підсумку можна вважати прикладом успішного ринкового саморегулювання. Для успішного втілення цієї моделі регулювання споживчого ринку, на нашу думку, має бути велика кількість діючих незалежних господарюючих суб'єктів та достатня кількість покупців із регулярним середнім або вище середнього доходом, котрий давав би їм змогу демонструвати активну купівельну поведінку.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах невизначеності та поглиблення кризових явищ, спричинених пандемією COVID-19, в Україні регуляторний вплив держави на споживчому ринку у цей період повинен бути скоригований. Зокрема, для захисту економічних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності, котрі стикнулися з негативними економічними наслідками пандемії, пропонуємо:

- полегшити відкриття кредитних ліній для суб'єктів малого та середнього підприємництва, у тому числі розширити умови для отримання пільгового кредитування. В умовах економічної кризи, коли про розвиток не йдеться, спрощене отримання кредитів має величезне позитивне значення для підтримання ділової активності;

- тимчасово відтермінувати оплату оренди державного і муніципального майна. В умовах, коли простоюють порожні офіси, магазини, торгові центри змушені оплачувати оренду, по суті, без будь-якої користі. При цьому тимчасово відмовитися від неї орендарі не можуть, оскільки таке здебільшого не передбачено підписаними договорами;

- частково рефінансувати кредити суб'єктів малого та середнього підприємництва, оскільки це допоможе багатьом із них пережити кризу без катастрофічних утрат;

- звільнити суб'єкти підприємництва від штрафних санкцій під час виконання договірних зобов'язань, у тому числі в рамках держзамовлення у частині сплати пені/неустойок за несвоєчасне виконання цих зобов'язань.

Перспективу подальших досліджень у даному напрямі вбачаємо у вдосконаленні існуючих або розробленні нових інструментів для державного регулювання окремих сегментів споживчого ринку України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пигу А. Экономическая теория благосостояния / пер. с англ. ; общ. ред. С.П. Аукуционек. Москва : Прогресс, 1985. 512 с.
2. Гордуновський О.М. Особливості формування вітчизняного ринку споживчих товарів. *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2568> (дата звернення: 11.04.2020).

3. Головні тренди на карантині: що змінилося у поведінці українців. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/14/659337> (дата звернення: 20.04.2020).

4. Кулицький С. Проблеми розвитку економіки України, зумовлені пандемією коронавірусу COVID-19 у світі, та пошук шляхів їх розв'язання (Закінчення. Початок див. у № 8). *Україна: події, факти, коментарі*. 2020. № 9. С. 47–53. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2020/ukr9.pdf> (дата звернення: 23.04.2020).

5. Обсяг обороту роздрібної торгівлі в Україні в 2020 р. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/retail/> (дата звернення: 04.06.2020).

6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.06.2020).

7. Яхно Т.П., Гусаковська Т.О. Визначення рівня економічного розвитку України за показниками стану споживчого ринку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2017. Вип. 28. С. 63–68.

8. Мицак О.В., Бублик Л.Я. Розвиток споживчого ринку як об'єкту державного регулювання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 18. С. 44–46.

REFERENCES:

1. Pigu A. (1985) *Jekonomicheskaja teorija blagosostojanija* [Economic Theory of Welfare], per. s angl., obshh. red. S.P. Aukucioneck, Progress, Moskva, 512 s. (in Russian)

2. Hordunovs'kyj O.M. (2013) *Osoblyvosti formuvannia vitchyznianoho rynku spozhyvchykh tovariv* [Features of formation of the consumer goods domestic market]. *Efektivna ekonomika*. Elektronnyj zhurnal.

№ 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2568> (accessed: 11.04.2020).

3. Holovni trendy na karantyni: scho zminylosia u povedintsiv ukrainsiv [The main trends in quarantine: what has changed in the behavior of Ukrainians]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/14/659337> (accessed: 20.04.2020).

4. Kulyts'kyj S. (2020) *Problemy rozvytku ekonomiky Ukrainy, obumovleni pandemiieiu koronavirusu COVID-19 u sviti, ta poshuk shliakhiv ikh rozv'iazannia (Zakinchennia. Pochatok dyv. u № 8)* [Problems of economic development of Ukraine caused by the pandemic of coronavirus COVID-19 in the world, and the search for ways to solve them (End. See the beginning in № 8)]. *Ukraina: podii, fakty, komentari*. № 9, s. 47–53. Available at: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2020/ukr9.pdf> (accessed: 23.04.2020).

5. Obsiah oborotu rozdrubnoi torhivli v Ukraini v 2020 r. [The volume of retail trade turnover in Ukraine in 2020]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/retail/> (accessed: 04.06.2020).

6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed: 05.06.2020)

7. Yakhno T.P., Husakovs'ka T.O. (2017), *Vyznachen-nia rivnia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy za poka-znykamy stanu spozhyvchoho rynku* [Determining the level of economic development of Ukraine according to the indicators of the consumer market]. *Naukovyj visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya Eko-nomika i menedzhment*, vyp. 28, s. 63–68.

8. Mytsak O.V., Bubyk L.Ya. (2017) *Rozvytok spozhyvchoho rynku iak ob'iektu derzhavnoho rehu-liuvannia* [Development of the consumer market as an object of state regulation]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, № 18, s. 44–46.

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ У ЛЕГКІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

CONDITION AND DEVELOPMENT PERSPECTIVES OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE LIGHT INDUSTRY OF UKRAINE

УДК 338.012

<https://doi.org/10.32843/bses.54-9>

Сергійчук С.І.¹

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Національний університет
кораблебудування
імені адмірала Макарова

Іщенко О.А.²

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Національний університет
кораблебудування
імені адмірала Макарова

Дубинська І.І.³

доцент, доцент кафедри менеджменту
Національний університет
кораблебудування
імені адмірала Макарова

Sergiychuk Sergey

National University of Shipbuilding
named after Admiral Makarov

Ishchenko Elena

National University of Shipbuilding
named after Admiral Makarov

Dubynska Iryna

National University of Shipbuilding
named after Admiral Makarov

У статті досліджено стан і тенденції світового ринку текстильної та швейної продукції, у тому числі й європейський ринок як основний експортний орієнтир. Проаналізовано тенденції розвитку малих і середніх підприємств легкої промисловості України. Визначено, що поступове сповільнення індексу споживчих цін та різке зниження індексу виробленої продукції призвели до зниження реальних обсягів виробництва, а подальше погіршення цих показників та рецесія світової економіки можуть призвести до ще більш негативних наслідків. Виявлено проблеми української легкої промисловості: нестача власних обігових коштів у малих і середніх підприємств; обсяг внутрішнього ринку країни мінімум утричі перевищує офіційні дані; не витрачаються гроші на розвиток дистрибуційних каналів; неконкурентоспроможність вітчизняної продукції та ін. Розроблено напрями забезпечення зростання експортного і внутрішнього потенціалу країни.

Ключові слова: легка промисловість, текстильна і швейна індустрія, малі та середні підприємства, експортний потенціал.

В статье исследованы состояние и тенденции мирового рынка текстильной продукции, в том числе и европейский рынок как основной экспортный ориентир. Проанализированы тенденции развития малых и средних предприятий легкой промышленности. Определено, что постепенное снижение индекса потребительских цен и резкое снижение индекса продукции привели к снижению реальных объемов производства, а дальнейшее ухудшение этих показателей и рецессия мировой экономики могут привести к еще более негативным последствиям. Выявлены проблемы украинской легкой промышленности: недостаток собственных оборотных средств в малых и средних предприятиях; объем внутреннего рынка страны минимум в три раза превышает официальные данные; не тратятся деньги на развитие дистрибуторских каналов; неконкурентоспособность отечественной продукции и др. Разработаны направления обеспечения роста экспортного и внутреннего потенциала страны.

Ключевые слова: легкая промышленность, текстильная и швейная промышленность, малые и средние предприятия, экспортный потенциал.

The article examines the state and trends of the world market of textile and clothing products, including the European market, as the main export landmark. The purpose of the article is to study the state of small and medium enterprises in light industry of Ukraine and determine the prospects for their development in the context of globalization. The textile and clothing industries are the gateway to the development of the country's industrialization. Ease of entry into this area and abnormally high wages in European countries have created favorable conditions for the production and export of textiles and garments. The main component of the development of light industry in Ukraine should be the synergy of the combined efforts of the industrial and trade policy of the Ukrainian government, the entrepreneurial skills of small and medium-sized businesses, flexibility and professionalism of the workforce. These factors, with proper integration, as well as the fiscal policy of the state aimed at supporting the investor, will be able to give light industry a boost and unprecedented development. The state and development trends of small and medium enterprises in the light industry of Ukraine are analyzed. It was determined that a gradual decrease in the consumer price index and a sharp decrease in the production index led to a decrease in real production volumes, and a further deterioration of these indicators and a recession in the global economy could lead to even more negative consequences. The problems of the Ukrainian light industry were identified: the lack of working capital in small and medium enterprises, which make up 90% of all enterprises in the industry; the country's domestic market is at least three times higher than official figures; money is not spent on the development of distribution channels; lack of competitiveness of domestic products and others. The developed directions for ensuring the growth of the export and domestic potential of the country. Implementation of a comprehensive program for the development of light industry in Ukraine will ensure the growth of export and domestic potential, improve the quality and range of products, satisfy individual.

Key words: light industry, textile and clothing industry, small and medium enterprises, export potential.

Постановка проблеми. Легка промисловість України – одна з базових стратегічних галузей розвитку економіки, яка розвивається з багатьма викликами і має колосальний потенціал. Проте вона повинна пройти шлях від сировинної галузі з низькою доданою вартістю до одного зі світових флагманів у сфері модного одягу. Необхідна реалізація комплексної державної стратегії підтримки малих і середніх підприємств з імпортозаміщення

одягу та текстилю. Це дасть змогу знизити використання секонд-хенду та товарів китайського і турецького виробництва, збільшить обсяг експорту до європейських країн, поліпшить рентабельності галузі та підвищить бюджетні надходження. Отже, необхідне дослідження проблем розвитку малих і середніх підприємств легкої промисловості України та знаходження можливих шляхів поліпшення ситуації.

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4977-9484>

² ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5785-2971>

³ ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0709-0187>

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Науково-практичним проблемам і дослідженню розвитку легкої промисловості України присвячено роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. Зокрема, цими питаннями займалися І.М. Грищенко [3], О.І. Гарафонова [6], Л.Е. Касьян [7], Т.В. Гавриленко [8] та ін. Разом із тим сьогодні в умовах високої конкуренції та відкритого європейського ринку проблеми розвитку малих і середніх підприємств у легкій промисловості України потребують детальнішої уваги.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні стану малих і середніх підприємств у легкій промисловості України та визначенні перспектив їх розвитку в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У світовому масштабі текстильна і швейна галузь – це постійно зростаючий ринок. До головних гравців відносяться: Китай – провідна країна з виробництва текстильної продукції й оцінюється в 1/4 світової промисловості; європейський ринок (Німеччина, Іспанія, Франція, Італія) – сукупно на них припадає понад 1/5 світового ринку; Індія – займає третє місце з експорту продукції, виробляючи понад 6% від глобального ринку.

Згідно зі звітом [1], опублікованим компанією Grand View Research, прогнозується, що у 2021 р. світовий ринок текстилю досягне 961,0 млрд дол. США (на 28,5% більше, ніж в 2016 р.), ринок виробництва одягу досягне 992 млрд дол. США (на 26,2% більше), а ринок роздрібної торгівлі одягом досягне 1,83 трлн дол. у 2022 р., що на 29,7% більше, ніж у 2017 р. Ключові висновки: збільшення доходу у населення та урбанізація в країнах з економікою, що розвивається (Індія, Китай і Мексика), стимулюватимуть зростання виробництва, а сировина на основі бавовни домінуватиме на текстильному і швейному ринку в 2020 р. на суму 378,6 млрд дол. США завдяки високій всмоктуючій здатності і міцності.

За оцінками Mordor Intelligence [2], у 2018 р. обсяг текстильної і швейної промисловості в Європі досяг 180 млрд дол. США. Прогнозується, що середньорічний темп зростання (CAGR) становитиме приблизно 5,5% та до 2024 р. ринок досягне 250 млрд дол. США. Європейський текстильний та швейний сектор – це індустрія малого і середнього бізнесу. Компанії, на яких зайнято менше 50 осіб, становлять понад 90% робочої сили і виробляють майже 60% продукції. Одяг та текстиль є однією з найбільш глобалізованих галузей із ланцюжком виробництва (оптовий і роздрібний), який охоплює десятки зацікавлених сторін і багато континентів, навіть для одного продукту.

Основна частина українського виробництва одягу нині орієнтована на ринки Європи. У галузі легкої промисловості функціонує понад 10 тис підприємств, із них у текстильній промисловості –

близько 2,5 тис, із виробництва готового одягу і хутра – близько 6 тис, шкіри і шкіряного взуття – близько 1,5 тис.

Згідно з даними Державної служби статистики, 90% від загальної кількості підприємств легкої промисловості – малий і середній бізнес, де працюють близько 85 тис працівників [3].

Офіційно текстильна і швейна промисловість країни оцінюється в 3,43 млрд дол. США, але, за деякими оцінками, до 90% продукції сектору все ще може перебувати в тіньовій економіці. Легка промисловість в Україні забезпечує 5% бюджетних надходжень, 2,6% експорту України та має величезний потенціал зростання завдяки високоосвіченій робочій силі. Малий і середній бізнес значно переважає за кількістю над великими компаніями. Він є рушійною силою всієї легкої промисловості, розвиває ринок і просуває українські бренди кожен день.

У 2014–2017 рр. легка промисловість продемонструвала помітний сплеск зростання. Проте останні два роки спостерігається спад індексів виробництва продукції (рис. 1), досягнення піку зростання реальних обсягів реалізації продукції у 2018 р. та поступове зниження у 2019 р. (рис. 2).

У табл. 1 приведено вихідні дані із сайту Державної служби статистики України [3] та результати аналізу обсягів реалізованої продукції легкої промисловості України без ПДВ у період 2012–2018 рр. у фактичних та постійних цінах із базисним відліком 2014 р., відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД-2010).

Рівень номінального обсягу реалізованої продукції у фактичних цінах стрімко підвищується з 10 069,5 млн грн у 2014 р. до 24 108,7 млн грн у 2018 р. за рахунок підвищення індексу споживчих цін у 2014–2015 рр. та індексу виробленої продукції у 2015–2017 рр. Поступове сповільнення індексу споживчих цін у 2016–2019 р. та ризик зниження індексу виробленої продукції у 2018–2019 рр. призвели до зниження реальних обсягів виробництва легкої промисловості (рис. 2). Подальше зниження цих показників та рецесія світової економіки можуть призвести до ще більш негативних наслідків.

Аналізуючи обсяги реалізованої продукції у 2019 р. (табл. 2) та у січні-квітні 2020 р., можна зробити деякі висновки:

1. Переважає підгалузь з виробництва одягу – 41% (рис. 3), з якої 40,1% йде на експорт, потім йде текстильне виробництво – 34% (33,9% експорт), остання підгалузь із виробництва шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів – 25%, але вона перша за часткою експортної продукції – 47,2%.

2. Висока експортоорієнтованість легкої промисловості, що залежить від кон'юнктури світових ринків, – 39,8% йде на експорт (рис. 4).

Укрлегпром: «Якщо раніше частка реалізованої продукції за межі країни становила у серед-

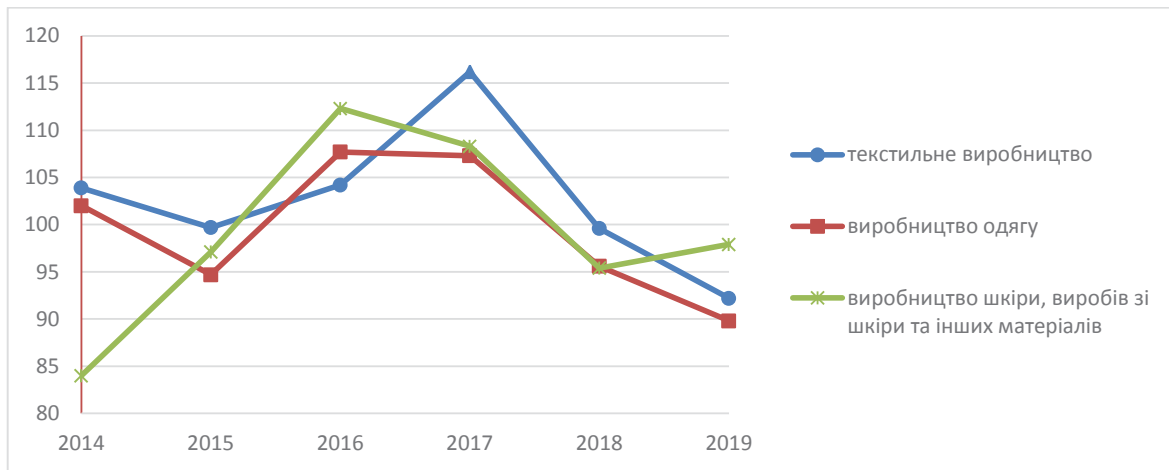


Рис. 1. Динаміка індексів виробництва продукції у легкій промисловості, %

Джерело: розроблено авторами

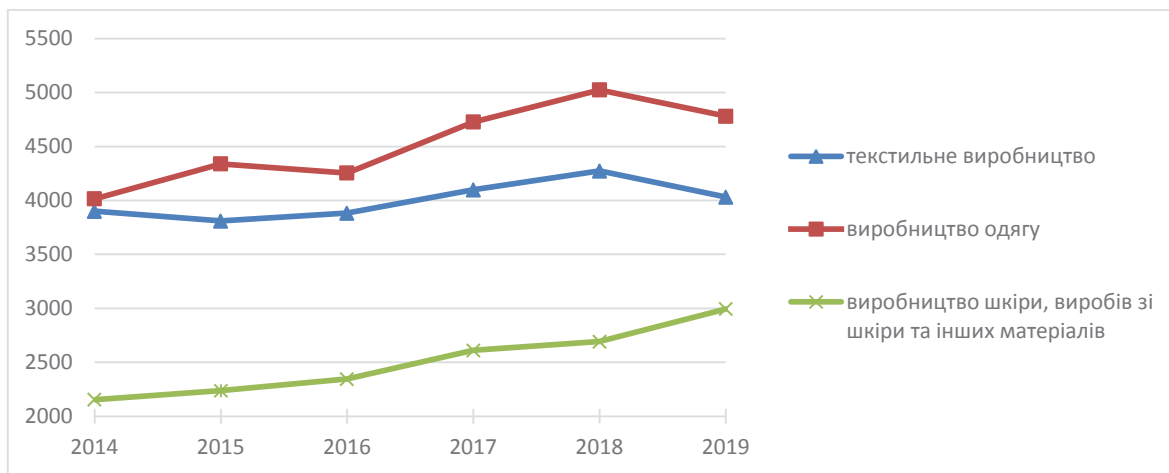


Рис. 2. Динаміка реального обсягу реалізованої продукції у легкій промисловості у базових цінах, млн грн

Джерело: розроблено авторами

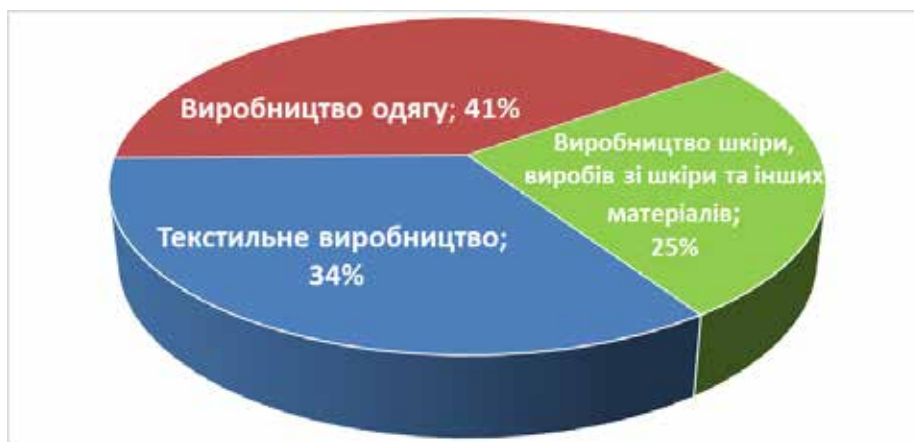


Рис. 3. Структура реалізованої продукції легкої промисловості у 2019 р.

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 1

**Динаміка фактичних та реальних обсягів реалізованої продукції
легкої промисловості України у 2014–2019 рр.**

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Індекси виробленої продукції легкої промисловості [3], у т. ч.:	96,6	97,2	108,1	110,6	96,9	93,3
текстильне виробництво	103,9	99,7	104,2	116,2	99,6	92,2
виробництво одягу	102	94,7	107,7	107,3	95,6	89,8
виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	84	97,1	112,3	108,3	95,4	97,9
Легка промисловість (фактичні ціни), млн грн [3], у т. ч.:	10069,5	14881,6	16882,6	20943,9	24108,7	24714,2
текстильне виробництво	3900,1	5458,2	6253,6	7506,4	8592,2	8438,9
виробництво одягу	4014,6	6217,9	6852,1	8656,3	10103,7	10006,4
виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	2154,8	3205,5	3776,9	4781,2	5412,8	6268,9
Індекси споживчих цін [3]	1,249	1,433	1,124	1,137	1,098	1,041
Легка промисловість (базові ціни), млн грн, у т. ч.:	10069,5	10384,9	10481,6	11436,3	11989,4	11806,5
текстильне виробництво	3900	3809	3883	4099	4273	4031
виробництво одягу	4015	4339	4254	4727	5025	4780
виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	2154,8	2236,92	2344,89	2610,74	2691,82	2994,78

Джерело: побудовано авторами за [3]

Таблиця 2

**Обсяги реалізованої продукції легкої промисловості України з урахуванням експорту в 2019 р.
(без ПДВ та акцизу)**

Показники	Всього реалізовано, млн грн	Експорт	
		млн грн	%
Легка промисловість, млн грн [3], у т. ч.:	24714,2	9834,4	39,8%
Текстильне виробництво, у т. ч.:	8438,9	2864,4	33,9%
Ткацьке виробництво	924,0	85,1	9,2%
Виробництво інших текстильних виробів	7186,3	2558,9	35,6%
Виробництво одягу, у т.ч.:	10006,4	4012,7	40,1%
Виробництво одягу, крім хутряного	8925,2	3746,6	42,0%
Виготовлення виробів із хутра	11,9	0,0	0,0%
Виробництво трикотажного та в'язаного одягу	1069,3	266,1	24,9%
Виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів, у т. ч.:	6268,9	2957,3	47,2%
Дублення і оздоблення шкіри	2339,0	1657,8	70,9%
Виробництво взуття	3929,9	1299,5	33,1%

Джерело: побудовано авторами за [3]

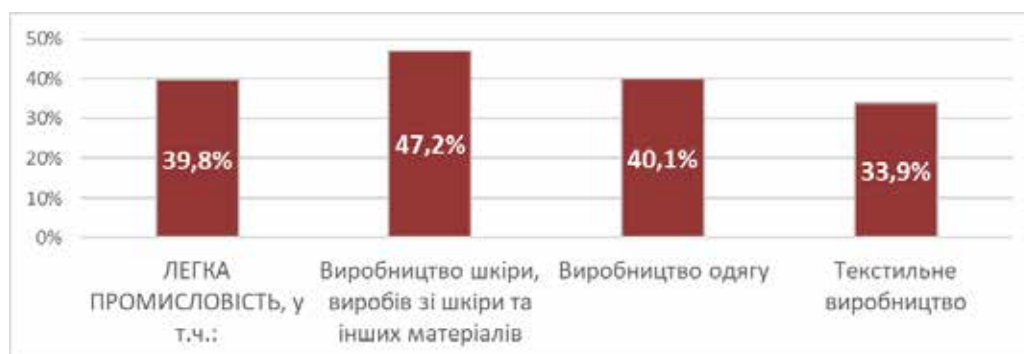


Рис. 4. Галузева експортоорієнтованість у 2019 р.

Джерело: розроблено авторами

ньому 40–43%, то за січень-лютий 2020 р. – 51,6% (експортоорієнтованість промисловості України – 26,1%)» [4].

3. Підгалузь із виробництва шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів займає перше місце по експорту 47,2%. Проте переважає продукція з низькою доданою вартістю (дублення шкір і оздоблення шкіри; виробництво дорожніх виробів, сумок, лимарно-сідельних виробів; вичинка та фарбування хутра) – 70,9% йде на експорт. Виробництво взуття є однією з передових світових індустрій, у якій досить велика додана вартість (інтелектуальна власність та творча праця). В Україні не має провідних торгових брендів у сфері взуття, а виробництво більш спрямовано на копіювання модних тенденцій із незаконним використанням світових торгових марок, що призводить до невисокого експорту взуття – 33,1% та закритості європейського ринку для наших товарів.

4. Виробництво виробів із хутра з 2014 р. сильно скоротилося, до 11,9 млн грн, легальний експорт зовсім зник, а нелегальний – збільшився.

Укрлегпром: «Зменшуються обсяги виробництва легкої промисловості, на внутрішній ринок, де вітчизняні виробники неконкурентні через невіршені питання з контрабандою, заниженням митної вартості готового імпорту, торгівлею без обліку і контролю, засиллям секонд-хенду та ще й зниженням купівельної спроможності населення. Через таку ситуацію на власному ринку національні виробники змушені шукати кращої долі за кордоном, а це на 60–80% – виконання замовлень іноземних брендів» [4].

5. За січень-квітень 2020 р. спостерігається ризик зниження індексів виробництва продукції, а з березня 2020 р. починається падіння обсягів

реалізації продукції (рис. 5) у зв'язку з рецесією світової економіки на тлі пандемії.

Негативні тенденції галузевого розвитку 2019–2020 рр. призвели до зменшення з 1% до 0,8% частки легкої промисловості в загальних обсягах промислового виробництва. Обсяг реалізованої продукції легкої промисловості (без ПДВ) за січень-лютий 2020 р. становив 3218 млн грн, у т. ч. реалізовано продукції текстильного виробництва на 1 233,4 млн грн, одягу – на 1 169,7 млн грн, виробів зі шкіри та взуття – на 815 млн грн [4].

Провівши аналіз досліджень українських і зарубіжних учених, можна зробити такі висновки щодо проблем української легкої промисловості:

1. У 2015 р., за даними Державної статистичної служби, присутність на ринку товарів легкої промисловості становить близько 40 млрд грн, однак за розрахунками та експертними оцінками Асоціації підприємств легкої промисловості «Укрлегпром» обсяг внутрішнього ринку становить понад 120 млрд грн, що втричі перевищує офіційні дані, тобто ринок товарів легкої промисловості України вкрай «тінізований». Обсяг внутрішнього ринку країни в 2016 р. оцінили в 125 млрд грн [4]. При цьому в Асоціації рекомендують помножити цю цифру мінімум на два – до 250 млрд грн.

2. Нестача власних обігових коштів для збереження обсягів виробництва продукції підприємств легкої промисловості, інвестиційних ресурсів для модернізації обладнання та впровадження нових технологій і методів виробництва. Виробничо-технічний стан галузі характеризувався високою зношеністю основних засобів (майже 90%) [6].

3. Зниження попиту на вітчизняну продукцію легкої промисловості серед товарів широкого вжитку зумовлене насамперед високою собівартістю вітчизняних товарів легкої промисловості (унаслідок

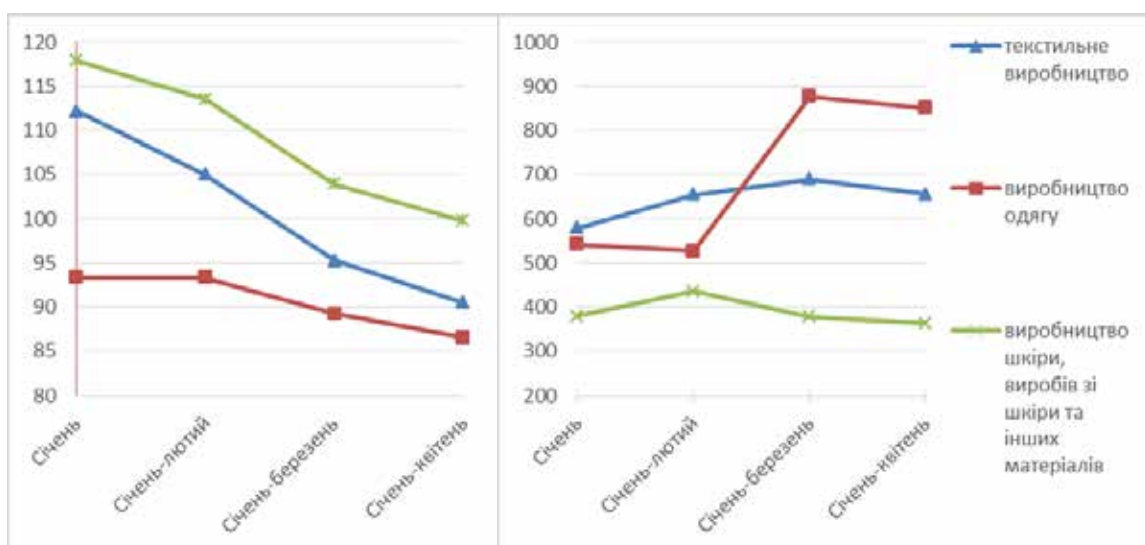


Рис. 5. Динаміка індексів виробництва продукції (%) і обсягів реалізації продукції (млн грн) легкої промисловості у 2020 р.

Джерело: розроблено авторами



Рис. 6. Напрями розвитку легкої промисловості України

Джерело: розроблено авторами

док зростання цін на сировину та енергоносії, через дорогі банківські кредити), що створило велику різницю між цінами на товари та купівельною спроможністю населення, а також суттєвою часткою імпортних товарів, які ввозяться контрабандою [7].

4. Вітчизняна легка промисловість не витрачає гроші на розвиток дистрибуційних каналів своєї продукції на внутрішньому ринку. Відсутність власних розроблених колекцій та дистрибуційних каналів є важливою перешкодою щодо можливості спрямування товарів вітчизняної легкої промисловості на внутрішній ринок [8].

5. У результаті дії Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС відбувається короткострокове зростання експорту продукції легкої промисловості та його падіння в довгостроковій перспективі, водночас спостерігається падіння імпорту. Це може відбуватися внаслідок неконкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та на ринках ЄС, звуження внутрішнього ринку, а також бажання європейців захистити власного виробника [9].

До проблем також можна віднести:

- нестачу кадрів у галузі (через невисоку зарплату більшість спеціалістів мігрує за кордон);
- підписання Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та лідерами світових ринків (Туреччиною, Китаєм);

- питання з податковою реформою (необхідно замінити податок на прибуток податком на виведений капітал);

- високе ввізне мито на сировину підвищує собівартість продукції і робить малий і середній бізнес неконкурентоспроможним із польськими підприємствами, де мито дорівнює нулю;

- компанії не мають можливості або просто не хочуть освоювати нові методи виробництва;

- неефективна державна політика у сфері захисту галузі від несумлінної конкуренції з боку «тіньового» імпорту та контрафактної продукції. За даними «Укрлегпрому», неврахований імпорт на третину перевищив його офіційний обсяг – 2,65 млрд дол. проти 765,6 млн, а через імпорт секонд-хенду країна втратила 45 тис потенційних робочих місць.

Варто підтримати думку багатьох учених і експертів, що легка промисловість є дуже перспективною галуззю. Незважаючи на значний потенціал, вигравати в конкурентній боротьбі українським виробникам важко. Закордонні виробники мають кращу фінансово-інвестиційну базу, використовують сучасну техніку та нові технології. Проте впровадження комплексної програми з розвитку легкої промисловості України (рис. 6) дасть змогу забезпечити зростання експортного і внутрішнього

потенціалу, підвищить якість та асортимент продукції, задовольнить індивідуальні потреби споживачів, а це один із головних показників добробуту населення.

Висновки з проведеного дослідження. Текстильна і швейна промисловість є воротами для розвитку індустріалізацію країни. Легкість входження у цю сферу та аномально висока заробітна плата в європейських країнах створили сприятливі умови для виробництва й експорту текстильної та швейної продукції. Основним компонентом розвитку легкої промисловості України повинна стати синергія від об'єднаних зусиль промислово-торговельної політики українського уряду, підприємницької майстерності малого і середнього бізнесу, гнучкості та професійності робочої сили. Ці чинники за грамотного об'єднання, а також фіскальної політики держави, спрямованої на підтримку інвестора, зможуть дати легкій індустрії поштовх і небувалий розвиток.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Grand View Research (2020). Textile Market Size Worth \$1,350.2 Billion By 2027, CAGR: 4.3%. URL: <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-textile-market> (дата звернення: 26.05.2020).
2. Mordor Intelligence (2020). Europe Textile Industry – Growth, Trends, and Forecast (2020–2025). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-textile-industry> (дата звернення: 26.05.2020).
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 26.05.2020).
4. Офіційний сайт Асоціації підприємств легкої промисловості «Укрлегпром». URL: http://ukrlegprom.org.ua/statistika_analitika_ukrlegpromu.html (дата звернення: 26.05.2020).
5. Грищенко І.М. Легка промисловість України: реалії та перспективи розвитку : експертно-аналітична доповідь/ за наук. ред. д.е.н., професора, член-кор. НАПН України І.М. Грищенка. Київ : КНУТД, 2015. 82 с. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/3444/2/20161226_Kurganskiy.pdf (дата звернення: 26.05.2020).
6. Гарафонов О.І. Розвиток підприємств легкої промисловості малого та середнього бізнесу в Україні. *Вісник КНУТД*. 2015. Вип. 6(93). С. 9–13. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vknutden_2015_6_3.pdf (дата звернення: 26.05.2020).
7. Касьян Л.Е. Стан та перспективи розвитку легкої промисловості України. *Науковий вісник УжНУ*. 2016. Вип. 6. Ч. 1. С. 147–150. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/6_1_2016ua/6_1_2016.pdf#page=155 (дата звернення: 26.05.2020).
8. Гавриленко Т.В., Бродюк І.В. Перспективи розвитку легкої промисловості України в умовах нестабільного зовнішнього середовища. *Економічні горизонти*. 2018. № 1. С. 28–34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/fineconsm_2018_1_5 (дата звернення: 26.05.2020).
9. Баженова О., Бочі А., Поворозник В. Оцінка галузевого впливу Угоди про зону вільної тор-

гівлі між Україною та ЄС. Київ : Фонд ім. Фрідріха Еберта, 2018. URL: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/15248.pdf> (дата звернення: 26.05.2020).

10. Іртищева І.О., Крамаренко І.С. Інвестиційна привабливість економіки: міжрегіональні асиметрії. *Регіональна економіка*. 2014. № 2(72). С. 84–95.

11. Економічний розвиток на засадах активізації малого підприємництва: історичні процеси та завдання управління / І.О. Іртищева та ін. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 75–80.

12. Інфраструктурно-трансформаційні процеси формування та розвитку інвестиційного регіонального потенціалу / І.С. Крамаренко та ін. *Бізнес Інформ*. 2020. № 3. С. 67–74.

13. Інвестиційна складова економічної безпеки: мікро-, мезо-, макrorівні / Л.П. Рогатіна та ін. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7871> (дата звернення: 01.06.2020).

REFERENCES:

1. Grand View Research (2020). Textile Market Size Worth \$1,350.2 Billion By 2027, CAGR: 4.3% / [Electronic resource]. Available at: <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-textile-market> (accessed 26 May 2020)
2. Mordor Intelligence (2020). Europe Textile Industry – Growth, Trends, and Forecast (2020-2025) / [Electronic resource]. Available at: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-textile-industry> (accessed 26 May 2020)
3. The State Statistics Service of Ukraine (2020). Available at: <http://ukrstat.gov.ua> (accessed 26 May 2020).
4. Official site of the Association of Light Industry Enterprises «Ukrlehprom» (2020). [Online]. Available at: http://ukrlegprom.org.ua/statistika_analitika_ukrlegpromu.html. (accessed 26 May 2020)
5. Grishchenko, I. M. (2015). “Lehka promysloviyst Ukrainy: realiyi ta perspektyvy rozvytku” [Light industry of Ukraine: realities and prospects of development], Kyiv: KNUVD. Available at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/3444/2/20161226_Kurganskiy.pdf (accessed 26 May 2020). (in Ukrainian)
6. Garafonova, O. I. (2015). “Rozvytok pidpryyemstv lehkoyi promysloviysti maloho ta seredn'oho biznesu v Ukraini” [Development of light industry enterprises of small and medium business in Ukraine]. Kyiv: KNUVD, no. 6(93), pp. 9–13. Available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vknutden_2015_6_3.pdf (accessed 26 May 2020). (in Ukrainian)
7. Kasyan, L. E. (2016). “Stan ta perspektyvy rozvytku lehkoyi promysloviysti Ukrainy” [State and prospects of light industry development in Ukraine]. Uzhhorod: Naukovyy visnyk UzhNU, vol. 1, no. 6, pp. 147–150. Available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/6_1_2016ua/6_1_2016.pdf#page=155 (accessed 26 May 2020). (in Ukrainian)
8. Gavrilenko, T. V. (2016). “Perspektyvy rozvytku lehkoyi promysloviysti Ukrainy v umovakh nestabil'noho zovnishn'oho seredov'yscha” [Prospects for the development of light industry in Ukraine in an unstable environment], Uman: *Ekonomichni horyzonty*, no. 1, pp. 28–34. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/fineconsm_2018_1_5 (accessed 26 May 2020). (in Ukrainian)

9. Bazhenova, O. (2016). "Otsinka haluzevoho vplyvu Uhody pro zonu vil'noyi torhivli mizh Ukrainoyu ta YeS" [Assessment of the sectoral impact of the Free Trade Agreement between Ukraine and the EU]. Kyiv: Friedrich Ebert Stiftung. Available at: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/15248.pdf> (accessed 26 May 2020). (in Ukrainian)

10. Irtysheva, I.O. and Kramarenko, I.S. (2014). Investytsiina pryvablyvist ekonomiky: mizhrehionalni asymetrii [Investment attractiveness of the economy: inter-regional asymmetries]. *Regional economy*, no. 2(72), pp. 84–95.

11. Irtysheva, I.O., Tubaltseva, N.P., Grishina, N.V., Kramarenko, I.S., Sergiychuk S.I. (2020). "Ekonomichnyj rozvytok na zasadah aktyvizacii' malogo pidpryjemnytva: istorychni procesy ta zavdannja upravlinnja"

[Economic development on the basis of small business activation: historical processes and management tasks]. *Economy and state*, no. 5, pp. 75–80.

12. Kramarenko I.S., Irtysheva I.O., Senkevich O.F., Topchiy O.O., Voit D.S. (2020). "Infrastrukturno-transformacijni procesy formuvannja ta rozvytku investytsijnogo regional'nogo potencialu" [Infrastructure-transformation processes of formation and development of investment regional potential]. *Business Inform*, no. 3, pp. 67–74.

13. Rogatina L.P., Irtysheva I.O., Kramarenko I.S., Andryushchenko E.G., Bilan V.V. (2020). "Investytsijna skladova ekonomichnoi' bezpeky: mikro-, mezo-, makrorivni" [Investment component of economic security: micro-, meso-, macro-levels]. *Efficient economy*, no. 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7871> (accessed 1 June 2020).

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ПОСЛУГИ

THE MODERN APPROACHES TO DEFINITION OF CUSTOMER SERVICE VALUE

УДК 338.47

<https://doi.org/10.32843/bses.54-10>

Бакалінський О.В.

д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту
Національний транспортний університет
Ільченко В.Ю.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Національний транспортний університет
Зарбалізаде Е.
аспірант кафедри менеджменту
Національний транспортний університет

Bakalinsky Olexander

National Transport University

Ilchenko Victoria

National Transport University

Zarbalizade Elmaddin

NationalTransportUniversity

Споживча цінність є результатом взаємодії надавача послуги та клієнта, тож головним ринковим завданням провайдера сервісу є створення передумов виникнення споживчої цінності послуги, яка мала б певну величину та зміст. Вимірювання споживчої цінності сервісу є початком управління нею. Сьогодні поширеними є декілька підходів до визначення суті поняття «споживча цінність» та, як наслідок, різноманітність точок зору на композицію її складників. Через це виникає проблема порівняння результатів досліджень, що пов'язані зі споживчою цінністю послуги, її впливом на споживчу та сервісну поведінку клієнтів. Упорядкування понять у цій царині сприятиме зближенню точок зору науковців та практиків, що відобразиться у більш універсальних визначеннях. Результатом виникнення споживчої цінності послуги має стати задоволення клієнта та інтенція до повторної покупки, а вони, своєю чергою, впливатимуть на намір повторної покупки. З огляду на зазначене, запропоновано концепцію розуміння сутності сприйнятої клієнтом споживчої цінності послуги та її впливу на споживчу поведінку, задоволення і поведінкові інтенції щодо повторної покупки.

Ключові слова: сприйнята споживча цінність послуги, складники цінності, задоволення клієнта, інтенції до повторної покупки, наміри.

Потребительская ценность является результатом взаимодействия поставщика услуги и клиента, поэтому главной рыноч-

ной задачей провайдера сервиса является создание предпосылок возникновения потребительской ценности услуги, которая имела бы определенную величину и содержание. Измерения потребительской ценности сервиса является началом управления ею. Сегодня распространены несколько подходов к определению сущности понятия «потребительская ценность» и, как следствие, разнообразие точек зрения на композицию ее составляющих. Из-за этого возникает проблема сравнения результатов исследований, связанных с потребительской ценностью услуги, ее влиянием на потребительское и сервисное поведение клиентов. Упорядочение понятий в этой области будет способствовать сближению точек зрения ученых и практиков, что отразится в созданных более универсальных определениях. Результатом возникновения потребительской ценности услуги должно стать удовлетворение клиента и интенция к повторной покупке, а они, в свою очередь, повлияют на намерение повторной покупки. Учитывая сказанное, предложена концепция понимания сущности воспринятой клиентом потребительской ценности услуги и ее влияния на потребительское поведение, удовлетворение и поведенческие интенции о повторной покупке.

Ключевые слова: воспринимаемая потребительская ценность услуги, составляющие ценности, удовлетворение клиента, интенции к повторной покупке, намерения.

Consumer value is the result of the interaction of the service provider and the customer. Therefore, the main market task of the service provider is to create the preconditions for the consumer service value, which would have a certain size and content. Measuring the consumer service value is the beginning of managing it. Today, there are several common approaches for defining the essence of the concept of "consumer value" and, as a consequence, the diversity of views on the composition of its components. Due to this, there is a problem of comparing the results of research related to the consumer service value, its impact on consumer and service behavior of customers. The organization of concepts in this area will contribute to the convergence of views of scientists among themselves and practitioners, which will be reflected in the creation of more universal definitions. The points of modern scientific consensus are that until the beginning of the joint creation of value by the customer and the provider, only its preconditions can exist; the consumer service value is a product of interaction; the customer expects that the service process will take place in certain parameters and will end with certain results (expected value); after the customer evaluates a specific option of providing the service, the perceived consumer value is evaluated. In general, the provider is interested in creating consumer value of the size and content that will achieve its business goals. The interests of the customer and the service provider are agreed, including those during the provision of the service. The result of the consumer service value should be customer satisfaction and the intention to repurchase, and they, in turn, will affect the notion to repurchase. Investments in the service brand and good relations in the provider's team, especially its front line (quality of customer contacts, density, ability to make decisions as a result of internal contacts), increase the consumer service value as a result of service. In view of the above, the concept of understanding the essence of the customer's perceived consumer service value and its impact on consumer behavior, satisfaction and behavioral intentions to repurchase, is proposed.

Key words: perceived consumer service value, components of value, customer satisfaction, intentions to repurchase, notions.

Постановка проблеми. Кількість прикладних і фундаментальних досліджень у царині сервісу протягом минулих ста років зростала за експонентою. За останнє десятиліття опубліковано 27 304 праці, що містять ключову фразу «споживча цінність послуги» (СЦ). Проте значна варіативність визначень цього поняття часом робить

результати дослідницьких робіт неспівставними, а їх аналіз зацікавленим читачем має починатися з розуміння, що саме автори вклали в суть.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сутності споживчої цінності послуги присвячено праці багатьох закордонних учених. Серед них варто зазначити публікації В. Рамас-

вами, С. Прахалада, К. Гронрооса, П. Войми, А. Пейна, С. Холт, В. Цайтамля, Д. Андерсона, К. Монро, Б. Гейла, Р. Вуда, Д. Тайм, К. Хейнонен, Т. Страндвик, Р. Броди, Д. Уиттом, Г. Браш, Р. Болтон, Р. Палматъе, О. Гемуна, К. Кавона, Д. Шета, Б. Ньюмана, Б. Гросс [1–16]. У більшості публікацій цих авторів сутність споживчої цінності послуги розглядається в контексті ринкових відносин провайдера сервісу та клієнта. Натомість у низці робіт українських учених О.В. Герасименко, С.А. Легкого, В.Г. Шинкаренка, Н.В. Ревуцької [17–19] поняття споживчої цінності згадується, але не визначається й ототожнюється з якістю або задоволенням клієнта. Роботи Т.С. Мельник [20] присвячено методологічним основам маркетингових досліджень на засадах цілісного управління споживчою цінністю послуги. Концепцію тотального управління споживчою цінністю сервісу, методики її вимірювання, підходи до оцінювання її впливу на сервісну та споживчу поведінку клієнта запропоновано О.В. Бакалінським [21].

Попри значну кількість публікацій результатів досліджень, що пов'язані зі споживчою цінністю послуги, її впливом на споживчу та сервісну поведінку клієнтів, можна стверджувати, що необхідним залишається впорядкування понять у цій царині. Воно сприятиме зближенню точок зору науковців та практиків, що відобразиться у створенні більш універсальних визначень.

Постановка завдання. Метою дослідження є створення більш універсальних визначень ефектів, що супроводжують взаємодію провайдера сервісу і клієнта. Таке створення має базуватися на основі впорядкування сучасних наукових і практичних підходів до сутності споживчої цінності послуги.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маючи на меті впорядкування й уточнення змісту

СЦ послуги, приведемо результати мета-аналізу літературних джерел, що виконувався за допомогою ресурсу Semantic Scholar.

Як пошуковий запит за всіма галузями знань слугувала фраза з Булевими операторами Customer AND Service AND Value. Динаміку наукової цікавості до цієї царини знань ілюструє рис. 1.

Як видно з рис. 1, у 1940 р. було опубліковано 65 робіт, до 1990 р. їхня кількість подвоювалася кожних десять років. За період 1990–2000 рр. кількість праць зросла вже шестеро, а за 2000–2010 рр. – у 3,5 рази. До мета-аналізу потрапили праці за період 1990–2019 рр., що були відфільтровані за релевантністю до запиту. Із перших 100 робіт було відібрано лише ті, в яких була згадка про сутність СЦ послуги в контексті маркетингу, а їхній показник впливових цитувань (Highly Influenced Citation) був не нижче 30. Усього до списку потрапило 30 публікацій.

Поняттю СЦ послуги вже майже сто років. Створення СЦ раніше розглядалося переважно з позицій інтересів компанії. Сьогодні точка зору має бути змінена на спільне з клієнтом створення унікальної СЦ [1, с. 4–9].

Очевидно, що головною метою маркетингу послуг є створення цінності для клієнта. Клієнт не завжди бажатиме збільшення добробуту (преваг), він може прагнути до зменшення жертв (наприклад, грошових витрат). Тобто клієнта може цікавити не лише вигреш, а й зменшення ймовірного програшу, а якщо так, то СЦ є саме «різницею» між ними [2]. Це, своєю чергою, потребує врахування зміни ролі клієнта від ізольованого до залученого, від незнаючого до поінформованого, від пасивного до активного [1, с. 4–9].

За останні тридцять років цікавість до нього з боку науковців сягнула небаченого раніше рівня.

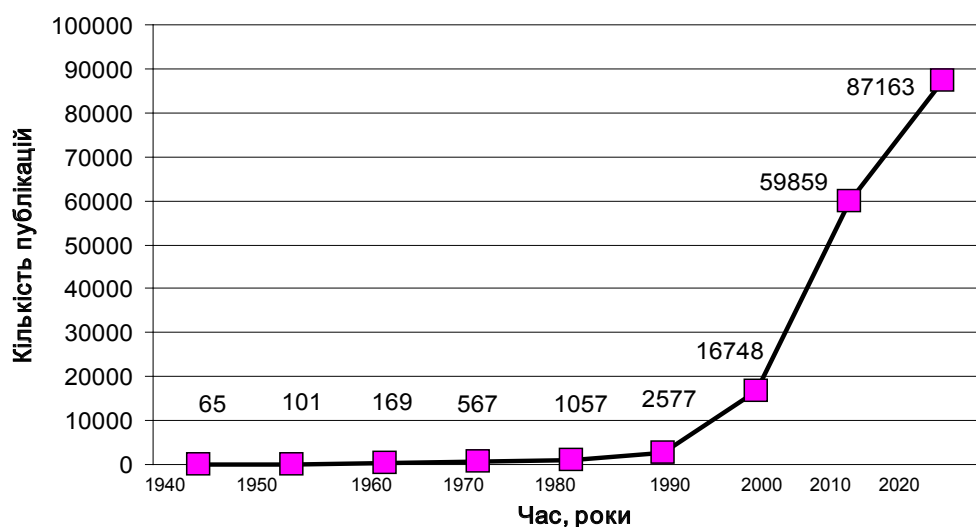


Рис. 1. Динаміка кількості публікацій із СЦ-послуги

Джерело: розроблено авторами на основі Semantic Scholar

Проте буденність використання і поширення цього терміну не означають, що концентрація розуміння його сутності практиками і науковцями є достатньою для виконання ним функцій сталої економічної категорії.

Існує дев'ять напрямів (їх називають вимірами) розгляду СЦ [3, с. 159–182]: дискусія щодо співвідношення цінностей споживача і СЦ певної послуги посилення продуктової концепції за допомогою сервісу; задоволення споживача та якість послуги; ланцюг цінності; створення і доставка СЦ; значення СЦ для фірми; сприйнята СЦ; залежність ціни акцій від цінності послуги для клієнта; відносини між фірмою і клієнтом залежно від СЦ. Дослідники роблять висновок, що всі ці виміри СЦ мають безпосереднє відношення до взаємодії та взаємодійносин провайдера і клієнта [3, с. 159–182].

Дослідники розуміють споживчу цінність як:

- те, що було віддано клієнтом за переваги [4];
- сприйняті грошові витрати за набір економічних, технічних і соціальних переваг – наслідок обміну з фірмою [5];
- сприйняття покупцем цінності, яку надано як різницю між якістю або перевагами продукту та витратами, що складаються з оплати ціни [6];
- споживчу цінність сприйнятої ринком якості, що співвідноситься з ціною вашого продукту [7].

На підставі цих трактовок можна зробити висновки, що СЦ:

- відтворює не лише властивості продукту, а й ситуацію його споживання;
- має дуальну природу (цінність для організації – цінність для споживача);
- є різницею між тим, що можна назвати перевагами і жертвами клієнта.

Однак зоною розбіжностей у підходах до оцінювання власне СЦ та її впливу на споживчу поведінку клієнта є різноманітність точок зору на зміст її складників та, відповідно, їх визначень (якість, ціна, переваги, жертви, задоволення, інтенції, наміри). Вочевидь, без визначення цих складників, що характеризують взаємодію з клієнтом, неможливо визначити й СЦ у цілому, тож зробимо це нижче.

Під *перевагами* розуміють зростання поточного рівня добробуту клієнта внаслідок процесу і результату обслуговування, а *жертвами* вважають його зменшення. Під *добробутом* слід розуміти не лише матеріальний, а й моральний, психологічний, культурний, соціальний стан клієнта [21]. *Задоволення* – виникнення приємних емоцій від процесу та результатів обслуговування.

Інтенцією до повторної покупки сервісу є думка, що виникає у клієнта в процесі або невдовзі після закінчення обслуговування [21]. Позитивна інтенція не означає, що клієнт неодмінно придбає послугу вдруге. Ймовірність повторної покупки значно збільшується під час формування позитив-

ного *наміру* – кінцевого варіанту вибору сервісу у разі виникнення у людини схожої потреби.

Засадничим висновком з досліджень, що розглядаються, є те, що цінність не існує до того моменту, поки її не буде створено. Фактично до моменту початку спільного створення цінності сервісу можна говорити про *очікувану споживчу цінність*, а після оцінки клієнтом факту надання послуги – про *цінність користування* або краще – *сприйняту СЦ*.

Слід також звернути увагу на те, що ролі клієнта і провайдера сервісу залежать від сфер, де створюються передумови (*потенційна СЦ*) і сама цінність (*реальна СЦ*). Умовно можна виділити *сферу діяльності провайдера*, *сферу клієнта* і *сферу взаємодії* між ними. Через це концептуалізація СЦ послуги виявляється складною справою і такою, що залежить від природи того чи іншого сервісу. Крім того, кожен окремий варіант надання сервісу є унікальним продуктом перетину і взаємодії у згаданих сферах.

З економічного погляду провайдер сервісу зацікавлений мати управлінський вплив у всіх цих сферах. Проте у власній сфері він має повний контроль, у взаємодії – частковий контроль, клієнтській – обмежений контроль. Якщо клієнт буде задоволеним послугою, то як наслідок даного і повторного надання сервісу може виникати *економічна цінність* для співвласників бізнесу.

Підсумуємо, що парадигма «СЦ як різниця переваг і жертв клієнта» є найбільш поширеним тлумаченням сьогодні. У її границях запропонуємо точку зору на логіку утворення сприйнятої клієнтом СЦ послуги та її впливу на задоволення і поведінкові інтенції щодо повторної покупки (рис. 2).

Варто зауважити, що тут якість послуги може виступати як самостійним складником, так і частиною переваг клієнта. Якщо послуга є *рутинною*, то головною, а часто й єдиною, перевагою клієнта буде саме якість послуги. Під *поведінковими інтенціями* (рис. 2) слід розуміти спрямування потоку свідомості клієнта, що стало наслідком обслуговування. Наприклад, ними можуть бути думка щодо повторного використання сервісу, яка сформувалася невдовзі після закінчення надання послуги, поширення клієнтом вражень від сервісу, усвідомлення обставин обслуговування, що вплинули на його СЦ.

Наміром повторної покупки є кінцевий стан думки клієнта щодо придбання того чи іншого сервісу як реакції на виникнення певної потреби.

СЦ, задоволення, якість сервісу, жертви і переваги клієнта часто досліджуються у відриві від постсервісної поведінки клієнта. Зв'язок інтенцій із намірами щодо повторної покупки є складним. Його важко досліджувати через часові розриви між покупками сервісу, дію ситуативних чинників, зміну стану свідомості самого клієнта. Через це наміри залишаються поза увагою вчених [8]. Іnten-

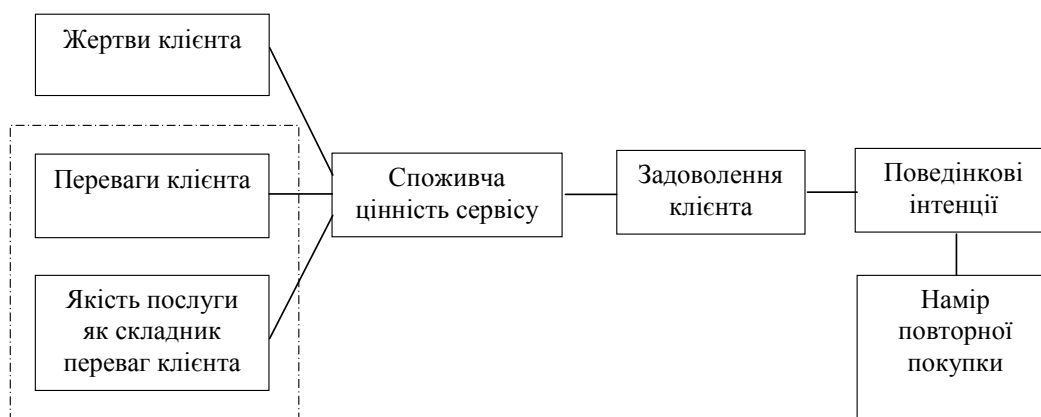


Рис. 2. Логіка утворення сприйнятої клієнтом СЦ послуги та її впливу на задоволення і поведінкові інтенції і наміри щодо повторної покупки

Джерело: запропоновано авторами

ції до повторної покупки сервісу є останньою ланкою поведінки, що досліджується.

Також на процес створення СЦ-сервісу впливає природна різноспрямованість інтересів провайдера і клієнта [9]. Провайдер виходить з економічних міркувань, а клієнт – із бажання задовольнити потребу. Зоною, де можна узгодити їхні інтереси, є таке. Провайдеру під час запровадження стандартизованих процедур утворення передумов СЦ послуги відомо про *точки розходження* сервісного процесу (де його напрям може змінюватися на догоду клієнтам) та шляхи в них, якими бажає йти клієнт. Клієнт найчастіше усвідомлює, що *індивідуальне* (підлаштоване повною мірою під його персональні вимоги) надання послуги є неможливим, реальною є лише *індивідуалізація сервісу* (підлаштування під вимоги клієнта, але з технічними, технологічними, часовими, просторовими і т. п. обмеженнями, які є об'єктивними).

Теза про неможливість (обмеженість) провайдера контролювати сферу клієнта (його життя і екосистему), на нашу думку, є сумнівною. Наприклад, створення бренду сервісу спричинятиме хоча й непрямий, але сильний вплив на вподобання клієнта та установки, а отже, і наміри перед повторною покупкою (тобто його споживчу поведінку). Окрім того, бренд послуги спрощуватиме процеси прийняття клієнтом рішення щодо придбання сервісу [10, с. 345–355]. Дослідники розглядають дві гіпотези. Перша – бренд сервісу позитивно впливає на пропозицію цінності (потенційну цінність). Друга – він спричиняє позитивний вплив на сприйняту СЦ послуги. Вимірювання впливів у ланках «бренд компанії – якість сервісу», «бренд сервісу – якість сервісу», «якість сервісу – СЦ» показало помітний зв'язок, а «СЦ – лояльність» – сильний.

Очевидно, що сприйнята СЦ послуги є *індивідуальною характеристикою* споживчої та сервісної поведінки клієнта. Клієнтів можна об'єднати в сегменти, але єдиною природною основою для цього

є той чи інший напрям пошуку ними цінності [21]. У такому контексті поділ СЦ послуги між клієнтами (наприклад, каршерінг – спільне користування автомобілем) не є чимось таким, чим провайдер управляти не може. Поділ СЦ у даному разі лише зменшуватиме індивідуальні жертви клієнта, не зменшуючи значною мірою його переваг.

Жертви клієнта часто залишаються поза увагою не лише науковців, а й менеджменту провайдера сервісу. Наслідком зменшення задоволення через збільшення жертв може стати втрата клієнта. У разі коли клієнт все-таки вирішує змінити провайдера послуги, він має витратити на це власні додаткові грошові і негрошові ресурси.

Під *загальними витратами на перехід (переключення)* розуміють не лише грошові витрати, а й комбінацію ціни переключення, фізичних і психологічних утрат клієнта. Важливість утримання клієнтів полягає у тому, що за зниження попиту потенціал сервісу невідворотно втрачається, а в моменти перевищення попиту потужності надання послуги частині користувачів буде відмовлено в обслуговуванні. Частка постійних клієнтів виступає своєрідною страховкою покриття постійних витрат бізнесу [11, с. 95–108]. Вплив відносин усередині провайдера послуг також впливає на сприйняту клієнтом СЦ [12]. Чинниками таких внутрішніх відносин є їхня якість, щільність і здатність менеджменту приймати рішення в результаті внутрішніх контактів. У результаті дослідження [12] виявилось, що СЦ є продуктом не лише якості контактів із клієнтами (їхньої довіри, певності і дотримання норм провайдером), а й здатності персоналу комунікувати заради прийняття рішень, у яких зацікавлені клієнти.

Не слід уважати, що СЦ, задоволення та інтенції завжди спричиняють сильний або хоча б помітний вплив на споживчу поведінку клієнта. Наш аналіз результатів емпіричних досліджень [13–16] у ланцюгу «СЦ – задоволення – інтенції» дав

змогу зробити такі висновки. По-перше, природа сервісу визначає силу зв'язку між складниками моделі «переваги – жертви – СЦ – задоволення – інтенції». По-друге, вимірювання СЦ відбувається як точкова оцінка без урахування фактору часу (не враховується *динаміка СЦ*). По-третє, важливим чинником СЦ послуги є її якість.

Якість (якщо її виокремлюють із СЦ), задоволення та СЦ послуги є трьома елементами, якими найчастіше опікується менеджмент провайдера сервісу, щоб «передати» їх клієнтам. Проте, як доводить дослідження [22], СЦ послуги спричиняє лише помірний вплив на задоволення клієнтів. Пояснення такого «парадоксального» висновку варто шукати в побудові методики цих пошукових робіт. По-перше, СЦ концептуалізується в ньому як: цінність низької ціни; те, що клієнт хоче від послуги (очікування); адекватність того, що клієнт матиме за сплачену ціну; відповідність якості і ціни. По-друге, дослідники перевіряють гіпотезу, що взаємодія між СЦ і якістю спричинятиме більший вплив на задоволення, ніж окремий вплив якості або СЦ.

У роботі [23] зв'язок «сприйнята СЦ – задоволення – лояльність» емпірично вимірювався як рішення менеджерів із логістики щодо замовлення логістичних послуг у відповідних компаній. Автори доводять, що зв'язок між цими змінними також виявився лише помітним. Головний висновок даного дослідження – постачальник логістичних

послуг має бути не лише кращим за конкурентів, а й забезпечувати певність клієнта в майбутній цінності його пропозиції. Сталість конкурентних переваг у сервісі забезпечувати стає все складніше, через це швидкість змін пропозиції з боку провайдера логістичних послуг набуває нової ваги.

Зважаючи на викладене, на рис. 3 представлено концептуальну модель розуміння сутності сприйнятої СЦ послуги та її місця у відносинах із провайдером сервісу.

Виходячи зі схеми, приведеної на рис. 3, висновків, зроблених вище, сформуємо таке визначення.

Сприйнята споживча цінність послуги – унікальний результат обслуговування, що полягає в одночасному відчутті клієнтом як величини збільшення, так і зменшення його поточного і майбутнього добробуту, а також різниці між ними під впливом особистого досвіду, знань, психологічних особливостей і ситуаційних чинників придбання і надання сервісу.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, поняття «сприйнята СЦ послуги» слід розуміти як результат взаємодії клієнта і провайдера сервісу. Така взаємодія триває не лише під час власне обслуговування, а й у період прийняття клієнтом рішення щодо покупки, оцінки ним центрального і дотичних сервісних ефектів, а також побічних наслідків надання послуги. Без взаємодії з провайдером СЦ не існує, кожна чергова взаємодія породжує унікальну СЦ. На оцінку резуль-

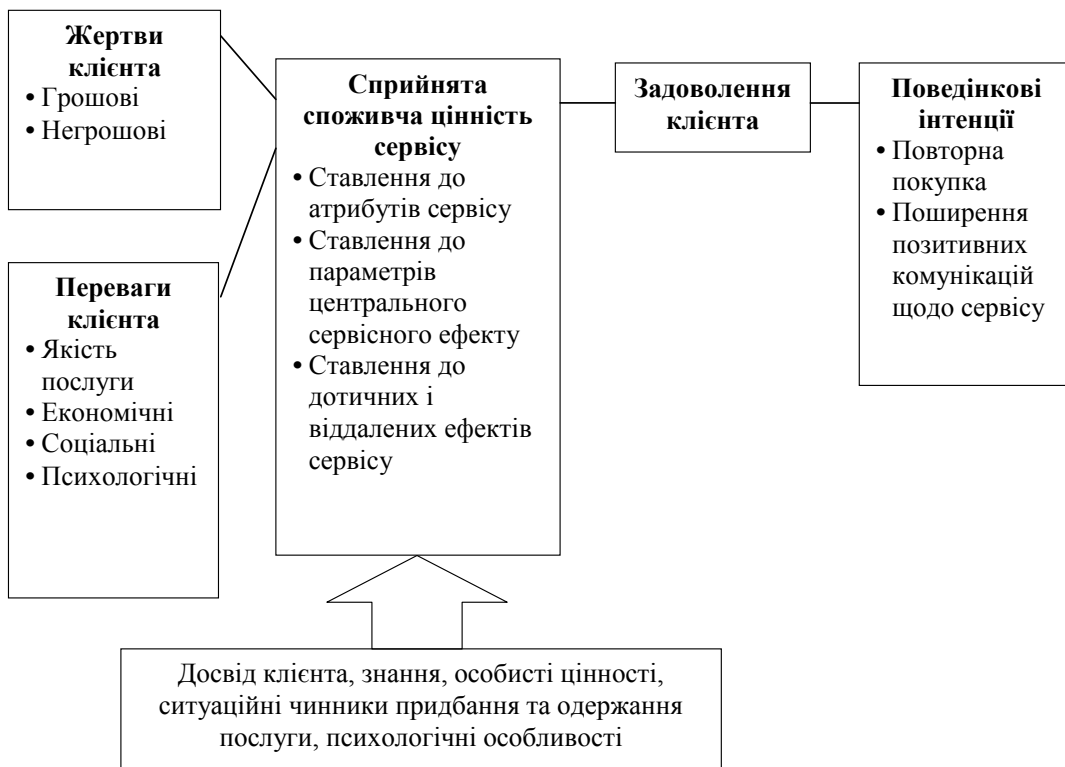


Рис. 3. Концептуальна модель сутності сприйнятої клієнтом СЦ послуги

Джерело: розроблено авторами

тату взаємодії впливають досвід клієнта (досвід попереднього варіанту обслуговування, досвід взаємодії з іншими сервісами, життєвий досвід), зміст і рівень знань (щодо особливостей сервісу, аналогів даної послуги, технічних особливостей, ціни, ціни споживання, параметрів центрального і дотичних сервісних ефектів), особисті цінності (цінності особи і цінності споживання), ситуаційні чинники придбання і одержання послуги (фактори ситуації, що здатні змінити ставлення до послуги та її надавача), його психологічні особливості (психотип, психологічна втома, настрої).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Prahalad C.K., Ramaswamy V. Co-creating unique value with customers. *Strategy and Leadership*. 2004. Vol. 32. № 3. P. 4–9.
- Grönroos C., Voima P. Making Sense of Value and Value Co-Creation. in *Service Logic*. 2012. URL: https://www.researchgate.net/profile/Christian_Groenroos/publication/256395545_Critical_Service_Logic_Making_Sense_of_Value_Creation_and_Co-Creation/links/004635232cc76f395a000000/Critical-Service-Logic-Making-Sense-of-Value-Creation-and-Co-Creation.pdf (дата звернення: 25.06.2020).
- Payne Adrian, Holt Sue. Diagnosing Customer Value: Integrating the Value Process and Relationship Marketing. *British Journal of Management*. 2002. Vol. 12. № 2. P. 159–182.
- Zeithaml Valerie A. Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*. 1988. Vol. 52. № 3. P. 2–22.
- Anderson James C., Jain Dipak C., Chintagunta Pradeep K. Customer Value Assessment in Business Markets: A State-of-Practice Study. *Journal of Business to Business Marketing*. 1993. Vol. 1. № 1. P. 3–29.
- Monroe Kent B. Pricing: Making Profitable Decisions. New York: McGraw-Hill College. 1990. 352 p.
- Gale Bradley T., Wood Robert C. Managing Customer Value. New York: Free Press, 1994. 424 p.
- Tam Jackie L.M. Customer Satisfaction, Service Quality and Perceived Value: An Integrative Model. *Journal of Marketing Management*. 2004. Vol. 20. № 7–8. P. 897–917.
- Voima P., Heinonen K., Strandvik, T. Exploring Customer Value Formation – A Customer Dominant Logic Perspective. *Contemporary views on business*. 2010. № A 72. P. 113–138.
- Brodie Roderick J., Whittome James R.M., Brush Gregory J. Investigating the service brand: A customer value perspective. *Journal of Business Research*. 2009. Vol. 62. Issue 3. P. 345–355.
- Bolton R., Kannan P., Bramlett M. Implications of Loyalty Program Membership and Service Experiences for Customer Retention and Value. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2000. Vol. 28. № 1. P. 95–108.
- Palmatier Robert W. Interfirm Relational Drivers of Customer Value. *Journal of Marketing*. 2008. Vol. 72. P. 76–89.
- Haemoon O. Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*. 1999. Vol. 18. Issue 1. P. 67–82.
- Haemoon O., Kawon K. Customer satisfaction, service quality, and customer value: years 2000–2015. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2017. Vol. 29. Issue 1. P. 2–29.
- Wang Yonggui, Lo Hing-Po, Yang Yongheng. An Integrated Framework for Service Quality, Customer Value, Satisfaction: Evidence from China's Telecommunication Industry. *Information Systems Frontiers*. 2004. Vol. 6. № 4. P. 325–340.
- Bolton R.N., Drew J.H. A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*. *Journal of Consumer Research*. 1991. Vol. 17. № 4. P. 375–384.
- Герасименко О.В. Маркетингова концепція споживчої цінності готельної послуги. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 4. С. 87–94.
- Шинкаренко В.Г., Легкий С.А. Параметри споживчої цінності послуг пасажирського автомобільного транспорту. *Економіка транспортного комплексу*. 2012. Вип. 20. С. 102–110.
- Ревуцька Н.В. Формування споживчої цінності як основа конкурентоспроможності підприємства. *Теоретичні і прикладні питання економіки*. 2013. Вип. 28(1). С. 239–246.
- Бакалінський О.В., Мельник Т.С. Маркетингові дослідження при тотальному управлінні споживчою цінністю перевезень пасажирів залізницями. Київ: Національний транспортний університет, 2018. С. 260–277.
- Бакалінський О.В. Тотальне управління споживчою цінністю послуги: монографія. Київ: Державний університет інфраструктури і технологій, 2017. 140 с.
- Caruana A., Money A.H., Berthon P.R. Service quality and satisfaction – the moderating role of value. *European Journal of Marketing*. 2000. Vol. 34. № 11/12. P. 1338–1353.
- Kuo Ying-Feng, Wu Chi-Ming, Deng Wei-Jaw. The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*. 2009. Vol. 25. № 4. P. 887–896.

REFERENCES:

- Prahalad C. K., Ramaswamy V. (2004). Co-creating unique value with customers. *Strategy and Leadership*. Vol. 32, No. 3, pp. 4–9.
- Grönroos C., Voima P. (2012). Making Sense of Value and Value Co-Creation. in *Service Logic*. URL: https://www.researchgate.net/profile/Christian_Groenroos/publication/256395545_Critical_Service_Logic_Making_Sense_of_Value_Creation_and_Co-Creation/links/004635232cc76f395a000000/Critical-Service-Logic-Making-Sense-of-Value-Creation-and-Co-Creation.pdf (accessed: 25 June 2020).
- Payne Adrian, Holt Sue (2002). Diagnosing Customer Value: Integrating the Value Process and Relationship Marketing. *British Journal of Management*. Vol. 12, no. 2, pp. 159–182.

4. Zeithaml Valerie A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*. Vol. 52, no. 3, pp. 2–22.
5. Anderson James C., Jain Dipak C., Chintagunta Pradeep K. (1993). Customer Value Assessment in Business Markets: A State-of-Practice Study. *Journal of Business to Business Marketing*. Volume 1, no. 1, pp. 3–29.
6. Monroe Kent B. (1990). Pricing: Making Profitable Decisions. New York: McGraw-Hill College, 352 p.
7. Gale Bradley T., Wood Robert C. (1994). Managing Customer Value. New York: Free Press, 424 p.
8. Tam Jackie L.M. (2004). Customer Satisfaction, Service Quality and Perceived Value: An Integrative Model. *Journal of Marketing Management*. Vol. 20, no. 7-8, pp. 897–917.
9. Voima P., Heinonen K., Strandvik, T. (2010). Exploring Customer Value Formation – A Customer Dominant Logic Perspective. *Contemporary views on business*. No. A 72, pp. 113–138.
10. Brodie Roderick J., Whittome James R.M., Brush Gregory J. (2009). Investigating the service brand: A customer value perspective. *Journal of Business Research*. Vol. 62, Issue 3, pp. 345–355.
11. Bolton R., Kannan P., Bramlett M. (2000). Implications of Loyalty Program Membership and Service Experiences for Customer Retention and Value. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 28, no. 1, pp. 95–108.
12. Palmatier Robert W. (2008). Interfirm Relational Drivers of Customer Value. *Journal of Marketing*. Vol. 72, pp. 76–89.
13. Haemoon Oh. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*. Volume 18, Issue 1, pp. 67–82.
14. Haemoon Oh, Kawon K. (2017). Customer satisfaction, service quality, and customer value: years 2000-2015. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 29, Issue 1, pp. 2–29.
15. Wang Yonggui, Lo Hing-Po, Yang Yongheng. (2004). An Integrated Framework for Service Quality, Customer Value, Satisfaction: Evidence from China's Telecommunication Industry. *Information Systems Frontiers*. Vol. 6, no. 4, pp. 325–340.
16. Bolton R. N., Drew J. H. (1991). A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*. *Journal of Consumer Research*. Vol. 17, no. 4, pp. 375–384.
17. Gerasimenko O.V. (2015). Marketynhova kontseptsiiia spozhyvchoi tsinnosti hotelnoi posluhy. [Marketing concept of consumer value of hotel service]. *Marketing and innovation management*. 2015, Vol. 4, pp. 87–94. (in Ukrainian)
18. Shinkarenko V.G., Light S.A. (2012). Parameters of consumer value of passenger road transport services. [Parameters of consumer value of passenger road transport services]. *Economics of the transport complex*. Vol. 20, pp. 102–110. (in Ukrainian)
19. Revutska N.V. (2013). Formuvannia spozhyvchoi tsinnosti yak osnova konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Formation of consumer value as the basis of enterprise competitiveness]. *Theoretical and applied issues of economics*. Vol. 28(1), pp. 239–246. (in Ukrainian)
20. Bakalinsky O. V., Melnik T.S. (2018). Marketynhovi doslidzhennia pry totalnomu upravlinni spozhyvchoiu tsinnistiu perevezhen pasazhyriv zaliznytsiamy [Marketing researches at total management of consumer value of transportations of passengers by railways]. Kyiv: National Transport University, pp. 260–277. (in Ukrainian)
21. Bakalinsky O. V. (2017). Totalne upravlinnia spozhyvchoiu tsinnistiu posluhy [Total management of the customer service value]. Kyiv: DUIT, 140 p. (in Ukrainian)
22. Caruana A., Money A. H., Berthon P. R. (2000). Service quality and satisfaction – the moderating role of value. *European Journal of Marketing*. Vol. 34, no. 11/12, pp. 1338–1353.
23. Kuo Ying-Feng, Wu Chi-Ming, Deng Wei-Jaw. (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*. Vol. 25, no. 4, pp. 887–896.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ВАРТОСТІ КОМПАНІЇ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPANY VALUE

В статті досліджено основні аспекти корпоративної соціальної відповідальності, визначено її вплив на рівень капіталізації компанії. Окреслено сучасні тенденції соціального впливу міжнародних компаній, обґрунтовано важливість впровадження КСВ вітчизняними підприємствами. Визначено етапи вдосконалення соціальної відповідальності компаній з метою забезпечення зміцнення власного бізнесу. Аргументовано, що соціально відповідальна поведінка позитивно впливає на діяльність компанії та в довгостроковій перспективі сприяє збільшенню її вартості. Встановлено, що ефективна соціальна політика бізнесу створює основу для розвитку інновацій і росту інвестиційної привабливості компанії. Обґрунтовано напрями зниження систематичних і несистематичних ризиків компанії, досліджено вплив соціальних інвестицій на окремі чинники вартості компанії. Підсумовано, що інвестиції в соціальну сферу здійснюють прямий вплив на вартість компанії, покращують її ділову репутацію та сприяють збільшенню конкурентних переваг.

Ключові слова: соціальна відповідальність, вартість компанії, стейкхолдери, соціальні інвестиції.

В статье исследованы основные аспекты корпоративной социальной ответственности, определено ее влияние на уровень капитализации компании. Определены современные тенденции социального влияния международных компаний, обоснована важность внедрения КСО отечественными предприятиями. Определены этапы совершенствования социальной ответственности компаний с целью обеспечения укрепления собственного бизнеса. Аргументировано, что социально ответственное поведение положительно влияет на деятельность компании и в долгосрочной перспективе способствует увеличению ее стоимости. Установлено, что эффективная социальная политика бизнеса создает основу для развития инноваций и роста инвестиционной привлекательности компаний. Обоснованы направления снижения систематических и несистематических рисков компании, исследовано влияние социальных инвестиций на отдельные факторы стоимости компании. Подытожено, что инвестиции в социальную сферу оказывают прямое влияние на стоимость компании, улучшают ее деловую репутацию и способствуют увеличению конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: социальная ответственность, стоимость компании, стейкхолдеры, социальные инвестиции.

УДК 330.3:304

<https://doi.org/10.32843/bses.54-11>

Білан О.С.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та економічної теорії
Тернопільський національний
економічний університет

Bilan Oksana

Ternopil National Economic University

The article examines the main aspects of corporate social responsibility, identifies its impact on the level of capitalization of the company. The modern tendencies of social influence of the international companies are outlined, the importance of introduction of CSR by the domestic enterprises is provided. The stages of improving the social responsibility of companies are identified in order to strengthen their own business. It is argued that socially responsible behavior has a positive effect on the company's activities and increases its value in the long run. The peculiarities of social investment at certain stages of the company's life cycle are studied. It is defined that an effective social policy of the business creates a basis for the development of innovation and growth of investment attractiveness of companies. The advantages of socially responsible behavior as a condition for forming a positive image of enterprises in modern society are substantiated, namely: increasing the motivation of employees; strengthening partnership with the local community, increasing the company's competitiveness in the market by strengthening the brand. It is established that the company should make decisions on the formation of a portfolio of investment social programs based on a system of indicators that take into account the interests of both business and all stakeholders of the company, which will ensure high efficiency of social investment and avoid conflict of interests. The directions of reduction of systemic and non-systemic risks of the company are justified. It is established that the reduction of systemic risk occurs by decreasing social tensions in the region of doing business, improving the investment climate; non-systemic risks are reduced by decreasing the variation of the company's cash flows, increasing the predictability and stability of its profitability. The influence of social investments on certain factors of the company's value (cash flow, discount rate, growth rates) is studied. It is concluded that investments in the social sphere have a direct impact on the company value, improve its business reputation and increase competitive advantages.

Key words: social responsibility, company value, stakeholders, social investments.

Постановка проблеми. Сьогодні політика корпоративної соціальної відповідальності набуває широкої популярності і знаходить практичне застосування як елемент стратегічного управління, що дозволяє компаніям досягати ключових цілей та покращувати своє положення на ринку. У зв'язку з цим політику соціальної відповідальності бізнесу можна визначити як довгострокову діяльність компанії, яка є частиною загальної стратегії та спрямована на максимізацію вартості компанії. При цьому варто враховувати, що корпоративна соціальна відповідальність передбачає реалізацію стратегії соціального впливу та зростання, а не захисну стратегію компанії. Як відомо, максимізація ринкової вартості влас-

ного капіталу є однією з ключових цілей управління фінансами компанії. Останні дослідження вказують на недовіру традиційних методів конкурентної боротьби у підвищенні інвестиційної привабливості підприємства. Сучасні реалії економіки диктують нові правила ведення бізнесу, а реалізація принципів корпоративної соціальної відповідальності стає одним зі способів підвищення вартості компанії.

В сучасних умовах пошуку нових, ефективних методів управління підприємством, корпоративна соціальна відповідальність є своєрідною соціальною інвестицією, тим методом управління, який дозволяє підвищити рівень капіталізації без значних капітальних вкладень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Окремі аспекти проблеми соціальної відповідальності компаній досліджувалися в роботах зарубіжних та вітчизняних науковців [1-6], зокрема: Г. Боуена, П. Друкера, А. Керролла, М. Креймера, М. Портера, А. М. Колота, Т.М. Гнат'євої, О.О. Охріменка та інших. Зокрема, Радзівська В. та Селютіна А. [5] обґрунтували важливість впровадження КСВ акціонерними товариствами; Ковальчук Н., Комарова К. [3], Гнат'єва Т. [1] досліджували соціальну відповідальність бізнесу як інструмент ефективності корпоративної стратегії. Проте в сучасних умовах загострення конкурентної боротьби виникає необхідність дослідження корпоративної соціальної відповідальності як чинника підвищення вартості компанії.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження впливу соціально відповідальної поведінки компанії на рівень її капіталізації. Зокрема, дослідження впливу соціальних інвестицій на вартість компанії за окремими чинниками та обґрунтування переваг соціально відповідальної поведінки як умови формування позитивного іміджу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останні 10 років відбулися помітні зрушення у сприйнятті компаніями соціальної відповідальності свого бізнесу як стратегічного рушія росту вартості компанії. Провідні міжнародні компанії практично в усіх галузях промисловості долучаються до руху корпоративного зростання через соціальний вплив шляхом створення диференційованої продукції, дослідження нових ринків, забезпечення стійкого ланцюга поставок, залучення, розвитку та втримання професійних і талановитих працівників, трансформації суперечливих регуляторних відносин. Таким чином, соціальний вплив бізнесу перетворився з піару на важливу складову корпоративної стратегії.

Компанія Deloitte провела кількісне дослідження глобальних публічних компаній Fortune 500, щоб зрозуміти природу розподілу соціального впливу. Вартість цих компаній складає 28-233 мільярдів доларів, вони представляють 6 галузей промисловості та 53 підгалузі, а також регіони з 40 країн. Дослідження дало можливість узагальнити тенденції соціального впливу для компаній та галузей [8].

Дослідники виділяють чотири архетипи компаній, які відображають тенденції соціального впливу, а також те, як компанії протистоять конкурентам.

1. Максимізатор акціонерів. Це найбільш «традиційний» архетип. Такі компанії надають пріоритет максимізації акціонерної вартості. Вони часто не включають соціальний вплив у свій стратегічний план, хоча можуть використовувати його тактично для зменшення ризику. Цей архетип представляє 11% компаній Fortune 500 і є ключовим у таких галузях як фінансові послуги, нафта та газ.

2. Корпоративний внесок. Це найпоширеніший архетип, який представляє 53% компаній Fortune 500. Корпоративні учасники беруть участь у діяльності з соціального впливу насамперед для зміцнення відносин із зовнішніми зацікавленими сторонами та зменшення зовнішнього ризику. Для деяких фірм це може бути перехідним станом на шляху до інтегратора впливу.

3. Інтегратор впливу (цей архетип представляє третина компаній Fortune 500). Інтегратори впливу включають соціальну відповідальність у свою загальну стратегію з огляду на нові ринкові можливості. Вплив внутрішньо мотивується прагненням досягти соціального прогресу за допомогою ділової активності та інтегрується в усі бізнес-процеси та охоплює всі бізнес-підрозділи. Часто компанії, які належать до цього архетипу, активно узгоджують та вимірюють як ділову, так і соціальну відповідальність, використовують додаткові показники, що забезпечують підзвітність бізнес-підрозділів.

4. Соціальний новатор. Цей архетип представляють компанії, для яких соціальний вплив є невід'ємною частиною бізнес-стратегії. Показники соціального впливу враховуються поряд із фінансовими показниками. Такі компанії використовують соціальний вплив для побудови нових соціально відповідальних ринків та створення диференційованих товарів чи послуг. Соціальні інноватори складають лише 3% компаній Fortune 500. Соціальний вплив є невід'ємною частиною стратегії, вбудованої в процеси та бізнес-підрозділи. Бізнес створює соціально відповідальні товари (послуги та ринки), а соціальна місія сприймається як основна [8].

Дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності на зміну вартості компанії, яке щорічно проводить компанія Deloitte, підтверджує гіпотезу щодо існування прямої залежності капіталізації компанії від інвестицій в соціальну відповідальність.

Визначимо етапи, за якими вітчизняні підприємства повинні вдосконалювати свою соціальну відповідальність з метою забезпечення зміцнення власного бізнесу.

1. По-перше, вищому керівництву необхідно зрозуміти, на якому етапі розвитку знаходиться їхня компанія. Кожен архетип містить в собі різний набір ризиків та можливостей. Якщо максимізаторам акціонерів потрібно зосередитись на регуляторних та репутаційних ризиках, інтеграторам впливу необхідно уточнити показники успіху бізнесу та соціальні наслідки.

2. По-друге, керівництву необхідно зрозуміти місце компанії в певній галузі. Кожна галузь має різний розподіл за чотирма архетипами, і при перегляді детальніших зрізів даних сформовані ключові висновки для конкретних галузей та категорій. Деякі корпорації успішно позиціонуються, узгоджуючи власну діяльність з домінуючим

архетипом галузі (наприклад, ExxonMobil), а інші навмисно диференціюються від нього (наприклад, Suncor Energy) [8]. Деякі компанії використовують соціальний вплив як рушійну силу для трансформаційного зростання. Тому керівникам важливо розуміти місце компанії в певній галузі. Якщо є впевненість, що соціальні преференції посприяють переходу від корпоративного учасника до інтегратора впливу, то керівникам важливо знати не лише те, де знаходиться їхня галузь, але й в якому напрямку вона рухається.

3. По-третє, свідомо підійти щодо вибору свого архетипу. Володіючи інформацією щодо ринкової позиції компанії та стану галузі, керівники повинні визначити свій архетип соціального впливу та дати відповідь на питання чи допоможе ця позиція створити чи захистити вартість компанії? Соціальний вплив більшою мірою стає частиною стратегії росту компанії, і керівники повинні свідомо ставитись до свого вибору.

Оскільки на сьогоднішній день ділове середовище піддається впливу уподобань споживачів, регуляторів та груп зацікавлених сторін, соціальна відповідальність відіграє невід'ємну роль, допомагаючи фірмам залишатися конкурентоспроможними та знаходити нові можливості зростання. При цьому компанії повинні налагодити постійний діалог з внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами, щоб свідомо обрати власну стратегію соціального впливу.

Сьогодні бізнес розуміє, що вже не може діяти ізольовано від суспільства, оскільки він сам є частиною соціуму. Від діяльності підприємств багато в чому залежить стан природного середовища, якість споживчих товарів. Соціальна спрямованість бізнесу буде більш ефективною та мати системний характер, якщо соціальна відповідальність бізнесу буде включена у стратегію управління підприємством [3].

Варто зазначити, що соціальні інвестиції не мають на меті безпосереднє збільшення доходів компанії, проте зменшують системний та несистемний ризики діяльності компанії. Зменшення системного ризику відбувається шляхом зниження соціальної напруги в регіоні ведення бізнесу, покращення інвестиційного клімату шляхом забезпечення високої якості облаштування життя населення за допомогою розвитку місцевої інфраструктури. Усі ці заходи в кінцевому результаті знижують інвестиційні ризики підприємств. Компанії, здійснюючи соціальні інвестиції, також знижують свої несистемні ризики шляхом зменшення варіації грошових потоків компанії, збільшення передбачуваності і стабільності рентабельності своєї діяльності. Це стає можливим завдяки сформованому колективу високопрофесійних та добре вмотивованих працівників підприємства, які є лояльними до роботодавця.

Щодо особливостей здійснення соціальних інвестицій на окремих етапах життєвого циклу компанії, то, як правило, компанії починають реалізацію соціально відповідальних проектів на стадії юності, тобто в період, коли у них з'являються стабільний грошовий дохід. Свого максимуму соціальні інвестиції досягають на стадії розквіту, коли компанія отримує найбільші грошові доходи. Для періоду спаду та реорганізації характерним є мінімізація вкладень у соціальні інвестиції, адже такі періоди характеризуються від'ємними грошовими потоками грошових коштів, а завдання підприємств – виживання, а не розвиток.

Компанія повинна приймати рішення щодо формування портфелю інвестиційних соціальних програм на основі системи показників, що максимально враховують інтереси як бізнесу так і всіх стейкхолдерів компанії. Це забезпечить високу ефективність соціальних інвестицій без конфлікту інтересів компанії та зацікавлених осіб.

Проте на практиці багато керівників вітчизняних підприємств вважають, що соціально відповідальні компанії, реалізуючи соціальні програми та проекти, знижують ефективність своєї діяльності. Вони аргументують це тим, що перенесення частини соціальних зобов'язань з держави на приватний сектор змушує компанії до пошуку компромісу між вимогами інвесторів та витратами, пов'язаними з соціальною відповідальністю. При цьому збільшення соціальних зобов'язань бізнесу має декілька наслідків, які породжують певні протиріччя. З одного боку – сьогодні практично усі сучасні держави прагнуть до лібералізації економічного режиму; з іншого – ростуть вимоги суспільства до корпорацій щодо їх соціальної відповідальності. В результаті компанії змушені шукати компроміс між вимогами інвесторів в питаннях віддачі на вкладений капітал та витратами, пов'язаними з соціальною відповідальністю.

Однак в розвинутих країнах соціальне інвестування є важливою частиною стратегії соціально відповідальних компаній. Етична поведінка і соціальне інвестування є визначальним чинником для фінансово-кредитних установ при прийнятті рішення щодо фінансування бізнесу. Провідні міжнародні фінансові організації, в тому числі Світовий банк, вимагають від компаній дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності, першочергово приділяючи увагу охороні навколишнього середовища та дотриманню прав людини.

У 2014 році Центр «Розвиток КСВ» презентував Індекс Прозорості сайтів Top-100 українських компаній. За результатами останніх досліджень тільки третина компаній створюють на власних сайтах окремий розділ, у якому розміщується інформація з питань соціальної відповідальності. Більшість вітчизняних компаній не приділяють достатньої

уваги питанням запровадження та висвітлення КСВ політики та її результатів [7].

При цьому добровільна відкрита звітність дає компанії змогу продемонструвати свою прихильність принципам концепції КСВ і сталого розвитку, стати прозорою для суспільства й надати значиму для неї інформацію в рамках корпоративної екологічної, соціальної та етичної результативності.

Соціальні інвестиції здійснюють неоднозначний вплив на вартість компанії за окремими чинниками, а саме:

1) Щодо чиннику грошовий потік, то соціальні інвестиції позитивно впливають на виручку, яка збільшується завдяки підвищенню якості продукції (її екологічності, інноваційності) та, відповідно, збільшенню кількості постійних покупців. Загальні витрати збільшуються завдяки збільшенню видатків на соціальну сферу, проте зменшуються витрати на одиницю продукції завдяки росту продуктивності праці (покращуються умови праці, росте мотивація працівників). При цьому збільшується обсяг капітальних вкладень у зв'язку зі збільшенням напрямків інвестування. Щодо чистого оборотного капіталу – спостерігається зменшення за рахунок забезпечення оптимальних умов розрахунку з дебіторами і кредиторами.

2) За чинником вартості компанії – ставка дисконтування, спостерігається зменшення завдяки зниженню ризику.

3) За чинником вартості компанії – темпи росту, спостерігається збільшення, адже покращуються взаємовідносини зі стейкхолдерами компанії, що сприяє збільшенню можливостей компанії, пов'язаних з новими ринками та розширенням діяльності на вже існуючих ринках.

Як бачимо, соціально відповідальна поведінка позитивно впливає на діяльність компанії та в довгостроковій перспективі сприяє збільшенню її вартості. В свою чергу, організації, які не поділяють положень концепції соціальної відповідальності, мають великі несистематичні ризики і нижчі темпи росту, що призводить до збільшення ставки дисконтування та зниження вартості компанії.

Численні дослідження, проведені закордонними аналітиками, підтверджують той аргумент, що керівники, які ведуть себе етично й піклуються про вирішення соціальних проблем, отримують більшу підтримку зацікавлених сторін. Згідно з даними опитувань, 90% респондентів під час покупки товарів віддають перевагу соціально відповідальним компаніям.

При цьому в інвестиційний портфель підприємства варто включати тільки ті соціальні проекти, реалізація яких сприятиме підтримці поточних і майбутніх конкурентних переваг компанії, та які спрямовані на зниження ризиків компанії, сприятимуть росту вартості компанії.

Варто зазначити, що соціально відповідальна поведінка суб'єктів господарювання, яка передбачає дотримання норм етики та моралі, полягає в рості довіри і надійності між партнерами під час укладання контрактів, дозволяє реалізувати високо ризикові та довгострокові інвестиційні проекти. Будь-які контракти містять в собі елемент невизначеності і ризику невиконання, що неможливо передбачити навіть за умови великих витрат на контроль. Соціально відповідальна поведінка економічних суб'єктів є надзвичайно важливою навіть в умовах вільного ринку, адже зростання довіри між економічними агентами зменшує витрати на контроль та сприяє формуванню умов для ефективної взаємодії між ними. Дотримання всіма учасниками економічного процесу загальних етичних норм і правил полегшує реалізацію інвестиційних проектів, сприяє формуванню тісного і взаємовигідного економічного співробітництва. Соціально відповідальна поведінка сприяє реалізації довгострокових інвестиційних проектів за участю усіх зацікавлених сторін. Інвестуючи в соціальні проекти, спрямовані на розвиток освіти, культури, підтримку різних громадських організацій, компанія сприяє прискоренню взаємовигідних інтеграційних процесів. В першу чергу це приносить вигоду самій компанії, сприяючи інвестуванню в складні, ризикові, інноваційні проекти, та суспільству в цілому, стимулюючи швидкий розвиток економіки, науково-технічного прогресу, росту добробуту людей. Необхідність врахування наслідків впливу економіки на людину та навколишнє середовище, приводить до того, що соціально відповідальна поведінка компанії стає ключовою умовою ефективності бізнесу.

В умовах актуальності необхідності суспільного визнання бізнесу, соціальні інвестиції позитивно впливають на вартість бізнесу, а саме:

- соціальна активність компанії впливає на її репутацію та зміцнення бренду;
- підвищується мотивація співробітників;
- соціальна активність сприяє підвищенню конкурентоспроможності компанії на ринку;
- завдяки реалізації соціальних програм зміцнюється партнерство між різними секторами місцевої громади.

Варто зазначити, що окремі соціальні ініціативи потребують значних обсягів інвестицій, тому лише добре скоординовані дії між керівниками компаній та місцевими зацікавленими сторонами – найкоротший шлях до реалізації життєво важливих соціальних проектів.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, завдяки реалізації принципів соціально відповідальної політики компанії, знижуються систематичні та несистематичні ризики бізнесу, зменшується варіація доходів та рентабельності, стабілізуються темпи росту. Таким чином, соціальні

інвестиції є необхідною умовою реалізації загальної стратегії компанії, адже вони стабілізують і підтримують її конкурентні переваги в довгостроковій перспективі та, в кінцевому результаті, підвищують вартість компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гнат'єва Т.М. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент ефективності корпоративної стратегії. URL: <http://economic-vistnic.stu.cn.ua/tmp/pdf/1290.pdf> (дата звернення: 19.06.2020).
2. Колот А. М. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія. К. : КНЕУ, 2012. 501 с.
3. Комарова К.В., Ковальчук Н.В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. Інноваційна економіка. Випуск 5-6(63). 2016. С. 25–30.
4. Охрімченко О. О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. К. : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
5. Радзівська В.М., Селютіна А.С. Роль соціальної відповідальності в підвищенні інвестиційної привабливості корпоративних цінних паперів. Фінанси, облік і аудит. 2015. Вип. 2. С. 105–123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Foa_2015_2_10 (дата звернення: 27.06.2020).
6. Соляник О. М. Корпоративна соціальна відповідальність як складова ефективного управління компанією. URL: <http://me.fem.sumdu.edu.ua/docs/d090.pdf> (дата звернення: 22.06.2020).
7. Центр «Розвитку КСВ в Україні». URL: <http://www.csrukraine.org/> (дата звернення: 06.06.2020).
8. Social Impact practice. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/operations/articles/driving-corporate-growth-through-social-impact.html> (дата звернення: 13.06.2020).

REFERENCES:

1. Hnatieva T.M. (2014). Teoretychni problemy rozvytku natsionalnoi ekonomiky, [Social responsibility of business as a tool of the efficiency of a corporate strategy]. [Online], vol. 2, no. 74. Available at: <http://economic-vistnic.stu.cn.ua/tmp/pdf/1290.pdf> (accessed 19 June 2020).
2. Kolot A. M. (2012). Sotsialna vidpovidalnist: teoriia i praktyka rozvytku [Social responsibility: theory and practice of development]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
3. Komarova K.V., Kovalchuk N.V. (2016). Sotsialna vidpovidalnist yak skladova stratehiyi rozvytku biznesu na pidpryyemstvakh Ukrayiny [Social responsibility as an integral part of strategy for the development of business at Ukraine enterprises], *Innovatsiina ekonomika*. Vol. 5-6, no. 63, p. 25–30.
4. Okhrimenko O.O. (2015), Sotsialna vidpovidalnist [Social responsibility]. *Natsionalnyi tekhnichniy universytet Ukrainy "Kyivskiy politekhnichniy instytut"*. Kyiv, Ukraine.
5. Radziivska V.M., Seliutina A.S. (2015). Rol sotsialnoi vidpovidalnosti v pidvyshchenni investytsiinoi pryvablyvosti korporatyvnykh tsinnykh paperiv [The Role of social responsibility in increases of corporate's securities investment attractiveness]. *Finansy, oblik i audyt*. vol. 2, pp. 105–123. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Foa_2015_2_10 (accessed 27 June 2020).
6. Solianyk O. M. (2013). [Corporate social responsibility as a component of effective management a company]. [Online]. Available at: <http://me.fem.sumdu.edu.ua/docs/d090.pdf> (accessed 22 June 2020).
7. Tsentр «Rozvytku KSV v Ukraini» [Center «CSR Development in Ukraine»]. [Online]. Available at: <http://www.csrukraine.org/> (accessed 6 Juni 2020). (in Ukrainian)
8. Social Impact practice [Online]. Available at: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/operations/articles/driving-corporate-growth-through-social-impact.html>

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ – СКЛАДОВА МЕНЕДЖМЕНТУ
ТА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВINNOVATIVE ACTIVITIES – COMPONENT MANAGEMENT
AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

УДК 005.591.6:005.936.3

<https://doi.org/10.32843/bse.54-12>**Богущ Л.А.**кандидат педагогічних наук,
старший викладач кафедри менеджменту
Міжнародний економіко-гуманітарний
університет
імені академіка Степана Дем'янука**Bogush Liudmyla**International University of Economics
and Humanities named
after academician Stepan Demianchuk

У статті розглянуто значення інноваційної діяльності, визначено її важливості, як складової менеджменту та економічного розвитку підприємств. Виявлено, що підприємства потребують тотальних змін на всіх рівнях через удосконалення існуючих виробничих процесів, менеджменту, підвищення ефективності всіх аспектів виробничої та господарської діяльності, виявлення нових перспективних форм і напрямів ведення бізнесу з метою зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку та формування ефективної стратегії розвитку. Визначено чинники які є перешкодами на шляху впровадження інновацій у діяльності підприємств. Досліджено економічні основи інноваційного розвитку підприємств, визначені основні фактори, що його забезпечують. Розглянуто перспективи розвитку підприємств при ефективному впровадженні інновацій. Зазначено, важливість стратегічне управління нововведеннями в процесі розроблення антикризової політики підприємства. Зроблено аналіз інноваційної активності національних підприємств.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, менеджмент, економічний розвиток, інноваційний продукт, інноваційна інфраструктура, інноваційне підприємство.

В статтє рассмотрено значение инновационной деятельности, определены ее важ-

ности, как составляющей менеджмента и экономического развития предприятий. Выявлено, что предприятия нуждаются тотальных изменений на всех уровнях путем усовершенствования существующих производственных процессов, менеджмента, повышения эффективности всех аспектов производственной и хозяйственной деятельности, выявления новых перспективных форм и направлений ведения бизнеса с целью укрепления своих конкурентных позиций на рынке и формирования эффективной стратегии развития. Определены факторы которые являются препятствиями на пути внедрения инноваций в деятельности предприятий. Исследовано экономические основы инновационного развития предприятий, определены основные факторы, которые его обеспечивают. Рассмотрены перспективы развития предприятий при эффективном внедрении инноваций. Отмечено, важность стратегического управления нововведениями в процессе разработки антикризисной политики предприятия. Сделан анализ инновационной активности национальных предприятий.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, менеджмент, экономическое развитие, инновационный продукт, инновационная инфраструктура, инновационное предприятие.

The article deals with the importance of innovation, defines its importance as a component of management and economic development of enterprises. It is revealed that the enterprises need total changes at all levels in order to improve existing production processes, increase the efficiency of all aspects of production and economic activity, identify new promising forms and directions of doing business in order to strengthen their competitive position in the market and formulate an effective development strategy. The factors that are obstacles to the implementation of innovations in the activity of enterprises are identified. The economic foundations of enterprise innovation development are investigated, the main factors that provide it are determined. Prospects of enterprise development with effective introduction of innovations are considered. The importance of strategic management of innovations in the process of developing anti-crisis policy of the enterprise is emphasized. The analysis of innovative activity of national enterprises is made. For modern conditions of development of national economy, production of innovative products and introduction of innovative activity, peculiar to any enterprise also defines its competitive advantage. The enterprises need total changes at all levels because of improvement of the existing productions, increases in efficiency of all aspects of production and economic activity, identifications of new perspective forms and directions of business for the purpose of strengthening of the competitive positions in the market and formations of the effective development strategy. Development of scientific and technical progress, the embodiments of innovations in new products and new technologies - is the background of economic development and a component of management process. This fact defines expediency of a research of a perspective of creation of prerequisites for introduction of effective innovations at the national enterprises for effective activity making use of experience of the developed countries of the world. The developed economy is inherent in those countries, which significantly strengthen the role in production and use of the latest knowledge in combination with management, that allows them to be leaders in world processes. On the present the market very quickly develops, demand constantly grows on those products, which is relevant and necessary, therefore the embodiments of an innovation are one of the most effective methods of satisfaction of needs of consumers. They become a necessary form of existence of any enterprise, provide to the enterprise competitiveness and existence in the market, and also is a basis of their economic development. Therefore innovative activity at the enterprises has to be improved always and to answer modern development of scientific and technical progress being combined with management process. Distribution and introduction of innovations predetermines a close combination between scientific and technical, production, investment and administrative activity also specifies about need of a research of an innovation as complex on the need to study innovation as a set of actions of economic entities and components of the national innovation infrastructure. The pursuit and achievement of a synergistic effect of innovation requires a wide range of actions and aggregate investments for gain considerable economic effect of usual capital investments. An important task of the public innovative policy there has to be a strategic orientation of development of production on introduction and use of the new equipment, materials, productions, providing social and economic, organizational and legal methods for effective reproduction and productive use of scientific and technical potential.

Key words: innovations, innovative activity, management, economic development, innovative product, innovative infrastructure, innovative enterprise.

Постановка проблеми. За сучасних умов розвитку національної економіки, виробництво інноваційної продукції та впровадження інноваційної діяльності, властиве будь-якому підприємству та визначає його конкурентну перевагу. Підприємства потребують тотальних змін на всіх рівнях

через удосконалення існуючих виробничих процесів, підвищення ефективності всіх аспектів виробничої та господарської діяльності, виявлення нових перспективних форм і напрямів ведення бізнесу з метою зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку та формування ефективної стра-

тегії розвитку. Розвиток науково-технічного прогресу, втілення інновацій у нових продуктах і нових технологіях – є підґрунтям економічного розвитку та складовою частиною процесу управління. Цей факт визначає доцільність дослідження проблематики створення передумов для впровадження ефективних інновацій на національних підприємствах для ефективної діяльності використовуючи досвід розвинутих країн світу.

Розвинута економіка притаманна тим країнами, які суттєво підсилюють свою роль у виробництві і використанні новітніх знань у поєднанні з менеджментом, що дозволяє їм бути лідерами у світових процесах. На даний час ринок дуже швидко розвивається, попит невинно зростає на ту продукцію, яка є актуальною та потрібною, тому втілення інновації є одними із найбільш ефективних методів задоволення потреб споживачів. Вони стають необхідною формою існування будь-якого підприємства, забезпечують йому конкурентоспроможність та існування на ринку, а також є підґрунтям їх економічного розвитку. Тому інноваційна діяльність на підприємствах повинна завжди удосконалюватися та відповідати сучасному розвитку науково-технічного прогресу поєднуючись з процесом управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження інноваційної діяльності зробили українські та закордонні вчені, які досить вичерпно розкривають проблематику та сутність цього питання. Серед них : А.В. Сидорова [5], В.О. Козловський [6], Т.Г. Дудар [7], В.В. Мельниченко [7], В.В. Стадник, [8], М.А. Йохна [8] та інші.

Проте вивчення питання інноваційної діяльності, як складової менеджменту та економічного розвитку підприємства з позиції існуючих проблем та перспектив розвитку, є недостатньо вивченими.

Постановка завдання. Мета статті полягає в дослідженні проблем інноваційної діяльності, як складової менеджменту та економічного розвитку підприємств.

Виклад основного матеріалу. Сфера підприємницької діяльності національних підприємств є важливою складовою сучасної ринкової економіки, вона набуває все більшого значення в збільшенні ВВП країни, у поповненні суми державного бюджету, зайнятості населення, в процесі управління ринком, шляхом задоволення попиту споживачів. Це приваблива сфера діяльності для впровадження інновацій як складової менеджменту.

Сфера інновацій всеосяжна, вона не тільки охоплює практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, але й включає зміни в продукті, процесах, маркетингу, організації. Інновація виступає як явний фактор зміни, як результат діяльності, втілений у новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги й нові підходи до задоволення соціальних потреб [1].

Звертаючи увагу на неспинне прискорення науково-технічного прогресу, посилення процесів глобалізації й інтернаціоналізації ринків, саме інноваційність та креативність стають головними факторами успіху не лише окремих підприємств, але й усіх національних економічних систем [2]. А стратегічне управління нововведеннями є найважливішим завданням антикризової політики підприємства [3].

Сучасні національні підприємства зосереджені на підвищенні конкурентоспроможності, де важливою є активізація інноваційної діяльності. Неперервні і постійні інновації стають необхідною та природною формою існування будь-якого підприємства, забезпечують його конкурентоспроможність і розвиток на ринку.

Успішна діяльність підприємств і досягнення стратегічних переваг в умовах конкуренції значною мірою залежать від результативності їхньої інноваційної діяльності, що прямопропорційно залежить від інноваційного розвитку.

Інноваційний розвиток є важливим фактором підвищення ефективності діяльності підприємства, покращання якості продукції, раціонального використання виробничих ресурсів, запобігання екологічним наслідкам індустріалізації, тим самим спричиняє економічне зростання. Інновація є поштовхом до саморозвитку і забезпечує конкурентоспроможність на всіх ієрархічних рівнях економіки. Інноваційний розвиток підприємств – це визначені безперервні зміни, що базуються на впровадженні і реалізації інновацій, що зумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють умови для його прогресивного розвитку систем [2].

Поширення та впровадження інновацій зумовлює тісний взаємозв'язок між науково-технічною, виробничою, інвестиційною та управлінською діяльністю та говорить про необхідність дослідження інновації як комплексу дій суб'єктів господарювання та складових національної інноваційної інфраструктури. Прагнення та досягнення синергетичного ефекту інновації вимагає широкого спектру дій та сукупних інвестицій, ніж потрібно, щоб отримати значний економічний ефект від звичайних капіталовкладень.

Важливим завданням державної інноваційної політики повинна стати стратегічна спрямованість розвитку виробництва на впровадження і використання нового обладнання, матеріалів, виробничих процесів, забезпечення соціально-економічних, організаційних і правових методів для ефективного відтворення та продуктивного використання науково-технічного потенціалу. В цілому велика частина науково-технічних інновацій пов'язана з товарами, що потребують капітальних витрат, проте рівні накопичення інвестицій в Україні

досить низькі, і потенційні можливості розвитку науково-технічної сфери можуть бути втраченими. Зазначені аспекти є досить вагомими для країн із економікою яка розвивається, оскільки процес розповсюдження виробничого потенціалу зазнає глибокого занепаду. Сьогодні у економіці України обсягу інвестицій не вистачає навіть на просте відтворення, в результаті останнього збільшується частка зношених основних фондів [4].

У свою чергу, результативність інноваційної діяльності підприємств визначається, насамперед, наявністю необхідних внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування інновацій, можливістю їхньої швидкої мобілізації, зацікавленістю інвестора в підтримці інноваційного розвитку [5], а також процесом управління.

Саме у зв'язку із нестабільністю сучасного економічного та політичного становища постає перешкода для приливу іноземного чистого капіталу який і забезпечує розвиток інноваційної діяльності.

Так згідно даних Державної служби статистики на 01.10.2018 найбільшими країнами-інвесторами які вводили прямі інвестиції в економіку України були: Кіпр – 8919,7 млн дол. США (27,9%), Нідерланди – 6452,7 млн дол. (20,2%), Велика Британія – 2047,9 млн дол. (6,4%), Німеччина – 1824,7 млн дол. (5,7%) [4].

Щодо даних відносно впровадження інновації на промислових підприємствах, то картина невтішна та спостерігається стрибкоподібні зміни.

Згідно даних таблиці можемо зробити висновки, що питома вага підприємств, що впроваджують інновації збільшувалась до 2016 року, де складала найвищий показник і знизилась на 2,3 % порівняно з 2016 роком до 14,3 % всіх промислових підприємств в 2017 році. Відповідно цього змінюється показник впровадження нових технологічних процесів, який у 2016 році складає найвищий показник і становить 3489, а вже у 2017 році зменшується вдвічі. Наслідком є зменшення питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промисловості, що у 2017 році становить найнижче значення – 0,7%.

Як зазначалось вище, ці зміни зумовлені загальноекономічними тенденціями, зокрема і послабленням інвестиційного клімату. До внутріш-

ніх факторів, на які першочергово потрібно звернути увагу – це удосконалення апарату управління

В.В. Стадник, Т.Г. Дудар, В.О. Козловський розглядають управління інноваційною діяльністю як складову менеджменту сучасного підприємства, що охоплює планування, організування та стимулювання інноваційної діяльності, реалізацію інноваційних проектів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства [6; 7; 8].

Роль менеджерів в інноваційному процесі достатньо важлива та необхідна, адже вони мають велику владу та авторитет. Тому можуть приймати рішення про створення інновацій, які виходять за існуючі рамки. Тим більше, вони можуть створити інтеграцію процесу створення інновацій між різними відділами за допомогою розробки стратегії та хорошого розуміння споживача. Також, завданням менеджменту є відслідковування можливостей розвитку підприємств, пошук інновацій поза межами компанії, створення інфраструктури для просування інновації від стадії виникнення ідеї до стадії втілення.

Так, ефективний та швидкий потік інновацій вимагає участі менеджменту вищої ланки, які здатні очолити втілення у життя загальних корпоративних цінностей та подолати усі труднощі, які чекають компанію на шляху створення інноваційного потоку. Адже затримки та зволікання в інноваційному процесі можуть коштувати для компанії надто дорого [9].

Управління інноваційним розвитком орієнтоване на досягнення поставлених цілей (завоювання більшої частки ринку, збільшення прибутку в поточному періоді чи в перспективі, забезпечення високих темпів стійкого економічного розвитку) в умовах конкурентного середовища, коли цілі інших суб'єктів господарювання можуть з ними не збігатися (і, як правило, не збігаються). Це протиріччя цілей слід належним чином враховувати, узгоджуючи намічені цілі з можливостями їхнього досягнення.

Управління інноваціями – це підсистема загального менеджменту, завданням якої є ефективне управління процесом розроблення, впровадження, виробництва та комерціалізації інновації з узго-

Таблиця 1

Впровадження інновацій на промислових підприємствах

Показники	Роки				
	2013	2014	2015	2016	2017
Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	13,6	12,1	15,2	16,6	14,3
Впроваджено нових технологічних процесів	1576	1743	1217	3489	1831
Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	3138	3661	3136	4139	2387
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	3,3	2,5	1,4	-	0,7

Джерело: складено на основі [4]

дженням відповідних управлінських рішень із системою операційного (виробничого), маркетингового, фінансового і кадрового менеджменту. Управління інноваціями як система – сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових засобів, методів і форм керування інноваційною діяльністю організації з метою оптимізації економічних результатів її господарської діяльності.

Управління інноваціями включає:

- обґрунтування, прийняття, реалізацію управлінських рішень щодо створення та впровадження новачій в організації і які спрямовані на визначення стратегічних інноваційних цілей, адекватних загальнокорпоративній стратегії;

- формування інноваційної стратегії та інноваційної політики; оптимізацію організаційно-структурних форм управління інноваціями;

- розроблення технології обґрунтування і прийняття інноваційних рішень;

- вибір методів впливу на поведінку учасників інноваційного процесу з метою формування взаємовигідних економічних відносин [10].

Управління інноваційною діяльністю, будучи складовою менеджменту сучасного підприємства, охоплює планування, організування та стимулювання інноваційної діяльності, реалізації інноваційних проектів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства.

Ринкові умови господарювання висувають високі вимоги до рівня конкурентоспроможності продукції та послуг. Ці вимоги на сучасному етапі розвитку суспільного виробництва в значній мірі визначаються характеристиками економічності, надійності [11].

Тому для інноваційного менеджменту підприємств характерна цілеспрямованість в процесі прийняття рішень, що організаційно і економічно забезпечать конкурентоспроможність продукції. Специфіка процесу діяльності підприємств полягає в пошуку нових шляхів і методів збуту продукції, орієнтації на потреби і смаки споживачів.

Основними причинами виникнення та поширення нововведень в області нових методів управління діяльністю на підприємствах є конкурентна боротьба на ринку, бажання одержати конкурентні переваги і максимізувати прибуток, попит споживача, підвищення технічного потенціалу, пошук вирішення проблем, що виникають під час діяльності, підтримка та підвищення престижу підприємства.

Система управління інноваційною діяльністю підприємств є відкритою системою. Її вхід – інформація, сировина, матеріали, енергія, ліцензії як складова загальної системи управління підприємством. Виходом є інноваційна продукція, креативні ідеї, інноваційна технологія тощо.

Суб'єктом управління є керівництво підприємства. Об'єктом управління – процес інноваційного

розвитку, який реалізують працівники відділів підприємства. Відповідно до вищенаведеного керівництво підприємства управляє процесами інноваційного розвитку (орієнтуючи на це діяльність відділів збуту й надання послуг) за допомогою системи економічних інструментів

За допомогою окремих інструментів зі складу системи керівники одержують інформацію, яка характеризує результативність процесу розвитку. Необхідна для управління інформація про зовнішнє середовище і сам об'єкт управління надходить через систему інформаційного забезпечення (заходів присвячених протипожежним системам, періодичним виданням, інформаційним порталам у мережі Інтернет).

Наявність зворотного зв'язку між системою інформаційного забезпечення і керівництвом підприємства відображає той факт, що управлінню неминуче властиві елементи адміністрування, тобто вольові установки керівника. Зворотний зв'язок з цілями управління показує, що формування й уточнення цілей виконується в процесі управління. Інноваційний розвиток конкретного підприємства має вплив на стан ринку в цілому.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, на нашу думку, інноваційна діяльність на національних підприємствах бажає бути кращою. Багато негативних факторів перешкоджають розвитку та впровадженню інновацій на вітчизняних підприємствах, що послаблює та зменшує надходження інвестицій. В першу чергу керівники повинні зрозуміти, що інноваційна діяльність – це важливе підґрунтя розвитку підприємств, які повинні конкурувати на ринку та укріплювати свої конкурентні позиції, крокуючи з науково-технічним прогресом. Такий підхід дасть змогу поєднати ефективність інноваційної господарської діяльності підприємств та стимулюватиме працівників в отриманні нових знань та компетенцій, а отже, слугуватиме в досягненні стратегічних цілей підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Данилюк Т.І. Особливості інноваційної діяльності в сфері послуг. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3320>
2. Кубатко Т.І., Омеляненко Ю.О. Інноваційний розвиток підприємств в умовах економічної нестабільності. *Механізм регулювання економіки*. 2015. № 2. С. 54–60.
3. Подлесна В.Г. Податкове регулювання інноваційно-інвестиційних процесів в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України* : зб. наук. праць / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми, 2009. Т. 25. С. 317–324.

4. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Сидорова А.В. Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг. Донецк : ДонНУ, 2002. 240 с.

6. Козловський В. О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2007. 210 с.

7. Дудар Т.Г., Мельниченко В.В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2009. 256 с.

8. Стадник В.В., Йохна М.А. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2006. 464 с.

9. Підрична інновація: що варто врахувати інвесторам. URL: <http://www.management.com.ua/tend/tend616.html>.

10. Гуторов О.І., Михайлова Л.І., Шарко І.О., Турчина С.Г., Киричок О.В. Управління інноваціями : навч. посібник. Вид. 2-ге, доп. Харків : «Діса плюс», 2016. 266 с.

11. Тараненко І.В. Формування інноваційної парадигми теорії конкуренції у сучасних глобалізаційних умовах. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2011. № 1(9). С. 194–203.

REFERENCES:

1. Danyliuk T.I. Osoblyvosti innovatsiinoi diialnosti v sferi posluh. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3320>

2. Kubatko T.I., Omelianenko Yu.O. (2015). Innovatsiyni rozvytok pidpriemstv v umovakh ekonomich-

noi nestabilnosti. *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, № 2. S. 54–60.

3. Podliesna V.H. (2009). Podatkove rehuliuвання innovatsiino-investytsiynikh protsesiv v Ukraini. *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy* : zb. nauk. prats / Derzhavnyi vyshchyi navchalnyi zaklad «Ukrainska akademiia bankivskoi spravy Natsionalnogo banku Ukrainy». Sumy, T. 25. S. 317–324.

4. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Sydorova A.V. (2002). Ekonomiko-statystycheskye metody v upravleniy sferoi usluh. Donetsk: DonNU, 240 s.

6. Kozlovskiy V.O. (2007). Innovatsiyni menedzhment: navch. posib. Vinnytsia: VNTU, 210 s.

7. Dudar T.H. Melnychenko V.V. (2009). Innovatsiyni menedzhment: navch. posib. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 256 s.

8. Stadnyk V.V., Yokhna M.A. (2006). Innovatsiyni menedzhment: navch. posib. Kyiv: Akademvydav, 464 s.

9. Pidryvna innovatsiia: shcho varto vrakhuvaty investoram. URL: <http://www.management.com.ua/tend/tend616.html>

10. Hutorov O.I., Mykhailova L.I., Sharko I.O., Turchina S.H., Kyrychok O.V. (2016). Upravlinnia innovatsiinykh : navch. posibnyk. Vyd. 2-he, dop. Kharkiv: «Disa plus», 266 s.

11. Taranenko I.V. (2011). Formuvannia innovatsiinoi paradyhmy teorii konkurentsii u suchasnykh hlobalizatsiynikh umovakh. *Naukovyi visnyk ChDIEU*. № 1(9). S. 194–203.

МЕХАНІЗМ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НА СПОЖИВАЧА

MECHANISM OF USING TOOLS OF PSYCHOLOGICAL INFLUENCE OF ADVERTISING ON THE CONSUMER

У статті узгоджено стратегії психологічного впливу на споживача і типи рекламної комунікації. Встановлено, що соціально-психологічний та адвертологічний типи передбачають поєднання американської і німецької наукових течій на відміну від сугестивного та маркетингового. Згруповано дієві інструменти маркетингу за етапами формування психологічного впливу на цільову аудиторію. Розподілено інструменти психологічного впливу реклами на свідомість споживача на три групи: методи, засоби та образи. Попри упередження окремих споживачів до реклами та жорстку конкуренцію між виробниками, у даній сфері існує своя етика. Порівняно передовий світовий досвід у напрямі державного регулювання рекламного ринку з вітчизняним законодавством у цій сфері, яке ще не можна назвати досконалим і дієвим. Урахування бажань споживачів уможливило формулювання рекомендацій та застережень щодо використання психологічного впливу на споживача у рекламі.

Ключові слова: психологія реклами, токсичний рекламний вплив, споживач, свідомість, цільова аудиторія, стратегія психологічного впливу, рекламна комунікація, етика реклами.

В статті согласованы стратегии психологического влияния на потребителя и типы

рекламной коммуникации. Установлено, что социально-психологический и адвертологический типы предусматривают сочетание американского и немецкого течений в отличие от сугестивного и маркетингового. Сгруппированы действенные инструменты маркетинга по этапам формирования психологического влияния на целевую аудиторию. Распределены инструменты психологического влияния рекламы на сознание потребителя на три группы: методы, средства и образы. Несмотря на предвзятое отношение отдельных потребителей к рекламе и жесткую конкуренцию между производителями, в данной сфере существует своя этика. Произведено сравнение передового опыта в направлении государственного регулирования рекламного рынка с отечественным законодательством в этой области, которое еще нельзя назвать совершенным и эффективным. Изучение желаний потребителей позволило сформулировать рекомендации и предостережения по использованию психологического влияния на потребителя в рекламе.

Ключевые слова: психология рекламы, токсичное рекламное влияние, потребитель, сознание, целевая аудитория, стратегия психологического влияния, рекламная коммуникация, этика рекламы.

УДК 659.159.98

<https://doi.org/10.32843/bses.54-13>

Буторіна В.Б.

к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

Butorina Veronika

Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University

Advertising is increasingly influencing a person's behavior and consumer choice. Today, advertisers are interested in the possibility of regulating demand by influencing the human subconscious, so there is a need to develop mechanisms for using tools for the psychological impact of advertising on the consumer. Strategies for psychological influence on the consumer and types of advertising communication were agreed. It is established that socio-psychological and advertological types involve a combination of American and German scientific trends in contrast to the suggestive and marketing. Effective marketing tools were grouped according to the stages of formation of psychological influence on the target audience. The article divides the tools of psychological influence of advertising on the minds of consumers into three groups: methods, tools and images. Methods of psychological influence are consistent with the most effective for the specific impact of advertising type of communication. The selection of means of psychological influence depends on the purpose of advertising communication. The consciousness of the representative of the target audience is influenced by professionally applied images. It was found that the purpose of advertising is partly contrary to today's popular social concept of marketing. Its purpose is to simultaneously take into account the needs of the individual and society for their fullest satisfaction. Despite the prejudice of individual consumers to advertising and fierce competition between manufacturers in this area, there is an ethic. The article presents the typology of employees in the field of advertising depending on the ethics of behavior. It was emphasized that the state is designed to reduce the toxic effects of advertising on people's minds. The best world experience in this area of state regulation of the advertising market was compared with domestic legislation in this area, which can not yet be called perfect and effective. Taking into account the wishes of consumers made it possible to formulate recommendations and warnings on the use of psychological influence on the consumer in advertising.

Key words: psychology of advertising, toxic advertising influence, consumer, consciousness, target audience, strategy of psychological influence, advertising communication, ethics of advertising.

Постановка проблеми. На поведінку і споживчий вибір людини все інтенсивніше впливає реклама. Вона пронизує різні сфери суспільного життя. На тлі посилення конкурентної боротьби між виробниками посилюється професійність впливу на цільові аудиторії. Психологічні методи більше століття стали невід'ємною частиною рекламного процесу, постійно вдосконалюючись для ефективнішого впливу на пам'ять, мотиви, увагу, свідомість споживача.

Оскільки рекламодавці зацікавлені у можливості регулювання попиту за допомогою впливу на підсвідомість людини, є потреба у розробленні механізмів використання інструментарію психологічного впливу реклами на споживача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дж.Б. Уотсон досліджував психологічні аспекти реклами, ця сфера також входить до кола наукових інтересів Хасана Алі Аль-Абабнеха, К. Корженко. Т. Кенінг спрямував свої наукові пошуки на встановлення впливу торгової марки на людську психіку. Можливість створення нових потреб та мотивів у споживача за допомогою рекламних засобів доводив Б. Вітієс. А. Белгородський та Л. Геращенко звертають увагу фахівців рекламної сфери на маніпуляційні методи сучасної реклами. Ефективність впливу реклами на споживача досліджують А. Ольховська та А. Лінсейцева, тенденції у споживанні населення – А. Герасимов та М. Чер-

няк. М.Р. Душкіна звертає увагу наукової спільноти на проблему токсичних рекламних комунікацій.

Постановка завдання. Мета статті – систематизувати механізм використання інструментарію психологічного впливу реклами на споживача.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прикладні психологічні дослідження у рекламі набули поширення на початку ХХ ст. Із метою збільшення обсягів збуту продукції розроблялися методи навіювання людині нових потреб [1, с. 24, 678–736].

Проте науковці зіткнулися з особливостями сприйняття реклами споживачем, що ускладнило проведення досліджень у сфері психології реклами. Зокрема, вплив реклами на свідомість людини не завжди передбачуваний, невідповідність форми рекламного продукту типу темпераменту споживача, вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на представника цільової аудиторії. У зв'язку із цим постала необхідність переглядати традиційні методи впливу на свідомість людини і систематизувати їх через приму цілей та спеціфіки рекламного впливу.

Залежно від цілей рекламного процесу в науці сформувалися два підходи до вибору стратегії психологічного впливу на споживача (рис. 1).

У сформованих німецькій та американській течіях психології реклами пропонується вплив на волю споживача й урахування його потреб. Зазвичай у рекламному процесі обидва впливи переплітаються. Це явно простежується під час аналізу рекламної комунікації, яку можна поділити на три типи:

– Односторонній психологічний вплив характерний для сугестивної психологічної стратегії.

– Зворотний зв'язок характерний для маркетингової психологічної стратегії.

– Розгалужені міжособистісні зв'язки характерні як для соціально-психологічної, так і для адвертологічної психологічних стратегій [3].

Сприймання інформації споживачем зазнає постійних змін. Рекламні агенти традиційно формують психологічний вплив на цільову аудиторію за такими етапами:

I етап: урахування суспільних цінностей.

II етап: привернення уваги.

III етап: виклик інтересу.

IV етап: формування потреби.

V етап: приведення до купівлі.

Зазначені етапи частково корелюють із висновками моделі впливу реклами на психіку Е. Льюїса



Рис. 1. Узгодження цілі та стратегії психологічного впливу на споживача

Джерело: систематизовано автором на основі [2]

AIDA: увага (яскраві кольори, цікаві фото, привабливі люди, питання, гумор, переваги продукту), інтерес (унікальна торгова пропозиція, дедлайни розпродажів, програма лояльності), бажання (перетворення бажання на потребу), активність (терміновий зворотний зв'язок, переконання у нагальності потреби) [4, с. 124].

У практиці психологічного впливу в рекламі використовують методи, засоби та образи впливу (рис. 2).

Методи психологічного впливу узгоджуються з найбільш ефективним для конкретного впливу реклами типом комунікації. Підбір засобів психологічного впливу залежить від поставленої мети рекламної комунікації. На свідомість представника цільової аудиторії впливають професійно застосовувані образи.

Серед практичних прийомів психологічного впливу реклами на споживача можна відзначити такі: переконання, слогани, додаткове свідчення, переможна сторона, порівняння і контраст, очевидні постулати, просування одного товару на базі іншого, позитивні ціннісні образи.

Сьогодні дослідники маркетингу і реклами звертають усе більше уваги на «соціальну концепцію маркетингу». Це зумовлено актуальністю основоположної тези даної концепції: одночасне врахування потреб індивіда та суспільства для найповнішого їх задоволення [5, с. 33; 6, с. 139].

Соціальній концепції маркетингу частково суперечить призначення реклами: формування і підтримка обізнаності цільової аудиторії реклами та її інтересу до товарів чи послуг [7]. Справа у тому, що реклама зацікавлює, потім нарощує й утримує споживчий інтерес, не гребуючи нав'язувати штучні потреби, стандарти, цінності. Споживачі, своєю чергою, це відчувають і ставляться до рекламних продуктів упереджено [8].

Попри недовіру окремих людей до реклами та жорстку конкуренцію між виробниками, у даній сфері існує своя етика. На сферу психологічного впливу рекламної комунікації вона покликана поширюватися у першу чергу. Існує умовний поділ співробітників рекламної сфери за етикою професійної діяльності [9, с. 21]:

- 1) «шахраї» – обізнані в законах і нормах, але порушують їх для отримання прибутку;
- 2) «дослідники» – не обізнані повною мірою у різноманітті етичних норм і правил, тому їх порушують, не замислюючись над наслідками;
- 3) «лояльні» – етичні норми сприймають лише через призму чинного законодавства;
- 4) «раціоналісти» – коригують етику своєї поведінки відповідно до прийнятого економічного рішення.

Повне дотримання етики рекламної діяльності зустріти практично неможливо. Кожен виробник



Рис. 2. Інструменти впливу реклами на свідомість споживача

Джерело: структуровано автором

рекламного продукту може належати до однієї чи одразу кількох наведених вище груп.

За кордоном по-різному ставляться до заборон різних психологічних впливів реклами: у країнах ЄС діють Директива Ради ЄС 89/552/ЕЕС «Про телебачення без кордонів», Європейська конвенція «Про транскордонне телебачення», Директива Ради ЄС 2010/13/ЄС «Про аудіовізуальні медіа послуги» [10]; у США на законодавчому рівні заборонено використання маніпулятивних технологій [11]; у Китаї жорстко вдаються до ідентифікації медійної реклами; у Японії заборонені прихована реклама і спам (окрім Product Placement) [12].

В Україні, на думку експертів, законодавство у сфері реклами має низку недоліків [7; 13]. Наслідком цього є негативний вплив на свідомість індивідів ряду рекламних кампаній, обмеження права людини на самовизначення, нав'язування рекламованих стандартів і мислення. Споживачі ризикують приймати нераціональні рішення щодо придбання товарів, хибно вибирати життєву позицію.

Психологічний вплив реклами на свідомість споживача буде ефективним, якщо виробник рекламного продукту орієнтуватиметься у бажаннях споживача:

- Оптимальне співвідношення «ціна – якість».
- Упевненість, спокій і безпека.
- Повноцінне інтерактивне спілкування.
- Скорочення бар'єрів комунікації.

– Рівноправне партнерство з рекламодавцем та рекламним агентом.

– Емоційне задоволення від спілкування з продавцем [14, с. 12–13].

Зіставимо рекомендації та застереження щодо застосування психологічних методів у рекламній діяльності (табл. 1).

Отже, вибір типу психологічного рекламного впливу буде правильним за умови врахування особливостей сприймання і запам'ятовування інформації індивідом. Сприймання реклами людиною не обмежується лише особливостями її пам'яті. Потрібно враховувати, що й хто впливає на поведінку споживача, як він приймає рішення [14, с. 9].

Рекламодавцям і рекламним агентам потрібно пам'ятати про ризик під час застосування психологічного інструментарію в рекламі: реклама може зацікавити споживача більше, ніж рекламований продукт.

Висновки з проведеного дослідження. Існування особливостей сприйняття реклами людиною призводить до того, що науковий напрям «психологія реклами» у своєму розвитку зустрічає низку перепон. Сьогодні у рекламній діяльності використовуються вплив на волю споживача й урахування його потреб. Під час узгодження стратегій психологічного впливу на споживача і типів рекламної комунікації встановлено: соціально-психологічний та адвертологічний типи передбачають поєднання

Таблиця 1

Рекомендації та застереження використання психологічного впливу на споживача у рекламі

Рекомендації	Застереження
Працівники рекламної сфери у співпраці з психологами визначають найбільш ефективні впливи на увагу. Професіонали під час передачі рекламних звернень у різних формах уміло впливають на розподіл, переключення і зосередження уваги споживачем	Перед початком рекламного впливу необхідно визначити психологію представників цільової аудиторії
Реклама одразу повинна у свідомості цільової аудиторії ставати своєрідним неагресивним «вибухом», передаючи емоційний імпульс. Причиною цього є те, що у сприйманні інформації людина інертна: перше зіткнення з інформаційним повідомленням рідко відбивається у пам'яті	Перед початком рекламного процесу необхідно передбачити його вплив на емоційний стан представників цільової аудиторії
Інформацію потрібно подавати так, щоб потенційний споживач відчував, що він одержує дані, яких сам потребував	Уявлення про бренд чи товар потрібно формувати на основі достовірних даних
Створення у людини потреби у придбанні товару чи послуги неминуче передбачає врахування існуючого і бажаного для індивіда соціального статусу. У даному аспекті ефективними є засоби нав'язування і переконання. Перший засіб впливу не передбачає доказів, а другий є об'єктивнішим. Вибір одного з них визначається особливостями цільової аудиторії	Переконання придбавати непотрібний для споживача товар призведе до подальшої недовіри з його боку до даного бренда
Ключовим є визначення мотивів поведінки споживача. Мотиви залежать від сприйняття, стосунків, стереотипів, установок. Для виявлення поверхневих і прихованих мотивів доцільно використовувати маркетингові дослідження у поєднанні з методами психологічного дослідження як окремих представників споживачької аудиторії, так і їхніх груп	Реклама не має агресивно впливати на психіку людини за допомогою епатажу, маніпуляцій, провокацій тощо. Маніпуляція людською свідомістю представниками гуманістичної психології вважається неетичною, але продовжує ефективно коректувати поведінку споживачів
Потрібно виходити із цілей рекламного впливу на пам'ять і вибирати рекламу за інтенсивністю: неперервна, концентрована, періодична чи пульсуюча	Психологічний вплив на індивіда потрібно здійснювати послідовно

Джерело: узагальнено автором

американської і німецької наукових течій на відміну від сугестивного та маркетингового.

Кожен з етапів формування психологічного впливу на цільову аудиторію реалізується із залученням низки дієвих інструментів маркетингу. Інструменти впливу реклами на свідомість споживача можна розділити на три групи: методи, засоби та образи психологічного впливу. При цьому методи психологічного впливу узгоджуються з найбільш ефективним для конкретного впливу реклами типом комунікації. Підбір засобів психологічного впливу залежить від поставленої мети рекламної комунікації. На свідомість представника цільової аудиторії впливають професійно застосовувані образи.

Популярній сьогодні соціальній концепції маркетингу частково суперечить призначення реклами. Метою концепції є одночасне врахування потреб індивіда і суспільства для найповнішого їх задоволення.

Попри упередження окремих споживачів до реклами та жорстку конкуренцію між виробниками, у даній сфері існує своя етика. Рекламодавці та рекламні агенти трактують її для себе по-різному.

Держава покликана нівелювати токсичний вплив реклами на свідомість людей. Світовий досвід у даному напрямі державного регулювання рекламного ринку є досить багатим, однак вітчизняне законодавство у цій сфері ще не можна назвати досконалим і достатньо дієвим.

Урахування бажань споживачів уможливило формулювання рекомендацій та застережень використання психологічного впливу на споживача у рекламі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Уэллс У., Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама: принципы и практика. Санкт-Петербург : Питер Пресс, 2008. 738 с.
2. Аль-Абабнех Х.А. Психология рекламы как инструмент формирования її ефективності. *Економіка і регіон*. 2016. № 2(57). С. 48–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2016_2_9 (дата звернення: 02.07.2020).
3. Ольховская А., Линейцева А. Эффективность воздействия рекламы на потребителя. *Маркетинг*. 2007. № 6. С. 54–74.
4. E. St. Elmo Lewis. The Book-Keeper. *Catch-Line and Argument*. 1903. Vol. 15. P. 124.
5. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. Москва, 1998. 787 с.
6. Ортинська В.В. Аспекти сучасного соціально-етичного маркетингу в торгівлі. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Дала*. 2013. № 8(197). С. 139–142.
7. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР, станом на 03.10.2014, підстава 1322-18. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua> (дата звернення: 02.07.2020).

8. Корженко К.А., Майковська В.І. Вплив реклами на психологію споживача. *Реклама: інтеграція теорії та практики* : тези доп. VIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 21 листопада 2014 р. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. С. 78–80.

9. Відповідальний маркетинг / Центр розвитку КСВ для Жіночого консорціуму України. Київ : АДЕФ-Україна, 2012. 40 с. URL: https://issuu.com/wcuwcu/docs/responsible_marketing (дата звернення: 02.07.2020).

10. Верховна Рада України. Законодавство України. *Офіційний сайт*. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_446#text (дата звернення: 02.07.2020).

11. Офіційний сайт Федеральної торгової комісії (Federal Trade Commission – FTS). URL: <http://www.ftc.gov> (дата звернення: 02.07.2020).

12. Зорина В., Юринець О., Леськів А. Зарубіжний досвід розбудови систем державного регулювання рекламних ринків: перспективи функціонування в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 12(186). С. 97–109.

13. Бесага П.О. Аналіз деяких недоліків Закону України «Про рекламу» та ефективність рекламної комунікації. *Управління розвитком*. 2014. № 1. С. 19–21.

14. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге. Москва : Юрайт, 2020. 259 с. URL: <https://urait.ru/bcode/448312> (дата звернення: 02.07.2020).

REFERENCES:

1. U. Uells, S. Moryarty, Dzh. Bernett (2008) *Reklama: pryncypy u praktyka [Advertising: principles and practice]*. Sankt-Peterburgh : Pyter Press. (in Russian)
2. Khasan Ali Alj-Ababnekh (2016) *Psykholohija reklamy, jak instrument formuvannja jiji efektyvnosti [Psychology of advertising as a tool for shaping its effectiveness]*. *Ekonomika i rehion*, № 2(57), pp. 48–52. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2016_2_9 (in Ukrainian)
3. Olykhovskaja A., Lynejceva A. (2007) *Effektyvnostj vozdejstvija reklamj na potrebytelja [The impact of advertising on consumers]*. *Marketyngh*, № 6, pp. 54–74.
4. E. St. Elmo Lewis. The Book-Keeper. *Catch-Line and Argument*. Vol. 15. February 1903, p. 124.
5. Kotler F., Bouen Dzh., Mejkenz Dzh. (1998) *Marketyngh. Ghostepryymstvo y turyzm [Marketing. Hospitality and tourism]*. Moskva. (in Russian)
6. Ortynsjka V.V. (2013) *Aspekty suchasnogho socialjno – etychnogho marketynghu v torghivli [Aspects of modern social and ethical marketing in trade]*. *Visnyk Shkhdnoukrajinsjkogho nacionaljnogho universytetu imeni Volodymyra Dalja*, № 8 [197], pp. 139–142. (in Ukrainian)
7. Pro reklamu : Zakon Ukrainy vid 03.07.1996 № 3253-IV [Law of Ukraine on advertising]. Available at : <http://zakon4.rada.gov.ua> (accessed 02 July 2020). (in Ukrainian)
8. Korzhenko K.A., Majkovsjka V.I. (2014) *Vplyv reklamy na psykholohiju spozhyvacha [The impact of advertising on consumer psychology]*. *Reklama: integracija teoriji ta praktyky : tezy dopovidej VIII Mizhnararodnoji naukovy-praktyčnoji konferenciji*, pp. 78–80. Kyjiv: Kyjivskij nacionalnij torghovo-ekonomichnyj universytet. (in Ukrainian)

9. Vidpovidal'nyj marketyng (2012) [Responsible marketing]. Centr rozvytku KSV dlja Zhinochogho konsorciumu Ukraïny (Ed.). Available at: https://issuu.com/wcuwcu/docs/responcible_marketing (accessed 02 July 2020). (in Ukrainian)

10. Oficijnyj sajт Verkhovna Rada Ukraïny. Zakonodavstvo Ukraïny [Verkhovna Rada of Ukraine. Legislation of Ukraine. Official site]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_446#text (accessed 02 July 2020). (in Ukrainian)

11. Oficijnyj sajт Federal'noji torghovoji komisiji. [Official site of Federal Trade Commission – FTS]. Available at : <http://www.ftc.gov> (accessed 02 July 2020).

12. Zoryna V. Juryneć, Oleg A. Les'kiv. (2016) Zarubizhnyj dosvid rozbudovy system derzhavnogho

reguljuvannja reklamnykh rynkiv: perspektyvy funkcionuvannja v Ukraïni [Foreign experience in building systems of state regulation of advertising markets: prospects for functioning in Ukraine]. *Aktual'ni problemy ekonomiky*, № 12(186), pp. 97–109. (in Ukrainian)

13. Besagha P.O. (2014). Analiz dejakykh nedolikiv Zakonu Ukraïny «Pro reklamu» ta efektyvnistj reklamnoji komunikaciji [Analysis of some shortcomings of the Law of Ukraine "On Advertising" and the effectiveness of advertising communication]. *Upravlinnja rozvytkom*, № 1, pp. 19–21. (in Ukrainian)

14. Dushkyna M. R. (2020) Psykholohyja reklamy y svjazej s obshhestvennostju v marketynghe [The Psychology of Advertising and Public Relations in the Market]. Moskva: Jurajt. (in Russian)

ОЦІНКА СКЛАДНОСТІ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ASSESSMENT OF COMPLEXITY OF INTEGRATED MANAGEMENT SYSTEM OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Статтю присвячено дослідженню процесів формування інтегрованих систем управління (ІСУ) промисловими підприємствами з урахуванням потрібного рівня складності. Активні зміни у зовнішньому середовищі організацій спричиняються до потреби у постійному розвитку систем та процесів управління, що, своєю чергою, призводить до їх ускладнення, яке позначається на ефективності управління та результатах діяльності. У зв'язку із цим для розбудови ефективної ІСУ вимагається визначення рівня складності ІСУ з урахуванням потреб, цілей, завдань та особливостей організації. Питання оцінки ІСУ підприємств на основі теорії складності піднімається вперше. На основі аналізу, проведеного у дослідженні, визначено модель оцінки складності ІСУ промислового підприємства. Запропоновано новий підхід до оцінки складності ІСУ, який полягає у виділенні двох підсистем показників складності окремо для керованої та керуючої систем. Показано, що у зв'язку з унікальністю кожної ІСУ кожна з них потребує окремого вивчення. Запропоновано напрями подальших досліджень.

Ключові слова: інтегрована система управління, складність, складна адаптована система, стандарти системи управління (ССУ), підприємство, промисловість.

Стаття посвящена исследованию процессов формирования интегрированных

систем управления (ИСУ) промышленных предприятий с учетом необходимого уровня сложности. Активные изменения во внешней среде организаций вызывают необходимость в постоянном развитии систем и процессов управления, что, в свою очередь, приводит к их усложнению, которое сказывается на эффективности управления и результатах деятельности. В связи с этим для развития эффективной ИСУ требуется определение уровня сложности ИСУ с учетом потребностей, целей, задач и особенностей организации. Вопрос оценки ИСУ предприятий на основе теории сложности поднимается впервые. На основе анализа, проведенного в исследовании, определена модель оценки сложности ИСУ промышленного предприятия. Предложен новый подход к оценке сложности ИСУ, который заключается в выделении двух подсистем показателей сложности отдельно для управляемой и управляющей систем. Показано, что в связи с уникальностью каждой ИСУ каждая из них требует отдельного изучения. Предложены направления дальнейших исследований.

Ключевые слова: интегрированная система менеджмента, сложность, сложная адаптивная система, стандарты систем менеджмента (ССМ), предприятие, промышленность.

УДК 658.5:65.014.1

<https://doi.org/10.32843/bses.54-14>

Горлова О.П.

старший викладач кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності Одеський національний економічний університет

Gorlova Olena

Odessa National Economic University

The article addresses formation and development of integrated management systems (IMS) of enterprises considering the level of complexity. Accelerating the growth of the complexity of the macroenvironment under the influence of various factors, including globalization, leads to an increasing need of new target management subsystems. Since every facet of the development of the external environment – economic, environmental, social, energy, information, etc. – sets the company a set of tasks, which stimulates the integration of relevant target subsystems into the management system at the micro level, formation of IMS occurs under the influence of many subsystems, which, in turn, put the entire process under influence of complexity. The level of complexity must be adequate to the needs, goals, structure, internal and external environment and considers specific circumstances of the organization. Otherwise, the organization cannot make use of the full potential for efficiency and competitiveness gains. Consequently, the financial and economic performance of enterprises may be considered as being influenced by the level of complexity of the MIS. The level of complexity is of a specific importance for medium to large enterprises. This approach linking complexity and formation of MIS is new to the field. The article is aimed at developing of methodological approaches to building a system of indicators for assessing the complexity of the integrated management system of an industrial enterprise. The research is undertaken on the basis of enterprises of cable industry of Ukraine. Based on the analysis carried out in the study, a model for assessing the complexity of the IMS of an industrial enterprise is proposed. The paper suggests a new approach to assessing the complexity of the IMS, which consists in identifying and distinct assessing of two sets of complexity indicators – that for the managerial and managed subsystems. Due to the uniqueness of every IMS each of them requires an individual study. Further researches are suggested to produce an integrated indicator (indicators) to reflect actual level of complexity for each IMS.

Key words: integrated management system, complexity, complex adaptive system, management system standards (MSS), enterprise, industry.

Постановка проблеми. Проблеми формування та розвитку інтегрованих систем управління (ІСУ) підприємств активно обговорюються науковою та бізнес-спільнотою від початку поточного століття та з кожним роком набирають популярності. Кожний аспект розвитку зовнішнього середовища – економічний, екологічний, соціальний, енергетичний, інформаційний тощо – ставить перед підприємством цілий комплекс завдань, що стимулює інтегрування відповідних цільових підсистем у систему управління на мікрорівні. Прискорення темпів зростання складності макросередовища під впливом різних чинників, зокрема

глобалізації, призводить до зростання потреби підприємств у нових цільових підсистемах управління. Інтеграція цільових підсистем ускладнює систему управління підприємства, що підводить до висновку про доцільність використання поняття «складності» для оцінки результативності формування та розвитку ІСУ. Цей підхід відкриває нові можливості виявлення резервів підвищення ефективності, життєздатності, конкурентоспроможності та стійкості підприємств. Рівень складності повинен відповідати потребам, цілям та завданням організації. Інакше вона не реалізує повною мірою потенціал ефективності, а отже, фінансово-еко-

номічні результати діяльності підприємств мають знаходитися під впливом складності ІСУ. Цей аспект визначає актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія складності розвивається у наукових дослідженнях із природничих, точних та суспільних наук. В економіці теорія складності найбільше застосування знайшла у сфері макросистем та фондових ринків. Наприклад, в Україні розвивається наукова школа В.М. Соловйова з досліджень складності фондових ринків. Разом із тим складність економічних систем на мікрорівні досі залишається слабо дослідженою проблематикою. Хоча слід зазначити тенденцію збільшення кількості досліджень у цьому напрямі.

Різні аспекти складності економічних систем на мікрорівні досліджено такими вченими, як: У.Р. Ешбі, Н. Луман, У. Штегер, Дж. Саат, Н.Ф. Джонсон, Д. Торнбул, С. Хейвуд, М. Калоскіна, Х. Канджані, М. Тавана, П. Бернус, С. Нельсен, А.Б. Докторович та ін. Однак низка питань залишається невирішеною. К. Хучін і Д. Маклін наголошують, що наукові дослідження складності організацій мають сфокусуватися на емпіричному аспекті, інакше цей напрям може перетворитись на «короткочасне лінгвістичне модне формулювання» [1]. Дуже слабо розроблено питання методики оцінки складності організації. Не розроблено теоретичні підходи до інтерпретації та оцінки складності інтегрованої системи управління підприємством, що унеможлиблює здійснення організаційних та управлінських дій за параметром складності по відношенню до системи управління якістю та інших цільових підсистем підприємства.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення методичних підходів до побудови системи показників оцінки складності інтегрованої системи управління промисловим підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дане дослідження проводилося за даними підприємств кабельної промисловості.

Процес формування ІСУ полягає у поєднанні цільових стандартизованих та/або нестандартизованих підсистем управління між собою та із загальною системою менеджменту організації у цілісну структуру. Сьогодні підприємства мають до вибору різні сучасні стандарти систем управління, що допомагають вибудовувати складники ІСУ. Серед них слід зазначити стандарти на такі системи, як управління якістю, екологічний менеджмент, управління охороною здоров'я та безпекою праці, енергетичний менеджмент, управління інформаційним забезпеченням, управління стійкістю подій, системи керування неперервністю діяльності (безпека суспільства), управління інноваціями тощо. Дослідження стратегій побудови ІСУ показали, що черговість упровадження стандартизованих та/або нестандартизованих цільових підсистем не є однаковою у різних організацій [2]. Однак найчас-

тіше підприємства починають з інтеграції системи якості у свою систему управління, що зумовлено зростанням інтенсивності конкуренції на переважній більшості ринків товарів та послуг.

Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) зазначає, що система управління якістю не повинна бути складною, але має точно віддзеркалювати потреби організації [3]. Тобто ISO визнає приналежність системі якості підприємства такого параметру, як «складність». Тоді виникає питання оцінки складності системи якості підприємства. Однак, оскільки управління якістю є складовою частиною інтегрованої системи управління підприємством, то коректніше у даному разі ставити питання про оцінку складності ІСУ та її відповідність завданням організації, якою вона керує.

Дослідження [4] підтвердило загальну тенденцію до збільшення навантаження системи управління підприємством новими цільовими підсистемами. Тобто системи управління підприємством ускладнюються.

Як наслідок, виникає питання межі ефективності ускладнення системи управління підприємством зі збереженням її холистичності та можливості відповідати викликам зовнішнього середовища.

Найбільшу значущість поняття складності має для великих та середніх підприємств. Дослідниками організацій як складних адаптивних систем уже сформульовано поняття оптимальної складності. Деякі автори досліджень припускають, що між складністю та результатами діяльності організації є оборотна U-образна залежність. Тоді оптимальна складність на U-образній кривій має бути її найвищою точкою. Тобто оптимальна складність є такою, що забезпечує найвищу ефективність, яку може досягти підприємство у такому стані. Якщо підприємство буде продовжувати ускладнювати систему менеджменту, його ефективність почне знижуватися.

Ефективність ІСУ мають відобразити фінансово-економічні результати діяльності підприємства. Тобто приріст складності має забезпечувати приріст фінансового результату господарської діяльності підприємства.

Інтегрована система управління пов'язана з результатами діяльності підприємства опосередковано, через підсистему, якою вона керує, тому складність організації має включати два комплексні складники: складність інтегрованої системи та складність підсистеми, якою управляють.

Загальний концептуальний підхід до оцінки результативності та ефективності ІСУ представлено на рис. 1 у вигляді ланцюга впливу інтегрованої системи підприємства на результати його діяльності.

Для свого дослідження ми вибрали підхід до визначення параметрів складності організації, запропонований міжнародним інститутом розвитку менеджменту в м. Лозанна (Швейцарія). За даним підходом складність систем визначається



Рис. 1. Концептуальний підхід до оцінки ІСУ підприємства

Джерело: розроблено автором

чотирма взаємозалежними складниками: різноманітністю, взаємозв'язком (взаємодією), невизначеністю, рухливістю (гнучкістю). Останній складник віддзеркалює динамізм системи як один із найважливіших параметрів складності системи [5; 6].

Кожний складник визначається, своєю чергою, низкою параметрів, які визначаються з урахуванням специфіки окремого підприємства, виду діяльності [7]. У нашому дослідженні система показників складності розроблена з урахуванням особливостей діяльності підприємств кабельної промисловості.

Зауважимо, що перелік чинників не є наперед визначеним. Тобто формування системи показників складності ІСУ та підсистеми, якою вона керує, визначалося у чотири етапи: 1) визначення системи показників складності на основі вивчення літературних джерел та досвіду роботи підприємств кабельної промисловості в Україні; 2) формування бази даних за встановленою системою показників складності; 3) проведення кореляційного аналізу та виявлення показників складності, які мають найбільший вплив на фінансово-економічні показники підприємства; 4) формування оновленої системи показників складності та оновлення анкети для збору даних за якісними внутрішніми показниками складності ІСУ.

На основі вивчення наявного досвіду оцінки інтегрованих систем управління нами було визначено чинники, що характеризують складність ІСУ. Результати даного етапу дослідження представлено в табл. 1.

Далі було визначено чинники, що характеризують складність підсистеми організації, якою управляють. Для цього було вивчено досвід оцінки складності організації, зокрема оцінки архітектури підприємства, а також цілі, завдання, функції та об'єкти управління ІСУ. У табл. 2 представлено

систему показників складності керованої підсистеми підприємства.

Перелік показників фінансово-економічних результатів діяльності підприємства для даного дослідження було відібрано згідно із цілями та завданнями ІСУ, головним чином, її найважливішого складника – системи управління якістю. Досвід результатів імплементації управління якістю в менеджмент організацій, накопичений у світовому масштабі, систематизовано й опубліковано Міжнародною організацією зі стандартизації [8]. У даному документі наведено перелік фінансових та економічних ефектів, які отримують підприємства від використання принципів менеджменту якості. Він був прийнятий за основу для подальшого дослідження та систематизації. Нами було проведено систематизацію з використанням критеріїв ієрархічності (взаємопідпорядкування), періоду дії (довгостроковість, короткостроковість) та місця проявлення по відношенню до підприємства (зовнішні, внутрішні), потреби зацікавлених сторін. На основі побудованої ієрархії результатів діяльності ІСУ було відібрано низку відповідних результуючих показників: чистий прибуток, чистий прибуток на одну акцію, рентабельність активів, коефіцієнт рентабельності по операційному грошовому потоку, коефіцієнт оборотності оборотних активів, середньозважена вартість капіталу.

На етапі формування бази даних було розроблено анкету для збору інформації за якісними показниками складності. Суб'єктивність є невід'ємним аспектом складності підприємства [9]. Кількісні показники збиралися переважно за даними, які публікуються підприємствами у базах даних smida, stockmarket, YouControl, а також на власних сайтах. Окремі дані були надані відділами ІСУ та управління якістю підприємств.

Система параметрів та показників складності ІСУ підприємства

№ з/п	Параметри складності ІСУ підприємства	Показники складності ІСУ підприємства
1	Різноманітність	<ul style="list-style-type: none"> – Сфера дії ІСУ (формальна) – Сфера дії ІСУ (фактична) – Кількість нових інструментів управління, впроваджених кожним підрозділом протягом року під впливом ІСУ, які раніше не використовувалися – Кількість нових та оновлених планових та/або контрольних (звітних) документів, які пов'язані з діяльністю ІСУ, впроваджено кожним підрозділом протягом року
2	Взаємозв'язок / взаємодія	<ul style="list-style-type: none"> – Інтенсивність делегування, що вимірюється кількістю рішень, прийнятих на більш низьких рівнях організаційної структури – Інтенсивність делегування, що вимірюється значимістю рішень, прийнятих на більш низьких рівнях організаційної структури – Частота створення міжфункціональних робочих груп за участю представників відділів управління якістю та екологічного менеджменту – Ступінь впливу ІСУ на стратегію підприємства – Кількість ступенів вільності ІСУ
3	Невизначеність	<ul style="list-style-type: none"> – Частота випадків отримання неповної інформації бюро ІСМ від інших функціональних підрозділів та клієнтів підприємства – Частота випадків несвоєчасного отримання інформації бюро ІСМ від інших функціональних підрозділів та клієнтів підприємства – Частота випадків у сфері дії ІСМ, коли інформація або завдання, які отримав працівник чи відділ, потребували додаткових уточнень – Частота помилок у виконанні завдань у сфері ІСМ у результаті неоднозначної трактовки завдання
4	Рухливість, гнучкість	<ul style="list-style-type: none"> – Частота структурних змін у сфері дії ІСУ – Ступінь готовності ІСУ до організаційних змін – Ступінь автономності менеджерів ІСУ у прийнятті рівень, що впливають на результати діяльності підприємства або його значної частини (вартість прийняття рішення) – Ступінь гнучкості планів

Джерело: розроблено автором

Таблиця 2

Система параметрів та показників складності підсистеми підприємства, якою управляють

№ з/п	Параметри складності	Показники складності підсистеми підприємства, якою управляє ІСУ підприємства
1	Різноманітність	<ul style="list-style-type: none"> – Кількість бізнес-сегментів у продуктовому портфелі підприємств – Обсяг продажів домінуючого сегменту – Обсяг виробництва продукції – Частка домінуючого бізнес-сегменту в обсязі реалізованої продукції – Частка експорту в доході від реалізованої продукції – Чистий дохід від реалізованої продукції – Середньорічна вартість активів – Середньооблікова кількість працівників – Середня вартість активів на одного працівника – Витрати на одну гривню реалізованої продукції – Частка міжнародних активів у загальних активах підприємства – Частка крупних акціонерів
2	Взаємозв'язок / взаємодія	<ul style="list-style-type: none"> – Кількість дочірніх компаній – Кількість філій та представництв – Фондоозброєність – Витрати на створення або розвиток систем класу ERP
3	Невизначеність	<ul style="list-style-type: none"> – Кількість заданих стандартизованих процесів – Рівень взаємозамінності на робочих місцях
4	Рухливість, гнучкість	<ul style="list-style-type: none"> – Кількість модернізованих та модифікованих марок продукції, що потребують перегляду ТУ, за рік – Кількість нових марок продукції, впроваджених за рік – Кількість нових технологій, впроваджених за рік – Частка витрат на дослідно-конструкторські роботи у доходах від реалізації продукції – Кількість патентів – Частка витрат на реструктуризацію підприємства в доході від реалізації продукції – Обсяг угод зі злиття та поглинань

Джерело: розроблено автором

Показники, за якими неможливо було отримати дані за всіма підприємствами, виключалися з подальшого аналізу. Також виключалися показники, значення яких не змінювалося протягом аналізованого періоду, який охоплював 10 років. Так, на даному етапі було виключено з аналізу такі показники: сфера дії ІСУ (формальна), кількість ступенів вільності ІСУ, частка міжнародних активів у загальних активах підприємства; частка крупних акціонерів; кількість дочірніх компаній; витрати на створення або розвиток систем класу ERP; кількість заданих стандартизованих процесів; рівень взаємозамінності на робочих місцях; частка витрат на реструктуризацію підприємства в доході від реалізації продукції; обсяг угод зі злиття та поглинань.

У результаті проведення кореляційного аналізу з числа запропонованих були вибрані чинники, які демонструють тісну кореляцію з результативними ознаками. Відібрані чинники наведено у табл. 3 і 4.

Із табл. 3 і 4 видно, що найбільша кількість параметрів, які демонструють значний вплив на

результативність, зосереджена у групі невизначеності для інтегрованої системи управління та групі різноманітності для керованої системи.

Важливо відзначити, що ці чинники також викликають значний практичний інтерес із боку менеджменту досліджених підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Інтегровану систему підприємства можна розглядати як складну систему, котра входить до складу системи більш високого порядку – організації як складної адаптивної системи. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства дійсно знаходяться під впливом складності інтегрованої системи управління, тому результативність ІСУ може бути оцінена в параметрах і показниках складності.

Основна проблема здійснення оцінки результативності та відповідності ІСУ цілям та завданням організації через систему показників складності полягає у необхідності збору великої кількості суб'єктивних показників. Наявність суб'єктивних показників викликає певні складності проведення аналізу підпри-

Таблиця 3

Показники складності ІСУ підприємства, які було відібрано за результатами аналізу

№ з/п	Параметри складності	Показники складності ІСУ підприємства
1	Різнорманітність	– Кількість нових інструментів управління, впроваджених кожним підрозділом протягом року під впливом ІСУ, які раніше не використовувалися – Кількість нових та оновлених планових та/або контрольних (звітних) документів, які пов'язані з діяльністю ІСУ, впроваджено кожним підрозділом протягом року
2	Взаємозв'язок / взаємодія	– Інтенсивність делегування, що вимірюється значимістю рішень, прийнятих на більш низьких рівнях організаційної структури – Частота створення міжфункціональних робочих груп за участю представників відділів управління якістю та екологічного менеджменту
3	Невизначеність	– Частота випадків отримання неповної інформації бюро ІСМ від інших функціональних підрозділів та клієнтів підприємства – Частота випадків несвоєчасного отримання інформації бюро ІСМ від інших функціональних підрозділів та клієнтів підприємства – Частота випадків у сфері дії ІСМ, коли інформація або завдання, які отримав працівник чи відділ, потребували додаткових уточнень – Частота помилок у виконанні завдань у сфері ІСМ у результаті неоднозначної трактовки завдання
4	Рухливість, гнучкість	– Ступінь готовності ІСУ до організаційних змін – Ступінь гнучкості планів

Джерело: розроблено автором

Таблиця 4

Показники складності підсистеми підприємства, якою вона управляє, котрі було відібрано за результатами аналізу

№ з/п	Параметри складності	Показники складності підсистеми підприємства, якою управляє ІСУ підприємства
1	Різнорманітність	– Обсяг продажів домінуючого сегменту – Частка домінуючого бізнес-сегменту в обсязі реалізованої продукції – Частка експорту в доході від реалізованої продукції – Чистий дохід від реалізованої продукції – Середньооблікова кількість працівників – Середньорічна вартість активів – Середня вартість активів на одного працівника
2	Взаємозв'язок / взаємодія	– Фондоозброєність
3	Невизначеність	—
4	Рухливість, гнучкість	– Кількість нових марок продукції, впроваджених за рік – Частка витрат на дослідно-конструкторські роботи у доходах від реалізації продукції

Джерело: розроблено автором

емством на постійній основі. Однак дослідження довело, що треба використовувати оцінку окремо за кожним підприємством і далі порівнювати результати. Якщо проводити оцінку ІСУ за кількома підприємствами одразу, отримуємо результати, непридатні для інтерпретації. Даний висновок, на нашу думку, є закономірним, оскільки кожна ІСУ є унікальним механізмом, що довели інші наукові дослідження.

Подальший розвиток даної методики оцінки ми бачимо у побудові комплексного (інтегрального) показника складності ІСУ підприємства. На основі цього показника можна розробити відносний показник ефективності розвитку ІСУ, за яким зручно проводити порівняльний аналіз між підприємствами. Подальший розвиток даної методики має стати дієвим інструментом формування ефективної ІСУ підприємства та її вдосконалення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Houchin K. and MacLean Don Complexity Theory and Strategic Change: An Empirically Informed Critique. *British Journal of Management*. 2005. Vol. 16. № 2. P. 149–166. URL: <https://ssrn.com/abstract=734675>
2. Palmira López-Fresno Implementation of an integrated management system in an airline: a case study. *The TQM Journal*. 2010. Vol. 22. Iss. 6. P. 629–647. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/17542731011085311>
3. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. Київ, 2016. URL: <https://khoda.gov.ua/image/catalog/files/%209000.pdf> (дата звернення: 15.06.2020).
4. Горлова О.П. Вплив стандартизованих систем управління на інноваційну складову конкурентоспроможності бізнесу на макrorівні. *Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств* : монографія / за заг. ред. проф. О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2017. С. 497–504.
5. Amann W., Nedopil C., Steger U. The meta-challenge of complexity for global companies. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*. 2011. Vol. 18. Iss. 3. P. 200–204. DOI: 10.1057/dbm.2011.21
6. Amann W., Nedopil C., Steger U. Understanding and Mastering Complexity. *The European Business Review*. 2012. URL: <https://www.europeanbusinessreview.com/understanding-and-mastering-complexity/> (дата звернення: 17.06.2020).
7. Logistics: The Backbone for Managing Complex Organizations / M. Duerre et al. ; 1st ed., Haupt Berne, Stuttgart, Vienna.
8. ДСТУ ISO 10014:2008 Національний стандарт України. Управління якістю. Наставови щодо реалізації фінансових та економічних переваг. (ISO 10014:2008, IDT). Київ, 2013. URL: <https://metrology.com.ua/ntd/skachat-iso-iec-ohsas/iso/dstu-iso-10014-2008/> (дата звернення: 28.05.2020).
9. Schneider A.W., Zec M., Matthes F. Adopting notions of complexity for enterprise architecture management. In: *Proceedings of the 20th American Conference on Information Systems*, Savannah (2014).
10. Heras I., Bernardo M. and Casadesús M. (2007). “La integración de sistemas de gestión basados en estándares internacionales: resultados de un estudio empírico realizado en la CAPV”, *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, № 14, págs 155–174. URL: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/rdae/article/viewFile/11435/10551>

[ehu.eus/ojs/index.php/rdae/article/viewFile/11435/10551](https://www.ehu.eus/ojs/index.php/rdae/article/viewFile/11435/10551)

11. Griffith A. and Bhutto K. Better environmental performance. A framework for integrated management systems (IMS). *Management of Environmental Quality*. 2009. Vol. 20. № 5. P. 566–580. DOI: 10.1108/14777830910981230.

REFERENCES:

1. Houchin, K. and MacLean, Don, Complexity Theory and Strategic Change: An Empirically Informed Critique. *British Journal of Management*, Vol. 16, No. 2, pp. 149-166, 2005. URL: <https://ssrn.com/abstract=734675>
2. Palmira López-Fresno (2010) “Implementation of an integrated management system in an airline: a case study”, *The TQM Journal*, Vol. 22. Iss. 6, pp. 629–647. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/17542731011085311>
3. DSTU ISO 9000:2015 Systemy upravlinnia yakistiu. Osnovni polozhennia ta slovnyk terminiv. Kyiv, 2016. URL: <https://khoda.gov.ua/image/catalog/files/%209000.pdf> (accessed 15.06.2020).
4. Gorlova O. P. Vplyv standartyzovanykh system upravlinnia na innovatsiinu skladovu konkurentospromozhnosti biznesu na makrorivni / O. P. Horlova // *Teoretychni, metodolohichni ta praktychni aspekty konkurentospromozhnosti pidpriemstv* : monohrafiia / za zahalnoi redaktsiiei profesora O.H. Yankovoho. – Odessa, Atlant, 2017. Pp. 497–504.
5. Amann., W., Nedopil, C., Steger, U. (2011) The meta-challenge of complexity for global companies, *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, Vol. 18, Iss. 3, pp. 200–204. DOI: 10.1057/dbm.2011.21
6. Amann., W., Nedopil, C., Steger, U. (2012) Understanding and Mastering Complexity, *The European Business Review* [Internet resource]. URL: <https://www.europeanbusinessreview.com/understanding-and-mastering-complexity/> (accessed 17.06.2020).
7. Duerre, M., Kemnitz, P., Lee, S-A. S., Löser, F., Obendorf, I., Schwandt, A., Steger, U., and Zhou, X. (2010) *Logistics: The Backbone for Managing Complex Organizations*, 1st ed., Haupt Berne, Stuttgart, Vienna.
8. DSTU ISO 10014:2008 Natsionalnyi standart Ukrainy. Upravlinnia yakistiu. Nastanovy shchodo realizatsii finansovykh ta ekonomichnykh perevah. (ISO 10014:2008, IDT). Kyiv, 2013. URL: <https://metrology.com.ua/ntd/skachat-iso-iec-ohsas/iso/dstu-iso-10014-2008/> (accessed 28.05.2020).
9. Schneider, A.W., Zec, M., Matthes, F. Adopting notions of complexity for enterprise architecture management. In: *Proceedings of the 20th American Conference on Information Systems*, Savannah (2014).
10. Heras, I., Bernardo, M. and Casadesús, M. (2007) “La integración de sistemas de gestión basados en estándares internacionales: resultados de un estudio empírico realizado en la CAPV”, *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, N. 14, págs 155–174. URL: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/rdae/article/viewFile/11435/10551>
11. Griffith, A. and Bhutto, K. (2009) “Better environmental performance. A framework for integrated management systems (IMS)”, *Management of Environmental Quality*, Vol. 20, No. 5, pp. 566–580. DOI: 10.1108/14777830910981230

МЕТОДИ Й ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

INFORMATION MANAGEMENT METHODS AND TOOLS OF THE TOURISM INDUSTRY ENTERPRISES

УДК 338.486.1

<https://doi.org/10.32843/bses.54-15>

Гризівська Л.О.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, адміністрування та готельно-ресторанної справи Хмельницький національний університет

Стадник В.В.

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту, адміністрування та готельно-ресторанної справи Хмельницький національний університет

Hryzovska Liliia

Khmelnitsky National University

Stadnyk Valentyna

Khmelnitsky National University

У статті охарактеризовано тенденції розвитку індустрії туризму у світі і в Україні. Вказано на загрози і втрати галузі у зв'язку з пандемією COVID-19 і умови поживлення бізнесу за рахунок поліпшення інформаційного забезпечення, у тому числі для розвитку внутрішнього туризму. Сформульовано концепцію інформаційного менеджменту як системного і комплексного комунікаційного процесу, що охоплює рівні й функції управління і формує релевантні інформаційні потоки для обґрунтованого прийняття рішень. Визначено його завдання і охарактеризовано форми, методи й інструменти. Акцентовано на необхідності цифрової трансформації бізнес-процесів у туризмі та посилення ролі емоційного складника у комунікаціях зі споживачами. Окреслено основні принципи роботи з інфлюенсерами для просування туристичних продуктів. Систематизовано методи й переваги цифрового маркетингу в інформаційному менеджменті суб'єктів туристичної індустрії.

Ключові слова: туризм, інформаційний менеджмент, бізнес-процеси, цифровий маркетинг, інфлюенсер.

В статті охарактеризовані тенденції розвитку індустрії туризму в мирі і в Україні. Отмечены угрозы и потери отрасли в связи с пандемией COVID-19 и возможности оживления бизнеса за счет улучшения его информационного обеспечения, в том числе для развития внутреннего туризма. Сформулирована концепция информационного менеджмента как системного и комплексного коммуникационного процесса, охватывающего уровни и функции управления и формирующего релевантные информационные потоки для обоснованного принятия решений. Выделены основные задачи, формы, методы и инструменты информационного менеджмента. Акцентируется внимание на целесообразности цифровой трансформации бизнес-процессов в туризме и усилении эмоциональной составляющей коммуникаций с потребителями. Обобщены основные принципы работы с инфлюенсерами для продвижения туристических продуктов, а также методы и преимущества цифрового маркетинга в туризме.

Ключевые слова: туризм, информационный менеджмент, бизнес-процессы, цифровой маркетинг, инфлюенсер.

The development trends of the tourism industry in the world and in Ukraine have been characterized. This industry insufficient development in Ukraine has been pointed out and the negative trends stability in the domestic tour operators and agencies activity has been underlined. These trends became even more pronounced in connection with the Covid-19 pandemic, which caused the global economic crisis. It has been noted that the pandemic nature of the crisis limits the social interaction and mobility of consumers, which are an integral part of the tourism product. Business revival possibilities due to improvement of its information support and new work formats with consumers and business partners using have been determined. It has been emphasized that this should be done primarily for the domestic tourism development. Using methodological approaches of information economy, the information management concept as a systemic and complex communication process, which covers the management hierarchy levels and functions and forms relevant information flows for reasonable decision-making has been formed. The information management of tourist enterprises main tasks have been highlighted and its forms, methods and tools have been characterized. Taking into account the specifics of the crisis in the industry, the need to improve the management of business process informatization has been highlighted - to introduce those information technologies that significantly improve the efficiency of communications in the partner network and with consumers. It has been emphasized on the necessity for digital transformation of business processes in tourism and strengthening the role of the emotional component in communication with consumers. It is emphasized that the latter requires special forms of presentation of the material, which are best manifested in the social networks of bloggers (influencers) and have a significant level of cognitive individuality. The basic principles of work with influencers for the tourist products and services promotion have been outlined. The digital marketing methods that can be used in the information management system of the tourism industry have been systematized. The advantages that a tourism company can get from the digital marketing using have been highlighted.

Key words: tourism, information management, business processes, digital marketing, influencer.

Постановка проблеми. Індустрія туризму як одна зі складових частин сталого розвитку суспільства в усьому світі розвивається високими темпами, адже постійно підвищувався рівень добробуту населення, зменшувався час зайнятості доволі значної кількості людей, а отже, зростала кількість споживачів, які прагнули активного відпочинку, у тому числі відвідуючи цікаві для себе об'єкти і набуваючи у подорожах нових і незабутніх вражень. Винятком є лише останні місяці 2020 р., які стали катастрофічними для туристичного бізнесу через стрімке розгортання світової економічної кризи, пандемічна природа якої різко обмежила соціальну взаємодію і мобільність споживачів, а ці характеристики

є ключовими і невід'ємними складниками туристичних продуктів і послуг.

Варто зазначити, що ринок туристичних послуг у сучасному світі є привабливим для багатьох суб'єктів підприємницької діяльності, передусім, через невисокий вхідний бар'єр. Так, за даними офіційної статистики, в Україні кількість суб'єктів туристичної діяльності становить близько 2 тис, із них туроператорів (що надають послуги з формування та продажу туристичних продуктів) – понад п'ять сотень підприємств [1]. Така значна кількість суб'єктів туристичного ринку робить його висококонкурентним, вимагаючи від учасників креативності і винахідливості у боротьбі за увагу та прихильність споживачів.

Для збереження й примноження кількості своїх споживачів і формування конкурентних переваг у роботі з ринком працівники туристичних підприємств мусять, серед іншого, вміти працювати з інформацією, проявляючи фахову компетентність у використанні сучасних інструментів, методів і технологій інформаційного менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Для суб'єктів індустрії туризму проблема фахової компетентності у роботі з інформацією вже стала частиною проблеми ефективності бізнесу, адже в умовах зростання складності й мінливості середовища господарювання і високої динаміки розвитку споживчих потреб оперативна, релевантна й достовірна інформація про ринкові процеси є ключовою ланкою у формуванні тактичних конкурентних переваг, а отже, сприяє життєздатності підприємницької структури. Теза про пріоритетність інформаційних чинників у структурі джерел формування конкурентних переваг багатьох видів бізнесу нині підтримується багатьма дослідниками, серед яких найбільш відомими є висновки лауреатів Нобелівської премії у сфері інформаційної економіки (Дж. Акерлоф [2] М. Спенс [3], Дж. Стігліц [4]), які сформулювали і аргументували тезу про визначальну роль інформаційної асиметрії у розвитку ринків та підприємництва.

В індустрії туризму питанням інформаційного забезпечення потреб менеджменту також приділяється доволі значна увага [5–7]. Однак здебільшого ці питання розглядаються в контексті функції маркетингу. Такими, зокрема, є дослідження О. Громової і Ю. Головчук [8], С. Пономарева [9] та ін., в яких за допомогою різного роду маркетингових інструментів досліджується кон'юнктура туристичного ринку, аналізуються й зіставляються для порівняльної оцінки різні методи й способи інформаційного забезпечення зростання цінності туристичного продукту порівняно з конкурентами (шляхом розвитку конкурентних переваг) та ін. Проте такі дослідження є тільки невеликою частиною тих завдань інформаційного менеджменту,

які мають бути вирішені для забезпечення конкурентоспроможності кожного туристичного підприємства. Інформаційний простір, з яким працюють суб'єкти прийняття рішень, нині інтенсивно розширюється, а методи роботи з ним перманентно трансформуються, чому сприяє постійне нарощування можливостей інформаційних технологій. Тому робота з інформацією має бути системною, комплексною і багатогранною, тільки тоді вона може становити інформаційну платформу розвитку бізнесу в умовах кризи, яку нині глобально переживає туристична галузь.

Постановка завдання. Метою дослідження є формування сучасного інструментарію та методів інформаційного менеджменту туристичних підприємств співвідносно сукупності специфічних завдань, які необхідно вирішити для забезпечення конкурентоспроможності туристичного бізнесу в умовах розгортання світової економічної кризи.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Туризм є особливою сферою економічної діяльності, яка виступає продуцентом і агрегатором різноманітних товарів та послуг, сприяючи наповненню державного бюджету і зростанню добробуту громадян і роблячи тим самим значний внесок у соціально-економічний розвиток регіонів та країни у цілому. Сфера туризму в більше ніж 40 країнах світу становить важливу частину надходжень до національного бюджету, а в 70 є однією з трьох його основних статей. Так, за оцінками Всесвітньої туристичної організації (United Nations World Tourism Organization – UNWTO), в Іспанії частка доходів від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг в останні роки становила близько 35%, на Кіпрі та в Панамі – понад 50%, на Гаїті – понад 70% [10]. І це робить завдання розвитку туризму об'єктом пильної уваги урядів багатьох країн, як лідерів світової економіки, так і країн, що розвиваються. На жаль, Україна у цьому плані значно відстає від більшості країн із подібними природними ресурсами (табл. 1) [10].

Таблиця 1

Місце України та деяких країн – членів UNWTO у світовому рейтингу за показниками значення галузі туризму у національній економіці (дані за 2015 р.)

Країна	За показником		
	загальної частки галузі туризму у ВВП	частки зайнятих у туризмі	частки туризму у загальному обсязі інвестицій
Україна	154	157	173
Болгарія	65	69	68
Польща	170	165	127
Велика Британія	70	55	106
Італія	84	63	137
Іспанія	47	47	67
Франція	99	81	78
США	112	89	111
Єгипет	69	76	34

Можна певною мірою припустити, що суттєве зниження в останні роки кількості споживачів туристичних послуг, які обслуговувалися вітчизняними туристичними агенціями, сталося внаслідок розвитку інформаційних технологій, які забезпечили прямий доступ цих споживачів до туристичних об'єктів відповідно до своїх потреб, віку, вподобань, рівня доходів і стилю життя. Туристи сьогодні можуть самостійно вибирати авіакомпанії, готелі, екскурсійні агентства тощо, які відповідають цим потребам, мають бездоганну репутацію і гарантують високий рівень сервісу – і послуги туроператорів стали менш затребуваними.

Це видно на прикладі зменшення кількості туристів, що офіційно обслуговуються туроператорами. Відповідна динаміка по туристичній галузі України подана на рис. 2 (розраховано і побудовано за [1], за 2019 р. офіційні дані ще не оприлюднено). Спадна тенденція попиту на послуги туристичних операторів, яка проявлялася в останні роки внаслідок розвитку інформаційних технологій, нині ще більше ускладнилася через пандемію COVID-19. Туристичний ринок фактично зупинився на кілька місяців, і загалом у світі галузь отримала багатомільярдні збитки. Відновлення у всьому світі відбувається поступово і фрагментарно, а для українських туроператорів вимушена бізнес-пауза затягнеться на триваліший час, оскільки більша частина турів у європейські та інші традиційно привабливі для туризму країни згорнута через карантинні заходи, які для туристів з України залишилися чинними і влітку.

Вітчизняні туристи здебільшого прагнуть виїхати за кордон, вважаючи такий відпочинок більш престижним, ніж в Україні. Однак зростання внеску галузі у генерування доходів до державного й місцевого бюджетів можливе насамперед за раху-

нок в'їзного туризму, розвиток якого в Україні може активізуватися в умовах пандемії COVID-19, у тому числі завдяки використанню сучасних інформаційних технологій.

Очевидно, що вітчизняним туристичним організаціям слід удосконалювати роботу з потенційними споживачами своїх послуг, пропонуючи їм допомогу в організації мандрівок, відпочинку та пізнавальних турів по Україні, відкриваючи нові маршрути і наповнюючи їх цікавими атракціями відповідно до потреб різних груп споживачів. Водночас до розвитку галузі необхідно долучати й інші організації та підприємства, які можуть надавати супутні послуги, урізноманітнюючи відпочинок та роблячи його більш індивідуалізованим, адже сучасні Інтернет-технології забезпечили широку можливість комунікації у режимі реального часу з різними суб'єктами туристичної діяльності, що можуть входити у ланцюжки створення споживчої цінності не тільки формуючи, а й урізноманітнюючи структуру туристичного продукту.

Необхідно підкреслити, що розвиток інформаційних технологій впливає на функціонування туристичних підприємств багатогранно, починаючи від формування масиву даних для прийняття адекватних ринкової ситуації управлінських рішень, організації ефективних комунікацій для реалізації спроектованих чи скоригованих бізнес-процесів і завершуючи цілеспрямованим впливом на сприйняття споживачами виведених на ринок туристичних продуктів (послуг). Тобто йдеться про системність і комплексність у роботі з інформацією, що здійснюється засобами, методами та технологіями інформаційного менеджменту.

Концептуально інформаційний менеджмент можна подавати у вигляді системного і комплексного комунікаційного процесу, що охоплює рівні



Рис. 1. Частка туристів, що для організації подорожі використали послуги туроператорів України, %

і функції управлінської ієрархії й формує релевантні інформаційні потоки для обґрунтованого прийняття рішень. Його численні завдання, на нашу думку, можна звести до двох основних:

– своєчасного забезпечення управлінців необхідною для прийняття обґрунтованих рішень інформацією шляхом налагодження ефективних комунікацій між рівнями і функціями системи управління;

– управління інформатизацією бізнес-процесів, тобто впровадження в процеси управління тих інформаційних технологій, які суттєво поліпшують ефективність комунікацій у партнерській мережі та зі споживачами.

Вирішення другої групи завдань (особливо в частині, яка стосується роботи зі споживачами) потребує ефективного інструментарію не тільки для забезпечення швидкого проходження релевантної і достовірної інформації, а й для того, щоб форми та методи подання такої інформації були позитивно сприйняті споживачами і послужили їм аргументованою підставою для здійснення покупки. Тому невід'ємними і пріоритетними складниками інформаційного менеджменту мають бути маркетингові інструменти роботи з ринком, що створює необхідні умови для реалізації «потенціалу різноманітності» [11]. На нашу думку, для суб'єкта індустрії туризму різноманітність є ключовою перевагою туроператорів, яка дає змогу не тільки зберігати наявних споживачів, а й залучати нових.

Однією з найбільш популярних форм доведення потрібної інформації до потенційних споживачів різноманітних продуктів і послуг є соціальні мережі. За даними Асоціації готельного маркетингу, соціальні мережі охоплюють нині 77% онлайн-населення, і мільйони людей використовують сайти соціальних мереж, такі як Twitter, Instagram і Facebook. Найбільш поширеним форматом онлайн-комунікацій, трендом технологічного розвитку сучасного бізнесу є модель SoLoMo, яка дає змогу перетворити соціальні медіа на ефективний інструмент збільшення офлайн-продажів. Існує багато різних способів комунікацій туристичних фірм із потенційними споживачами, у ході яких формується зацікавленість останніх у придбанні продукту, що позиціонується фірмою на ринку.

Необхідно підкреслити, що для позитивного сприйняття інформації важливо вміло використовувати емоційний чинник. Туристичні підприємства мають повною мірою використовувати бажання людини як соціальної істоти поділитися своїми враженнями від подорожі, адже найбільша цінність для туристів – це емоційний відгук про мандрівку у спогадах.

Для цього доцільно розширити роботу з блогерами (інфлюенсерами). Інфлюенсер (influencer) – людина, яка присутня у соціальних мережах та отримує від цього вигоду. Вона своєю думкою або

вподобаннями може впливати на інших людей [12]. Інфлюенсери можуть бути різні:

1. Networker – має великий набір контактів (мікро – від 5 до 100 тис підписників, середній – від 100 тис до мільйона, макро – понад мільйон).

2. Opinion Leader – лідер думок, авторитет у своєму середовищі. Знає, що роблять, про що говорять і знає, як це пояснити іншим.

3. Discoverer – першовідкривач. Знаходить нові платформи для роботи, нові ніші, які можна зайняти, «людина в тренді».

4. Sherer – поширювач. Поширює інформацію через свої канали.

5. User – користувач. Відображає середньостатистичні бренди.

Інфлюенсери можуть ненав'язливо та елегантно у свою розповідь вплітати інформацію про продукт, який потрібно продати. Це нове явище у продакт-менеджменті, яке потребує кваліфікованої режисури відносин із блогерами та їх роботи зі своєю аудиторією (табл. 2).

Залежно від цілей, які визначає для себе підприємство у продакт-менеджменті, слід надавати перевагу тим інфлюенсерам, які можуть їх досягти найкращим чином.

В умовах зростаючої інформатизації суспільства набувають усе більшого поширення інструменти цифрового маркетингу, який змінює форми і методи роботи з інформацією для комунікацій зі споживачами (рис. 2).

Використовуючи можливості цифрових технологій, туристичні компанії можуть отримувати дані про переваги потенційних споживачів, і це має використовуватися ними для сегментування покупців, для оцінки місткості різних сегментів ринку, що може стати вирішальним аргументом прийняття рішень під час розроблення нових продуктів.

Загалом використання цифрових технологій дає суттєві переваги туристичним компаніям у роботі з інформацією порівняно з традиційними технологіями маркетингу:

– відсутність просторової локалізації, можливість здійснювати діяльність поза прив'язкою до конкретної території;

– забезпечення можливостей скорочення часу на пошук партнерів, здійснення операцій, розроблення нового турпродукту і т. п.;

– зниження асиметрії інформації;

– зниження трансакційних витрат;

– зниження ризику, пов'язаного з невизначеністю;

– зниження витрат на роботу з продуктом за рахунок вибору оптимального асортиментного ряду туристичних продуктів, скорочення часу на розроблення й впровадження нового турпродукту, обґрунтованої політики ціноутворення, зниження кількості посередників і витрат на просування та продаж туристичних продуктів і т. п.

Принципи роботи з інфлюенсерами

Принцип	Трактування
Під час вибору інфлюенсера не слід надавати перевагу обсягам його підписників	Передусім зважайте на якість і активність його аудиторії, на здатність підтримувати дискусію, на те, як він залучає і зберігає аудиторію
Необхідно зважати на особисті вподобання блогера, порівнюючи тематику і цінності його медійної активності з категорією і цінностями продукту, який необхідно буде йому просувати	Якщо інфлюенсер не користується вашим продуктом, він навряд чи може інтегрувати його у свій контент
Піл час обговорення умов співробітництва необхідно ставити чіткі завдання, дедлайни, формати і умови	Це дасть змогу уникати конфліктності в оцінюванні результатів і ефективності співпраці
Слід обов'язково перевіряти відповідність вашого бренду та іміджу блогера	Неорганічно виглядатиме картина, коли блогер, який транслює здоровий образ життя, буде розказувати історію про солодощі
Задавайте блогеру лише вектор і не обмежуйте його у виборі формату подання матеріалу	Чим більше користувач вірить у безпосередність і випадковість інтеграції продукту у розповідь, тим вдалішою вона буде
Прагніть довгострокового партнерства, укладаючи відповідні договірні відносини	Це вивільняє ініціативу інфлюенсера і мотивує його до пошуку кращих форм подання матеріалу для підвищення ефективності просування вашого продукту
Партнерство з інфлюенсерами має бути частиною загальної медійної стратегії	Характеристика споживчої цінності вашого продукту інфлюенсером не має суперечити загальній концепції її подання в інших медіаресурсах

Нині інтенсивні й ефективні комунікації зі споживачами здійснюються через фізичний та цифровий світи шляхом створення взаємодії між брендами і споживачами для визначення та задоволення потреб і переваг людини, включаючи соціальні та особистісні відносини. Тому важливим складником інформаційного менеджменту в туризмі є методи public relations. Вони мають привертати увагу до цієї сфери діяльності, генеруючи позитивні меседжі про туристичну привабливість дестинацій. І промоцію мають здійснювати не лише туроператори як окремі суб'єкти туристичного ринку, а й державні та регіональні органи влади, адже в країнах, де сфера туризму добре розвинена, вона може генерувати до 10% ВВП, а в Україні – заледве 1%.

Завдяки фаховому використанню методів та інструментів роботи з інформацією суб'єкти туристичної діяльності мають змогу отримувати необхідну інформацію швидше і з більшою точністю, а також поширювати створений туристичний продукт через сайти, соціальні мережі, електронну пошту, контекстну рекламу для Інтернет-аудиторії. Використання мобільних додатків для створення віртуальної реальності та формування маршруту за QR-кодами, за умови їх цільового використання, підвищують інтерес до розроблених туристичних продуктів, насичують їх змістом, що відповідає запитам цільових аудиторій. Усе це позитивно впливає на формування туристичного потенціалу України, просування на світовому туристичному ринку туристичних продуктів з її різних регіонів.

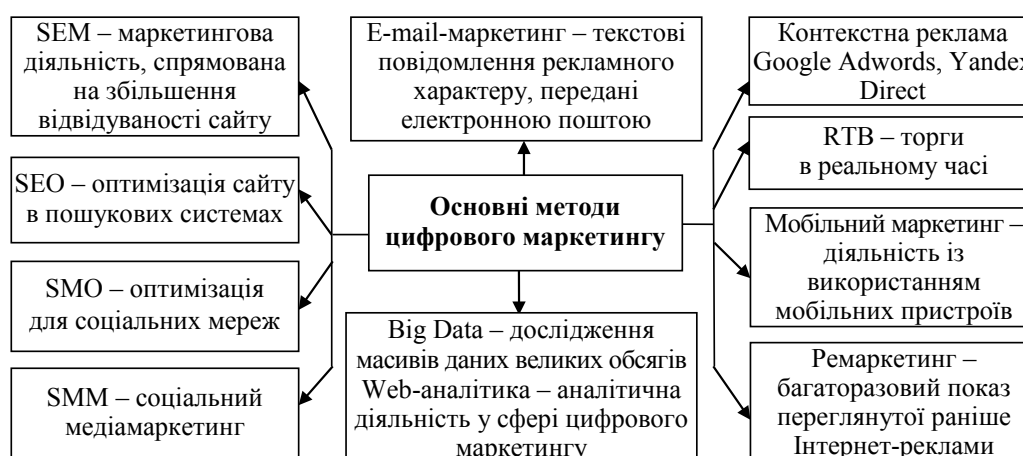


Рис. 2. Методи цифрового маркетингу, що використовуються у туризмі

Джерело: узагальнено за [13]

Висновки з проведеного дослідження.

Сучасні інформаційні технології з кожним роком знаходять усе ширше застосування в діяльності туристичних підприємств. Повноцінне використання їхніх можливостей дає змогу зменшити негативний вплив світової економічної кризи, викликової пандемією, за рахунок кращого інформаційного подання принад внутрішнього туризму. Цифрові технології маркетингу дають змогу персоналізувати туристичний продукт, збільшити відповідність його структури й умов споживання запитам різних категорій споживачів. У роботі сформовано концепцію інформаційного менеджменту як системного і комплексного комунікаційного процесу, що охоплює рівні та функції управлінської ієрархії й формує релевантні інформаційні потоки для обґрунтованого прийняття рішень. Виокремлено основні завдання інформаційного менеджменту й охарактеризовано його форми, методи та інструменти. Акцентовано на необхідності цифрової трансформації бізнес-процесів у туризмі та посилення ролі емоційного складника у комунікаціях зі споживачами. Підкреслено, що останнє потребує особливих форм подання матеріалу, які найкраще проявляються у соціальних мережах блогерів (інфлюенсерів) та відрізняються значним рівнем когнітивної індивідуалізованості. Окреслено основні принципи роботи з інфлюенсерами для просування туристичних продуктів і послуг. Систематизовано методи цифрового маркетингу, що можуть використовуватися в системі інформаційного менеджменту суб'єктів туристичної індустрії. Виділено переваги, які може отримати туристичне підприємство від використання цифрового маркетингу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Akerlof G.A. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*. 1970. Vol. 84. Issue 3. P. 488–500.
2. Spense M. Market Signaling: Informational Transfer in Hiring and Related Processes. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1974.
3. Stiglitz J. Equilibrium in Product Markets with Imperfect Information. *American Economic Review*. 1979. Vol. 69. Issue 2. P. 339–345.
4. Державна служба статистики України. Туристичні потоки (2000–2018). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.07.2020).
5. Богомазова І.В., Яковенко О.В. Рынок международного туризма: состояние и тенденции развития. *Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса»*. 2016. № 2(8). С. 7–14.
6. Погуда Н.В., Розметова О.Г. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL: economy.nauka.com.ua (дата звернення: 27.06.2020).
7. Грищук А.М., Масюк Ю.О. До проблем визначення впливу розвитку туризму на національну економіку. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 21. С. 26–33.

8. Громова О.Є., Головчук Ю.О. Роль інноваційних маркетингових комунікацій в управлінні туристичним бізнесом. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2019. № 3. С. 104–109.

9. Пономарев С.В. Маркетинг как новая философия бизнеса. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 6. Т. 1. С. 291–294.

10. UNWTO Tourism Highlights (2016). URL: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145> (дата звернення: 26.06.2020).

11. Менеджмент многообразия : учебное пособие / М.Н. Певзнер и др. Великий Новгород : НовГУ, 2017, 451 с.

12. Шернец О. Інфлюенсери – хто це такі і як вони здатні збільшити ваші продажі. URL: chernets.pro/influensery-hto-tse-taki-i-jak-vony-zdatni-zbilshyty-vashi-prodazhi (дата звернення: 29.06.2020).

13. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя : монографія / М.А. Окландер та ін. ; за ред. М.А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.

REFERENCES:

1. Akerlof G.A. (1970). The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, issue 3 (Aug., 1979), pp. 488–500.
2. Spense M. (1974). Market Signaling: Informational Transfer in Hiring and Related Processes. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974.
3. Stiglitz J. (1979). Equilibrium in Product Markets with Imperfect Information. *American Economic Review*, 1979, vol. 69, issue 2, pp. 339–345.
4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Turystychni potoky (2000-2018) [State Statistics Service of Ukraine. Tourist streams (2000-2018)]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 01 July 2020).
5. Bogomazova, I.V. Yakovenko O. V. (2016). Rynok mezhdunarodnogo turizma: sostoyanie i tendentsii razvitiya [International Tourism Market: Status and Development Trends]. *Nauchnyy rezultat. Ser. Tekhnologii biznesa i servisa*, vol. 2(8), pp. 7–14. (in Russian)
6. Poghuda N.V., Rozmetova O.Gh. (2018). Suchasny stan turystychnogho rynku Ukrainy: ocinka ta perspektyvy rozvytku [The current state of the Ukrainian tourism market: assessment and development prospects]. *Efektivna ekonomika. Elektronne naukove fakrove vydannja*, no. 10. URL: economy.nauka.com.ua (accessed 27 June 2020). (in Ukrainian)
7. Hryshchuk A.M., Masiuk Yu.O. (2015). Do problem vyznachennia vplyvu rozvytku turyzmu na natsionalnu ekonomiku [To the problems of determining the impact of tourism development on the national economy]. *Ekonomichnyi analiz: zbirnyk naukovykh prats*, no. 21, pp. 26–33. (in Ukrainian)
8. Hromova O. Ye., Holovchuk Yu. O. (2019). Rol innovatsiinykh marketynhovoykh komunikatsii v upravlinni turystychnym biznesom [The role of innovative marketing communications in the management of tourism business]. *Rehionalna biznes-ekonomika ta upravlinnia: naukovyi, vyrobnycho-praktychnyi zhurnal*, no. 3, pp. 104–109. (in Ukrainian)

9. Ponomarev S.V. (2018). Marketynh kak novaia fylosofyia byznesa [Marketing as a new business philosophy]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 6, no. 1, pp. 291–294. (in Ukrainian)

10. UNWTO Tourism Highlights (2016). URL: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145> (accessed 26 June 2020).

11. Menedzhment mnohoobrazyia: uchebnoe posoby [Diversity Management] / M.N. Pevzner i dr. V. Novhorod: NovHU, pp. 451. (in Russian)

12. Chernets O. Influensery – hto tse taki i jak vony zdatni zbilshyty vashi rodazhi [Influencers – who they are and how they can increase your sales]. URL: [chernets.pro/influensery-hto-tse-taki-i-jak-vony-zdatni-zbilshyty vashi-prodazhi](http://chernets.pro/influensery-hto-tse-taki-i-jak-vony-zdatni-zbilshyty-vashi-prodazhi) (accessed 29 June 2020). (in Ukrainian)

13. Tsyfrovyyi marketynh – model marketynhu XXI storichchia : monohrafiia [Digital marketing – a model of marketing of the XXI century: monograph] for order. Aucklander M.A. Odessa: Astroprint, pp. 292. (in Ukrainian)

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНТРОЛІНГУ В УМОВАХ ДИГІТАЛІЗАЦІЇ

TRANSFORMATION OF CONTROLLING IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

У статті розглянуто світові тенденції бізнесових перетворень під впливом інформаційних технологій та дигіталізації. Надано схему інформаційної трансформації підприємств, що демонструє вплив дигіталізації на підприємство, починаючи від підприємницької ідеї і закінчуючи результатами діяльності компанії. Особливий інтерес викликає створення новітніх бізнес-моделей функціонування сучасного підприємства. Надано визначення інформаційної трансформації бізнесу, яка не отожднюється новітній бізнес-моделі. Показано відмінності призначення контролінгу в дигітальній моделі на відміну від традиційної, що передбачає роботу з більшими масивами інформації та їх обробку практично в реальному часі. Як відповідь на такі виклики пропонується використовувати Controlling Cockpit – новітній дигітальний інструмент контролінгу, в якому поєднуються інформація та аналітика щодо вартості компанії, її фінансів, споживачів, проєктів компанії та співробітників.

Ключові слова: контролінг, дигіталізація, дигітальна модель контролінгу, Controlling Cockpit, Industry 4.0.

В статье рассмотрены мировые тенденции преобразований в бизнесе, происходящие под воздействием диджитализации. Представлена схема информационной трансформации предприятий, в которой показано влияние диджитализации на предприятия, начиная от предпринимательской идеи и заканчивая результатами деятельности компании. Особый интерес привлекает создание инновационных бизнес-моделей функционирования современного предприятия. Дано определение информационной трансформации бизнеса, которая не приравнивается к принципиально новой бизнес-модели. Показаны отличия назначения контроллинга в диджитальной модели, что предполагает работу с большими массивами информации и их обработку практически в реальном времени. В качестве ответа на такие вызовы предлагается использовать Controlling Cockpit – новый диджитальный инструмент контроллинга, в котором объединяются информация и аналитика касательно стоимости компании, финансов, потребителей, проектов и сотрудников.

Ключевые слова: контроллинг, диджитализация, диджитальная модель контроллинга, Controlling Cockpit, Industry 4.0.

УДК 65.011.8

<https://doi.org/10.32843/bses.54-16>

Дегтярєва О.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
Одеський національний економічний університет

Degtiareva Olga

Odessa National Economic University

The article discusses digitalization issues, its impact on business, and especially transformation of the controlling concept and changes in its practical purposes in new business environment. Information technologies change everyday life. Information becomes a strategic resource of enterprises, and the ability to process and use it effectively is a competitive advantage. Therefore, new trends in economics require new entrepreneurial ideas, new business models, transformation of existing organizational structures and managerial systems. Information transformation of business is not considered as a new business model in the article. Controlling – that is often called also as «management control» in English speaking area – is no exception and its concept transforms in the context of digitalization and new trends of Industry 4.0. There is big discussion among European scientists about the new role of controlling in current business conditions. The paper proposes the innovative digital controlling model that has certain differences from traditional ones. Such, controlling mission covers proceeding of relevant information in real time, focus on the future development of the company, network coordination, and of course optimization of internal resources usage will be actual in all times. In this model the informative function of controlling starts to be a leading one and it is considered as a bridge to new controlling activities on enterprise. New objectives and activities require modern and corresponding instruments. Controlling Cockpit (as a logical continuation of Management Cockpit) is an important digital controlling tool. It combines information and analytics on the value of the company, finances, consumers, projects and employees. In this way it allows to accumulate and to process controlling information; to generate electronic reports; and also to make timely deviation management in order to avoid critical situations. So, the digital model of controlling opens many new opportunities for taking effective management decisions in almost real time. Further research should relate to the development of a controlling tool needed for operation of the model – it's Controlling Cockpit.

Key words: controlling, digitalization, digital controlling model, Controlling Cockpit, Industry 4.0.

Постановка проблеми. Інформаційні технології стрімко змінюють навколишній світ. Бізнес-середовище все більше характеризується поняттями, які нещодавно навіть не існували: Big Data, Business Analytics, Internet of things, Internet of services, Industry 4.0 тощо. Інформація стає стратегічним ресурсом підприємств, а вміння її ефективно обробляти та використовувати – конкурентною перевагою. Уже в найближчі роки дигіталізація докорінно змінить провідні промислові підприємства, а разом із ними і контролінг, тому необхідним стає ґрунтовне розуміння цих перетворень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом багато уваги приділяється дигітальним перетворенням як із боку науковців, так і з боку аналітиків-консультантів. Так, фахівці міжнародної консалтингової компанії McKinsey & Company вважають, що «дигітальні трансфор-

мації (у бізнесі. – Авт.) є значно складнішими, ніж звичайні зміни» [1]. У західній науковій дискусії активно обговорюються ті зміни, які вже привнесла дигіталізація в практику провідних компаній. Тут може йтися про домінування інформаційного менеджменту [2, с. 54], вплив на вартість компанії [3, с. 12], економічний ефект, що отримує або може отримати в майбутньому компанія від упровадження сучасних інформаційних технологій [4, с. 161], та ін. Вітчизняні вчені відзначають роль дигіталізації як основного чинника інноваційного розвитку підприємств [5, с. 169].

Дигіталізація також несе із собою виклики та нові вимоги до контролінгу та контролерів. Німецький гуру контролінгу П. Хорват разом з У. Міхелем пропонують новий напрям розвитку концепції контролінгу – дигітальний контролінг [6, с. 3], а Р. Обермайер окреслює конфігурацію контролінгу 4.0 [7, с. 301].

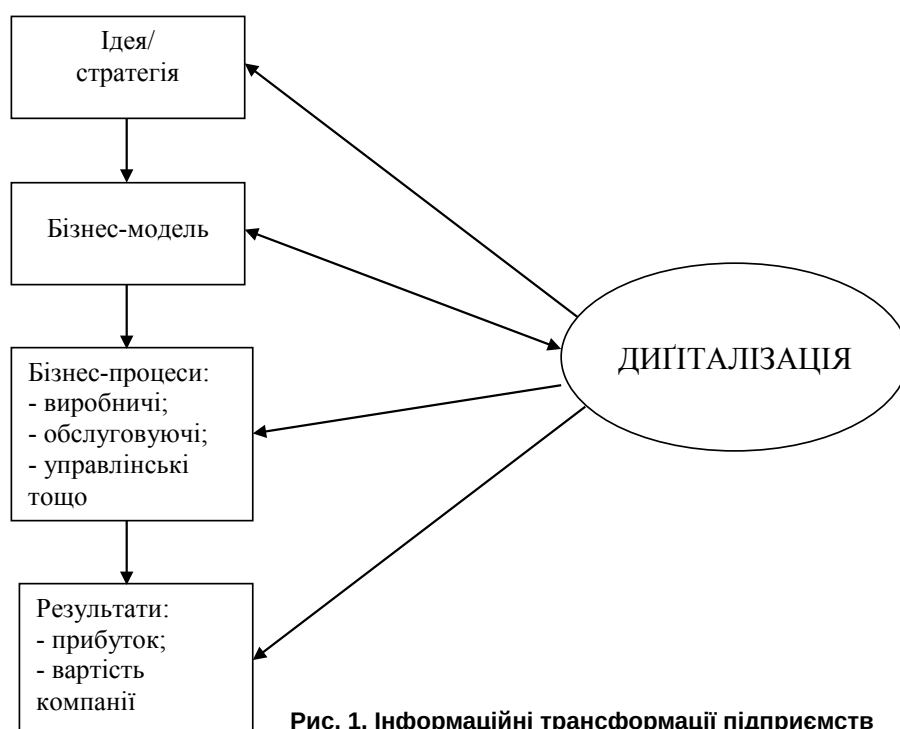


Рис. 1. Інформаційні трансформації підприємств

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення світових тенденцій впливу дигіталізації на бізнесову модель компанії та виявлення концептуальних трансформацій контролінгу в умовах інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Уже сьогодні дигіталізація входить у життя багатьох українців, а умови функціонування підприємств стрімко міняються в напрямі інформаційних перетворень. І надалі дигіталізація впливатиме на найважливіші сфери діяльності підприємства, які визначають його успіх на ринку, надихатиме на новітні стратегічні перетворення, відбиватиметься на моделі бізнесу, формуватиме бізнес-процеси. Звичайно, що самі собою інформаційні технології не можуть генерувати додану вартість та безпосередньо впливати на прибуток, але дигіталізація виступає тут у ролі своєрідного важеля для виникнення нових бізнес-структур, удосконалення існуючих виробничих та управлінських бізнес-процесів тощо (рис. 1).

Зміни вже суттєво торкнулися стратегічного аспекту функціонування підприємств. Новітні можливості, що надає дигіталізація, сприяють появі стратегічно нових напрямів бізнесу, шляхів просування продуктів та послуг тощо. Поява успішних стартапів, які мають у своїй основі переважно ідеї з упровадження інформаційних технологій у повсякденне життя, все більше й більше вимагають адекватної відповіді від підприємств, які з різних причин усе ще працюють за класичними бізнес-моделями. У поєднанні з розробленням нових корпоративних концепцій та стратегій ці новачки є справжніми загрозами для цілих галузей промис-

ловості та створюють значний тиск на традиційну ділову діяльність. Інноваційні, так звані «цифрові бізнес-моделі», які є характерними для стартапів, визначаються:

- функціональною інтеграцією;
- умовною ієрархічністю структурних зв'язків;
- мобільністю;
- орієнтованістю на процеси;
- орієнтованістю на споживачів;
- безмежною креативністю;
- відкритістю для партнерства.

Не кожне промислове підприємство має можливість перетворити свою організаційну структуру за цифровою моделлю, тому найбільш перспективною сферою застосування інформаційних перетворень на вітчизняних підприємствах є бізнес-процеси. У цьому варіанті інформаційні технології розуміються як творчий компонент у контексті моделювання або реінжинірингу бізнес-процесів.

Таким чином, *інформаційна трансформація бізнесу* – це не принципово нова бізнес-модель, а постійний пошук можливостей для вдосконалення компанії щодо нових товарів, послуг, а також використання ресурсів шляхом упровадження інформаційних технологій та продуктів.

За часи свого існування контролінг завжди успішно адаптувався до навколишнього бізнес-середовища, те ж саме має відбутися в контексті нинішніх змін.

На жаль, в українській практиці господарювання промислові компанії не поспішають упроваджувати сучасні інформаційні технології, бо вважається, що вони неактуальні для поточного рівня розвитку автоматизації в країні. Але тим

Новітні трансформації контролінгу

Сучасна модель контролінгу	Призначення контролінгу	Дигітальна модель контролінгу	Призначення контролінгу
	<ul style="list-style-type: none"> – інформаційно-аналітична підтримка управлінських рішень; – орієнтація на досягнення цілей компанії; – узгодження діяльності структурних підрозділів; – оптимізація використання внутрішніх ресурсів 		<ul style="list-style-type: none"> – управління релевантною інформацією в реальному часі; – орієнтація на майбутній розвиток компанії; – мережева координація; – оптимізація використання внутрішніх ресурсів

не менше зміни в бізнес-середовищі, особливо для тих підприємств, які виходять на конкурентні західні ринки, розвиток IT-ринку в Україні та його підтримка державою мають вплинути і на вітчизняну промисловість, її інформаційні трансформації. Тому «дигітальна модель» контролінгу – це погляд у майбутнє, інструмент для інформаційних перетворень (табл. 1).

Проблема оптимізації використання внутрішніх ресурсів підприємства актуальна як для сьогодення, так і в майбутньому. З огляду на тенденції розвитку, вона навіть має поглибитися за рахунок поступового обмеження природних вичерпних ресурсів.

Для реалізації нових завдань необхідний високий рівень готовності до навчання з погляду нових управлінських зв'язків та відкритості до особливих менталітетів дизайнерів нових бізнес-моделей. Разом із низкою позитивних моментів та можливостей, що відкривають інформаційні трансформації суспільства для господарюючих суб'єктів, вони несуть із собою також перевантаження інформацією, її ускладнення та непередбачуваність. Ці чинники негативно впливають на здатність бачити широку картину стану підприємства та приймати ефективні управлінські рішення. З іншого боку, процес прийняття рішень є дедалі все більш інформаційним, тобто менеджери стикаються з багатьма викликами та труднощами, намагаючись ефективно керувати інформаційною перевантаженістю. Їм на допомогу приходять технологічні рішення для збирання, обробки, аналізу даних та інтерпретації інформації. Management Cockpit (англ. cockpit – кабіна або панель керування) є одним із них.

Візуалізація даних з аналітичним розумінням особливостей компанії є основою Management Cockpit для отримання нового погляду як на конкретні рішення, так і на ведення бізнесу в цілому. Загалом він покликаний зробити управління більш продуктивним шляхом поліпшення комунікації та зосередження уваги на стратегічних питаннях на засадах інформаційних активів компанії. До переваг Management Cockpit належать:

- швидке отримання необхідної інформації менеджерами у зрозумілому та наглядному середовищі, що є необхідним для прийняття кращих та більш обґрунтованих рішень;

- переклад місії та стратегії в комплект кількісно вимірюваних показників;

- забезпечення стратегічних цілей планом заходів для їх досягнення, що допомагає зрозуміти статус усіх рішень, пов'язаних з окремими проєктами, стратегічними цілями та узгодженими діями;

- зосередження на релевантній інформації, що пришвидшує та поліпшує процес прийняття управлінського рішення;

- завчасне надання попереджувальної інформації;

- формування спільної команди для досягнення загальної мети;

- впровадження корпоративної культури на засадах прозорості та високої продуктивності;

- сприяння ліпшому сприйняттю інформації;

- максимізація ефекту від використання систем показників.

Controlling Cockpit є продовженням ідеї візуалізації даних та бізнес-аналітики стосовно контролінгової інформації. С. Хойзінгер фон Вальдегге окреслює сфери застосування цього новітнього інструменту: вартість компанії, фінанси, споживачі, проєкти та співробітники [3, с. 111]. В умовах необхідності швидкого та ефективного обґрунтування управлінських рішень Controlling Cockpit акумулює та оброблює контролінгову інформацію; генерує електронні звіти, доступні для різних ланок управління та необхідні для прийняття рішень, а також використовується для управління за відхиленнями, бо дає змогу швидко ідентифікувати критичні моменти та приборкати ситуацію.

Висновки з проведеного дослідження. Дигітальна модель контролінгу відкриває багато нових можливостей для прийняття ефективних управлінських рішень практично в реальному часі. Подальші дослідження мають стосуватися розроблення інструменту контролінгу, що уможлиблює функціонування такої моделі, а саме Controlling Cockpit.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. McKinsey & Company. Unlocking success in digital transformation. 2018. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/unlocking-success-in-digital-transformations#> (дата звернення: 02.07.2020).

2. Morar D., Kemper H.-G. Digitale Transformation. Informationsmanagement vor neuen Herausforderungen. Controlling, Heft 4, 2018. P. 54–61.

3. Heusinger von Waldegge S. Steigerung des Unternehmenswertes: Entwicklung und Einsatz eines Controlling-Instrumentes. Gabler | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009, 241 p.

4. Schumacher A. Erol S., Sihn W. A maturity model for assessing Industry 4.0 readiness and maturity of manufacturing enterprises. Procedia CIRP 52, 2016. P. 161–166.

5. Смирнова Н.В. Дигіталізація як основний напрям інноваційного розвитку логістики. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 4(68). С. 169–180.

6. Horváth P., Michel U. Digital Controlling & Simple Finance. Die Zukunft der Unternehmenssteuerung. 1. Auflage, Schäffer | Poeschel, 2016, 240 p.

7. Obermeier R. Controlling 4.0 – Zu den Möglichkeiten eines regelungsbasierten Controllings (nicht nur) von Supply Chains in einer „Industrie 4.0“. Controlling, Heft 6, 2016. P. 301–307.

REFERENCES:

1. McKinsey & Company. Unlocking success in digital transformation (2018). Available at: <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/unlocking-success-in-digital-transformations#> (accessed 2.07.2020).

2. Morar D., Kemper H.-G. (2018) Digitale Transformation. Informationsmanagement vor neuen Herausforderungen. Controlling, Heft 4, pp. 54–61

3. Heusinger von Waldegge S. (2009) Steigerung des Unternehmenswertes: Entwicklung und Einsatz eines Controlling-Instrumentes. Gabler | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 241 p.

4. Schumacher A. Erol S., Sihn W. (2016) A maturity model for assessing Industry 4.0 readiness and maturity of manufacturing enterprises. Procedia CIRP 52, pp. 161–166.

5. Smyrnova N. (2018) Digitalisaziya yak osnovnyj napryam innovazijnogo rozvytku logistiki [Digitalization as a main direction of logistics innovative development], Socio-Economic Research Bulletin, No 4(68), pp. 169–180.

6. Horváth P., Michel U. (2016) Digital Controlling & Simple Finance. Die Zukunft der Unternehmenssteuerung. 1. Auflage, Schäffer | Poeschel, 240 p.

7. Obermeier R. (2016) „Controlling 4.0“ – Zu den Möglichkeiten eines regelungsbasierten Controllings (nicht nur) von Supply Chains in einer „Industrie 4.0“. Controlling, Heft 6, pp. 301–307.

СТРАТЕГІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

STRATEGIES FOR IMPLEMENTATION OF CHANGES IN THE ENTERPRISE

Статтю присвячено проблемі формування стратегій упровадження змін на сучасних підприємствах. Розкрито сутність понять «зміни» і «стратегічні зміни». Визначено чинники впливу на необхідність здійснення змін на підприємстві. Установлено, що формування і реалізацію стратегії впровадження змін доцільно здійснювати щодо конкретних елементів внутрішнього середовища підприємства, за визначеними напрямками і з використанням певних методів та інструментів. Запропоновано в основу вибору елементів упровадження змін на підприємстві покласти модель McKinsey 7S, що дасть змогу прийняти за визначених умов оптимальне управлінське рішення щодо формування відповідних стратегій та заходів їх упровадження на підприємстві для досягнення найкращих результатів. Зроблено висновок, що ефективність упровадження запропонованих стратегій змін та вибір заходів щодо їхньої реалізації залежатимуть від форми організації бізнесу, галузевої належності, розмірів і спеціалізації підприємства, наявності процесів інтеграційного розвитку та диверсифікації тощо.

Ключові слова: зміни, стратегічні зміни, зовнішні чинники, внутрішні чинники, стратегія.

Стаття посвячена проблеме формирования стратегий внедрения изменений

на современных предприятиях. Раскрыта сущность понятий «изменения» и «стратегические изменения». Определены факторы влияния на необходимость осуществления изменений на предприятии. Установлено, что формирование и реализацию стратегии внедрения изменений целесообразно осуществлять по конкретным элементам внутренней среды предприятия, по определенным направлениям и с использованием определенных методов и инструментов. Предложено в основу выбора элементов внедрения изменений на предприятии положить модель McKinsey 7S, что позволит принять при определенных условиях оптимальное управленческое решение по формированию соответствующих стратегий и мерах их внедрения на предприятии для достижения наилучших результатов. Сделан вывод о том, что эффективность внедрения предложенных стратегий изменений и выбор мероприятий по их реализации будут зависеть от формы организации бизнеса, отраслевой принадлежности, размеров и специализации предприятия, наличия процессов интеграционного развития и диверсификации и других факторов.

Ключевые слова: изменения, стратегические изменения, внешние факторы, внутренние факторы, стратегия.

УДК 330.341

<https://doi.org/10.32843/bses.54-17>

Ляхович Л.А.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та економічної теорії
Тернопільський національний
економічний університет

Liakhovych Larysa

Ternopil National Economic University

Changes in the activities of modern enterprises form new business conditions, which are characterized by an emphasis on innovative technologies, organizational transformation and capitalization, effective management of human resources and knowledge, optimization of business processes and relationships with stakeholders, etc. These changes allow the economic entity to adapt as much as possible to the external environment and ensure stable development. The essence of the concepts "change" and "strategic change" is revealed. External factors (actions of external stakeholders, trends in innovation, digitalization processes, economic and political situation, etc.) and internal factors (leadership interests, management style, leadership, "bottlenecks" in the organization of business processes, obsolescence of the product and / or technology, etc.) influencing the need for change in the enterprise are identified. Among the external factors, the factors of the immediate external environment of the enterprise have the greatest influence on the need for change. Also, the influence of internal factors, the occurrence of which may be caused by the action of the external environment and / or internal processes and results of the enterprise, is significant in its influence. It is established that the realization of the strategy for implementation of changes should be carried out in relation to specific elements of the internal environment of the enterprise, in certain areas and using certain methods and tools. The use of the McKinsey 7S model has allowed us to identify a number of elements, for which it is advisable to implement changes in the enterprise: goal setting, planning and information support; organizational culture and values; organizational structure and communications; staff and participation; style of management and leadership; resources, technologies, and business processes. The selection of elements and directions of change allows to make the optimal management decision on the strategy under certain conditions and measures for their implementation in the enterprise to achieve the best results. It is concluded that the effectiveness of the proposed change strategies and the choice of measures for their implementation will depend on the form of business organization, industry affiliation, size and specialization of the enterprise, the presence of integration development, and diversification processes, and other factors.

Key words: changes, strategic changes, external factors, internal factors, strategy.

Постановка проблеми. Сьогодні одним із головних завдань бізнесу є пошук тих механізмів і чинників, які забезпечили б йому стійке функціонування і розвиток у довгостроковій перспективі. До їх переліку входять і механізми розроблення стратегії розвитку підприємства й упровадження змін задля досягнення цілей його діяльності. Зміни відбуваються під впливом зовнішніх чинників середовища економічного суб'єкта і залежно від ситуації мають за мету, з одного боку, створення таких конкурентних переваг та ключових цінностей, які здатні забезпечити йому успіх у довгостроковій перспективі, а з іншого – трансформацію внутрішнього середовища для виживання на ринку і збереження конкурентоспроможності.

Незважаючи на внутрішні й зовнішні причини впровадження змін на підприємстві, сьогодні з упевненістю можна стверджувати, що виграє той бізнес, в якому здійснюється успішне управління ними. Вирішальним чинником, що забезпечує ефективність управління змінами, є якісно розроблені щодо конкретних елементів та напрямів діяльності підприємства стратегії їх упровадження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню впровадження змін на підприємстві присвячено значну кількість наукових доробок та прикладних праць вітчизняних та закордонних науковців. Зокрема, заслуговують на увагу результати дослідження в означеному напрямі таких українських учених, як: Т.А. Власенко, Д.К. Воронков,

О.О. Гайдей, Л.О. Гончар, Є.Л. Гринь, Г.А. Дорощук, Н.В. Коба, В.Г. Краля, О.П. Пашченко, Н.С. Приймак, К.І. Серєбряк, С.В. Степаненко, С.Г. Турчіна, А.М. Яковчук.

Водночас, незважаючи на значну кількість напрацювань, питання розроблення стратегій упровадження змін та побудови системи заходів щодо їх реалізації на підприємстві вимагають подальшого дослідження і вирішення.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити та розвинути теоретичні засади змін, визначити їх ключові чинники та елементи, сформулювати стратегії їх упровадження, запропонувати заходи для успішної реалізації змін на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективне управління змінами на підприємстві дає змогу інтегрувати його стратегію, бізнес-процеси, ресурси, технології та персонал для підвищення продуктивності та забезпечення постійного їх удосконалення в мінливому зовнішньому середовищі, трансформувавши його виклики у джерело унікальних конкурентних переваг.

Зміни – це послідовний процес трансформації підприємства з використанням існуючих концептуальних положень, методів та технологій, у результаті якого ним буде досягнуто нового рівня. Якщо ж йдеться про стратегічні зміни, то на увазі маються ті з них, які спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємства. Стратегічні зміни мають бути пов'язані з ключовими, принципово важливими для підприємства перетвореннями довготривалого характеру, які мають кардинальне значення для функціонування бізнесу і спричиняють довготривалі і невідворотні наслідки [1, с. 8]; є відповіддю суб'єкта господарювання на вплив у зовнішньому середовищі [2].

Отже, зміни, спрямовані на досягнення цілей підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища, здійснюються в усіх сферах функціонування, на всіх рівнях та в усіх його підсистемах, а тому їхній вплив може стосуватися різних елементів та напрямів діяльності економічного суб'єкта, зокрема стратегії розвитку та процесів її реалізації.

Основою для впровадження змін на підприємстві слугують базова стратегія розвитку, а також стратегічні альтернативи, а необхідність здійснення змін зумовлена наявними зовнішніми (дії зовнішніх стейкхолдерів, тренди у сфері інновацій, процеси діджиталізації, економічна і політична ситуація тощо) і внутрішніми (інтереси керівництва, стиль управління, лідерство, «вузькі місця» в організації бізнес-процесів, застарілість продукту і/або технологій тощо) чинниками. При цьому слід зауважити, що з-поміж зовнішніх чинників найбільший вплив на необхідність проведення змін мають фактори ближнього зовнішнього середовища підприємства. Водночас значним за силою є вплив внутрішніх чинників, виникнення яких може бути

спричинене дією зовнішнього середовища і/або внутрішніми процесами та результатами життєдіяльності підприємства.

У науковій літературі визначено, що сьогодні зміни торкаються таких аспектів підприємства:

1. Основної структури, завдань і діяльності, застосовуваної технології, управлінських структур і процесів, організаційної культури, людей, ефективності роботи організації, її престижу в ділових колах і в суспільстві [3, с. 71].

2. Організаційної структури, технології, мотивації персоналу, компетенції, фінансового і ресурсного забезпечення [4].

3. Ефективності чинної стратегії її функціональних складників; стану потенціалу стратегічних змін та його локальних складників, їх співвідношення; стратегічних можливостей змін, які визначаються на макроекономічному, галузевому та локальному рівнях зовнішнього середовища підприємства; типу корпоративної культури та рівня опору змінам [5, с. 141].

Загалом проведений аналіз підходів до визначення аспектів упровадження змін дає змогу зробити висновок, що реалізація стратегії впровадження змін здійснюватиметься щодо конкретних елементів, за визначеними напрямками і з використанням певних методів та інструментів.

В основу визначення внутрішніх елементів підприємства, щодо яких необхідно впроваджувати зміни, пропонуємо покласти модель McKinsey 7S (табл. 1).

Це дасть змогу прийняти обґрунтовані управлінські рішення та розробити заходи щодо їх реалізації. Як відомо, ця стандартна модель містить сім взаємопов'язаних між собою елементів ((structure (структура), strategy (стратегія), systems (системи), shared values (загальні цінності), style (стиль), skills (навики і вміння), staff (персонал)), які повинна мати будь-яка успішна організація й у процесі аналізу яких стає можливим оцінити її готовність до змін, тобто визначити, чи досягла вона такого стану, «за якого всі підсистеми налаштовані на сприятливі умови планування та впровадження результатів змін» [6, с. 85].

Цілевстановлення, планування та інформаційне забезпечення. Сучасні тренди VUCA-світу, зокрема цифрова трансформація та інтеграція інновацій у практику бізнесу, зробили безпідставними та в багатьох випадках повністю перекреслили сподівання економічних суб'єктів на інертне функціонування і сталий розвиток. У цих умовах створення нових бізнес-моделей і використання сучасних методів та інструментів управління дадуть підприємствам змогу бути конкурентоспроможними та утримувати позиції лідерства на ринку. З огляду на ці обставини, актуальним постає питання підвищення якості планування, оскільки успіх у бізнесі багато в чому залежить від планування ефективності його розвитку, акумулюю-

Стратегії та заходи впровадження змін на підприємстві

№ з/п	Елемент	Стратегія впровадження змін	Заходи з реалізації стратегії
1	Цілевстановлення, планування та інформаційне забезпечення	Досягнення взаємозв'язку та синергетичного ефекту цілевстановлення та планування на основі впровадження когерентної інформаційної системи та створення для стейкхолдерів спільного інформаційного простору	Використання сучасних інструментів стратегічного та оперативного планування (форсайт, Kanban, ABC/ABM-технології тощо). Впровадження систем контролінгу, бюджетування, проєкт-менеджменту. Використання форсайт-методів та методики мережевого планування
2	Організаційна культура та цінності	Досягнення узгодженості між цінностями організації і цінностями кожного конкретного працівника в межах організаційної культури певного типу	Управління цінностями. Управління опором та конфліктами. Формування позитивного соціально-психологічного клімату (довірчі відносини, партнерство)
3	Організаційна структура та комунікації	Досягнення відповідності між організаційною структурою та стратегією, оптимізація розподілу повноважень та відповідальності серед персоналу за функції і бізнес-процеси, підвищення якості управління на основі використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій	Використання технологій організаційного проєктування. Упровадження партисипативних, адаптивних, проєктних організаційних структур. Управління комунікаціями. Упровадження інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій
4	Персонал та участь	Розвиток ключових компетентностей персоналу, підвищення його інноваційної активності, гнучкості та адаптивності	Управління знаннями (тренінги, індивідуальне, групове, командне навчання). Стимулювання інноваційної активності персоналу. Упровадження принципів економіки участі, геймефікації. Упровадження системи маркетингу персоналу. Управління кар'єрою. Використання персонал-технологій формування ефективної поведінки. Упровадження ефективних систем мотивації (у т. ч. системи винагород)
5	Стиль керівництва та лідерство	Досягнення відповідності між стилем управління і цілями організації, розвиток професійних компетентностей керівника та якостей лідера	Оцінка результатів, заохочення найкращих співробітників. Розвиток професійних компетентностей керівника і ключових компетентностей лідерства (тренінги, коучинг). Партисипативне управління. Формування і розвиток команди
6	Ресурси, технології, бізнес-процеси	Підвищення якості управління бізнес-процесами та продуктивності на основі ефективного використання ресурсів і впровадження сучасних виробничих й інформаційних технологій	Упровадження систем бюджетування, реінжинірингу, фінансового ризик-менеджменту. Використання методологій ощадливого виробництва, TQM. Використання бенчмаркінгу, аутсорсингу, інструментів гринфілду та рефреймінгу

Джерело: складено автором

вання інформації про стан цільових ринків, власний стан підприємства і його положення на ринку, про стан і положення конкурентів на ринку тощо.

Попри значну кількість проблем сучасних систем планування, головними з них є такі: по-перше, умови зовнішнього середовища надзвичайно динамічні і мають високий ступінь невизначеності; по-друге, використовуються застарілі технології та інструменти планування, зокрема у сфері стратегічного та оперативного планування.

Досягнення у процесі планування ефекту когерентності та синергічного ефекту, урахування

попиту і пропозиції та інтересів стейкхолдерів, наявність ітеративного (зворотного) зв'язку між складовими елементами планування, доступ до інформації її використання в процесі планування, застосування новітніх методів, технологій та інструментів стратегічного та оперативного планування, розроблення і реалізація програм стратегічних змін і проєктів щодо їхньої реалізації – це ті з головних вимог, яким повинна відповідати сьогодні система планування сучасного підприємства.

Організаційна культура та цінності. Упровадження стратегічних змін на підприємстві буде

вкрай утрудненим, якщо керівники не зосереджуватимуть свою увагу, крім інших аспектів, на такому феномені, як організаційна культура.

Глибока невідповідність між сучасними трендами інформатизації та потребами інноваційного розвитку економічних суб'єктів, з одного боку, та консервативною здебільшого організаційною культурою, яка й дотепер існує на багатьох вітчизняних підприємствах – з іншого, ставить значні перепони впровадженню необхідних змін задля реалізації стратегій розвитку підприємств. У цій ситуації керівники не враховують, що персонал може не приймати зміни, проявом чого стане виникнення опору з боку працівників, який за певних умов призведе до серйозних конфліктів із негативними наслідками. Досягнення цілей змін на підприємстві неминуче пов'язане з подоланням опору, а тому його оцінювання, типізація та вимірювання є обов'язковим інтегрованим складником менеджменту змін [7].

Окрім того, неврахування під час набору й відбору персоналу на певні вакансії можливої невідповідності цінностей претендентів на конкретні посади укладеному типу організаційної культури (зокрема, структурі цінностей організації) може негативно позначитися на виконанні ними професійних обов'язків. О. Дегтяр та О. Непомнящий [8] наголошують на таких негативних наслідках недостатньої уваги до проблеми цінностей та їхнього сприйняття:

- обмеження конкурентних можливостей організації;
- посилення індивідуалістичних мотивів діяльності, які не завжди відповідають організаційним інтересам;
- падіння авторитету керівництва;
- ірраціональне використання людського потенціалу.

Натомість можна стверджувати, що прийняття цінностей усіма членами організації дасть змогу забезпечити її стабільне функціонування і розвиток.

Організаційна структура та комунікації. Сучасні організаційні структури, крім іншого, повинні виконувати такі дві функції:

- 1) забезпечувати ефективну комунікацію між підрозділами та рівнями управління всередині підприємства;
- 2) забезпечувати взаємодію підприємства та його окремих підсистем із зовнішніми стейкхолдерами.

Грамотно спроектована організаційна структура базується на дієвому внутрішньому координаційному механізмі, раціональному розподілі повноважень, використанні ефективних комунікаційних схем. Її дизайн обов'язково повинен здійснюватися з урахуванням вимог адаптації до внутрішніх і зовнішніх чинників, що призведе до підвищення ефективності системи організаційного менеджменту підприємства. У цьому ракурсі впровадження адаптивних

організаційних структур зі складною і водночас оптимальною архітектурою взаємозв'язків між її елементами – це одна з необхідних умов успішної реалізації змін на підприємстві.

Водночас побудова ефективних організаційних структур неможлива без використання такого важливого інструменту управління, як комунікації. Саме їхній стан визначає наявність та ефективність необхідних взаємозв'язків між окремими складовими елементами організаційної структури, можливість вчасного й адекватного реагування на прямий і/або опосередкований вплив чинників зовнішнього середовища, що у підсумку сприятиме досягненню стратегічних цілей підприємства.

Загалом можна стверджувати, що правильно побудована організаційна структура є, з одного боку, механізмом створення базису для прийняття оптимальних управлінських рішень, а з іншого – інструментом ефективного реалізації стратегії підприємства.

Персонал та участь. Успішне впровадження змін вимагає перегляду процесів розвитку персоналу й активізації його участі в управлінні підприємством. Необхідність розвитку персоналу зумовлена невідповідністю між наявними у працівників знаннями і навичками й тими знаннями та навичками, які потрібні для досягнення поставлених цілей. Водночас традиційні системи навчання та розвитку персоналу не зовсім відповідають сучасним вимогам, оскільки здатні здебільшого лише компенсувати нестачу необхідних знань та навичок у працівників.

Успішній реалізації стратегії підприємства сприятимуть підтримка та розвиток творчої активності її співробітників, підвищення їхньої мотивації, широке залучення працівників у процес прийняття управлінських рішень. У цьому ракурсі саме партисипативне управління сприяє інтеграції інтересів усіх працівників підприємства, посилює їхню зацікавленість у кінцевих результатах праці та інтегрує їхні зусилля для досягнення цілей організації.

Водночас для створення атмосфери широкої участі й зацікавленості співробітників у вирішенні завдань у межах процесу впровадження змін необхідно належну увагу приділяти проблемі заохочення, зокрема у розрізі застосування дієвого механізму мотивації й стимулювання.

Стиль керівництва та лідерство. Запорукою досягнення підприємством поставлених цілей є наявність якісного і високопрофесійного менеджменту. Саме йому належить провідна роль у виявленні необхідності змін щодо конкретного елементу та за конкретним напрямом діяльності підприємства.

Сучасний керівник повинен самотужки вибирати та застосовувати той стиль керівництва, який найбільше відповідає ситуації, що сьогодні склалася на підприємстві, враховує особливості організації (її культуру, цінності, характеристики працівників тощо) та сприяє досягненню поставлених цілей.

Проте володіння значними управлінськими знаннями, вміння мислити стратегічно та приймати адекватні ситуації, що склалася, рішення, безперервна самоосвіта та самовдосконалення тощо – усе це не завжди призведе до очікуваних результатів. Сучасні керівники повинні мати лідерський талант.

Ресурси, технології, бізнес-процеси. Якісне управління бізнес-процесами створить необхідні умови для досягнення успіху процесу впровадження змін на підприємстві. Перш за все тут слід увагу звернути на такі аспекти:

1) досягнення відповідності між стратегією і необхідними для її реалізації ресурсами;

2) досягнення бажаного рівня ефективності бізнес-процесів щодо визначених стратегічних цілей у ракурсі отриманих результатів та необхідних для забезпечення бізнес-процесів витрат.

У розрізі забезпечення операційної та інвестиційної діяльності необхідними фінансовими ресурсами та їх ефективного використання на сучасних підприємствах необхідно застосовувати систему фінансового планування, зокрема таку його форму, як бюджетування. Саме бюджетування дає змогу адекватно реагувати на зовнішні і внутрішні зміни, конкретизувати стратегічні цілі та здійснювати систематичний контроль над їх досягненням, «інтегрувати методи і показники оперативного планування у систему управління фінансами» [9, с. 191].

Ще одним інструментом забезпечення ефективності бізнес-процесів має стати реінжиніринг, що передбачає радикальне переосмислення і кардинальну перебудову процесів організації з використанням впровадженої на підприємстві нової інформаційної системи. Багатовекторність реінжинірингу дає змогу значно поліпшити ключові показники діяльності підприємства в розрізі зниження витрат, підвищення продуктивності, оптимізації системи управління організацією і персоналом тощо, що у підсумку дасть змогу побудувати нову модель бізнесу.

Слід зазначити, що ефективність впровадження запропонованих стратегій змін та вибір заходів щодо їх реалізації залежатимуть від форми організації бізнесу, галузевої належності, розмірів і спеціалізації підприємства, наявності процесів інтеграційного розвитку та диверсифікації й інших чинників.

Висновки з проведеного дослідження. Зміни в діяльності сучасних підприємств формують нові умови бізнесу, які дають змогу економічному суб'єкту максимально адаптуватися до зовнішнього середовища та забезпечити стабільний розвиток, оскільки для них характерний акцент на інноваційних технологіях, організаційній трансформації та капіталізації, ефективному управлінні людськими ресурсами та знаннями, оптимізації бізнес-процесів та відносин зі стейкхолдерами тощо.

Формування і реалізацію стратегії впровадження змін доцільно здійснювати щодо конкретних елементів внутрішнього середовища підприємства. Виділення елементів і напрямів змін дає змогу прийняти за визначених умов оптимальне управлінське рішення щодо стратегії та заходів їх впровадження на підприємстві для досягнення найкращих результатів.

Рівень готовності підприємства до змін визначає ті його пріоритетні елементи та напрями, щодо яких розроблятимуться та реалізовуватимуться відповідні стратегії їх впровадження, тому дослідження теоретико-методологічних і практичних аспектів оцінки готовності підприємства до змін стане вектором подальших наукових розвідок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Воронков Д.К. Управління стратегічними змінами щодо інноваційного розвитку підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 6. Т. 3. С. 7–11. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_6_3/pdf/007-011.pdf (дата звернення: 30.06.2020).
2. Власенко Т.А. Методологічний базис управління стратегічними змінами підприємства. Ефективна економіка. 2019. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/75.pdf (дата звернення: 25.05.2020).
3. Гайдей О.О. Управління змінами на підприємстві. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2012. № 3(19). С. 71–75. URL: <http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/13-3-19-2012.pdf> (дата звернення: 30.06.2020).
4. Краля В.Г. Сценарії реалізації стратегії організації трансформації аграрних підприємств. Український журнал прикладної економіки. 2018. № 4. Т. 3. С. 153–161. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/ujae_2018_r04_a18.pdf (дата звернення: 30.06.2020).
5. Приймак Н.С. Впровадження управління стратегічними змінами на підприємстві в умовах ідентифікації впливу зовнішніх і внутрішніх драйверів змін. Проблеми економіки. 2019. № 3(41). С. 140–146. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2019-3_0-pages-140_146.pdf (дата звернення: 30.06.2020).
6. Власенко Т.А. Модель оцінки готовності підприємства до стратегічних змін. Проблеми економіки. 2019. № 3(41). С. 84–90. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_6_3/pdf/007-011.pdf (дата звернення: 29.06.2020).
7. Приймак Н.С. Класифікація опору змінам та його оцінювання в рамках системи управління змінами підприємства. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7150> (дата звернення: 25.05.2020).
8. Дегтяр О., Непомнящий О. Керівництво культурою та цінностями організації як функція управлінського лідерства. Теорія і практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія. 2018. № 4. С. 72–83.

URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/40268> (дата звернення: 25.05.2020).

9. Гордей О.Д., Довбуш Н.Є. Бюджетування як основа стратегічного планування на підприємствах малого і середнього бізнесу в Україні. Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2019. № 1(87). С. 190–196. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/163420/162772> (дата звернення: 25.05.2020).

REFERENCES:

1. Voronkov D. K. (2009) Upravlinnja strategichnymy zminamy shhodo innovacijnogho rozvytku pidpryjemstva. *Visnyk Khmeljnycjogho nacionalnogho universytetu*, no. 6, pp. 7–11. Available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_6_3/pdf/007-011.pdf (accessed: 30 June 2020).

2. Vlasenko T. A. (2019) Metodologichnyj bazys upravlinnja strategichnymy zminamy pidpryjemstva. *Elektronne naukove fakhove vydannja «Efektyvna ekonomika»*, no. 10. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/75.pdf (accessed: 25 May 2020).

3. Ghajdej O. O. (2012) Upravlinnja zminamy na pidpryjemstvi. *Visnyk Berdjansjkogho universytetu menezhmentu i biznesu*, no. 3 (19), pp. 71–75. Available at: <http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/13-3-19-2012.pdf> (accessed: 30 June 2020).

4. Kralja V. Gh. (2018) Scenariji realizaciji strategiji orghanizacijnoji transformaciji aghramykh pidpryjemstv. *Ukrainskyj zhurnal prykladnoj ekonomiky*, no. 4, pp. 153–161. Available at: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/ujae_2018_r04_a18.pdf (accessed: 30 June 2020).

5. Pryjmak N. S. (2019) Vprovadzhenja upravlinnja strategichnymy zminamy na pidpryjemstvi v umovakh identyfikaciji vplyvu zovnishnykh i vnutrishnykh drajeriv zmin. *Problemy ekonomiky*, no. 3(41), pp. 140–146. Available at: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2019-3_0-pages-140_146.pdf (accessed: 30 June 2020).

6. Vlasenko T. A. (2019) Modelj ocinky ghotovnosti pidpryjemstva do strategichnykh zmin. *Problemy ekonomiky*, no. 3(41), pp. 84–90. Available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_6_3/pdf/007-011.pdf (accessed: 29 June 2020).

7. Pryjmak N. S. (2019) Klasyfikacija oporu zminam ta jogho ocinjuvannja v ramkakh systemy upravlinnja zminamy pidpryjemstva. *Elektronne naukove fakhove vydannja «Efektyvna ekonomika»*, no. 6. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7150> (accessed: 25 May 2020).

8. Djeghtjar O, Nepomnjashhyj O. (2018) Kerivnytvo kulturoju ta cinnostjamy orghanizaciji, jak funkcija upravljinsjkogho liderstva. *Teorija i praktyka upravlinnja socialnymy systemamy: filosofija, psykhologhija, pedagoghika, sociologhija*, no. 4, pp. 72–83. Available at: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/40268> (accessed: 25 May 2020).

9. Ghordej O. D., Dovbush N. Je. (2019) Bjudzhetuvannja jak osnova strategichnogho planuvannja na pidpryjemstvakh malogho i serednjogho biznesu v Ukraini. *Visnyk Zhytomyrsjkogho derzhavnogho tekhnologichnogho universytetu*, no. 1(87), pp. 190–196. Available at: <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/163420/162772> (accessed: 25 May 2020).

ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У КУРОРТНИХ ГОТЕЛЯХ ТА ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСАХ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

ON THE DEVELOPMENT OF ANIMATION SERVICES IN RESORT HOTELS AND TOURIST COMPLEXES OF THE BLACK SEA REGION OF UKRAINE

У статті обґрунтовано значення та необхідність розвитку системи анімаційних послуг у курортних готелях та туристичних комплексах Причорноморського регіону України. Визначено основні поняття (анімація, готельна анімація, готельні анімаційні послуги) та види анімації, які задовольняють різні потреби туристів (гостей готелю чи туркомплексу). Розглянуто особливості організації анімаційної діяльності, подано механізм реалізації анімаційних послуг та складники анімаційної діяльності у готелі (туристичному комплексі). Охарактеризовано особливості анімаційного обслуговування в українському туризмі. Виокремлено регіональні особливості під час розроблення анімаційних програм для курортних готелів (туристичних комплексів) Українського Причорномор'я. Визначено вимоги до анімаційних служб та охарактеризовано особливості їхньої роботи. Визначено перспективи подальших наукових досліджень у цьому напрямі.

Ключові слова: анімація, анімаційна діяльність, анімаційна послуга, готельна анімація, аніматор, анімаційна служба, Причорноморський регіон України.

В статті обґрунтовано значення та необхідність розвитку системи анімаційних

послуг у курортних готелих та туристичних комплексах Причорноморського регіону України. Определены основные понятия (анимация, гостиничная анимация, гостиничные анимационные услуги) и виды анимации, которые удовлетворяют различные потребности туристов (гостей отеля или туркомплекса). Рассмотрены особенности организации анимационной деятельности, раскрыты механизм реализации анимационных услуг и составляющие анимационной деятельности в гостинице (туристическом комплексе). Охарактеризованы особенности анимационного обслуживания в украинском туризме. Выделены региональные особенности при разработке анимационных программ для курортных отелей (туристических комплексов) Украинского Причорноморья. Определены требования к анимационным службам и охарактеризованы особенности их работы. Определены перспективы дальнейших научных исследований в этом направлении.

Ключевые слова: анимация, анимационная деятельность, анимационная услуга, гостиничная анимация, аниматор, анимационная служба, Причорноморский регион Украины.

УДК 379.846:338.48(477.7)

<https://doi.org/10.32843/bses.54-18>

Миронов Ю.Б.

к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Львівський торговельно-економічний
університет

Myronov Yuriy

Lviv University of Trade and Economics

The article identifies the importance and necessity of developing a system of animation services in resort hotels and tourist complexes of the Black Sea region of Ukraine. It is proved that animation activities can be an important factor in the development of resort hotels and tourist complexes, increasing their tourist attractiveness, competitiveness and thus stimulating demand for their services. It is determined that animation is one of the socio-cultural mechanisms which can create new opportunities for the disclosure of human abilities, for the improvement the quality of life. The basic concepts of the researched problem (animation, hotel animation, hotel animation services) and types of animation that satisfy different needs of tourists (hotel or tourist complex guests) are defined, namely: animation in motion, animation through communication, animation through involvement in culture, creative animation, rehabilitation animation. Features of animation service in the Ukrainian tourism industry are characterized. Peculiarities of the organization of animation activity at the resorts of the Ukrainian Black Sea coast are considered, the mechanism of realization of animation services and components of animation activity in hotel (tourist complex) is given. It is proved that in order to stimulate tourist flows to resort hotels and tourist complexes of the Black Sea region of Ukraine it is necessary to develop animation services, form the necessary infrastructure, select an experienced and effective animation team and consider regional features and advantages when developing animation programs. The regional peculiarities in the development of animation programs for resort hotels (tourist complexes) of the Ukrainian Black Sea coast are singled out. The requirements to animation services are defined and features of their work are characterized. It is noted that animation activities should be organized on the basis of studying the demand through surveys, questionnaires of guests (tourists), taking into account the experience of serving guests in similar hotels and resorts, as well as successful world experience. Prospects for further research in this area are identified.

Key words: animation, animation activity, animation service, hotel animation, animator, animation service, Black Sea region of Ukraine.

Постановка проблеми. Анімація є одним із напрямів розвитку активності населення. Це один із соціально-культурних механізмів, за допомогою якого можуть створюватися умови для виникнення і розкриття людських здібностей та потреб, для нових можливостей і способів використання в нових умовах життя, тобто підвищення якості життя. Саме поняття «анімація» дає змогу, з одного боку, досить точно охарактеризувати цілі соціокультурної діяльності, виявляти її одухотворяючий, консолідуєчий характер, а з іншого – визначати духовний аспект взаємовідносин аніматорів

та туристів, заснованих на глибинному зверненні до вічних ціннісних орієнтирів. Саме анімаційна діяльність може стати вагомим чинником розвитку курортних готелів та туристичних комплексів Українського Причорномор'я, підвищуючи їхню туристичну привабливість, конкурентоспроможність та стимулюючи попит на їхні послуги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням та проблемам анімаційної діяльності (рекреаційної, туристичної) присвячено праці таких українських та іноземних учених, як І. Агеєва [1], С. Байлик [2; 9], І. Булигіна [4], А. Вороніна

[3], Н. Гаранін [4], О. Гарбера [5], Є. Єрмакова [6], С. Килимистий [8], О. Кравець [2; 7; 9], О. Шикіна [10] та ін. При цьому з наукового погляду не досліджено аспекти розвитку анімаційних послуг у курортних готелях Українського Причорномор'я, які б ураховували специфіку регіону та можливості місцевої рекреаційної (дозвіллевої) інфраструктури.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування переваг та доцільності розвитку анімаційної діяльності у системі послуг курортних готелів та туристичних комплексів Українського Причорномор'я.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний та якісний туристичний, готельний, курортний сервіс практично неможливо уявити без такого напрямку діяльності, як анімація. Світовий досвід засвідчує, що у конкурентоспроможне туристичне та готельне обслуговування включено й анімаційний складник: спортивні активності та змагання, танцювальні вечори, ігри, майстер-класи, заняття з особистісного розвитку, фестивалі, карнавали, екскурсії як для дорослих, так і для дітей – усе, що оживляє відпочинок (адже і сам термін «анімація» походить від латинських слів *anima* – душа, *animatus* – одухотворення [5; 6; 9]) завдяки враженням від безпосередньої участі в анімаційних заходах.

Анімація – це різновид туристської діяльності, здійснюваної на туристському підприємстві (туркомплекс, готель, круїзний теплохід, потяг і т. д.), яка залучає туристів у різноманітні заходи через участь у спеціально розроблених програмах дозвілля [4].

Анімаційні готельні послуги – це додаткові послуги, що надаються туристу та дають змогу поряд із добре організованими проживанням, харчуванням створити найбільш комфортні умови для відпочинку [2].

Готельна анімація – комплексна рекреаційна послуга, заснована на особистих людських контактах аніматора з туристом та їх спільній участі в розвагах, пропонує анімаційною програмою туркомплексу, має свої особливості: проектується, організується і проводиться самим готелем згідно зі споживчим інтересом, що вивчається на основі анкетних опитувань і особистого контакту персоналу готелю з гостями, наявним досвідом обслуговування гостей тощо [9, с. 30].

Отже, анімаційна діяльність – це, з одного боку, рекреаційна, соціально-культурна, дозвіллева діяльність туристів, гостей готелів, туристичних комплексів, що здійснюється під керівництвом аніматорів, а з іншого – це діяльність із розроблення, організації та реалізації анімаційних програм.

У сфері гостинності виділяються такі види анімації, які спроможні задовольнити різні потреби туристів (гостей готелю чи туркомплексу):

– анімація в русі – задовольняє потреби туриста (гостя готелю чи туркомплексу) в русі шляхом залучення його до участі у спортивних іграх, до занять аеробікою, аквааеробікою, відвідування дискотек і т. п. заходах;

– творча анімація – задовольняє потребу туриста у творчості шляхом участі у майстер-класах, творчих конкурсах тощо;

– анімація через спілкування – задовольняє потребу туриста у спілкуванні з іншими людьми, обміні інформацією;

– анімація через залучення до культури – задовольняє потребу туриста у духовному розвитку завдяки відвідуванню музеїв, вивченню пам'яток історії, культури, архітектури;

– реабілітаційна анімація – задовольняє потребу туриста у психологічному розвантаженні від повсякденної втоми шляхом контакту з природою, участі морських прогулянок, екскурсій тощо [7].

Правильно й ефективно організована анімація не залишає гостя без уваги, він безперестанно зайнятий тим, що приносить йому позитивні емоції, задоволення, формує чудовий настрій і викликає бажання знову отримати подібні враження.

Анімаційна діяльність активно розвивається у системі світового туристичного та готельного бізнесу, слугуючи засобом конкурентної боротьби між подібними за рівнем сервісу, зірковістю, інфраструктурою та ціновою політикою готелями і туристськими комплексами. Закордонний досвід організації анімаційного обслуговування курортних готелів Туреччини, Єгипту, Болгарії та інших туристичних країн підкреслює значення курортної анімації під час формування попиту на туристичні послуги. Тобто за інших рівних умов турист схильний вибрати готель для відпочинку, де надаються такі анімаційні послуги. Турист із середнім рівнем достатку готовий платити і більше, замовляючи тур із відпочинком у готелі з анімацією, оскільки у такому готелі буде краще розвинена інфраструктура, а з дітьми займатимуться аніматори.

Великі готелі на морських курортах часто наймають цілі команди аніматорів. Одні з них відповідають за розваги гостей біля басейну, інші – за організацію вечірнього дозвілля, треті – за програми активного відпочинку у фітнес-центрах та спортивну анімацію, четверті – за дитячі розваги [6, с. 31]. Поступово професія аніматора стає затребуваною й у невеликих готелях.

В українському туризмі система анімаційного обслуговування перебуває на етапі становлення та пристосування до сучасних умов туристичного ринку. Останнім часом українські тuroператори почали включати до програм своїх турів деякі анімаційні програми, такі, наприклад, як гуцульська забава, майстер-клас із ліжникарства, українська коляда тощо, хоча це стосується передовсім турів і дестинацій Українських Карпат та Закарпаття.

Що ж стосується Причорноморського регіону України, то, на жаль, місцеві курортні готелі неефективно, на думку автора, використовують цей напрям організації дозвілля в обслуговуванні туристів (або й не використовують його взагалі). Як приклад готелю з розвинутою анімаційною програмою можна назвати готель «Аквапарк Затока» (сміт Затока), де працює професійна команда аніматорів (animation team) та розвинута необхідна інфраструктура (ігрові майданчики, аквапарк, кінотеатр, наявне необхідне спорядження). Частково анімаційний сервіс (надаються окремі анімаційні послуги, наприклад екскурсії, більярд, дитяча анімація) представлений у готелі «Одеса» (місто Коблево), готелі «Анна Марія» (селище Курортне) та деяких інших. Зрозуміло, що навіть такий «частковий» сервіс є вагомою конкурентною перевагою перед тими готелями та туркомплексами, де анімаційні послуги не надаються взагалі.

Для стимулювання туристичних потоків у курортні готелі та туристичні комплекси Причорноморського регіону необхідно на основі комплексного професійного підходу розвивати анімаційне обслуговування, формувати необхідну інфраструктуру, підбирати анімаційну команду з досвідом роботи та використовувати регіональні особливості й переваги під час розроблення анімаційних програм.

Такими регіональними перевагами можуть стати:

- наявність зручних піщаних пляжів для проведення спортивних анімаційних програм, організації квест-атракцій для дітей та дорослих;
- природні туристичні ресурси для організації екскурсійної діяльності (екскурсії в Одесу, на острови Березань, морські прогулянки);
- виробничі потужності регіону (наприклад, винний завод у Коблево, де проводяться екскурсії на виробництво та дегустація вин);
- дозвіллова інфраструктура регіону (зоопарк у Миколаєві, аквапарк у Коблево) та ін.

Для впровадження системи анімаційного обслуговування в межах курортного готелю (чи туристичного комплексу) необхідно володіти чітко продуманим механізмом реалізації такого обслуговування, який пропонується на рис. 1.

Анімаційні послуги залучають туристів, гостей готелів і туристичних комплексів до активних цілеспрямованих дій шляхом особистих контактів з аніматорами. Слід відзначити, що така взаємодія здійснюється відповідно до наперед розробленої програми, причому турист сам може вибирати ті заходи, які для нього є цікавими та які здатні принести йому позитивні емоції. Один із головних принципів анімаційної діяльності – добровільність.

Для ефективної реалізації анімаційної діяльності необхідні три складники:

- концепція готельної анімаційної діяльності, яка включає як типові анімаційні програми, так і авторські, регіональні, унікальні з можливістю їх адаптації до реальних груп та особистостей;
- матеріально-технічна база й інвентар для спортивно-оздоровчих і розважальних занять;
- анімаційна команда, яка здатна втілити концепцію, програми і методики в дійсність, а також допоміжний персонал.

Системоутворюючу роль у цих складниках анімаційної діяльності повинен виконувати головний аніматор (головний анімаційний менеджер), котрий управляє штатом аніматорів та координує роботу допоміжного персоналу (у взаємодії з технічним директором чи начальником господарської служби), а також працівниками інших служб, які залучаються до анімаційного обслуговування туристів (рис. 2).

Ефективна організація роботи анімаційної служби готелю/туркомплексу покликана забезпечити оптимальну взаємодію всієї анімаційної команди та всіх її структурних елементів. Організація анімаційної діяльності як складова частина технологічного процесу вимагає жорсткого дотримання професійної самостійності всіх фахівців та одночасно всебічного розвитку їх активності й іні-

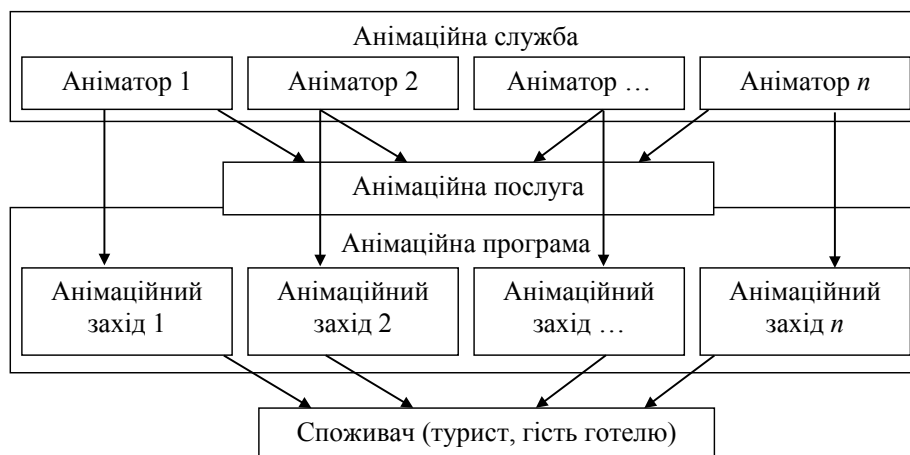


Рис. 1. Механізм реалізації анімаційних послуг

ціативи в рамках конкретних завдань своїх структурних підрозділів [2].

Анімаційну діяльність слід організувати на основі вивчення попиту шляхом опитування, анкетування гостей (туристів) з урахуванням досвіду обслуговування гостей в аналогічних готелях і туркомплексах, а також успішного світового досвіду.

Служби анімації відіграють величезну роль у формуванні іміджу будь-якого готелю чи туристичного комплексу. Саме аніматори створюють неповторний образ своєму закладу, зав'язують дружні стосунки з туристами, запрошуючи їх повернутися сюди знову. Анімаційна команда формує дружню, гостинну та комфортну атмосферу в готелі, задовольняючи потреби туристів у духовному та фізичному розвитку, емоційному збагаченні завдяки позитивним емоціям.

Висновки з проведеного дослідження. Причорноморський регіон України є надзвичайно привабливим із погляду розвитку туристичних послуг, особливо за умов пандемії та обмежень щодо виїзного туризму. Вагомим чинником розвитку курортних готелів та туристичних комплексів Українського Причорномор'я може стати анімаційна діяльність, яка здатна підвищити їхню туристичну привабливість, конкурентоспроможність, стимулюючи, таким чином, попит на їхні послуги та підвищуючи ефективність їхньої господарської діяльності. Анімаційна діяльність має комплексний характер завдяки спеціальним анімаційним програмам, які охоплюють різні види та форми анімації й організації дозвілля, сприяючи створенню умов для приємного спілкування, особистих і спільних розваг та позитивних емоцій.

Перспективними для подальших досліджень є питання економічної ефективності анімаційних програм у курортних готелях та туристичних комплексах, розвиток системи регіональних, традиційних анімаційних програм, дослідження технологічних, економічних, правових аспектів розроблення анімаційних програм.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Агеева И.С. Возможности использования анимационных программ в туризме. *Молодой ученый*. 2012. № 6. С. 123–125.
2. Байлик С.І., Кравець О.М. Організація анімаційних послуг в туризмі : навчальний посібник. Харків : ХНАМГ, 2008. 197 с.
3. Воронина А.Б. Анимация, анимационная деятельность: сущность понятий. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «География»*. 2012. Т. 25(64). № 3. С. 49–55.
4. Гаранин Н.И., Булыгина И.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. Москва : Советский спорт, 2006. 127 с.

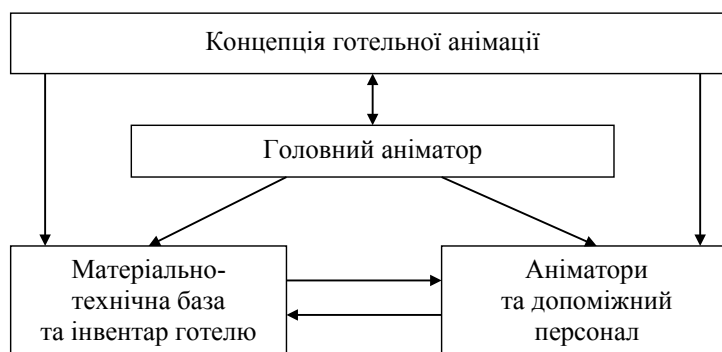


Рис. 2. Складники анімаційної діяльності у готелі

Джерело: побудовано на основі [4]

5. Гарбера О.Є. Організація анімаційної діяльності в структурі комплексного туристичного обслуговування. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. 2014. Т. 19. Вип. 3/2. С. 50–53
6. Ермакова Е.Е. Анимационный сервис ; 2-е изд. Тюмень : ТюмГУ, 2016. 236 с.
7. Кайлюк Є.М., Кравець О.М. Ефективність стажування у закордонних країнах при підготовці фахівців з анімації. *Вісник ДІТБ. Серія «Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері)»*. 2007. № 11. С. 241–243.
8. Килимистий С.М. Анімація в туризмі : навчальний посібник. Київ : ФПУ, 2007. 188 с.
9. Кравець О.М., Байлик С.І. Організація анімаційних послуг у туризмі : навчальний посібник ; 2-е вид. Харків : ХНУМГ імені О.М. Бекетова, 2017. 335 с.
10. Шикіна О.В. Шляхи підвищення привабливості регіону за рахунок розвитку квест-атракцій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. С. 460–464.

REFERENCES:

1. Ageeva I. S. (2012) *Vozmozhnosti ispolzovaniya animatsionnykh program v turizme* [Possibilities of Using Animation Programs in Tourism]. *Molodoi uchiyoni* [The Young Scientist], no. 6, pp. 123–125.
2. Bailyk S. I., Kravets O. M. (2008) *Orhanizatsiya animatsiinykh posluh v turizmi* [Organization of Animation Services in Tourism]. Kharkiv: KHNAMG, 197 p. (in Ukrainian)
3. Voronina A. B. (2012) *Animatsiya, animatsionnaya deiatelnost: suschnost ponyatiy* [Animation, Animation Activity: the Essence of Concepts]. *Uchiyonyie zapiski Tavricheskoho natsionalnoho universiteta im. V.I. Vernadskoho. Seriya "Geografiya"* [Scientific notes of V.I. Vernadsky Taurida National University. Series "Geography"], vol. 25(64), no. 3, pp. 49–55.
4. Garanin N. I., Bulygina I. I. (2006) *Menedzhment turistской i gostinichnoy animatsii* [Management of Tourist and Hotel Animation]. Moskva: Sovetskiy sport, 127 p. (in Russian)
5. Harbera O. Ie. (2015) *Orhanizatsiya animatsiynoi diyalnosti v strukturi kompleksnoho turystychnoho obsluhovuvannya* [Organizational Activities in the Structure of Comprehensive Tourist Services]. *Visnyk ONU im. I. I. Mechnikov* [Bulletin of ONU named after I. I. Mechnikov], vol. 19, no. 3/2, pp. 50–53.

6. Yermakova E. E. (2016) *Animatsionnyi servis* [Animation Service], 2nd ed. Tiumen: Tiumenskiy gosudarstvennyi universitet, 236 p. (in Russian)

7. Kailiuk Ie. M., Kravets O. M. (2007) *Efektyvnist stazhuvannya u zakordonnykh krayinakh pry pidhotovtsi fakhivtsiv z animatsii* [Effectiveness of Internships in Foreign Countries in the Training of Animation Specialists]. *Visnyk DITB. Seriya: Ekonomika, orhanizatsiya i upravlinnya pidpriemstvamy (v turystychniy sferi)* [DITB Bulletin. Series: Economics, Organization and Management of Enterprises (in the Field of Tourism)], no. 11, pp. 241–243.

8. Kylymystyi S. M. (2007) *Animatsiya v turyzmi* [Animation in Tourism]. Kyiv: FPU, 188 p. (in Ukrainian)

9. Kravets O. M. Bailyk S. I. (2017) *Orhanizatsiya animatsiynykh posluh v turyzmi* [Organization of Animation Services in Tourism], 2nd ed. Kharkiv: KHNUMG, 335 p. (in Ukrainian)

10. Shykina O. V. (2016) *Shlyakhy pidvyschennya pryvablyvosti rehionu za rakhunok rozvytku kvest-atraktsiy* [Ways of Increasing the Attractiveness of the Region through the Development of Quest Attractions]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* [Global and National Economic Problems], 9, pp. 460–464.

СПІВВІДНОШЕННЯ КОНЦЕПЦІЙ «ПІДПРИЄМНИЦТВО», «ІНТРАПРЕНЕРСТВО» ТА «КОРПОРАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

THE CORRELATION BETWEEN THE CONCEPTS OF «ENTREPRENEURSHIP», «INTRAPRENEURSHIP» AND «CORPORATE ENTREPRENEURSHIP»

У статті здійснено огляд виникнення та використання понять «підприємництво», «корпоративне підприємництво» та «інтрапренерство», досліджено змістовне наповнення та взаємозв'язок означених понять. Визначено, що концепції інтрапренерства, корпоративної венчурної діяльності, стратегічного підприємництва та корпоративного підприємництва застосовуються для характеристики різноманітних організаційних феноменів, що вказують на здійснення процесу підприємництва на рівні окремої організації. Встановлено, що підприємницька орієнтація співробітників виражається у прояві ініціативи, розпізнаванні та організації соціальних, економічних механізмів створення нової цінності пропозиції, прийняття ризику та можливих невдач. Запропоновано застосувати поняття «корпоративне підприємництво», оскільки воно акумулює у собі всі можливі прояви підприємницької поведінки працівників у межах бізнес-організацій.

Ключові слова: підприємництво, корпоративне підприємництво, стратегічне підприємництво, інтрапренерство, внутрішнє підприємництво, корпоративна венчурна діяльність.

ство», «інтрапренерство» і «корпоративне підприємництво», дослідовані суцільне наповнення і взаємозв'язок означених понять. Определено, что концепции интрапренерства, корпоративной венчурной деятельности, стратегического предпринимательства и корпоративного предпринимательства применяются для характеристики различных организационных феноменов, которые указывают на осуществление процесса предпринимательства внутри отдельной организации. Установлено, что предпринимательская ориентация сотрудников выражается в проявлении инициативы, распознавании и организации социальных, экономических механизмов создания нового ценностного предложения, принятия риска и возможных неудач. Предложено применять понятие «корпоративное предпринимательство», поскольку оно аккумулирует в себе все возможные проявления предпринимательского поведения работников в пределах бизнес-организаций.

Ключевые слова: предпринимательство, корпоративное предпринимательство, стратегическое предпринимательство, интрапренерство, внутреннее предпринимательство, корпоративная венчурная деятельность.

В статье сделан обзор возникновения и использования понятий «предприниматель-

УДК 005.342:330.341.1

<https://doi.org/10.32843/bses.54-19>

Мисилюк В.С.

аспірантка кафедри бізнес-економіки та підприємництва
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Mysyliuk Vlada

Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

The article presents the author's observations on the occurrence and application of concepts «corporate entrepreneurship» and «intrapreneurship», the content of mentioned terms is investigated. It is demonstrated that these concepts are used to characterize different organizational phenomena, which reveal the execution of the process of entrepreneurship at the level of business enterprise. It is emphasized that the process of entrepreneurship inside organizations means the exploitation of new opportunities by individuals independent of the resources they currently control. Entrepreneurship is explained as the dynamic process of creating incremental wealth and stimulating the surrounding environment though new combinations of existing or novel resources. The common features and differences of independent entrepreneurship and corporate entrepreneurship are provided. The article clarifies that entrepreneurial orientation of the personnel can be indicated through the existence of three behavioral attributes: initiative taking, organizing social and economic mechanisms to turn resources into value propositions and wealth, acceptance of the risk and possible failure. The identification and exploitation of the creativity and innovation capability of internal organizational members is considered as essential mean of the activation of human potential, which leads to increase in internal process effectiveness and creation of new businesses. Concepts «intrapreneurship», «corporate venturing», «strategic entrepreneurship» and «corporate entrepreneurship» are used to define entrepreneurial process inside organization. It is highlighted that the aim of the research is to illustrate the correlation between the concepts «entrepreneurship», «intrapreneurship», «corporate entrepreneurship». The different approaches to corporate entrepreneurship are presented: strategy oriented approaches, approaches oriented on organizing, culture and personality-oriented approaches. It is proposed to use term «corporate entrepreneurship», as it accumulates all possible manifestations of entrepreneurial behavior of the personnel inside organizations.

Key words: entrepreneurship, corporate entrepreneurship, strategic entrepreneurship, intrapreneurship, internal entrepreneurship, corporate venturing.

Постановка проблеми. Зміни у практиці управління багатьох зарубіжних та, останнім часом, українських підприємств зумовлює входження в обіг таких понять, як «інтрапренерство» та «корпоративне підприємництво». Дані терміни позначають нові концепції управління, що засновуються на заохоченні співробітників до висунення власних ідей з удосконалення внутрішніх процесів, а також стосовно розроблення та впровадження нових технологій, продуктів, послуг. Такі співробітники, будучи пов'язаними з материнською компанією, насправді наділяються широкими повноваженнями та автономією стосовно реалізації інноваційних проектів та можуть діяти у способи, які при таманні радше незалежним підприємцям, аніж

працівникам існуючих підприємств. Широкий набір форм та методів реалізації творчого потенціалу співробітників зумовлює існування термінологічної однозначності у поясненні таких організаційних феноменів. Використання понять «інтрапренерство» та «корпоративне підприємництво» часто не суперечать один одному, хоча думки науковців стосовно їх співвідношення розходяться. Дана ситуація актуалізує необхідність здійснення теоретичного осмислення змісту зазначених понять та доцільності їх використання під час опису конкретних організаційних явищ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань генерації та реалізації інноваційних проектів внутрішніми підприємцями при-

свячено роботи таких дослідників: Р. Пітерсона та Д. Бергера [1], Н. Макраї [2], Р. Кантер [3], Г. Піншо [4], М. Морріса, Д. Куратко та Дж. Ковіна [5], П. Друкера [6], М. Ебнера, Г. Франка, К. Корунки та М. Люгера [7], Ю. Грудзевич [8] та ін. Високо оцінюючи дані напрацювання у сфері інтрапренерства та корпоративного підприємництва, варто відзначити необхідність уточнення співвідношення означених організаційних феноменів.

Постановка завдання. Метою дослідження є огляд підходів різних науковців до пояснення змісту підприємництва, інтрапренерства та корпоративного підприємництва, а також надання пропозиції стосовно їх співвідношення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перші ідеї про привнесення підприємницьких ідей у великі стабільні компанії з'явилися у 70-х роках ХХ ст. Р. Пітерсон (R. Peterson) та Д. Бергер (D. Berger) у статті *Entrepreneurship in Organizations: Evidence from the Popular Music Industry* (1971 р.) [1] досліджували особливості управління компаніями, які функціонують в умовах частоті та стрімкої зміни зовнішнього середовища: технологічного, економічного, конкурентного, ринку праці та ресурсів за умов фрагментації ринків та нових вимог споживачів, змін у законодавчому та регуляторному полі, а також стрімкої глобалізації та взаємозалежності як економік різних країн, так і окремих галузей.

Н. Макраї (N. Macrae) виклав результати свого дослідження у статті *The Coming Entrepreneurial Revolution* (1976 р.) [2] та означив рух у напрямі «підприємницької революції», яка значно змінює методи управління бізнесом та означає зникнення великих бізнес-корпорацій (big business corporations) у звичній для нас формі. Топ-менеджмент був уже не спроможний забезпечити підвищення ефективності діяльності організацій суто за рахунок принципів наукового менеджменту, розроблених Ф. Тейлором, та адміністративних принципів А. Файоля. Такі принципи дають змогу підвищувати внутрішню продуктивність та ефективність організацій за відносно стабільних зовнішніх умов. Уже 70–80-ті роки ХХ ст. показали, що дестабілізація товарних та фінансових ринків, міжнародна конкуренція висувують необхідність у гнучкості організацій, швидкості реагування на запити споживачів, адаптивних та мотивованих працівників, а також продукції з коротшими життєвими циклами. Це змусило менеджерів застосувати абсолютно відмінні принципи: співробітництва, орієнтації на креативні підходи до вирішення проблем, активного обміну інформацією.

Поняття «інтрапренерство» виникло у США у 80-х роках ХХ ст., уже через декілька десятків років у крупних корпораціях з'явилася посада інтрапренера, тобто співробітника, який займається підвищенням ефективності господарської

діяльності, головним чином, через використання творчого потенціалу співробітників та надання їм доступу до власних ресурсів компанії [9].

Нові ідеї та принципи управління знайшли розвиток у роботах Р. Кантер (R.M. Kanter). Зокрема, книга *The Change Masters. Innovation and Entrepreneurship in the American Corporation* (1983 р.) [3] акцентує увагу на способах, методах, принципах, які б стимулювали створення й упровадження більшої кількості інновацій та вияв ініціативи працівників великих підприємств. Важливою різницею інноваційних та стагнующих компаній було відзначено те, що у перших ефективно використовуються можливості та повноваження для вирішення поточних проблем та перешкод організації шляхом упровадження як масштабних інновацій різного роду (продуктів, послуг, технологічних процесів, маркетингових стратегій та організаційних практик) так і мікроінновацій, які у цілому формують здатність компанії бути чутливими та адаптивними до нових вимог зовнішнього середовища. Організації, які створюють внутрішній контекст на базі прогресивних практик управління людським капіталом, демонструють довгострокову прибутковість та зростання інших фінансових показників діяльності.

Р. Кантер у *The Change Masters* застосовує поняття «корпоративний підприємець» (corporate entrepreneur) [3, с. 21] та чітко встановлює взаємозв'язок інновацій та корпоративного підприємця. Інновації – термін, який застосовується у декількох розуміннях: 1) нові винаходи, які відрізняються своєю оригінальністю та привносять щось нове для організації; 2) упровадження чогось нового для організації, що не обов'язково є абсолютно новим для неї, та тотожне поняттю «зміни» [3, с. 395]. Уважаємо за можливе повністю погодитися з таким трактуванням концепції «інновацій» та додати сучасне прикладне визначення, яке викладене у Керівництві Осло 2018 р. (четверта редакція): «Бізнес-інновація – новий чи вдосконалений продукт або бізнес-процес (або комбінація зазначеного), які було впроваджено на ринок або в діяльність підприємства та значно відрізняються від попередніх продуктів та бізнес-процесів» [10, с. 33]. Поняття «підприємець», на думку Р. Кантер, описує людей, які знаходяться попереду інновацій (the people behind the innovation), тобто це ті, хто «підбирає» нові ідеї, завойовує підтримку та впроваджує інновації з метою отримання ефекту для організації [3, с. 395]. Таке розуміння підприємця розширює стандартний підхід, за якого підприємець асоціюється лише з особою, яка створює власне підприємство. Корпоративний підприємець (внутрішній підприємець, інтрапренер) володіє усіма характеристиками, що асоціюється з незалежним підприємцем (антрепренером), але діє в межах великих організацій

та змінює її шляхом упровадження інновацій, які різняться масштабом та сферою застосування. Таким є первинне розуміння корпоративного підприємця, причому воно у більш пізніх роботах інших науковців розвивається саме у такому напрямі, поглиблюється та обґрунтовується через сучасні оновлені концепції та принципи.

У 1985 р. було опубліковано книгу Гіффорда Піншо (Gifford Pinchot) *Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur* [4], де використано та обґрунтовано поняття «інтрапренерство» (intrapreneurship), яке є скороченням від внутрішньокорпоративного підприємництва (intracorporate entrepreneurship). Даний термін складається з intra – «всередині», відповідно, intracorporate – внутрішньокорпоративний», а також entrepreneurship – «підприємництво». Гіффорд Піншо (Gifford Pinchot) визначає інтрапренерство як революційну систему акселерації інновацій усередині великих фірм шляхом кращого використання їхнього підприємницького таланту. У подальшому використання терміна «інтрапренерство» було популяризовано. Дослідник пояснював значення інновацій та внутрішніх підприємств виразом *large firms must innovate or die*, вважаючи, що лише інновації можуть забезпечити конкурентоспроможність великих господарських одиниць. Міжнародна конкуренція – ключовий чинник життєдіяльності американських організацій, тому конкурентна перевага може бути сформована за високої продуктивності інновацій, що нівелюватиме зростання виробничої продуктивності бізнес-організацій, які орієнтовані на залучення низько оплачуваної праці та дешевої сировини. Дана книга надає рекомендації для людей, які працюють усередині організацій, як розвивати нові ідеї в межах даних підприємств у реальні нові бізнесові напрями.

Деякі дослідники вважають, що залишатися підприємцем у великій організації неможливо, тому поєднання слів підприємець та корпорація є взаємовиключним. Практика доводить, що розвиток підприємницьких навичок персоналу може окупити вкладені на це ресурси та створити для організації можливість бути інноваційною, а отже, конкурентоспроможною у довгостроковій перспективі. Існуючі структури та процеси, безумовно, піддаються перетворенню відповідно до потреб нових учасників – корпоративних підприємців. Надзвичайно важливими виявляється здатність організації до навчання та створення нової підприємницької філософії топ-менеджменту [5].

Стандартні показники ефективності та продуктивності організацій не відповідають потребам високотурбулентного зовнішнього середовища, де високі позитивні значення загальноприйнятих критеріїв успіху підприємства не гарантують його довгострокового функціонування. Гнучкість, креа-

тивність проактивна поведінка та здатність навчатися створюють базис для конкурентної боротьби на ринках. Саме бажання реалізувати всередині великого бізнесу переваги, що традиційно асоціюються з малими організаційними формами (зростання, гнучкість, інноваційність), призвело до появи концепції корпоративного підприємництва. Перші ідеї про впровадження підприємницьких механізмів усередині існуючих підприємств стали відповіддю на питання збереження та розвитку конкурентоспроможності великих підприємств [11, с. 13].

Термін «інтрапренерство» іноді піддають критиці, вважаючи, що у такому разі внутрішній підприємець розглядається як певне унікальне явище, похідне від зовнішнього, незалежного підприємця (антрепренера), але абсолютно відмінне від останнього. Такої думки притримуються М. Морріс (M. Morris), Д. Куратко (D. Kuratko) та Дж. Ковін (J. Covin) [5, с. 37], які розуміють підприємництво як процес створення цінності через унікальні комбінації ресурсів для використання ринкових можливостей [5, с. 35]. Таке розуміння підприємництва є досить широким та не бере до уваги контекст, за якого здійснюватиметься процес створення нової цінності – це може бути заснування стартапу або впровадження інноваційних ідей у контексті існуючого підприємства. Дослідники [5, с. 36, 38] сформували перелік спільних характеристик та відмінностей означених понять (табл. 1).

Спільними рисами визнано: ідентифікація нових можливостей; наявність унікальної бізнес-концепції у формі нових продуктів, послуг, процесів; лідер (підприємець) разом із командою втілюють нову концепцію в реальність; лідер повинен бути здатним поєднувати конфліктуючі функції менеджера та підприємця; використання «вікна можливостей» для капіталізації бізнес-ідеї; створення цінності та орієнтація на потреби споживача; подолання опору та перешкод завдяки здатності генерувати інноваційні рішення; прийняття ризику та формулювання стратегій управління ризиком; формулювання оригінальних стратегій управління ресурсами; діяльність в умовах невизначеності; необхідність формулювання стратегій виходу з бізнесу.

Отже, спільність «підприємництва» та «корпоративного підприємництва» зумовлена тим, що два поняття, по суті, визначають один і той самий процес застосування концепцій та методів менеджменту, що радикально збільшує віддачу від витрачених ресурсів, створює нові ринки та нових покупців [6, с. 42], але перебіг даного процесу відбувається в абсолютно різних контекстах, які накладають особливі обмеження як на незалежного підприємця, так і на корпоративного підприємця. Нову цінність можуть забезпечити саме інновації, тому П. Друкер визначає саме інноваційну діяльність як інструмент, за допомогою якого

Відмінні характеристики незалежного та корпоративного підприємництва, визначені М. Моррісом (M. Morris), Д. Куратко (D. Kuratko) та Дж. Ковіном (J. Covin)

Незалежне підприємництво (start-up entrepreneurship)	Корпоративне підприємництво (corporate entrepreneurship)
<p>Підприємець приймає усі ризики на себе повною мірою</p> <p>Підприємець є власником інноваційної ідеї</p> <p>Підприємець володіє бізнесом повністю або частково (за неодноособного володіння частка його корпоративних прав дає змогу впливати на усі рішення)</p> <p>Потенційна винагорода підприємця теоретично є необмеженою</p> <p>Велика ціна невдачі</p> <p>Надзвичайно чутливий до зовнішнього впливу</p> <p>Підприємець характеризується високим ступенем незалежності, хоча його успіх обов'язково підкріплюється професійною командою</p> <p>Гнучкість та легкість зміни напряму діяльності, можливість експериментувати</p> <p>Швидкість у прийнятті рішень</p> <p>Відсутність захисту, підприємець несе повну відповідальність за результати діяльності власного підприємства</p> <p>Складність отримання цінної поради, невелике коло професіоналів, з якими можна порадитися</p> <p>Обмеженість у масштабах діяльності (власні ресурси зазвичай є надзвичайно обмеженими, отримання кредитів лімітоване через високий ризик, знайти венчурного капіталіста видається складним завданням)</p> <p>Надзвичайно лімітовані ресурси як за кількістю, так і за якістю</p>	<p>Організація несе всі ризики, крім ризику, пов'язаного з кар'єрою</p> <p>Організація є власником бізнес-ідеї, їй належать права інтелектуальної власності на результати інноваційної діяльності</p> <p>Корпоративний підприємець може не мати частки у статутному капіталі організації або мати незначну частку</p> <p>Встановлюються чіткі обмеження на фінансову винагороду корпоративного підприємця</p> <p>Більше можливостей для невдач завдяки організаційній підтримці</p> <p>Корпоративний підприємець певною мірою ізольований від впливу зовнішнього середовища</p> <p>Висока взаємозалежність корпоративного підприємця з іншими співробітниками організації, корпоративний підприємець повинен мати високий ступінь довіри менеджерів та команди</p> <p>Правила, процедури та бюрократія перешкоджають маневрувати корпоративному підприємцю</p> <p>Довгий процес отримання дозволу та прийняття будь-якого рішення</p> <p>Корпоративний підприємець є співробітником певної організації, його права як працівника захищені трудовим законодавством</p> <p>Організація акумулює у собі значний інтелектуальний капітал, корпоративний підприємець може отримати професійну підтримку у різних сферах</p> <p>Можливість до швидкого нарощення масштабів діяльності завдяки ресурсам організації</p> <p>Корпоративний підприємець має доступ до значних організаційних ресурсів: фінансування, проведення науково-дослідних розробок, виробниче обладнання, відділи збуту, бренд, налагоджені канали розподілу продукції, можливості проведення глибоких ринкових досліджень, напрацьована база споживачів</p>

Джерело: згруповано автором на основі [5, с. 38]

підприємець може використовувати нові можливості. Цілеспрямований пошук нових джерел інновацій та ідентифікація нових можливостей у змінному, турбулентному середовищі мають бути спрямованими на забезпечення ефективності та результативності інноваційної діяльності [6]. Інноваційність виступає як іманентна характеристика підприємництва незалежно від контексту, у якому воно здійснюється.

Часто поняття «корпоративний підприємець» та «інтрапренер» визнаються тотожними за своїм сутнісним змістом та використовуються взаємозамінно. При цьому варто зауважити, що поняття «корпоративне підприємництво» та «інтрапренерство» не є абсолютно синонімічними термінами, хоча й означають діяльність внутрішнього підприємця, що обмежена організаційними межами, цілями, ресурсами та забезпечує проведення змін різного роду всередині підприємства, що найчастіше досягається за рахунок упровадження інновацій. Уважаємо, що корпоративне підприємництво та інтрапренерство співвідносяться як ціле та частина. Існують різні підходи до пояснення змісту корпоративного підприємництва та організаційних феноменів, які асоціюються з ним (табл. 2).

З огляду на існування множини поглядів стосовно сутності та форм внутрішнього підприємництва пропонується використовувати термін «корпоративне підприємництво» як такий, що акумулює у собі всі різновиди організаційних феноменів, пов'язаних з упровадженням інновацій різного роду всередині підприємств. Варто навести підходи до пояснення корпоративного підприємництва. М. Ебнер, Г. Франк, К. Корунка, М. Люгер пропонують групування існуючих думок на такі підходи:

- підходи, орієнтовані на стратегії (інтерпретують підприємництво як засіб посилення інноваційності);
- підходи, орієнтовані на організавання;
- підходи, орієнтовані на культуру;
- особистісно-орієнтовані підходи (внутрішнє підприємництво або інтрапренерство) [7, с. 22–27].

Звідси можна зробити висновок, що поняття «інтрапренерство» найчастіше використовують, коли дослідження фокусуються саме на аспектах культури організації та особистісних якостях працівників підприємства: їхніх соціальних компетенціях, рівні мотивації, прагненні досягнень та автономії на робочому місці, а також цілеорієнтації на досягнення намічених цілей. Дослідження у даному напрямі наукових пошуків, як правило,

Підходи різних науковців до співвідношення понять корпоративного підприємництва та інтрапренерства

Автори	Співвідношення корпоративного підприємництва та інтрапренерства
J. Covin, M. Miles	Інтрапренерство як організаційний феномен корпоративного підприємництва (як складник корпоративного підприємництва)
J. Stopford, C. Baden-Fuller	Інтрапренерство як організаційний феномен корпоративного підприємництва (як складник корпоративного підприємництва). Відбувається ототожнення корпоративної венчурної діяльності з інтрапренерством
N. Thornberry	Інтрапренерство як організаційний феномен корпоративного підприємництва (як складник корпоративного підприємництва)
D. Kuratko, M. Morris	Не уточнюють співвідношення корпоративного підприємництва та інтрапренерства
M. Bierwerth, C. Schwens, R. Isidor, R. Kabst	Не уточнюють співвідношення корпоративного підприємництва та інтрапренерства
E. McFadzean, A. O'Loughlin, E. Shaw	Корпоративне підприємництво може використовуватися взаємозаміно з інтрапренерством
R. Santos, M. Spann	Корпоративне підприємництво ототожнюється з інтрапренерством, що виявляється у дефініції корпоративного підприємництва
L. Höglund	Корпоративне підприємництво ототожнюється з інтрапренерством, що виявляється у дефініції корпоративного підприємництва
P. Sharma, J. Chrisman	Корпоративне підприємництво ототожнюється з інтрапренерством, що виявляється у дефініції корпоративного підприємництва

Джерело: складено автором на основі [13–17; 12, с. 352; 18–20]

містять з'ясування особливостей організаційної культури, що стимулює працівників до генерації та впровадження власних нових ідей продуктів та послуг. Для підприємств важливо ідентифікувати таких внутрішніх підприємців та створити умови для розроблення їхніх ідей. Джерелом інтрапренерів є працівники нижніх рівнів ієрархії (операційних підрозділів або ринково орієнтованих підрозділів), які безпосередньо задіяні у процесі виробництва продукції, надання послуг або контактують із зовнішніми стейкхолдерами підприємства: споживачами та постачальниками. Володіння необхідними знаннями, навичками та кваліфікацією, а також цінною інформацією стосовно проблем, які існують в операційній діяльності підприємства, робить інтрапренерів потужним драйвером удосконалення поточної діяльності. При цьому внутрішні підприємці потребують особливих організаційних структур, механізмів фінансування та процедур для впровадження інновацій. Поширеною є думка, що для активізації інтрапренерів зовсім не є потрібними спеціальні організаційні структури: підприємницька діяльність ніби розпорошена на різних рівнях бізнес-організації, вона є «невимушеною», несанкціонованою. Дана теза не може претендувати на єдине правильне розуміння процесу інтрапренерства, адже, наприклад, Ю.І. Грудзевич у своєму дослідженні [8, с. 36, 147–156] доводить необхідність створення окремої інтрапренерської одиниці, що має тимчасовий або постійний характер та зорієнтована на впровадження інноваційного проєкту.

Структурні та процесні аспекти найчастіше розглядаються у сфері досліджень корпоративної венчурної діяльності. Інновації потребують фінансування за рахунок особливого ризикового капіталу (венчурного капіталу), а також створення організаційних структур, захищених від бюрократичного тиску, з гнучкими, швидкими процесами прийняття рішень (створення венчурних команд, венчурних підрозділів, бізнес-інкубаторів та акселераторів, компаній типу спін-офф та спін-аут).

Стратегічне підприємництво, як правило, не призводить до створення нових бізнесів, але через упровадження інновацій у сферах стратегії, пропозиції товарів, цільових ринків, внутрішньої організації (структури, процеси, здатності), бізнес-моделі призводить до нових комбінацій ресурсів, тобто створення нової цінності для всіх стейкхолдерів бізнес-організації. Ініціативи з упровадження інновацій у сферах стратегії, внутрішньої організації, бізнес-моделі плануються та реалізуються співробітниками самого підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідивши різноманіття у розумінні сутності корпоративного підприємництва та організаційних явищ, які асоціюються з ним, доходимо висновку, що залежно від сфери, в якій відбувається впровадження підприємницьких ініціатив, виокремлюють корпоративну венчурну діяльність, інтрапренерство та стратегічне підприємництво.

Ідентифіковано необхідність у подальшому глибинному вивченні типів корпоративного підприємництва за специфікою побудови організа-

ційної структури, типом інновацій, необхідними ресурсами, фінансуванням, системою винагороди та результатами, які генерує кожен тип. Удосконалена типологія зможе використовуватися під час визначення факту імплементації та стимулювання того чи іншого типу корпоративного підприємства, а отже, і встановлення параметрів організаційного дизайну, які створюватимуть сприятливі умови для ефективного та результативного впровадження інновацій. Реалізація підприємницьких ініціатив працівників підприємства може відбуватися, як зазначено вище, у трьох основних формах, але вибір форми для даного підприємства залежить від визначеної стратегії, доступних ресурсів (за критеріями якості та кількості), можливостей проведення змін в організаційній структурі та внутрішніх процесах, існуючої кадрової політики та гнучкості організаційної культури, намірів топ-менеджменту стосовно нових бізнесів.

Результатом корпоративного підприємства як цілеспрямованої діяльності є досягнення економічного ефекту у вигляді додаткових грошових потоків, економії ресурсів, швидкого реагування на нові запити зовнішнього середовища, що загалом результує у забезпеченні довгострокової конкурентоспроможності та стійкої інноваційної позиції підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Peterson R., Berger D. Entrepreneurship in Organizations: Evidence from the Popular Music Industry. *Administrative Science Quarterly*. 1971. Vol. 16. № 1. P. 97–106.
2. Macrae N. The Coming Entrepreneurial Revolution. *The Economist*. 1976. P. 41–65.
3. Kanter R.M. The Change Masters. Innovation and Entrepreneurship in the American Corporation. New York : Simon&Schuster, Inc., 1984. 432 p.
4. Pinchot III G. Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur. New York : Harper&Row Publishers, 1986. 368 p.
5. Morris M.H., Kuratko D.F., Covin J.G. Corporate Entrepreneurship and Innovation: Entrepreneurial Development within Organizations. Mason : Cengage Learning, Inc, 2011. 471 p.
6. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации / пер. с англ. Москва : Вильямс, 2009. 432 с.
7. Предпринимательская ориентация в организации. Внутреннее предпринимательство / М. Эбнер и др. ; пер. с нем. О.А. Шипилова. Харьков : Гуманитарный Центр, 2010. 284 с.
8. Грудзевич Ю.І. Формування та розвиток інтрапренерства як форми реалізації інноваційної діяльності на машинобудівних підприємствах : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Луцьк, 2017. 207 с.
9. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. I. Предприниматель и предпринимательство / пер. с англ. ; общ. ред. В.С. Загашвили. Москва : Прогресс, 1992. 160 с.

10. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg. URL: <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>

11. Внутрифирменное предпринимательство: подходы к изучению вопроса / Г.В. Широкова и др. Санкт-Петербург : Центр предпринимательства Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, 2008. 52 с.

12. McFadzean E., O'Loughlin A., Shaw E. Corporate entrepreneurship and innovation part 1: the missing link. *European Journal of Innovation Management*. 2005. Vol. 8. № 3. P. 350–372.

13. Covin J., Miles M. Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1999. P. 47–63.

14. Stopford J., Baden-Fuller C. Creating Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*. 1994. № 7. P. 521–536.

15. Thornberry N. Corporate Entrepreneurship: Antidote or Oxymeron? *European Management Journal*. 2001. Vol. 19. № 5. P. 526–533.

16. Kuratko D.F., Morris M.H. Corporate Entrepreneurship: A Critical Challenge for Educators and Researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*. 2018. № 1. P. 42–60.

17. Bierwerth M., Schwens C., Isidor R., Kabst R. Corporate entrepreneurship and performance: A meta-analysis. *Small Business Economics*. 2015. P. 255–278.

18. Santos R., Spann M. Collective entrepreneurship at Qualcomm: combining collective and entrepreneurial practices to turn employee ideas into action. *R&D Management*. 2011. № 41. P. 443–456.

19. Höglund L. Affinities in Corporate Entrepreneurship – a Literature Review. *Marketing and Entrepreneurship*. 2009. P. 1–17.

20. Sharma P., Chrisman J.J. Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1999. P. 11–27.

REFERENCES:

1. R. Peterson, D. Berger (1971). Entrepreneurship in Organizations: Evidence from the Popular Music Industry. *Administrative Science Quarterly*, vol. 16, no. 1, pp. 97–106.
2. Macrae N. (1976) The Coming Entrepreneurial Revolution. *The Economist*, pp. 41–65.
3. Kanter R. M. (1984) The Change Masters. Innovation and Entrepreneurship in the American Corporation. New York: Simon&Schuster, Inc. (in English)
4. Pinchot III G. (1986) Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur. New York: Harper&Row Publishers. (in English)
5. Morris M. H., Kuratko D. F., Covin J. G. (2011) Corporate Entrepreneurship and Innovation: Entrepreneurial Development within Organizations. Mason: Cengage Learning, Inc. (in English)
6. Druker P. F. (2009) *Biznes i innovatsii* [Innovation and entrepreneurship]. Moscow: Williams. (in Russian)

7. Ebner M., Frank G., Korunka K., Lyuger M. (2010) *Predprinimatel'skaya orientatsiya v organizatsii. Vnutrennee predprinimatel'stvo* [Entrepreneurial orientation in the organization. Intrapreneurship]. Kharkiv: Humanitarian Center. (in Russian)
8. Ghrudzevych Ju. I. (2017) *Formuvannja ta rozvytok intrapreneerstva jak formy realizacii innovacijnoji dijialnosti na mashynobudivnykh pidpryjemstvakh* [Formation and development of intrapreneurship as a form of realization of innovative activity at machine-building enterprises] (PhD Thesis), Lutsk: Lesya Ukrainka Eastern European National University.
9. Khizrich R., Piters M. (1992) *Predprinimatel'stvo, ili Kak zavesti sobstvennoe delo i dobit'sya uspekha* [Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing a New Enterprise]. Moskva: Progress. (in Russian)
10. OECD (2018) *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*. 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities. Paris: OECD Publishing.
11. Shirokova G.V., Sarycheva V.A., Blagov E.Yu., Kulikov A.V. (2008) *Vnutrifirmennoe predprinimatel'stvo: podkhody k izucheniyu voprosa* [Corporate entrepreneurship: Research approaches]. St. Petersburg: Center for Entrepreneurship, Graduate School of Management, St. Petersburg State University, pp. 5–52.
12. McFadzean E., O'Loughlin A., Shaw E. (2005) Corporate entrepreneurship and innovation part 1: the missing link. *European Journal of Innovation Management*. vol. 8, no. 3, pp. 350–372.
13. Covin J., Miles M. (1999) Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 47–63.
14. Stopford J., Baden-Fuller C. (1994) Creating Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*. no 7, pp. 521–536.
15. Thornberry N. (2001) Corporate Entrepreneurship: Antidote or Oxymoron? *European Management Journal*. vol. 19, no. 5, pp. 526–533.
16. Kuratko D. F., Morris M. H. (2018) Corporate Entrepreneurship: A Critical Challenge for Educators and Researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, no. 1, pp. 42–60.
17. Bierwerth M., Schwens C., Isidor R., Kabst R. (2015) Corporate entrepreneurship and performance: A meta-analysis. *Small Business Economics*. pp. 255–278.
18. Santos R., Spann M. (2011) Collective entrepreneurship at Qualcomm: combining collective and entrepreneurial practices to turn employee ideas into action. *R&D Management*, no. 41, pp. 443–456.
19. Höglund L. (2009) Affinities in Corporate Entrepreneurship – a Literature Review. *Marketing and Entrepreneurship*, pp. 1–17.
20. Sharma P., Chrisman J. J. (1999) Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 11–27.

ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА ТА НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНІ ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

BEHAVIORAL ECONOMY AND NEUROMARKETING AS MODERN MEANS OF INCREASING ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Новий технологічний прогрес, досягнутий протягом останнього десятиліття, дав змогу науковій спільноті досліджувати та застосовувати нейрофізіологічні заходи не лише для наукових цілей, а й для вивчення поведінки людини в реальних та повсякденних життєвих ситуаціях. Метою цієї статті є розуміння того, як і чи можна ефективно використовувати нейронаукові технології, щоб краще зрозуміти поведінку людини в реальному контексті прийняття рішень. Підприємствам потрібно повністю зрозуміти процеси прийняття рішень споживачами, щоб вони процвітали в сучасних конкурентних бізнес-середовищах, які зараз є занадто раціоналізовані. В епоху глобалізації та системної кризи конкурентоспроможність є єдиним критерієм ефективності та попиту на продукцію. Конкурентоспроможність підприємств є важливим аспектом ринкового середовища, вона описує здатність підприємства адаптуватися до складних ринкових умов і займати лідируючу позицію та утримувати її на місці протягом тривалого періоду.

Ключові слова: поведінкова економіка, конкурентоспроможність, підприємство, нейромаркетинг, поведінка споживачів, ірраціоналізм.

Новый технологический прогресс, достигнутый в течение последнего десяти-

летия, позволил научному сообществу исследовать и применять нейрофизиологические мероприятия не только для научных целей, но и для изучения поведения человека в реальных и повседневных жизненных ситуациях. Целью этой статьи является понимание того, как и можно ли эффективно использовать нейронаучные технологии, чтобы лучше понять поведение человека в реальном контексте принятия решений. Предприятиям нужно полностью понять процессы принятия решений потребителями, чтобы они процветали в современных конкурентных бизнес-средах, которые сейчас слишком рационализированы. В эпоху глобализации и системного кризиса конкурентоспособность является единственным критерием эффективности и спроса на продукцию. Конкурентоспособность предприятий является важным аспектом рыночной среды, она описывает способность предприятия адаптироваться к сложным рыночным условиям и занимать лидирующую позицию и удерживать ее на месте в течение длительного периода.

Ключевые слова: поведенческая экономика, конкурентоспособность, предприятие, нейромаркетинг, поведение потребителей, иррационализм.

УДК 338.58:65.014

<https://doi.org/10.32843/bses.54-20>

Мітал О.Г.

к.е.н., доцент кафедри індустрії гостинності та сталого розвитку Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Mital Olena

V.I. Vernadsky Taurida National University

New technological advances over the last decade have allowed the scientific community to research and apply neurophysiological measures not only for scientific purposes but also to study human behavior in real and everyday life situations. The purpose of this article is to understand how and whether neuroscience technologies can be used effectively to better understand human behavior in the real context of decision making. Businesses need to fully understand consumer decision-making processes so that they thrive in today's competitive business environment, which is now too streamlined. In an era of globalization and systemic crisis, competitiveness is the only criterion for efficiency and demand for products. The competitiveness of enterprises is an important aspect of the market environment, it describes the ability of the enterprise to adapt to difficult market conditions and to take a leading position and keep it in place for a long period. Behavioral economics helps to understand how psychological, social, and emotional factors often contradict and outweigh economic incentives when people make decisions. What really excites us, and apparently a lot of other people, is how the principles of behavioral economics are starting, more and more, to be used in practice – to drive positive behavior change that addresses real challenges. All over the world, behavioral scientists are coming out of the lab and helping governments, companies, and non-profits with their issues. And while it's getting more and more common today, it hasn't really been that long since it started. Behavioral economics can help us discover ways to limit the organizational impact of bias and cognitive constraints - or use them ethically to help increase the value of the enterprise. This article examines consumer behavior in terms of behavioral economics and neuromarketing to better understand consumer needs and gain competitive advantage. Neuromarketing as a practical section of behavioral economics can transform the marketing process of enterprises and is used in several ways, significantly increasing the likelihood of market success of the firm, being its important competitive advantage.

Key words: behavioral economics, competitiveness, enterprise, neuromarketing, consumer behavior, irrationalism.

Постановка проблеми. Після світової фінансово-економічної кризи 2008 р. в середовищі економістів усе частіше піднімається питання про те, що багато положень економічної теорії, яка не змогла передбачити катастрофічні для світової економіки події, потребують перегляду. Альтернативне бачення складних сучасних проблем запропонувала поведінкова економіка. В основу нового бачення, пропонованого поведінковою економікою, лягли емпіричні дослідження поведінки людини в економічному середовищі, які дали змогу представити опис цієї поведінки складнішими і змістовними моделями,

ніж ті, які пропонувала неокласика. Нейромаркетинг як практичний розділ поведінкової економіки дає змогу трансформувати маркетинговий процес підприємств і використовується в багатьох напрямках, значно підвищуючи ймовірність ринкового успіху фірми, будучи її важливою конкурентною перевагою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню історії виникнення поведінкової економіки присвячено роботи Еріка Енгнера, Стейнара Холдена, а також Коліна Камерера. У 2017 р. українською мовою вийшла книга Річарда Талера, в якій він досить докладно розглядає ці питання.

Серед вітчизняних досліджень можна відзначити роботи А.В. Беляніна, Р.І. Капелюшнікова, Ф.Т. Алескерова, В.А. Ключарева, а також А.Н. Шестакової. Розробленням методології та дослідженнями у сфері нейромаркетингу займаються такі науковці, як Д. Залтман, М. Лідстром, Ерік дю Плеса, Д. Тревк, Д. Хіл, М. Гладвел, А. Трайндл. Вітчизняні науковці, які досліджують ці питання, – О.Д. Бойко, А.А. Копейко, Е.Ю. Кан та ін. Однак ще ціла низка важливих питань вимагає вивчення. Насамперед це відноситься до прикладних аспектів застосування доробок поведінкової економіки та нейромаркетингових засобів дослідження для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Постановка завдання. Головною метою статті є дослідження особливостей застосування доробок із поведінкової економіки та нейромаркетингових засобів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економічній науці відбувається процес не тільки розширення предметного поля, а й «радикального олюднення», тобто людина входить в економічну картину світу як початок нових координат сучасного знання.

У зв'язку із цим з'явилися нові напрями економічної науки, у тому числі теорія поведінкових фінансів, теорія ігор, теорія перспектив, теорія обмеженої раціональності, які в сукупності становлять поведінкову економіку.

Поведінкова економіка (behavioral economics) – відносно нова наука, що знаходиться на стику двох наук – економіки і психології, що дає змогу виявити психологічну основу і динаміку ухвалення рішень економічними агентами. Експерти, досліджуючи поведінкову економіку, намагаються зрозуміти, як емоції, психологічні явища і групова динаміка впливають на прийняття економічних рішень.

На відміну від неокласичної теорії (повна раціональність економічних агентів) поведінкова економіка виходить із того, що індивіди можуть приймати нераціональні рішення, невірно виявляти свої переваги в силу психологічних чинників, здійснювати різні когнітивні і поведінкові помилки [1, с. 10]. Свій розвиток поведінкові фінанси отримали порівняно недавно: перші емпіричні дослідження з'явилися на початку 1980-х років, а перші теоретичні роботи, які роблять спробу пояснити їх, – лише до середини 1990-х років (Д. Канеман, А. Тверські, Р. Шиллер та ін.). Можна також назвати численні роботи Ч. Кіндлбергера, який був переконаним противником опори економічного аналізу на занадто вузькі, на його думку, раціональні моделі поведінки. Правомірність ідей Ч. Кіндлбергера підтвердили крах фондового ринку в 1987 р., фінансова криза в країнах Південно-Східної Азії в 1997–1998 рр., а також «зліт і смерть» «мікура» Інтернет-економіки в 2007–2008 рр.

Сьогодні популярними серед економістів і фінансистів стають «поведінкові» пояснення фінансових криз, в яких особлива увага приділяється «людському чиннику», точніше, людським помилкам. Поведінкова економіка, як відомо, акцентує увагу на трьох типах «обмежень», що впливають на поведінку людини: «обмежена сила волі», «обмежений егоїзм», обмежені когнітивні здібності [2, с. 25].

Обмежені когнітивні здібності не дають змоги людині побачити весь спектр можливих рішень, отже, він може «прогледіти» оптимальний варіант. Яскравий приклад, що особливо часто згадується після кризи кінця 2000-х років, – ринок цінних паперів. Неокласична теорія припускає, що ефективність цього ринку пов'язана з наявністю на ньому широкого спектру цінних паперів.

Поведінкова економіка, навпаки, вказує на нездатність інвестора розібратися в надмірному розмаїтті можливостей для вкладення коштів. Саме когнітивні процеси, точніше, когнітивні помилки (іраціональний каганець, автоматичні думки), засновані на суб'єктивному, некритичному сприйнятті і оцінці об'єктивної реальності породжують неадекватні емоції і відповідну поведінку, а не навпаки [3, с. 128].

Експансія теорій економіки, а також їх інтеграція зі сферами психології і нейробіології й зумовили виникнення таких дисциплін, як поведінкова економіка і нейромаркетинг. Поведінкова економіка як точка перетину декількох наукових дисциплін проєктує нові принципи вивчення процесу прийняття рішень, кардинально змінюючи характер усього відтворювального процесу [4, с. 760]. Під час побудови своєї системи категорій, комбінуючи поняття фундаментальних нейронаук, експериментальної економіки, когнітивного і соціального розділів психології, поведінкова економіка розглядає людину з різних боків:

- як економічний суб'єкт, який прагне задовольнити власні потреби;
- як об'єкт, якому властивий великий спектр почуттів і емоцій;
- як організм, здатний до розумової діяльності, що забезпечує своє функціонування за рахунок імпульсів, руху нейронів.

Поведінкова економіка стала першою сходинкою до перегляду поглядів економістів на споживача. Порівняльний аналіз поведінкової економіки виявив значні розбіжності між раціональним і реальною людиною [5, с. 38]. Так, раціональна людина:

- Знає всі альтернативи.
 - Чи здатна до їх раціонального ранжирування.
 - Уподобання характеризуються постійністю.
 - Строго послідовна у своїх діях.
- Реальна людина:
- Альтернатив занадто багато.

- Ранжування – важкий процес.
- Уподобання змінюються.
- Вибір найчастіше є імпульсивним, емоційним.

До недавнього часу протиріччя в поведінці економічно активної людини ставилися до питань індивідуального споживання, тому не бралися до уваги на макроекономічному рівні. Якщо традиційні методи вивчення процесу прийняття рішень відштовхувалися від прагнення споживачів до максимізації корисності, то дослідження американських учених-психологів, Канемана і Тверські почалися з вивчення інших чинників, що впливають на прийняття поведінкових рішень окремим індивідом. Згодом саме на основі вивчення індивідуального споживання вченими були виявлені поширені масові відхилення від раціональних норм, які були викладені в теорії перспектив Канемана – Тверські.

Теорія перспектив ґрунтується на чотирьох парадоксах споживчої поведінки [6, с. 61]: 1. Ефект точки відліку (або ефект контексту), згідно з яким відношення до грошей визначається не самою сумою, а тим, із чим ця сума порівнюється. 2. Ефект асиметрії функції суб'єктивної цінності, зумовлений тим, що люди здебільшого сприймають втрати в рази болючіше, ніж радіють кількісно аналогічним виграшам. 3. Ефект ілюзії неповоротних утрат полягає у зниженні чутливості до втрат. Іншими словами, для людини, яка витратила велику суму грошей, середні і маленькі суми не здаються значними. Цим пояснюється часте надання компаніями додаткових послуг, товарів, вартість яких значно менше основних. 4. Четвертий парадокс ґрунтується на складності сприйняття людиною такого поняття, як «ймовірність». Як правило, оцінювання ймовірності подій відбувається необ'єктивно: високі ймовірності покупцями дуже часто занижуються, а низькі, навпаки, завищуються. Унаслідок цього когнітивного спотворення одні люди відвідують казино і беруть участь у лотереях, а інші уникають будь-яких додаткових ризиків.

Теорія перспектив покоїться на трьох принципах:

- фіксування точки відліку: результати гри оцінюються відносно нейтральної вихідної точки, якою, як правило, виступає зафіксований статус-кво (результати, які знаходяться вище точки відліку, інтерпретуються як виграти, а ті, що нижче, – як програші);
- зниження чутливості моделі: з ростом багатства зменшується його гранична цінність і чутливість до суб'єктивного сприйняття різниці між сусідніми значеннями за шкалою багатства;
- неприйняття втрат: існує природна асиметрія між суб'єктивним сприйняттям придбань і втрат, втрати завжди здаються більшими, ніж придбання [7, с. 30].

Нейромаркетинг як практичний розділ поведінкової економіки дає змогу трансформувати марке-

тинговий процес підприємств і використовується в декількох напрямках, значно підвищуючи ймовірність ринкового успіху фірми, будучи її важливою конкурентною перевагою. Згідно з дослідженнями психологів і нейробіологів Гарвардського університету, понад 90% розумової діяльності людини протікають на підсвідомому рівні, не контролюваному безпосередньо. Деяким висновком із цього твердження може послужити висловлювання американської вченої-антрополога Маргарет Мід: «Що люди думають, роблять і говорять – це три абсолютно різні речі». Такі найбільш поширені традиційні інструменти маркетингових досліджень, як анкетування, опитування та інтерв'ю, не цілком коректні, хоча до недавнього часу їх застосування вважалося цілком ефективним. Технології нейромаркетингових досліджень дають змогу реєструвати неусвідомлені сенсорні, когнітивні й емоційні реакції людини. Виходячи з прийнятих параметрів – увага, інтерес, запам'ятовування, емоція і дія – визначаються відношення споживача до запропонованих альтернатив і його достовірні переваги.

Загальна мета використання методів нейромаркетинга полягає у тому, щоб зрозуміти взаємозв'язок між маркетинговою діяльністю і відповідною реакцією споживачів. Очікується, що таким чином поряд із суб'єктивними методами самооцінки можна оцінити об'єктивну перспективу діяльності мозку. Різні методи, доступні у цій галузі, варіюються від мови тіла, лицьового кодування, емоційного дизайну, відстеження очей, фМРТ, ЕЕГ, МEG до методу гальванічної провідності шкіри і частоти серцевих скорочень, при цьому найбільш просунутими є ЕЕГ (електроенцефалографія) та фМРТ (функціональна магнітно-резонансна томографія) для візуалізації роботи мозку [8, с. 232]. Ці технічні прийоми, як очікується, запропонують внутрішній погляд на чорний ящик, який є. Основна причина використання цих більш усталених методів полягає у тому, що дані можуть бути отримані без усвідомленого маніпулювання респондентами, і водночас вони можуть реєструвати несвідомі процеси, що відбуваються в організмі людини.

Нейромаркетинг об'єднує нейробіологію і маркетинг. Учені з'ясували, що за роботу людського мозку відповідають три системи:

- неокортекс – за комплексне мислення, логіку і розвиток письмових навичок;
- лімбічна система – за навчання, бере участь в процесі формування короткострокової і довгострокової пам'яті, а також управляє емоціями;
- ретикулярний (рептильний) мозок – за інстинкти.

Коли задіяний неокортекс (ми активно думаємо), споживається до 25% енергії всього організму, це дуже багато. Саме тому більшість рішень мозок приймає інстинктивно (задіюючи лімбічну

систему і ретикулярний мозок), у такому разі витрачається всього близько 10% енергії.

Якби люди підходили до покупок раціонально, похід у магазин тривав кілька діб: потрібно переглянути всі пропозиції й обчислити найвигідніші. На ділі ж вибір на користь того чи іншого продукту відбувається за секунди: на підсвідомому рівні, під впливом емоцій.

За несвідомою реакцією можна визначити емоції, які людина відчуває у відповідь на подразники: зображення, запахи, звуки, дотики. Наприклад, запах ванілі або здоби у деяких людей може включати в мозку центр задоволення, тоді як різкі і неприємні звуки викликають страх, активізуючи ретикулярний мозок, відповідальний за інстинкт самозбереження [9, с. 15].

За допомогою спеціальних приладів (МРТ, ЕЕГ та ін.) учені можуть відстежити і виміряти активність у зонах мозку, які відповідають за емоції, увагу і пам'ять під час демонстрації товарів, відеороликів, сайтів і логотипів.

Під час проведення опитувань респонденти можуть брехати, намагаючись виглядати краще або боячись образити критикою. Нейромаркетинг ж – це спосіб виявити приховані мотиви і переваги споживачів. Розуміння поведінки клієнтів і можливість передбачити їхню реакцію дають змогу компаніям розробляти більш ефективні маркетингові стратегії.

Нейромаркетинг дає змогу зрозуміти:

- що мотивує покупців робити нераціональні і непрактичні покупки;
- чому одні бренди стають культовими, а інші залишаються без роботи;
- які чинники можуть підвищити продажі дорогих товарів;
- як дизайн товару або сайту впливає на бажання споживачів ними користуватися [10].

Висновки з проведеного дослідження. Сьогодні поведінкова економіка є одним із напрямів економічної думки, що найбільш бурхливо розвиваються. Спочатку поведінкова економіка намагалася відповісти на питання, наскільки відповідає поведінка людини під час ухвалення рішення в умовах невизначеності неокласичної моделі, яка передбачала логічну і послідовну максимізуючу поведінку, основним мотивом якої було задоволення власних потреб.

Численні експерименти, проведені у цьому напрямі, зуміли показати обмеженість неокласичної моделі поведінки людини. Поступово висновки, зроблені першими «поведінковими економістами» (behavioral economists), стали застосовуватися для перегляду деяких положень класичної економіки. Розуміння складних коренів прийняття рішень впливає на споживчу стратегію, а також на те, як компанії стимулюють працівників. Такі програми варіюються від розвитку зовнішніх продук-

тів та бізнесу, маркетингу, продажів та інновацій до внутрішніх людських ресурсів та управління талантами.

Замість того щоб припустити, що люди будуть реагувати «раціональними» способами, поведінкова економіка пропонує враховувати складність людської поведінки. Зрештою, коли ми створюємо моделі, продукти чи стимули, важливо враховувати реальну людину, яка стоїть за кінцевим результатом, а не надмірно спрощений однобічний погляд того, хто приймає рішення, часто зображений під час таких процесів.

Термін «нейромаркетинг» став фактично використовуватися тільки в 90-ті роки минулого століття. Теорія і практика нейромаркетинга тільки починає розвиватися. В останні роки бурхливо розвивається сфера нейромаркетинга, що використовує дослідження мозку в управлінському контексті, набуває все більшої популярності як у науковій літературі, так і в практичному світі. Нейромаркетинг – це та галузь знань, де наука про мозок і маркетинг зустрічаються, це медичні знання, технології і маркетинг. Нейромаркетинг включає пряме використання зображень мозку, сканування та інші технології вимірювання мозкової активності для вимірювання реакції суб'єкта на конкретні продукти, упаковку, рекламу або інші маркетингові елементи.

Вивчення фундаментальних основ нейромаркетинга дає змогу зробити висновок про актуальність та інноваційність даного напряму дослідження. У деяких випадках реакції мозку, вимірювані методами нейромаркетинга, можуть не сприйматися суб'єктом свідомо, отже, ці дані можуть бути більш показовими, ніж самозвіт в опитуваннях, у фокус-групах. У даному дослідженні ми спробували оцінити вплив інструментів нейромаркетинга на традиційні маркетингові дослідження для поліпшення розуміння поведінки споживачів.

Ми з'ясували, що більш широке використання методів нейромаркетинга для оцінки переваг клієнтів і процесів прийняття рішень уважається перевагою для клієнтів і маркетологів одночасно. ЕЕГ, МРТ і МEG входять у число найбільш підходящих технологій у сфері нейробиології. Однак критики підкреслюють обмеження свободи волі споживача і його обмежену здатність приймати індивідуальні рішення у своїй купівельній поведінці через упровадження нейромаркетинга.

Результати численних досліджень показують, що нейромаркетинг має більший вплив на купівельну поведінку покупців, рекламу, ціноутворення, розподіл продуктів, брендинг і прийняття рішень як маркетингових ресурсів.

Отже, нейромаркетинг можна розглядати як чудове продовження досліджень людської поведінки і мозку як чорного ящика, що може внести позитивний внесок у його практичну застосовність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Капелюшников Р. Поведінкова економіка і «новий» патерналізм. Ч. 1. *Питання економіки*. 2013. № 8. С. 5–15.
2. Поведінкова економіка: сучасна парадигма економічного розвитку : монографія / за ред. Г.П. Журавльової, Н.В. Манохіна, В.В. Смагіна. Москва ; Тамбов : ТГУ ім. Г.Р. Державіна, 2016. 345 с.
3. Канеман Д. *Думай повільно ... вирішуй швидко* / пер. з англ. Москва : АСТ, 2014. 653 с.
4. Madan, C. (2010). Neuromarketing: The next step in market research? *Eureka*. Vol. 1. № 1. P. 34–42.
5. Sebastian Vlasceanu. New direction in understanding the decision-making process: neuroeconomics and neuromarketing. *Prosedia – Social and Behavioral Science*. 2013. P. 758–762.
6. Gherasim A., Gherasim D. Modelling the Consumer Behaviour. *Economy Transdisciplinarity Congnition*. 2013. P. 57–62.
7. Дрогобицький І.М. Поведінкова економіка: сутність та етапи становлення. *Стратегічні рішення і ризик-менеджмент*. 2018. № 1. С. 26–31. URL: <https://doi.org/10.17747/2078-8886-2018-1-26-31>
8. Pravin Raj Solomon. Neuromarketing: Applications, Challenges and Promises. *Biomed J Sci & Tech Res* 12(2)-2018. BJSTR. MS.ID.002230. DOI: 10.26717/BJSTR.2018.12.002230
9. Ліндстром М. *Буяологу: захоплююча подорож в мозок сучасного споживача* / пер. з англ. Е. Фалюк. Москва : Альпіна Бізнес Букс, 2012. 240 с.
10. Чернова М.А., Клепиков О.Е. Демістифікація нейромаркетинга. 2010. URL: <http://www.sostav.ru> (дата звернення: 15.04.2020).

REFERENCES:

1. Kapelyushnikov R. (2013) Povedinkova ekonomika i «noviy» paternalizm [Behavioral economics and

"new" paternalism]. Part 1. *Issues of economics*. № 8. Pp. 5–15. (in Ukrainian)

2. Povedinkova ekonomika: suchasna paradigma ekonomichnogo rozvitku: monografiya [Behavioral economics: a modern paradigm of economic development: a monograph] / ed. G.P. Zhuravlyova, N.V. Manokhin, V.V. Smagin. M.; Tambov: View. TSU building named after GR Derzhavina, 2016. 345 p (in Ukrainian)

3. Kahneman D. Dumai povil'no ... virishui shvidko [Think slowly ... decide quickly] from English. M.: AST, 2014. 653 p. (in Ukrainian)

4. Madan, C. (2010). Neuromarketing: The next step in market research? *Eureka*. Vol. 1, no. 1, pp. 34–42. (in English)

5. Sebastian Vlasceanu (2013) New direction in understanding the decision-making process: neuroeconomics and neuromarketing // *Prosedia – Social and Behavioral Science*, pp. 758–762. (in English)

6. Gherasim A., Gherasim D. (2013) Modelling the Consumer Behaviour. *Economy Transdisciplinarity Congnition*. P. 57–62. (in English)

7. Drohobytsky I.M. (2018) Povedinkova ekonomika: sutnist' ta etapi stanovlennya [Behavioral economics: the essence and stages of formation. Strategic decisions and risk management], № 1, pp. 26–31. <https://doi.org/10.17747/2078-8886-2018-1-26-31> (in Ukrainian)

8. Pravin Raj Solomon (2018) Neuromarketing: Applications, Challenges and Promises. *Biomed J Sci & Tech Res* 12(2)-2018. BJSTR. MS.ID.002230. DOI: 10.26717/BJSTR.2018.12.002230 (in English)

9. Lindstrom M. (2012) Buyology: zakhoplyuyucha podorozh v mozok suchasnogo spozhivacha [Buyology: a fascinating journey into the brain of the modern consumer] (translated from English. Faluk E.). M.: Alpina Business Books, 240 p. (in Ukrainian)

10. Chernova M.A., Klepikov O.E. (2010) Demistifikatsiya neiromarketinga [Demystification of neuromarketing] [Electronic resource]. URL: <http://www.sostav.ru> (accessed 15 April 2020). (in Ukrainian)

ОГЛЯД РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ OVERVIEW OF THE MEAT MARKET AND MEAT PRODUCTS OF UKRAINE

У статті наведено характеристику поняття «ринок м'яса та м'ясної продукції» та визначено його основні складники. Проаналізовано основні тенденції вищезазначеного ринку, насамперед обсяги виробництва м'яса за видами та його динаміку за 2015–2019 рр. Наведено структуру експорту та імпорту для визначення спрямованості ринку. Також для розуміння причин тенденцій ринку м'яса та м'ясної продукції проведено аналіз величини поголів'я сільськогосподарських тварин та аналіз купівельної спроможності населення. Для більш детального вивчення вибрано сегмент, спрямований на виробництво ковбасних виробів. Основними напрямками дослідження є: структура та динаміка виробництва, величина експорту та імпорту, а також сукупний попит на товари дешевих та дорогих сегментів. Результатом даного дослідження стало визначення основних чинників, які впливають на економічну ефективність підприємств м'ясопереробної галузі України.

Ключові слова: ринок м'яса, ринок м'ясопродуктів, експорт, імпорт, аналіз.

В даній статті дана характеристика поняття «рынок мяса и мясной продукции» и определены его основные составляющие. Проанализированы основные тенденции вышесказанного рынка, прежде всего объемы производства мяса за видами и его динамику за 2015–2019 гг. Описана структура экспорта и импорта для определения направленности рынка. Также для понимания причин тенденций рынка мяса и мясной продукции проведен анализ количества поголовья сельскохозяйственных животных и анализ покупательной способности населения. Для более детального изучения был выбран сегмент, направленный на производство колбасных изделий. Основными направлениями исследования являются структура и динамика производства, объемы экспорта и импорта, а также совокупный спрос на товары дешевых и дорогих сегментов. Результатом данного исследования стало определение основных факторов, влияющих на экономическую эффективность предприятий мясоперерабатывающей отрасли Украины.

Ключевые слова: рынок мяса, рынок мясопродуктов, экспорт, импорт, анализ.

УДК 637.52:338.439.5:339.56(477)

<https://doi.org/10.32843/bses.54-21>

Петков О.І.

аспірант кафедри економіки промисловості Одеська національна академія харчових технологій

Petkov Olexandr

Odessa National Academy of Food Technologies

This article describes the concept of «meat and meat products market» and identifies its main components. An analysis of the meat and meat products market for 2015-2019 was performed. The analysis of the above-mentioned market showed that in Ukraine there is a tendency to reduce the number of cattle and pigs and increase the number of chicken. At the same time, there is an increase in the average weight of one carcass of cattle and pigs, and as a result, in some periods, meat production in kind increased. The analysis of export-import relations in this market is carried out. The assessment of export-import relations in the meat market showed an increase in exports of beef and pork at a higher rate than the growth rate of production and an increase in meat imports of these species. The structure of meat exports and imports is also given to determine the direction of the market. An analysis of the size of the livestock market and an analysis of the purchasing power of the population was also conducted to understand the reasons for the trends in the meat and meat products market. The assessment of the purchasing power of the population showed negative dynamics in reducing food expenditures. For a more detailed study, a segment aimed at the production of sausages was chosen. The analysis of the sausage products market showed a tendency to reorient sausage producers to produce cheaper products. Also, the assessment of export-import relations in the sausage market showed an increase in exports. The main areas of research are: the structure and dynamics of production, the size of exports and imports, as well as aggregate demand for goods of cheap and expensive segments. The result of this study was to determine the main factors influencing the economic efficiency of meat processing enterprises in Ukraine. To improve the activity and economic efficiency of sausage enterprises, it is necessary to develop measures at the macro and micro levels that will increase the production of cattle and pigs and will be aimed at increasing the purchasing power of consumers of sausages. There is also a need for more careful and thorough selection of suppliers in order to reduce the purchase price of meat.

Key words: meat market, meat products market, export, import, analysis.

Постановка проблеми. М'ясопереробні підприємства є одними з основних у харчовій галузі нашої країни, адже їхня продукція займає суттєву частку у раціоні людини. Від розвитку цієї галузі залежить забезпечення населення України необхідними продуктами харчування, що виробляються із м'яса. В умовах сучасної мінливості економіки України та кризових явищ, які відбуваються безпосередньо у м'ясній галузі, необхідно провести аналіз ринку м'яса та м'ясної продукції та визначити основні чинники, котрі впливають на економічну ефективність підприємств м'ясопереробної галузі. Завдяки цим чинникам можна буде пристосовуватися до змін в економіці та не допускати банкрутства підприємства. Закриття кожного м'ясопереробного підприємства або скорочення обсягів виробництва ставить під загрозу продовольчу безпеку не тільки

України, а й багатьох країн світу, адже сьогодні виробництво яловичини та м'яса курей має виражену експортну спрямованість.

Аби не допустити продовольчої кризи, необхідно досить ретельно вивчати діяльність ринку м'яса та м'ясопереробної продукції як виробника одного з найважливіших продуктів раціону населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню розвитку підприємств м'ясопереробної галузі приділяли увагу такі вчені: П.Р. Пуцентейло [5], О.І. Драган [6], І.А. Маркіна [7]. П.Р. Пуцентейло та О.І. Драган у своїх працях приділяли увагу питанням конкурентоспроможності підприємств м'ясної промисловості України. І.А. Маркіна досліджувала сучасні аспекти існування даних підприємств.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз ринку м'яса та м'ясопродуктів та визначення пріоритетних напрямів розвитку. Завдання

полягає у всебічному аналізі цієї галузі для визначення основних чинників, що впливають на економічну ефективність діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Споживання продукції підприємств м'ясопереробної галузі займає суттєву частку у раціоні людини. Від розвитку цієї галузі залежить забезпечення населення України необхідними продуктами харчування, що виробляються із м'яса. Основним ресурсом, який забезпечує стабільний розвиток цієї галузі, є наявність необхідної кількості худоби. Але у сучасних умовах цей показник зазнає щорічного скорочення. Для визначення основних чинників, які впливають на виробництво м'яса та в подальшому на економічну ефективність м'ясопереробних підприємств, необхідно провести аналіз цього сегменту ринка, а саме визначити спрямованість розвитку виробництва та реалізації продукції м'ясопереробної галузі.

Ринок функціонує через сформовану інфраструктуру, яка охоплює поряд із сільським господарством ланки первинної обробки і промислової переробки, оптову ланку, роздрібну ланку і безпосередньо споживачів кінцевої продукції галузі. Саме тому ринок м'ясної продукції охоплює організаційно-економічні форми взаємовідносин між суб'єктами господарювання різних сфер галузі тваринництва, забезпечуючи рух продукції на всіх стадіях відтворювального процесу – від вирощування і відгодівлі тварин (отримання м'ясної сировини) до виготовлення готових продуктів і реалізації їх кінцевому споживачу. Отже, поняття «ринок м'яса» охоплює функціонування його відповідних контрагентів (сільськогосподарських, заготівельних, переробних і торговельних організацій), між якими об'єктивно виникають виробничі зв'язки й успішно вирішуються економічні взаємовідносини [5].

Поняття «ринок м'яса та м'ясопродуктів» включає у себе виробничі відносини багатьох контрагентів (сільськогосподарські, заготівельні, переробні підприємства та торговельні фірми) [9]. Складниками ринку продукції м'ясопереробного підкомплексу АПК є ринки м'яса, м'ясних напівфабрикатів, ковбасних виробів та м'ясних консервів. На ринку м'яса і м'ясопродуктів в Україні діє понад 150 м'ясопереробних підприємств (м'ясокомбінатів), понад 3 тис приватних цехів, кілька десятків птахофабрик. Основними конкурентами фірми ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» є

ПАТ «Богодухівський м'ясокомбінат», ТзОВ «М'ясний Альянс» і ТзОВ «Агропродукт» [3, с. 110].

Але зараз в Україні наявна тенденція до скорочення поголів'я худоби, тому для подолання цієї кризи необхідно проаналізувати сучасний стан виробництва та реалізації продукції м'ясопереробної галузі для виявлення причини негативних явищ.

Після проведеного аналізу обсягів споживання м'яса та м'ясопродуктів за 2017–2019 рр. виявлено дві тенденції:

1) середньомісячна кількість спожитого м'яса з кожним роком знижується. У 2017 р. на місяць споживали 4,08 кг м'яса, у 2018 р. – 4,04 кг, у 2019 р. – 3,8 кг;

2) у загальній структурі спожитого м'яса найбільшу частку займає м'ясо птиці. Так, у 2017 р. цей показник становив 49,7%, у 2018 р. – 51,9%, а в 2019 р. – 54,3% [4].

Така ж тенденція до скорочення спостерігається щодо поголів'я сільськогосподарських тварин, які є так званою сировиною для отримання м'яса, а в подальшому м'ясної продукції. Більш детально статистичну інформацію стосовно даної проблеми відображено в табл. 1.

Проаналізувавши представлені вище дані, можна побачити тенденцію до щорічного скорочення поголів'я корів та свиней у середньому на 4,2% та 5,1% на рік відповідно.

При цьому поголів'я птиці відображає тенденцію сталого зростання після 2016 р. в середньому на 2,8% на рік.

Такі дані свідчать про перехід сільськогосподарських підприємств на утримання більш прибуткової птиці замість корів та свиней, утримання яких із кожним роком стає усе дорожчим.

Якщо описувати загальну структуру виробництва м'яса в Україні, то тут спостерігається досить однакова тенденція протягом останніх років. Результати представлено в табл. 2.

Ринок м'яса в Україні є доволі мінливим. Так, виробництво яловичини у 2016 р. становило 76,1 тис т на рік, що на 7,6% більше, ніж у 2015 р. У 2017 р. виробництво яловичини продовжило збільшуватися та становило 78,8 тис т. При цьому в 2018 р. відбулося незначне зменшення виробництва м'яса яловичини порівняно з 2017 р. та становило 1,3%, або 1 тис т. У 2019 р. виробництво яловичини становило 61,8 тис т, що на 20% менше, ніж у 2018 р.

Таблиця 1

Поголів'я сільськогосподарських тварин в Україні у 2015–2019 рр.

Найменування	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
Корови, тис голів	2 166,6	2 108,9	2 017,8	1 919,4	1 823
Свині, тис голів	7 079	6 669,1	6 109,9	6 025,3	5 731,1
Птиця, млн голів	204	201,7	204,8	211,7	219,4

Джерело: складено автором за даними [1]

Таблиця 2

Статистика виробництва м'яса в Україні у 2015–2019 рр.

Найменування	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
Виробництво яловичини, тис т	70,7	76,1	78,8	77,8	61,8
Виробництво свинини, тис т	271,2	276,2	273,9	284	272,4
Виробництво м'яса курей, тис т	866,3	915,9	969	1 052,6	1 053
Сало, тис т	6,3	8,4	6,6	4,6	4,4
Субпродукти, тис т	138	147	156	150,4	134,1

Джерело: складено автором за даними [1]

Таблиця 3

Середня вага однієї голови тварин у 2015–2019 рр.

Найменування	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
Велика рогата худоба, кг	448	447	452	464	470
Свині, кг	112	111	109	111	113
Птиця, кг	2,2	2,2	2,2	2,2	2,3

Джерело: складено автором за даними [1]

Виробництво свинини має схожу тенденцію до виробництва ВРХ. Так, у 2016 р. було вироблено на 1,2% більше, ніж у 2015 р. Але в 2017 р. сталося зменшення обсягів виробництва м'яса свиней на 2,3 тис т порівняно з 2016 р. У 2018 р. відбулося незначне збільшення виробництва свинини, а в 2019 р. – знову зниження на 4%.

Виробництво курятини загалом показує сталу тенденцію зростання виробництва кожного року. Так, у 2016 р. виробництво курятини збільшилося на 5,7%, з 866,3 тис т до 915,9 тис т, а вже у 2017 р. зросло на 5,8%. У 2018 р. приріст становив 8,7%, а в 2019 р. було вироблено майже на одному рівні з 2018 р.

Аналіз поголів'я сільськогосподарських тварин та кількості виробленого м'яса показав, що за зменшення поголів'я ВРХ та свиней обсяги вироб-

ництва м'яса збільшуються. Така ситуація стала можливою через збільшення середньої маси тварини, яку відправляють на переробку. Так, у 2019 р. середня маса однієї голови ВРХ порівняно з 2018 р. стала більше на 1,3%, або на 6 кг [1].

Більш детальну інформацію стосовно середньої ваги однієї голови сільськогосподарських тварин наведено в табл. 3.

Дуже важливий аспект та чинник, який впливає на ринок виробництва м'яса та м'ясопродуктів, – це експорт/імпорт продуктів тваринництва. У табл. 4 та 5 відображено основні експортно-імпортні операції по м'ясній галузі.

Аналіз експортно-імпортної статистики показав, що обсяги експорту та імпорту збільшуються щорічно, але при цьому за період із 2015 по

Таблиця 4

Обсяги експорту м'яса у 2015–2019 рр.

Найменування	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
ВРХ, жива вага та м'ясо, тис т	45,2	51,8	68,1	63,7	63,4
Свині, жива вага та м'ясо, тис т	27,2	5,9	7,9	2,7	3,2
Птиця, жива вага та м'ясо, тис т	161,3	240,1	271,4	328,9	375,1
Всього, тис т	233,7	297,8	347,4	395,3	441,7

Джерело: складено автором за даними [8]

Таблиця 5

Обсяги імпорту м'яса у 2015–2019 рр.

Найменування	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
ВРХ, жива вага та м'ясо, тис т	1,5	2,9	1,9	2,5	2,3
Свині, жива вага та м'ясо, тис т	4,6	3,1	6,2	30,2	22,8
Птиця, жива вага та м'ясо, тис т	64,8	86,4	121,3	133,9	124,6
Всього, тис т	70,9	92,4	129,4	166,6	149,7

Джерело: складено автором за даними [8]

2019 р. було експортовано м'яса та живих тварин у 2,8 рази більше, ніж імпортовано, що свідчить про зростаючий дефіцит м'яса, яке доступне для переробних підприємств та потреб населення, враховуючи, що щорічний приріст виробництва м'яса становить у середньому 4–5%, а приріст експорту – у середньому 17% на рік [8].

Аналіз ринку виробництва м'яса показав, що в Україні з кожним роком сільськогосподарські підприємства все більше переорієнтовуються на утримання більш дешевих курей, при цьому за рахунок збільшення середньої ваги однієї голови ВРХ та свиней виробництво м'яса у натуральному виразі зростає. Також виявлено тенденцію до щорічного збільшення експорту м'яса, в середньому на 17% на рік, за середнього збільшення виробництва м'яса на 4–5% на рік, що є дуже негативною тенденцією за фактичного дефіциту м'яса в Україні.

Досить значною ланкою ринку м'яса та м'ясопродуктів є ринок ковбасних виробів. Сьогодні на вітчизняному ринку працює близько 300 підприємств, більшість із них знаходиться на території Харківської, Київської, Дніпропетровської, Миколаївської, Рівненської, Вінницької та Львівської областей.

Згідно з останніми дослідженнями, майже 50% ринку займають великі компанії, серед яких – «Ятрань», «Алан», «Глобинський м'ясокомбінат», «М'ясна гільдія». Майже 20% ринку охоплюють регіональні виробники та близько 30% – дрібні виробники, яких, за оцінкою, на ринку більше тисячі [2].

Експортно-імпортні відносини стосовно ковбасних виробів мають чітку тенденцію до зростання починаючи з 2016 р. Так, у 2017 р. порівняно з

2016 р. Україною було продано за кордон у 3,5 рази більше ковбасних виробів, ніж у 2015 р. У 2018 р. експортували у 1,5 рази більше, а в 2019 р. вже на 10% більше. Темпи зростання імпорту ковбасних виробів є більш стрімкими. Так, у 2016 р. ковбас імпортували на 8% більше, у 2017 р. – вже на 30% більше, ніж у 2016 р. У 2018 р. було імпортовано 692 т, що на 33% більше, ніж у попередньому році, а в 2019 р. імпортовано вже 1 998 т, що у 2,9 рази більше, ніж у 2018 р. Хоча імпорт ковбасних виробів щороку зростає, його кількість занадто мала, аби робити якісь висновки щодо його впливу на вітчизняні підприємства [8].

Більш детально статистику експорту/імпорту ковбасних виробів представлено в табл. 6.

На основі статистичних даних був проведений аналіз виробництва ковбасних виробів та його структури. Після проведення аналізу зроблено такі висновки. Так, загальне виробництво ковбас у 2016 р. становило 471,1 тис т, що на 1,6% більше, ніж у 2015 р. У 2017 р. порівняно з 2016 р. було виготовлено вже на 5,9% більше, у наступні роки темпи зростання виробництва ковбасних виробів дещо знизилися. Так, у 2018 р. було вироблено всього на 0,4 тис т більше, ніж у 2017 р., у 2019 р. сталося падіння виробництва ковбасних виробів на 39,5 тис т.

При цьому, якщо аналізувати структуру виробництва ковбас, то тут наявна тенденція до переходу від виробництва більш дорогих копчених та в'ялених ковбас до варених та ковбас, виготовлених із субпродуктів. Якщо у 2015 р. частка дешевих ковбас становила 83,6% від загального обсягу виробництва, то в 2018 р. – 84,4%, а в 2019 р. – 84,7% [1].

Більш детально статистику виробництва ковбасних виробів представлено в табл. 7.

Таблиця 6

Обсяги експорту/імпорту ковбасних виробів за 2015–2019 рр.

Найменування	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
Експорт, т	359	83	286	438	483
Імпорт, т	365	396	517	692	1 998

Джерело: складено автором за даними [8]

Таблиця 7

Обсяги виробництва ковбасних виробів за 2015–2019 рр.

Найменування	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
Вироби ковбасні з печінки, тис т	7,2	6,2	6	5,6	4,9
Вироби ковбасні з м'яса, субпродуктів, крові (окрім печінки) тис т	228,8	232,9	247,1	247,2	229,7
Вироби ковбасні з м'яса варені та сосиски, тис т	151,2	155,7	168,6	167,5	155,2
Вироби ковбасні копчені, в'ялені, тис т	67,8	67,6	68,9	68,6	62,1
Інші, тис т	8,5	8,7	8,5	10,6	8,1
Всього, тис т	463,5	471,1	499,1	499,5	460

Джерело: складено автором за даними [1]

Переорієнтація підприємств на виробництво більш дешевої продукції відбулася через дві основні обставини:

- збільшення закупівельних цін на м'ясо;
- зниження купівельної спроможності споживачів ковбасних виробів.

Для підтвердження даного висновку проведено аналіз цих двох факторів.

Проведений аналіз купівельної спроможності населення показав, що починаючи з 2016 р. зростають витрати домогосподарств на неспоживчі товари та зменшуються витрати на основні споживчі товари і послуги. Якщо розглядати структуру споживчих витрат, то там наявна така тенденція: витрати на продукти харчування з кожним роком зменшуються, а витрати на алкогольні напої, тютюнові вироби та непродовольчі товари в середньому збільшуються. Дані тенденції говорять про те, що населення почало економити на продуктах харчування та купувати більш дешеві задля підтримання свого рівня життя в інших сферах [1].

Більш детально інформацію стосовно купівельної спроможності подано в табл. 8.

Інформацію стосовно середніх цін, за якими купувалося м'ясо тварин переробними підприємствами, наведено в табл. 9.

Із 2016 по 2018 р. відбувалося підвищення середніх закупівельних цін на м'ясо підприємствами, тільки у 2019 році сталося незначне падіння – на 2% [1].

Завдяки проведеному аналізу можна зробити висновок, що ці два фактори є основними, які впливають на виробництво ковбасних виробів, а надалі на їх реалізацію та економічну ефективність діяльності підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений аналіз ринку м'яса та м'ясопродуктів за 2015–2019 рр. показав, що в Україні наявна стала тенденція до зменшення поголів'я ВРХ та свиней і збільшення поголів'я курятини. При цьому має місце збільшення середньої ваги однієї туші ВРХ та свиней, як результат, у деякі періоди виробництво м'яса у натуральному виразі зростало.

Таблиця 8

Купівельна спроможність населення за 2015–2019 рр.

Найменування	Рік			
	2015	2016	2017	2018
Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн	4 952,0	5 720,4	7 139,4	8 308,6
Структура сукупних витрат домогосподарств	відсотків			
Споживчі сукупні витрати	92,9	93,2	92,9	92,0
продукти харчування та безалкогольні напої	53,1	49,8	47,9	47,7
алкогольні напої, тютюнові вироби	3,3	2,9	3,1	3,4
непродовольчі товари та послуги	36,5	40,5	41,9	40,9
в тому числі				
одяг і взуття	5,7	5,6	5,5	5,4
житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	11,7	16,0	17,0	15,2
предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	2,0	1,7	2,0	2,1
охорона здоров'я	3,7	4,2	3,8	4,0
транспорт	3,7	3,6	3,7	3,7
зв'язок	2,4	2,3	2,4	2,6
відпочинок і культура	1,5	1,4	1,6	1,8
освіта	1,1	1,0	1,1	1,0
ресторани та готелі	2,0	2,2	2,3	2,4
різні товари і послуги	2,7	2,5	2,5	2,7
Неспоживчі сукупні витрати	7,1	6,8	7,1	8,0

Джерело: складено автором за даними [1]

Таблиця 9

Середні закупівельні ціни на м'ясо для переробних підприємств за 2015–2019 рр.

Найменування	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
Велика рогата худоба, тис грн/т	21,3	21,3	27,7	30,7	28,7
Свині, тис грн/т	24,3	24,2	33,9	37,9	36,7
Кури, тис грн/т	18,4	14,6	18,4	21,6	22,9
Середня ціна, тис грн/т	21,3	20,03	26,7	30,1	29,4

Джерело: складено автором за даними [1]

Оцінка експортно-імпортних відносин на ринку м'яса показала збільшення експорту м'яса ВРХ та свинини вищими темпами за темп зростання виробництва та збільшення імпорту м'яса даних видів тварин. Аналіз ринку ковбасних виробів показав тенденцію до переорієнтації ковбасних виробників на випуск більш дешевої продукції. Також оцінка експортно-імпортних відносин на ринку ковбас показала збільшення обсягів експортованої продукції.

Для поліпшення діяльності та економічної ефективності ковбасних підприємств необхідно на макро- та макрорівні розробляти заходи, що сприятимуть зростанню обсягів виробництва ВРХ та свиней та будуть спрямовані на підвищення купівельної спроможності споживачів ковбасних виробів. Також необхідним є більш ретельний та досконалий відбір постачальників із метою зниження закупівельних цін на м'ясо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2020).
2. Український ринок м'яса і ковбаси: аналіз *Брендінгове агентство «Koloro»*. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/ukrainskiy-rynok-myasa-i-kolbasy-analiz.html> (дата звернення: 29.09.2019).
3. Коломицева О.В., Опаленко А.М. Стратегія диверсифікації виробництва як інструмент інноваційного розвитку підприємства. *Збірник наукових праць ЧДТУ*. 2018. № 50. С. 102–114.
4. Ринок м'яса та м'ясопродуктів в Україні за 2017–2019 роки. *Українська аграрна асоціація*. URL: <https://www.uagra.com.ua/uk/statti/16-rynok-miasa-ta-miasoproduktiv-v-ukraini-za-2017-2019-roky> (дата звернення: 14.02.2020).
5. Пуцентейло П.Р. Конкуренентоспроможність м'ясного скотарства України: теорія і практика : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2011. 420 с.
6. Драган О.І. Організаційно-методологічне забезпечення конкурентоспроможності підприємств м'ясної промисловості України: проблеми теорії і практики : монографія. Київ : НУХТ, 2007. 251 с.
7. Маркіна І.А., Большакова Є.Л. Стійкий розвиток українських м'ясопереробних підприємств в умовах сучасного ринкового господарювання. *Економічний форум*. 2018. № 3. С. 122–129.
8. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. *Державна фіскальна служба України*. URL: <http://sfs.gov.ua/> (дата звернення: 21.02.2020).

9. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / М.В. Присяжнюк та ін. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2011. 1008 с.

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://ukrstat.gov.ua/> (accessed 15 February 2020).
2. Ukrainskyi rynek miasa i kolbasy: analiz [Ukrainian meat and sausage market: analysis] Brendynhove ahensstvo «Koloro» [Branding agency «Koloro»]. Available at: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/ukrainskiy-rynok-myasa-i-kolbasy-analiz.html> (accessed 29 September 2019).
3. Kolomytseva V. O., & Opalenko M. A. Stratehiia dyversyfikatsii vyrobnytstva yak instrument innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva [Strategy of production diversification as a tool of innovative development of the enterprise]. Collection of scientific works of ChSTU. 2018. Vol. 50, pp. 102–114.
4. Rynek miasa ta miasoproduktiv v Ukraini za 2017-2019 roky [Meat and meat products market in Ukraine for 2017-2019]. Ukrainska aharna asotsiatsiia [Ukrainian Agrarian Association]. Available at: <https://www.uagra.com.ua/uk/statti/16-rynok-miasa-ta-miasoproduktiv-v-ukraini-za-2017-2019-roky> (accessed 14 February 2020).
5. Putsenteilo P. R. (2011). Konkurentospromozhnist miasnoho skotarstva Ukrainy: teoriia i praktyka: monohrafiia [Competitiveness of meat cattle breeding of Ukraine: theory and practice: monograph]. Ternopil: VPTs "Ekonomichna dumka TNEU." (In Ukrainian)
6. Drahan, O. I. (2007). Orhanizatsiino-metodolohichne zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv miasnoi promyslovosti Ukrainy: problemy terii i praktyky: monohrafiia [Organizational and methodological support of competitiveness of meat industry enterprises of Ukraine: problems of theory and practice: monograph]. Kyiv: NUKhT. (In Ukrainian)
7. Markina I. A., & Bolshakova Y. L. Stiikiy rozvytok ukrainskykh miasopererobnykh pidpriemstv v umovakh suchasnoho rynkovoho hospodariuvannia [Sustainable development of Ukrainian meat processing enterprises in the conditions of modern market economy]. Economic forum. 2018. Vol. 3, pp. 122–129.
8. Sumarnyi obsiah importu ta eksportu u rozrizi tovarnykh pozytsii za kodamy UKTZED [The total volume of imports and exports in terms of product items by UKTZED codes] [State Fiscal Service of Ukraine]. Available at: <http://sfs.gov.ua/> (accessed 21 February 2020).
9. Prysiazhniuk, M. V. (2011). Ahrarnyi sektor ekonomiky Ukrainy (stan i perspektyvy rozvytku) [Agrarian sector of the economy of Ukraine (state and prospects of development)]. Kyiv: NNTs IAE. (In Ukrainian)

СТАН ТА РЕЗУЛЬТАТИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ

STATE AND RESULTS OF EFFICIENCY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

У статті розглянуто стан та результати ефективності діяльності підприємств промисловості. Здійснено аналіз розподілу підприємств на великі, середні, малі у 2019 р. Визначено питому вагу зайнятих працівників на цих підприємствах. Проаналізовано індекси промислової продукції основних промислових груп за січень-травень 2020 р. Розглянуто індикатори ділової впевненості в промисловості та в переробній промисловості протягом 2015–2019 рр., трьох місяців 2020 р.; фінансові результати до оподаткування великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності за січень-березень 2020 р., які свідчать про наявність від'ємного фінансового результату (сальдо) до оподаткування. Найменша кількість збиткових підприємств серед тих, які здійснюють фінансову та страхову діяльність, найбільша – тимчасове розміщення й організація харчування. Проаналізовано фінансові результати за видами економічної діяльності промисловості за січень-березень 2020 р., які свідчать, що підприємства, котрі одержали прибуток, належать до добувної промисловості і розроблення кар'єрів; виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів; виробництва комп'ютерів, електронної та оптичної продукції. Усі інші підприємства одержали збиток.

Ключові слова: стан, результат, ефективність діяльності, підприємства промисловості.

В статтє рассмотрены состояние и результаты эффективности деятельности

предприятий промышленности. Осуществлен анализ распределения предприятий на крупные, средние, малые в 2019 г. Определен удельный вес занятых работников на этих предприятиях. Проанализированы индексы промышленной продукции основных промышленных групп за январь-май 2020 г. Рассмотрены индикаторы деловой уверенности в промышленности и перерабатывающей промышленности в течение 2015–2019 гг., трех месяцев 2020 г.; финансовые результаты до налогообложения крупных и средних предприятий по видам экономической деятельности за январь-март 2020 г., которые свидетельствуют о наличии отрицательного финансового результата (сальдо) до налогообложения. Наименьшее количество убыточных предприятий среди тех, кто осуществляет финансовую и страховую деятельность, наибольшее – временное размещение и организация питания. Проанализированы финансовые результаты по видам экономической деятельности промышленности за январь-март 2020 г., которые свидетельствуют, что предприятия, которые получили прибыль, относятся к добывающей промышленности и разработке карьеров; производству основных фармацевтических продуктов и фармацевтических препаратов; производству компьютеров, электронной и оптической продукции. Все остальные предприятия получили убыток.

Ключевые слова: состояние, результат, эффективность деятельности, предприятия промышленности.

УДК 338.58:65

<https://doi.org/10.32843/bses.54-22>

Пилипенко А.А.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри обліку
і бізнес-консалтингу

Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Строкович Г.В.

д.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту,
логістики та економіки
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Rylypenko Andrii

Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics

Strokovych Hanna

Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics

The state and results of efficiency of industrial enterprises are considered in the article. An analysis of the division of enterprises into large, medium and small in 2019. Accordingly, large enterprises account for 0.1%, medium – 4.7%, small – 95.2%. The share of workers employed at these enterprises is also determined. 25.3% of employees are employed at large enterprises, 46.8% at medium-sized enterprises, and 27.9% at small ones. The indicators of industrial production of the main industrial groups for January-May 2020 are analyzed. Indices of industrial production by major industrial groups have not changed compared to May and April this year. After the official transition of quarantine to the next stage, the economic activity of enterprises has not changed. Indicators of business confidence in the industry and the processing industry during 2015–2019, three months of 2020 are considered; financial results before taxation of large and medium-sized enterprises by types of economic activity for January-March 2020, which indicate the presence of a negative financial result (balance sheet) before taxation. The smallest number of unprofitable enterprises among those engaged in financial and insurance activities, the largest – temporary accommodation and meals. A positive financial result (balance) before tax is observed in the field of information and telecommunications, financial and insurance activities, professional, scientific and technical activities. Positive financial result (balance) before tax is observed in the field of information and telecommunications, financial and insurance activities, professional, scientific and technical activities. Therefore, it is advisable for unprofitable enterprises to audit their activities, to consider the possibility of changing the format of activities. If it has virtually no economic efficiency in the future, then analyze the possibility of diversification of activities, and in the worst case, its termination in order to minimize losses. The financial results by types of economic activity of industry for January-March 2020 are analyzed, which show that the enterprises that have made a profit belong to the mining industry and quarrying; production of basic pharmaceutical products and pharmaceuticals; production of computers, electronic and optical products. All other enterprises suffered losses.

Key words: condition, result, performance efficiency, industrial enterprises.

Постановка проблеми. В умовах пандемії, що призводить до глобальної та локальної кризи 2020 р., великого значення набувають стан та результати ефективності діяльності підприємств промисловості, які є основою формування валового національного продукту та, як результат, дохідної частини бюджету держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем стану та результатів ефективності діяльності підприємств промисло-

вості присвячено науковій праці багатьох учених. Зокрема, І.В. Гонтарева, А.О. Чередник [1] пропонують методичний підхід до оцінки ефективності розвитку промислових підприємств. В.М. Нижник та М.В. Ніколайчук [2] досліджують тенденції та роблять оцінку чинників підвищення ефективності функціонування підприємств машинобудування.

Н.Г. Пігуль, Є.І. Пігуль [3] аналізують сучасний стан та перспективи розвитку машинобудівного комплексу України.

Р.М. Стрільчук, І.В. Кривов'язюк, Б.І. Кривов'язюк [4] розглядають питання економічної діагностики діяльності промислового підприємства та пропонують відповідну методику, яка ґрунтується на проведенні коефіцієнтного аналізу.

Поряд із тим потребують подальшого дослідження питання стану та результатів ефективності діяльності підприємств промисловості в умовах сучасних реалій, які пов'язані з пандемією та виникненням низки обмежень у діяльності підприємств.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз стану та результатів ефективності діяльності підприємств промисловості в умовах пандемії.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах пандемії, що охопила переважну більшість країн світу, доцільно проаналізувати стан та результати ефективності діяльності підприємств промисловості у поточному році, щоб мати чітке уявлення стосовно цього та мати підґрунтя для розроблення відповідних заходів щодо поліпшення їхнього фінансово-економічного стану.

Спочатку доцільно здійснити аналіз щодо розподілу підприємств на великі, середні, малі у

2019 р. (рис. 1). Відповідно великі підприємства становлять 0,1%, середні – 4,7%, малі – 95,2%. Мікропідприємства становлять 82,3% від малих підприємств.

Наступним кроком є аналіз питомої ваги зайнятих працівників на підприємствах із розподілом на великі, середні, малі у 2019 р. (рис. 2).

На великих підприємствах зайнято 25,3% працівників, на середніх – 46,8%, на малих – 27,9%. На мікропідприємствах зайнято 14,3% працівників із малих підприємств.

Далі здійснимо аналіз індексів промислової продукції основними промисловими групами (ОПГ) за січень-травень 2020 р. (рис. 3).

На основі даних, які наведено на рис. 3, можемо побачити, що індекси промислової продукції за ОПГ практично не змінилися у порівнянні травня з квітнем поточного року, тобто після офіційного переходу карантину на наступний етап економічна активність підприємств практично не змінилася. Якщо порівнювати індекси промислової продукції за ОПГ у травні поточного та минулого років, спостерігається суттєве зниження: загалом за



Рис. 1. Розподіл підприємств на великі, середні, малі у 2019 р.

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

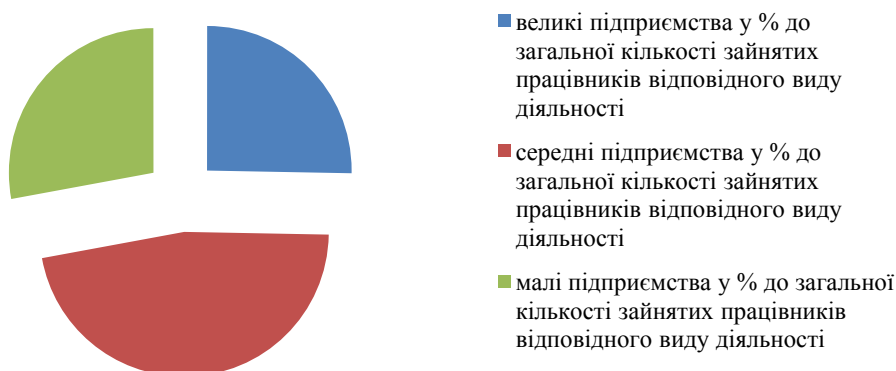


Рис. 2. Питома вага зайнятих працівників на підприємствах із розподілом на великі, середні, малі у 2019 р.

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

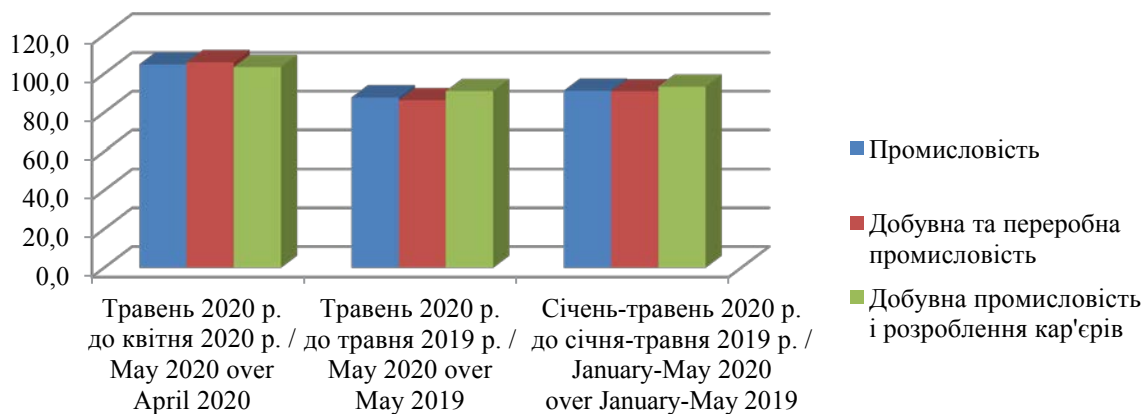


Рис. 3. Індекси промислової продукції за основними промисловими групами (ОПГ) за січень-травень 2020 р.

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

промисловістю – на 12,2%; за добувною та переробною промисловістю – на 13,6%; за добувною промисловістю і розробленням кар'єрів – на 8,9%.

На наступному етапі дослідження розглянемо індикатори ділової впевненості (рис. 4). Протягом 2016–2018 рр. спостерігалось суттєве зростання, у 2019 р. незначний спад, тоді як у 2020 р. відбулося значне падіння, більше ніж на 20 п.

Розглянемо індикатори ділової впевненості в промисловості більш детально (рис. 5).

Як бачимо з рис. 5, на початку 2020 р. відбулося значне падіння очікуваних змін обсягу виробництва продукції та поточного обсягу замовлень на виробництво продукції (попиту). Тільки поточний обсяг запасів готової продукції коливався в певному діапазоні та значних змін не зазнав. У подальшій діяльності підприємствам доцільно корегувати обсяги запасів готової продукції згідно з динамікою зміни попиту на певні групи товарів.

На рис. 6 наведено індикатори ділової впевненості в переробній промисловості.

Стосовно поточного обсягу замовлень на виробництво продукції (попиту) та очікуваних змін обсягу виробництва продукції, то вони мають аналогічну тенденцію (різке падіння у 2020 р.), як представлено на рис. 5. Поточний обсяг запасів готової продукції коливався в певному діапазоні, мав позитивне значення з другої половини 2015 р. по 2019 р. включно, але на початку 2020 р. має від'ємне значення, що свідчить про появу негативної тенденції, з якою стикнулася економіка у цілому.

Суттєве значення для ефективного функціонування підприємств промисловості мають їхні фінансові результати за видами економічної діяльності (табл. 1).

Дані, які представлено у табл. 1, свідчать про наявність від'ємного фінансового результату (сальдо) до оподаткування, що становить -4 902,6 млн грн. При цьому 59,2% підприємств

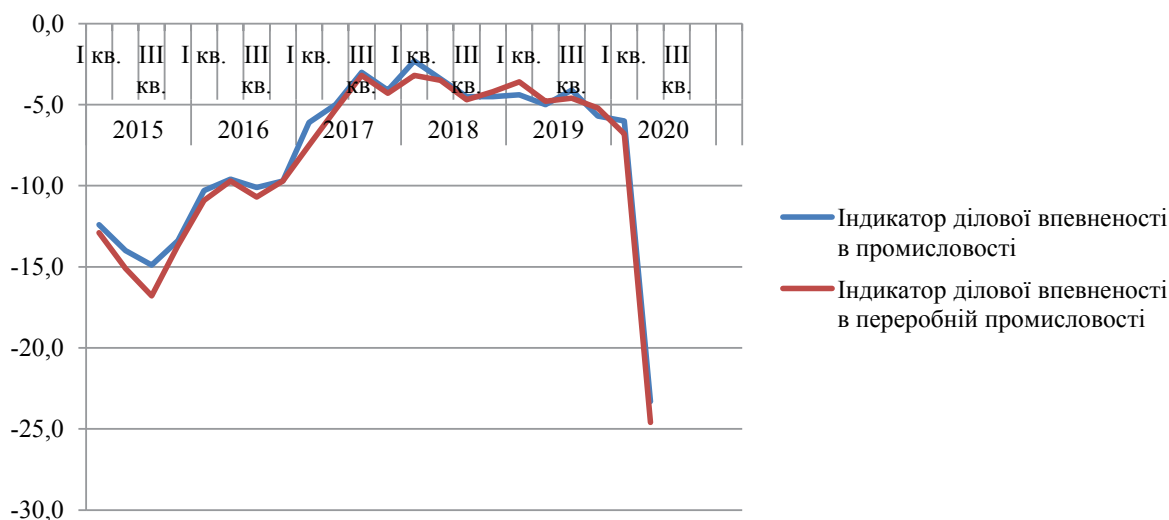


Рис. 4. Індикатори ділової впевненості

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

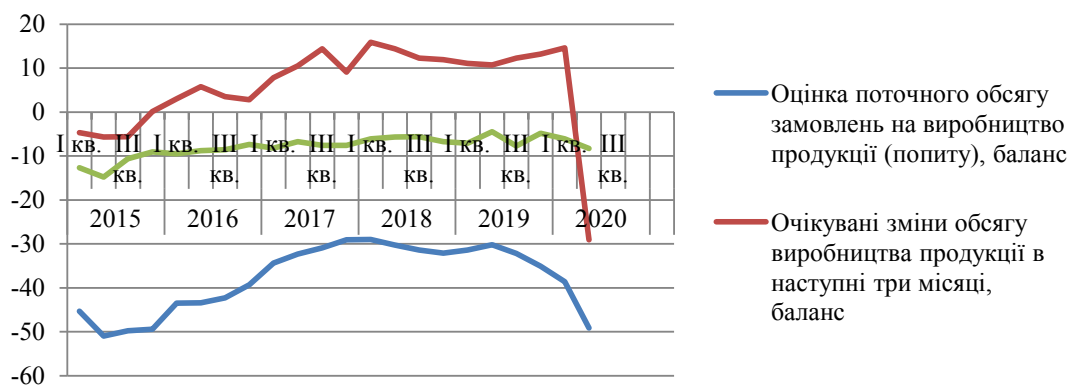


Рис. 5. Індикатори ділової впевненості в промисловості

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

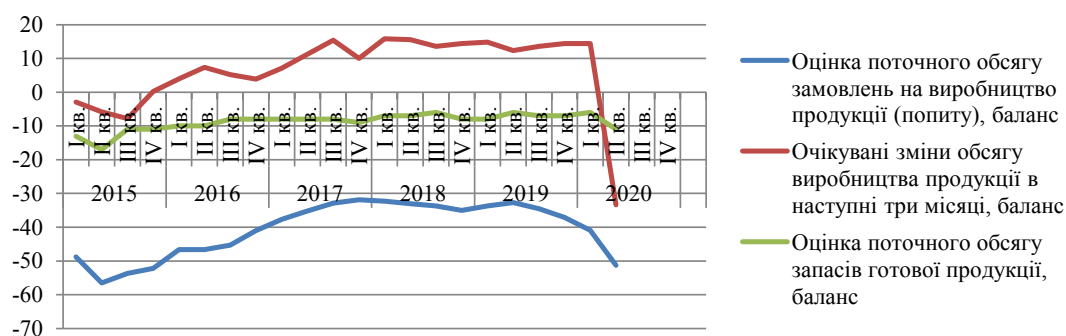


Рис. 6. Індикатори ділової впевненості в переробній промисловості

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

Таблиця 1

Фінансові результати до оподаткування великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності за січень-березень 2020 р., млн грн

Види економічної діяльності	Фінансовий результат (сальдо) до оподаткування	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
Усього	-4902,6	59,2	199943,1	40,8	204845,7
сільське, лісове та рибне господарство	-158,7	58,6	244,5	41,4	403,2
промисловість	-66115,4	56,4	43214,0	43,6	109329,4
будівництво	-701,1	62,9	627,3	37,1	1328,4
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	-10952,8	64,5	17212,3	35,5	28165,1
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	-27747,5	46,4	12804,9	53,6	40552,4
тимчасове розміщування й організація харчування	-2226,2	28,3	310,5	71,7	2536,7
інформація та телекомунікації	326,3	66,7	4567,5	33,3	4241,2
фінансова та страхова діяльність	112530,3	83,9	115677,7	16,1	3147,4
операції з нерухомим майном	-9309,3	42,9	1304,7	57,1	10614,0
професійна, наукова та технічна діяльність	1538,2	61,7	3350,7	38,3	1812,5
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-956,2	58,0	383,5	42,0	1339,7
освіта	-34,2	66,7	0,5	33,3	34,7
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	-470,1	50,5	225,3	49,5	695,4
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-623,6	44,4	18,4	55,6	642,0
надання інших видів послуг	-2,3	50,0	1,3	50,0	3,6

Фінансові результати до оподаткування великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності промисловості за січень-березень 2020 р., млн грн

Види економічної діяльності промисловості	Фінансовий результат (сальдо) до оподаткування	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		У % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	У % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
Промисловість	-66115,4	56,4	43214,0	43,6	109329,4
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	5886,6	51,9	18426,0	48,1	12539,4
Переробна промисловість	-61444,7	58,8	15944,7	41,2	77389,4
виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	-7510,8	63,5	6087,7	36,5	13598,5
текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	-320,3	61,0	145,7	39,0	466,0
виготовлення виробів з деревини, паперу та поліграфічна діяльність	-1406,1	58,6	837,8	41,4	2243,9
виробництво коксу та продуктів нафто перероблення	-683,5	57,1	779,9	42,9	1463,4
виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	-19622,7	54,2	822,6	45,8	20445,3
виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	888,2	72,1	1178,5	27,9	290,3
виробництво гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції	-6751,1	56,4	715,8	43,6	7466,9
металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів, крім машин і устаткування	-13690,1	52,9	2765,1	47,1	16455,2
машинобудування	-11752,1	53,3	2176,6	46,7	13928,7
виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	23,0	70,4	134,6	29,6	111,6
виробництво електричного устаткування	-2359,8	54,7	273,7	45,3	2633,5
виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших груповань	-5329,4	57,0	1343,3	43,0	6672,7
виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	-4085,9	43,0	425,0	57,0	4510,9
виробництво меблів, іншої продукції; ремонт і монтаж машин і устаткування	-596,2	61,5	435,0	38,5	1031,2
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	-9991,9	51,6	8479,5	48,4	18471,4
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	-565,4	37,0	363,8	63,0	929,2

одержали прибуток, а 40,8% – збиток. Фінансовий результат підприємств, які одержали прибуток, становить 199 943,1 млн грн, а тих, які одержали збиток, – 204 845,7 млн грн.

Найменша кількість збиткових підприємств серед тих, які здійснюють фінансову та страхову діяльність, найбільша – тимчасове розміщення й організацію харчування. Це пов'язано з практично припиненням діяльності останніх підприємств на період карантину та суттєвими обмеженнями щодо подальшої діяльності в період поступового виходу з карантину. Позитивний фінансовий результат (сальдо) до оподаткування спостерігається тальки у сфері інформації та телекомунікації, фінансовій та страховій діяльності, професійній, науковій та технічній діяльності. Тому збитковим підприємствам доцільно здійснити аудит своєї діяльності, розглянути можливості зміни формату здійснення

діяльності. Якщо це не має практично ніякої економічної ефективності в майбутньому, то проаналізувати можливість диверсифікації видів діяльності, а в найгіршому разі – її припинення з метою мінімізації збитків.

Окрім того, велике значення для ефективного функціонування підприємств промисловості мають їхні фінансові результати за видами економічної діяльності промисловості (табл. 2).

На основі аналізу даних, представлених у табл. 2, можна зробити висновок, що підприємства, які одержали прибуток, належать до добувної промисловості і розроблення кар'єрів; виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів; виробництва комп'ютерів, електронної та оптичної продукції. На жаль, усі інші підприємства одержали збиток, що потребує розроблення та реалізації антикризових програм на них.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що у 2020 р. значно погіршилися стан та результати ефективності діяльності підприємств промисловості, що зумовлено падінням платоспроможного попиту на більшість видів продукції й, як наслідок, зниженням ефективності використання обігового капіталу. Окрім того, спостерігається значне падіння індикаторів ділової впевненості, що за відсутності формування гнучкої системи реагування на підприємствах призведе до їх масового банкрутства. Аналіз фінансових результатів підтверджує наявність негативної тенденції та вимагає негайного корегування планів діяльності підприємств в умовах, що склалися.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гонтарева І.В., Чередник А.О. Методичний підхід до оцінки ефективності розвитку промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 4. С. 21–29.
2. Пігуль Н.Г., Пігуль Є.І. Сучасний стан та перспективи розвитку машинобудівного комплексу України. *Економіка та суспільство*. 2018. № 15. URL: <http://economyandsociety.in.ua> (дата звернення: 25.06.2020).
3. Стрільчук Р.М., Кривов'язюк І.В., Кривов'язюк Б.І. Економічна діагностика діяльності промислового підприємства: теорія, методика та практика реалізації. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. Вип. 33. С. 130–137.
4. Тенденції та оцінка чинників підвищення ефективності функціонування підприємств машинобудування : монографія / за ред. проф. В.М. Нижника, доц. М.В. Ніколайчука. Хмельницький : ХНУ, 2010. 398 с.

5. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.06.2020).

REFERENCES:

1. Hontareva I. V. (2017) Metodychnyi pidkhid do otsinky efektyvnosti rozvytku promyslovykh pidpriemstv [Methodical approach to assessing the effectiveness of industrial enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 4, pp. 21–29. (in Ukrainian)
2. Pihul N. H., Pihul Ye. I. (2018) Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku mashynobudivnoho kompleksu Ukrainy [Current state and prospects of development of the machine-building complex of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, № 15. Available at: <http://economyandsociety.in.ua> (accessed: 25 June 2020). (in Ukrainian)
3. Strilchuk R. M. (2019) Ekonomichna diahnostyka diialnosti promyslovoho pidpriemstva: teoriia, metodyka ta praktyka realizatsii [Economic diagnostics of industrial enterprise activity: theory, methods and practice of realization]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ser.: Ekonomichni nauky*, no. 33, pp. 130–137. (in Ukrainian)
4. Tendentsii ta otsinka chynnykiv pidvyshchennia efektyvnosti funktsionuvannia pidpriemstv mashynobuduvannia [Trends and assessment of factors improving the efficiency of mechanical engineering enterprises]: monohrafiia / za red. prof. V. M. Nyzhnyka, dots. M. V. Nikolaichuka. Khmelnytskyi : KhNU, 2010, 398 p. (in Ukrainian)
5. Ofitsiynyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 17 June 2020).

РЕЙТИНГ ВПЛИВУ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ НА ЗАГАЛЬНУ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

RATING OF THE INFLUENCE OF COMPETITIVE STRATEGIES ON OVERALL PERFORMANCE OF THE CONFECTIONERY ENTERPRISES

УДК 334.711:664

<https://doi.org/10.32843/bses.54-23>

Фоцій П.М.

асистент кафедри
менеджменту та оподаткування
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Краснокутська Н. С.
д.е.н., професор,
завідувач кафедри
менеджменту та оподаткування,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Foshchii Petro

National Technical University
«Kharkiv Polytechnic Institute»
Krasnokutska Nataliia
National Technical University
«Kharkiv Polytechnic Institute»

У статті наведено чинники та визначено їхній вплив на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності. У результаті побудовано матрицю впливу чинників на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності. Для більш детального аналізу впливу чинників на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності використано таксономічний метод порівняльного аналізу. Для цього представлено методичний підхід до проведення таксономічного аналізу впливу чинників на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності. У результаті виявлено впливу чинників побудовано матрицю застосування конкурентної стратегії на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості. На основі отриманих результатів розрахунку рівня коефіцієнту таксономії та матриці впливу побудовано рейтинг впливу конкурентних стратегій на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості.

Ключові слова: конкурентна стратегія, результативність, класифікація конкурентної стратегії, результативність підприємств кондитерської промисловості, проєкції результативності діяльності підприємств.

В статті приведені фактори і определено их влияние на общую результатив-

ность деятельности предприятий кондитерской промышленности выборочной совокупности. В результате построена матрица влияния факторов на общую результативность деятельности предприятий кондитерской промышленности выборочной совокупности. Для более детального анализа влияния факторов на результативность деятельности предприятий кондитерской промышленности выборочной совокупности использован таксономический метод сравнительного анализа. Для этого представлен методический подход к проведению таксономического анализа влияния факторов на результативность деятельности предприятий кондитерской промышленности выборочной совокупности. В результате выявленного влияния факторов построена матрица применения конкурентной стратегии на результативность деятельности предприятий кондитерской промышленности. На основе полученных результатов расчета уровня коэффициента таксономии и матрицы влияния построен рейтинг влияния конкурентных стратегий на результативность деятельности предприятий кондитерской промышленности.

Ключевые слова: конкурентная стратегия, результативность, классификация конкурентной стратегии, результативность предприятий кондитерской промышленности, проекции результативности деятельности предприятий.

To achieve competitive goals, the company must determine market positions, available resources, source of competitive advantages and the nature of market actions, i.e. to form a set of competitive strategies. Competitive strategy is one of the company's strategies, which is aimed at both competitors and consumers within the approaches, and determines how the company can achieve its strategic goals in a competitive market. That is why understanding the types of competitive strategy in the processes of enterprise management is especially relevant. Improving the effectiveness of competitive strategy is one of the decisive factors in the company's exit from the economic and technological crisis, and also plays a key role in solving problems of sustainable economic growth and creating conditions for improving solvency, i.e. improving efficiency. To create a mechanism for developing an effective competitive strategy, we will analyze the impact of factors on the overall performance of the confectionery industry. The article presents the factors and determines their impact on the overall performance of the confectionery industry's sample. As a result, a matrix of the factors' influence on the overall performance of the confectionery industry's sample is constructed. For a more detailed analysis, a comparison of "reference efficiency" and that obtained as a result of the influence of one or the other factor was presented. "Reference performance" is the performance most desirable for all four performance forecasts. A taxonomic method of comparative analysis was used for a more detailed analysis of the factors' influence on the performance of the confectionery industry's sample. To do this, the article presents a methodological approach to taxonomic analysis of the factors' impact on the performance of the confectionery industry's sample. As a result of the revealed influence of factors the matrix of competitive strategy's application on efficiency of the confectionery enterprises activity is constructed in the article. Based on the results of the taxonomy coefficient level calculation and the impact matrix, a rating of the competitive strategies' impact on the confectionery industry effectiveness is built.

Key words: competition, competitive strategy, effectiveness, classification of competitive strategy, productivity of the confectionery industry, projection of the effectiveness of enterprises.

Постановка проблеми. Боротьба за споживача на ринку кондитерських виробів та уповільнення темпів зростання доходів спонукають підприємства шукати нові можливості подальшого розвитку. Такими шляхами є розроблення конкурентної стратегії, використання якої буде сприяти зміцненню конкурентних позицій, підвищенню конкурентоспроможності та отриманню конкурентних переваг підприємствами у довгостроковій

перспективі. Саме тому для виробників стає актуальним рейтинг впливу конкурентних стратегій на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості для більш точного й аргументованого вибору тієї чи іншої стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження проблем впливу конкурентних стратегій на загальну результативність діяльності підприємств, у тому числі і конди-

терської промисловості, зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені: Г.Л. Азоев [1; 2], А.П. Челенков [2], І. Ансофф [3], А.Дж. Стрікленд [4], А.А. Томпсон [4], А.Ю. Юданов [5], М. Портер [6], Б. Альстред [7], Г. Мінцберг [7], Дж. Лемпіл [7] та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є побудова рейтингу впливу конкурентних стратегій на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості на основі розрахунку рівня коефіцієнта таксономії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення дієвості конкурентної стратегії є одним із вирішальних чинників під час виходу підприємства з економічної і технологічної кризи, а також відіграє визначальну роль у вирішенні проблем досягнення стійкого економічного зростання і створення умов для підвищення платоспроможності, тобто поліпшення результативності діяльності. Проведемо аналіз впливу чинників на загальну результативність підприємств кондитерської промисловості. Для такого аналізу сформовано вибірку сукупність підприємств, яка складається з 12 підприємств – лідерів галузі з публічною звітністю [8]: ПАТ «ВКФ «Рошен», ПрАТ «ХБФ», ПрАТ «АВК», ПрАТ «ВО Конті», ПАТ «Моңделіс Україна», ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», ПрАТ «Домінік», ЧП «ВТК Лукас», ПрАТ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Лагода», ПрАТ «Роменська кондитерська фабрика», ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

Згідно з дослідженнями [9; 10], виявлено, що кожна конкурентна стратегія чинить певний вплив на показники результативності діяльності підприємства. На основі виділених чотирьох проекцій результативності – ринкової, фінансової, витратної та неекономічної – авторами було представлено класифікацію конкурентних стратегій підприємства залежно від очікуваних результатів [10]. Рейтинг конкурентних стратегій буде побудовано з аналізом впливу на результативність підприємств кондитерської промисловості.

Аналіз впливу чинників проведено за чотири проекціями: ринковою, фінансовою, витратною та неекономічною [9]. Кожен чинник впливає на різні проекції результативності. Для наочності побудуємо на рис. 1 матрицю впливу чинників на проекції результативності діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності.

Для більш повного аналізу проведено порівняння «еталонної результативності» та отриманої в результаті впливу того чи іншого чинника. За «еталонну результативність» прийнято результативність, що є найбільш бажаною за всіма чотирма проекціями результативності. Для того щоб побудувати багатокутник результативності, використаємо бальну шкалу від 0 до 2, яка має таку лінгвістичну інтерпретацію по кожній проекції:

- 0 балів означає, що змін не відбулося (температурний показник дорівнює 0) або показники погіршилися (температурний показник від’ємний);
- 1 бал – мають місце незначні зміни (0–1%);
- 2 бали – відбулося поліпшення (температурний показник понад 10%).

Тобто площа багатокутника «еталонної результативності» становить 8 кв. од.

У результаті з використанням MS Excel побудовано пелюсткові діаграми для оцінки впливу чинників на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності. Для побудови пелюсткових діаграм застосовано чотири осі – проекції результативності: ринкову, фінансову, витратну, нефінансову. Оскільки під час виконання дослідження було побудовано 396 багатокутників результативності, у цій роботі наведено лише висновки про вплив кожного чинника без наведення зображень рисунків.

Отже, проаналізовано вплив таких чинників на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності, тобто виявлено, як зміниться результативність підприємства після впливу чинників:

- чинник 1 – зростання обсягу виробництва (інші проекції результативності не змінні то тим чи іншим причинам). У результаті можна зробити висновок, що по чотирьох підприємствах не відбулося поліпшення (ПАТ «ВКФ «Рошен», ПрАТ «ХБФ», ЧП «ВТК Лукас», ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика»). Найбільша зміна загальної результативності – в два рази (площі багатокутника) – присутня на трьох підприємствах кондитерської промисловості вибіркової сукупності: ПрАТ «АВК», ПАТ «Моңделіс Україна», ПрАТ «Роменська кондитерська фабрика». На двох підприємствах (ПрАТ «ВО Конті», ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», ПрАТ «Житомирські ласощі») відбулося покращення в 1,5 рази, а для двох (ПрАТ «Домінік», ПрАТ «Лагода») – на 33,33%;

Проекції результативності	Фактор										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Ринкова											
Фінансова											
Витратна											
Неекономічна											

Рис. 1. Матриця впливу чинників на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності

– чинник 2 – збільшення показників продуктивності та збільшення доходності 1 т продукції, що веде до збільшення чистого доходу, прибутку та рентабельності (інші проєкції результативності незмінні з тих чи інших причин). Можна зробити висновок, що лише по чотирьох підприємствах вибіркової сукупності (ПАТ «ВКФ «Рошен», ПрАТ «АВК», ПрАТ «ВО Конті», ПАТ «Монделіс Україна») відбулося поліпшення загальної результативності. Найбільша зміна загальної результативності – в три рази (площі багатокутника) – присутня на ПрАТ «АВК»;

– чинник 3 – зменшення матеріаломісткості, що не призвело до зміни собівартості та інших проєкцій результативності. Можна зробити висновок, що чинник змінив загальну результативність для шести підприємств: ПАТ «ВКФ «Рошен», ПрАТ «АВК», ПАТ «Монделіс Україна», ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», ПрАТ «Роменська кондитерська фабрика», ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика». Найбільша зміна загальної результативності – в три рази – спостерігається для ПАТ «Монделіс Україна», найменша – на 33,33% – для ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика»;

– чинник 4 – введення інновацій та поліпшення якості – змінив загальну результативність лише для трьох підприємств: ПрАТ «АВК», ПрАТ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Лагода». Найбільша зміна загальної результативності – в два рази – спостерігається для ПрАТ «АВК», найменша – на 33,33% – для ПрАТ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Лагода»;

– чинник 5 – зростання обсягу виробництва, що призведе до зростання частки ринку та чистого доходу, прибутку і рентабельності (незалежно від зміни продуктивності праці). Можна зробити висновок, що майже по всіх підприємствах вибіркової сукупності, крім ПрАТ «ХБФ» ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика», відбулося поліпшення загальної результативності. Найбільша зміна загальної результативності – у шість разів – присутня на ПрАТ «АВК», найменша – на 33,33% – для ПрАТ «Домінік», ПрАТ «Лагода»;

– чинник 6 – збільшення частки ринку, а також зменшення собівартості за незмінних інших проєкцій. Можна зробити висновок, що чинник 6 змінив загальну результативність для більшості підприємств вибіркової сукупності: ПАТ «ВКФ «Рошен», ПрАТ «АВК», ПрАТ «ВО Конті», ПАТ «Монделіс Україна», ПрАТ «Роменська кондитерська фабрика», ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика», ПрАТ «Житомирські ласощі», ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч». Найбільша зміна загальної результативності – в три рази – спостерігається на трьох підприємствах (ПрАТ «АВК», ПАТ «Монделіс Україна», ПрАТ «Роменська кондитерська фабрика»), найменша – на 33,33% – для ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

– чинник 7 – збільшення частки ринку за рахунок введення інновацій та поліпшення якості за зменшення ємності ринку (незмінні фінансова та витратна проєкції) – змінив загальну результативність для шести підприємств вибіркової сукупності: ПАТ «ВКФ «Рошен», ПрАТ «АВК», ПрАТ «ВО Конті», ПАТ «Монделіс Україна», ПрАТ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Лагода». Найбільша зміна загальної результативності – в чотири рази – присутня на ПрАТ «АВК», найменша – на 33,33% – для ПрАТ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Лагода»;

– фактор чинник – зменшення собівартості, що призведе до збільшення прибутку та рентабельності – змінив загальну результативність для шести підприємств: ПАТ «ВКФ «Рошен», ПрАТ «АВК», ПАТ «Монделіс Україна», ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», ПрАТ «Роменська кондитерська фабрика», ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика». Найбільша зміна загальної результативності – у дев'ять разів – спостерігається для ПрАТ «АВК», найменша – на 33,33% – для ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика»;

– чинник 9 – через збільшення прибутку збільшено кошти на введення інновації – чинить вплив на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності по шести підприємствах: ПАТ «ВКФ «Рошен», ПрАТ «АВК», ПрАТ «ВО Конті», ПАТ «Монделіс Україна», ПрАТ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Лагода. Найбільша зміна загальної результативності – в чотири рази – присутня на ПрАТ «АВК», найменша – на 33,33% – для ПрАТ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Лагода»;

– чинник 10 – введення інновацій, що призвело до зменшення собівартості та матеріаломісткості – змінив загальну результативність для восьми підприємств вибіркової сукупності: ПАТ «ВКФ «Рошен», ПрАТ «АВК», ПАТ «Монделіс Україна», ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», ПрАТ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Лагода», ПрАТ «Роменська кондитерська фабрика», ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика». Найбільша зміна загальної результативності – у шість разів – присутня на ПрАТ «АВК», найменша – на 33,33% – для ПрАТ «Роменська кондитерська фабрика», ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика», ПрАТ «Житомирські ласощі»;

– чинник 11 – збільшення частки ринку, збільшення чистого доходу, прибутку, за рахунок введення нових технологій – змінив загальну результативність для більшості підприємств, окрім ПрАТ «ХБФ», ЧП «ВТК Лукас», ПАТ «Запорізька кондитерська фабрика». Найбільша зміна загальної результативності – у вісім разів – спостерігається для ПрАТ «АВК», найменша – на 33,33% – для ПрАТ «Домінік».

Отже, проаналізувавши результати, отриманні в MS Excel, можна констатувати, що найбільший

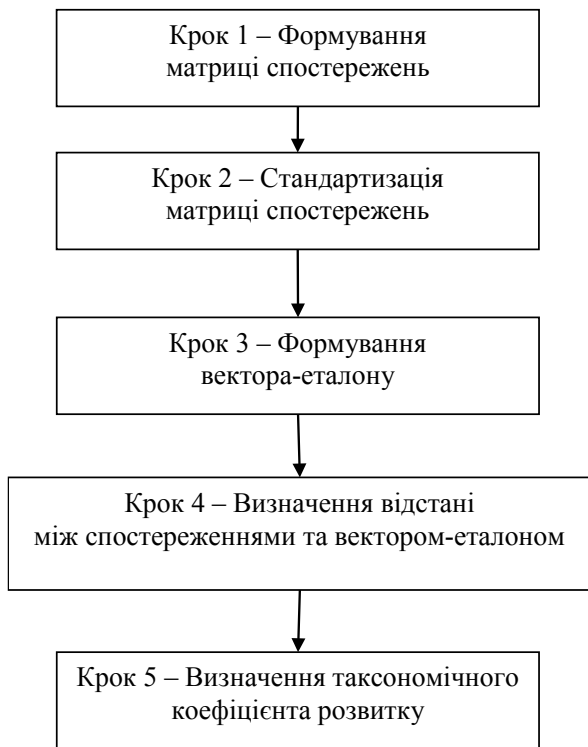


Рис. 2. Методичний підхід до проведення таксономічного аналізу впливу чинників на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності

вплив чинників на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності спостерігається для ПрАТ «АВК». Для ПрАТ «ХБФ» та ЧП «Лукас» повністю підсудний вплив. Такий результат було отримано через уже реалізовані конкурентні стратегії на підприємстві, адже по деяких проєкціях на підприємствах спостерігається поліпшення за наявної стратегії.

Для більш детального аналізу впливу чинників на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності використовуємо таксономічний метод порівняльного аналізу.

Таксономія (від грец. τάξις – лад, порядок і νόμος – закон) – вчення про принципи та практики класифікації та систематизації складних сфер дій-

сності, що мають, як правило, ієрархічну будову [11]. Коріння таксономії як науки зародилися в XVIII ст. Прабатьком таксономії вважається Карл Ліннеусз (1707–1778), творець систематики рослин і тварин. Розвиток кількісних (математичних) методів, що застосовуються в біологічних дослідженнях у другій половині XIX ст., надихнув теорією еволюції Чарльза Дарвіна.

Розглянемо більш детально зміст методу. Методичний підхід до проведення таксономічного аналізу впливу на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності представлено на рис. 2.

В основу методу покладено визначення так званої таксономічної відстані, тобто відстані між точками багатовимірного простору, розмірність якого визначається кількістю ознак, що характеризують об'єкт, котрий вивчається. Визначення цих відстаней дає можливість визначити місце розташування кожної конкретної точки щодо інших і, таким чином, структурувати всю сукупність точок.

Безсумнівною перевагою таксономічного методу, який дозволяє його широке застосування, є процес так званої стандартизації показників, у результаті якого властивості об'єкта, описані різними якісними і кількісними показниками, перетворюються на єдину стандартизовану систему вимірювання.

Крок 1 – Формування матриці спостережень.

Під час побудови таксономічного показника застосовується матриця даних або складена зі стандартизованих реалізацій ознак. Стандартизація дає змогу позбавитися від одиниць виміру, як натуральної, так і вартісної. Одночасно відбувається вирівнювання дисперсії (кожна дисперсія стає рівна одиниці), а також значення ознак (усі середні арифметичні дорівнюють нулю), що небажано, оскільки через це кожна ознака однаковою мірою впливає на результати аналізу.

Для початку аналізу сформуємо матрицю спостережень. Вихідними даними для матриці будуть зміни загальних показників результативності діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності за кожним із чинників (i-тий рядок) і кожним підприємством вибірки (j-тий стовбець).

Сформована матриця спостережень (A), матиме такий вигляд:

A=	1,00	1,00	2,00	1,50	2,00	1,50	1,33	1,00	1,50	1,33	2,00	1,00
	4,00	1,00	9,00	1,00	6,00	1,50	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,33
	2,00	1,00	6,00	4,00	4,00	1,50	1,33	1,00	2,00	1,33	2,00	1,00
	2,00	1,00	3,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	2,00	1,00	4,00	3,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,33	1,00	1,00
	1,50	1,00	2,00	1,00	3,00	1,50	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,33
	2,00	1,00	6,00	1,00	3,00	1,50	1,00	1,00	1,33	1,33	3,00	1,33
	2,00	1,00	4,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,33	1,33	1,00	1,00
	2,00	1,00	3,00	1,50	3,00	1,50	1,00	1,00	1,50	1,00	3,00	1,33
	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,33	1,33	1,00	1,00
	2,00	1,00	8,00	4,00	4,00	1,50	1,33	1,00	2,67	1,78	2,00	1,00

Крок 2 – Стандартизація матриці спостережень.

Далі проведемо стандартизування значень елементів матриці спостережень (A). Для цього визначаємо середнє значення за кожним показником. У результаті отримуємо такий вектор:

$$X_{сер} = (1,95, 1,00, 4,45, 2,00, 2,91, 1,32, 1,09, 1,00, 1,52, 1,25, 1,91, 1,12).$$

Об'єднання показників, наведених у матриці A, в один загальний неможливо без попередніх процедур перетворення (приведення) до однієї

вимірювальної бази. Для цього, згідно з правилами методу таксономії, проводиться стандартизація ознак, за якої значення показника замінюється коефіцієнтом, що характеризує відношення відхилення кожної конкретної ознаки від середнього значення ознаки. Математично дане перетворення має вигляд (формула 1):

$$Z_{ij} = X_{ij} / X_{сер} \quad (1)$$

Стандартизована матриця спостережень (Z), матиме вигляд:

Z=	0,51	1,00	0,45	0,75	0,69	1,14	1,22	1,00	0,99	1,06	1,05	0,89
	2,05	1,00	2,02	0,50	2,06	1,14	0,92	1,00	0,66	0,80	1,57	1,19
	1,02	1,00	1,35	2,00	1,38	1,14	1,22	1,00	1,32	1,06	1,05	0,89
	1,02	1,00	0,67	1,00	0,69	0,76	0,92	1,00	0,66	0,80	0,52	0,89
	1,02	1,00	0,90	1,50	0,69	0,76	0,92	1,00	1,32	1,06	0,52	0,89
	0,77	1,00	0,45	0,50	1,03	1,14	0,92	1,00	0,66	0,80	1,05	1,19
	1,02	1,00	1,35	0,50	1,03	1,14	0,92	1,00	0,88	1,06	1,57	1,19
	1,02	1,00	0,90	1,00	0,69	0,76	0,92	1,00	0,88	1,06	0,52	0,89
	1,02	1,00	0,67	0,75	1,03	1,14	0,92	1,00	0,99	0,80	1,57	1,19
	0,51	1,00	0,45	0,50	0,34	0,76	0,92	1,00	0,88	1,06	0,52	0,89
	1,02	1,00	1,80	2,00	1,38	1,14	1,22	1,00	1,76	1,42	1,05	0,89

Крок 3 – формування вектора-еталону. Побудова вектора-еталону полягає у визначенні елементів матриці спостережень та їх стандартизації, після чого проводиться диференціація ознак. При цьому всі змінні поділяються на стимулятори та дестимулятори. В основу такого поділу покладено характерний вплив кожного з показників на рівень розвитку об'єкта, який вивчається. Ознаки, котрі впливають позитивно на загальний рівень розвитку, називають стимуляторами, ознаки, які впливають негативно, називають дестимуляторами. Такий поділ є основою для побудови вектора-еталону. Оскільки всі чинники, які досліджуються, позитивно впливають на загальні показники результативності діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності, то елементи вектора-еталона будуть стимуляторами і матимуть значення, сформовані за формулою 2:

$$X_{oi} = \max Z_i \quad (2)$$

Тобто координатами вектора-еталона будуть максимальні значення стандартизованої матриці спостережень по кожному зі стовбців, тобто по кожному підприємству кондитерської промисловості вибіркової сукупності.

У результаті формули 2 отримано такий вектор-еталон:

$$X_o = (2,05; 1,00; 2,02; 2,00; 2,06; 1,14; 1,22; 1,00; 1,76; 1,42; 1,57; 1,19)$$

Крок 4 – визначення відстані між спостереженнями та вектором-еталоном. Наступним кроком виступає процедура формування матриці відстаней, на підставі якої, згодом, визначається місце розташування кожного конкретного об'єкта в усій сукупності досліджуваних об'єктів. Відстань за кожною ознакою об'єкта визначається як різниця

між стандартизованим значенням цієї ознаки і стандартизованим значенням цього показника по сусідньому або еталонному об'єкту (вибір об'єкта здійснюється виходячи із цілей дослідження).

Результати розрахунку відстаней між окремими спостереженнями і вектором-еталоном наведено в табл. 1.

Таблиця 1
Результати розрахунку відстаней між окремими спостереженнями і вектором-еталоном

Чинник	Сіо
Чинник 1	3,0594
Чинник 2	1,9847
Чинник 3	1,6296
Чинник 4	2,9615
Чинник 5	2,4880
Чинник 6	3,0630
Чинник 7	2,4099
Чинник 8	2,7424
Чинник 9	2,5611
Чинник 10	3,5147
Чинник 11	1,3903
Сума	27,8046

Крок 5 – визначення таксономічного коефіцієнту. Елементи таблиці відстаней служать основою для проведення заключних розрахунків із визначення таксономічного показника, який може бути визначений за формулою 3:

$$K_i = 1 - d_i \quad (3)$$

Для цього визначимо середні відстані: $S_o = 27,8046 / 12 = 2,3171$. $S_o = 8,0265$. Відстань: $S_o = 2,3171 + 2 * 8,0265 = 18,3701$.

Таблиця 2

Результати розрахунку зведеного показника рівня розвитку

Чинник	dі
Чинник 1	0,1665
Чинник 2	0,0887
Чинник 3	0,1612
Чинник 4	0,1667
Чинник 5	0,1080
Чинник 6	0,1913
Чинник 7	0,1493
Чинник 8	0,1354
Чинник 9	0,1312
Чинник 10	0,1394
Чинник 11	0,0757

Таблиця 3

Результати розрахунку рівня коефіцієнту таксономії

Чинник	Kі
Чинник 1	0,8335
Чинник 2	0,9113
Чинник 3	0,8388
Чинник 4	0,8333
Чинник 5	0,8920
Чинник 6	0,8087
Чинник 7	0,8507
Чинник 8	0,8646
Чинник 9	0,8688
Чинник 10	0,8606
Чинник 11	0,9243

Результати розрахунку зведеного показника рівня розвитку ді наведено в табл. 2, рівня коефіцієнту таксономії – у табл. 3.

У результаті таксономічного аналізу впливу чинників на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності можна зробити висновок, що він приймає високе значення, що говорить про значний вплив чинників. Згідно з результатами розрахунку рівня коефіцієнту

таксономії, можна констатувати, що найбільший вплив на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності здійснюють чинники 11 та 2.

Згідно з ранніми дослідженнями авторів [9; 10], можна стверджувати, що вибір тої чи іншої конкурентної стратегії чинить вплив на результативність діяльності. У результаті виявленого впливу чинників побудуємо табл. 4 впливу застосування конку-

Таблиця 4

Вплив застосування конкурентної стратегії на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості

Стратегія	Проекції результативності діяльності підприємств кондитерської промисловості			
	Ринкова	Фінансова	Витратна	Неекономічна
Класифікація конкурентних стратегій Г.Л. Азовєва [1; 2], А.П. Челєнкова [2]				
Стратегія зниження собівартості продукції				
Стратегія диференціації продукції				
Стратегія сегментування ринку				
Стратегія реалізація нововведень				
Стратегія негайного реагування на потреби				
Класифікація конкурентних стратегій І. Ансоффа [3]				
Стратегія максимізації частини ринку (історична)				
Стратегія диференціації товарів/послуг				
Стратегія диференціації ринку (ринкової ніші)				
Класифікація конкурентних стратегій М. Портера [6]				
Найменші сукупні витрати				
Диференціація				
Зосередження				
Класифікація конкурентних стратегій А.А. Томпсона [4], А.Дж Стріклєнда [4]				
Стратегія лідерства за витратами				
Стратегія оптимальних витрат				
Стратегія широкої диференціації				
Сфокусована стратегія на базі низьких витрат				
Сфокусована стратегія на базі диференціації продукту				
Класифікація конкурентних стратегій А.Ю. Юданова [5]				
Віолентна				
Патієнтна				
Комувантна				
Експлерента				

Рейтинг впливу конкурентних стратегій на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості

Місце	Значення рівня коефіцієнта таксономії	Стратегії	Вплив на проєкцію результативності діяльності
11	0,8087	Стратегія максимізації частки ринку (історична) (І. Ансоффа [3])	Ринкова, витратна
10	0,8333	Стратегія реалізація нововведень (Г.Л. Азосва [1; 2], А.П. Челенкова [2])	Неекономічна
9	0,8335	Стратегія сегментування ринку (Г.Л. Азосва [1; 2], А.П. Челенкова [2]), стратегія диференціації ринку (ринкової ніші) (І. Ансоффа [3]), Експлерента (А.Ю. Юданова [5]), сфокусована стратегія на базі диференціації продукту стратегій (А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікленда [4]), зосередження (М. Портера [6])	Ринкова
8	0,8388	Стратегія зниження собівартості продукції (Г.Л. Азосва [1; 2], А.П. Челенкова [2]), стратегія лідерства за витратами (А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікленда [4])	Витратна
7	0,8507	Патієнтна (А.Ю. Юданова [5])	Ринкова, неекономічна
6	0,8606	Стратегія оптимальних витрат (А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікленда [4])	Витратна, неекономічна
5	0,8646	Найменші сукупні витрати (М. Портера [6])	Фінансова, витратна
4	0,8688	Диференціація (М. Портера [6]), віолентна (А. Ю. Юданова [5])	Фінансова, неекономічна
3	0,892	Стратегія негайного реагування на потреби (Г.Л. Азосва, А.П. Челенкова [2]), сфокусована стратегія на базі низьких витрат (А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікленда [4]), комутантна (А.Ю. Юданова [5])	Ринкова, фінансова
2	0,9113	Стратегія диференціації продукції (Г.Л. Азосва, А.П. Челенкова [2]), стратегія диференціації товарів/послуг (І. Ансоффа [3])	Фінансова
1	0,9243	Стратегія широкої диференціації (А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікленда [4])	Ринкова, фінансова, неекономічна

рентної стратегії на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості. Тобто кожний проаналізований чинник – це результат реалізації певної конкурентної стратегії [11].

Згідно з отриманими результатами розрахунку рівня коефіцієнта таксономії, побудуємо рейтинг впливу конкурентних стратегій на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості (табл. 5).

Висновки з проведеного дослідження. Згідно з отриманими результатами, побудований рейтинг впливу конкурентних стратегій на загальну результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості показує, що найбільший вплив чинить стратегія широкої диференціації (А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікленда [4]), а найменший – стратегія максимізації частки ринку (історична) (І. Ансоффа [3]). Результати впливу чинників на результативність діяльності підприємств кондитерської промисловості вибіркової сукупності рекомендовано використовувати під час розроблення конкурентної стратегії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика. Москва : Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с.

2. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкуренционные преимущества фирмы. Москва : НОВОСТИ, 2000. 256 с.

3. Ансофф И. Стратегическое управление / пер. с англ. Е. Л. Леонтьева. Москва : Экономика, 1989. 519 с.

4. Томпсон А.А., Стрикленд А.Д. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. Москва : Вильямс, 2006. 928 с.

5. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика ; 3-е изд., исправ. и доп. Москва : Гном и Д, 2001. 304 с.

6. Портер М. Конкуренционное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.

7. Минцберг Г., Альстрэд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий / пер. с англ. ; под ред. Ю.Н. Каптуревского. Санкт-Петербург : Питер, 2000. 336 с.

8. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://smida.gov.ua/> (дата звернення: 01.06.2020).

9. Фоцій П.М. Особливості впливу конкурентної стратегії на результативність діяльності підприємства. *Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика»*, м. Запоріжжя, 24 листопада 2017 р. Запоріжжя, 2017. С. 540–543.

10. Краснокутська Н.С., Фоцій П.М. Класифікація конкурентних стратегій підприємства залежно від

впливу на результативність. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 6(17). С. 217–233.

11. Тарасевич А.П. Аналіз та оцінка фінансово-економічного стану кондитерських підприємств України на основі метрик відстані та подібності. *Вісник Донецького національного університету. Серія В «Економіка і право»*. 2015. Вип. 1. С. 345–352.

REFERENCES:

1. Azoyev G. L. Konkurentsya: Analiz, strategiya i praktika [Competition: Analysis, strategy and practice]. M.: Tsentr ekonomiki i marketinga, 1996. 208 s. (in Russian)

2. Azoyev G.L., Chelenkov A.P. Konkurentnyye preimushchestva firmy [Competitive Advantages]. M.: OAO «Tipografiya «NOVOSTI»», 2000. 256 s. (in Russian)

3. Ansoff I. Strategicheskoye upravleniye [Strategic management] / per. s angl. E. L. Leont'yeva. M.: Ekonomika, 1989. 519 s. (in Russian)

4. Tompson A.A., Striklend A.D. Strategicheskii menedzhment. Kontseptsii i situatsii dlya analiza [Strategic management. Concepts and situations for analysis]. M.: Izdatel'skiy dom «Vil'yame», 2006. 928 s. (in Russian)

5. Yudanov A.YU. Konkurentsya: teoriya i praktika [Competition: Theory and Practice] / 3-e izd., isprav. i dop. M.: Gnom i D, 2001. 304 s. (in Russian)

6. Porter M. Konkurentnoye preimushchestvo: Kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' yego ustoychivost' [Competitive advantage: How to achieve a high result and ensure its sustainability] / per. s angl. M.: Al'pina Biznes Buks, 2005. 715 s. (in Russian)

7. Mintsberg G., Al'stred B., Lempel Dzh. Shkoly strategiy [School of Strategy] / per. s angl.; pod red. Yu.N. Kapturevskogo. SPb.: Piter, 2000. 336 s. (in Russian)

8. Ofitsiyniy sait Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy. URL: <https://smida.gov.ua/> (data zvernennia: 1.06.2020). (in Ukrainian)

9. Foshchii P. M. Osoblyvosti vplyvu konkurentnoi stratehii na rezultatyvnist diialnist pidpriemstva. [Features of the influence of competitive strategy on the effectiveness of the enterprise]. *Materialy V Mizhnarodnoi naukovopraktychnii konferentsii «Formuvannya efektyvnykh mekhanizmiv derzhavnoho upravlinnia ta menedzhmentu v umovakh suchasnoi ekonomiky: teoriia i praktyka» 24 lystopada 2017 r., m. Zaporizhzhia*, 2017. S. 540–543. (in Ukrainian)

10. Krasnokutska N.S., Foshchii P.M. Klasyfikatsiia konkurentnykh stratehii pidpriemstva zalezho vid vplyvu na rezultatyvnist. [Classification of competitive strategies of the enterprise depending on the impact on performance]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*. 2018. Vypusk 6(17). S. 217–233. (in Ukrainian)

11. Tarasevych A. P. Analiz ta otsinka finansovo-ekonomichnoho stanu kondyterskykh pidpriemstv Ukrainy na osnovi metryk vidstani ta podibnosti. [Analysis and assessment of the financial and economic condition of confectionery enterprises in Ukraine on the basis of distance and similarity metrics.]. *Visnyk Donetskooho natsionalnoho universytetu. Seriya V "Ekonomika i pravo"*. 2015. Vyp. 1. S. 345–352. (in Ukrainian)

ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДУ «ЕКСПРЕС-ТЕСТ КЕРІВНИЦТВА» (ЕТК-МЕТОД) ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КЕРІВНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВОМ

DESCRIPTION OF THE MANAGEMENT EXPRESS TEST METHOD (MET-METHOD) FOR EVALUATION THE EFFICIENCY OF ENTERPRISE MANAGEMENT

УДК 65.012

<https://doi.org/10.32843/bses.54-24>

Чернобай Л.І.

к.е.н., професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Інститут економіки і менеджменту Національного університету «Львівська політехніка»

Дума О.І.

старший викладач кафедри адміністративного та фінансового менеджменту, здобувач Інститут адміністрування та післядипломної освіти Національного університету «Львівська політехніка»

Chernobay Liana

Institute of Economics and Management Lviv Polytechnic National University

Duma Oleg

Institute of Administration and Postgraduate Education Lviv Polytechnic National University

У статті описано прикладну проблему оцінювання ефективності керівництва та сформульовану наукову проблему розроблення методу оцінювання ефективності керівництва підприємствами в ринковому середовищі. Авторами побудовано метод експрес-тесту керівництва (ЕТК-метод) та виявлено проблеми оцінювання ефективності керівної системи менеджменту. Запропонований ЕТК-метод відрізняється від існуючих гнучкістю, адаптивністю до середовища невизначеності, використанням фінансових і нефінансових показників, комплексністю з погляду проявів функції керівництва, можливістю застосування менеджментом підприємств різних за розмірами, галузевою специфікою та відповідає критеріям економічної доцільності. У представленому дослідженні застосування ЕТК-методу оцінювання ефективності керівництва підприємством базується на побудові піраміди ефективності керівництва та чіткій етапності. Авторами запропоновано інтегральний показник оцінювання ефективності керівництва підприємством – ЕТК-індекс ефективності, який покладено в основу трансформації керівництва відповідно до поставлених цілей.

Ключові слова: ефективність керівництва, ЕТК-метод оцінювання ефективності керівництва, ЕТК-індекс ефективності, об'єктно-структуроване керівництво (ОСК), соціально-психологічне керівництво (СПК), модель Харрінгтона, крива трансформації ефективності керівництва, діагностика системи менеджменту.

В статті описана прикладна проблема оцінки ефективності керівництва та сформульована наукова проблема розроблення методу оцінки ефективності керівництва підприємствами в ринковій середовищі. Авторами побудовано метод експрес-тесту керівництва (ЕТК-метод) та виявлені проблеми оцінки ефективності керівної системи менеджменту. Представлений ЕТК-метод відрізняється від існуючих гнучкістю, адаптивністю в середовищі невизначеності, використанням фінансових і нефінансових показників, комплексністю з точки зору проявів функції керівництва, можливістю застосування менеджментом підприємств різних за розмірами, галузевими специфіками та відповідає критеріям економічної доцільності. У представленому дослідженні застосування ЕТК-методу оцінки ефективності керівництва підприємством базується на побудові піраміди ефективності керівництва та чіткій етапності. Авторами запропоновано інтегральний показник оцінки ефективності керівництва підприємством – ЕТК-індекс ефективності, який покладено в основу трансформації керівництва відповідно до поставлених цілей.

Ключевые слова: эффективность руководства, ЕТК-метод оценки эффективности руководства, ЕТК-индекс эффективности, объектно-структурированное руководство (ОСК), социально-психологическое руководство (СПК), модель Харрингтона, кривая трансформации эффективности руководства, диагностика системы менеджмента.

Applied problem of evaluating the efficiency of management have been described and the scientific problem of developing a method for evaluating the efficiency of management of enterprises in a market environment have been formulated in the article. The structure of the efficiency of enterprise management and four projections of the manifestation of management efficiency have been described. A hierarchical approach to the study of management efficiency through the efficiency pyramid have been developed during research, which reflects the integration of partial indicators of business process efficiency – object-structured management (OSM) and efficiency of personnel management – socio-psychological management (SPM) into a single efficiency indicator. The scientific result of the research was the developed. Management express test method (MET-method) and identified problems in assessing the efficiency of the management system. The proposed MET method differs from the existing ones by flexibility, adaptability to the uncertainty environment, adopt of financial and non-financial indicators, complexity in terms of management function, possibility of application by management of enterprises of different sizes, industry specifics and economic feasibility criteria. The analytical tools for the application of the MET – method with the transition from partial indicators of efficiency in the areas of management to the integrated indicator have been substantiated in the article. Authors propose an integrated indicator for assessing the efficiency of enterprise management – MET efficiency index, which takes into account the level of efficiency of business process management and personnel management in one indicator. The list of partial performance indicators that describe certain aspects of management in the enterprise was described in the article. Basing on the developed MET – method the authors propose a curve for the transformation of management efficiency. The application of the efficiency transformation curve to assess the efficiency of management by the MET – method makes it possible to adapt the tools developed by the authors to assess the efficiency of management to the needs of enterprises of different sizes, industries and applied approaches to business process management.

Key words: management efficiency, MET-method for evaluating management efficiency, MET-efficiency index, object-structured management (OSM), socio-psychological management (SPM), Harrington's model, management efficiency transformation curve, management system diagnostics.

Постановка проблеми. Дослідження кризових явищ в економіці дає змогу висунути гіпотезу щодо об'єктивності їх виникнення на певному етапі циклу розвитку незалежно від рівня – глобального, національного чи локального.

Настання кризи з погляду управління підприємством спричиняє ситуацію, за якої підприєм-

ство піддається зміні впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища. Проте наслідки від кризи для різних підприємств є неоднаковими. Історія підприємництва переконливо свідчить, що кризи для одних підприємств є моментом краху, для інших – періодом втрати позицій або переходу до занепаду, ще для інших – моментом переходу

до нового етапу розвитку, з новими передумовами, цілями та стратегіями. Ми вважаємо, що критерієм розподілу підприємств в економічній системі за цими трьома сценаріями є ефективність процесу керівництва підприємством, оскільки саме керівництво є об'єднувальною функцією системи менеджменту, яка формує, розподіляє та використовує всі наявні ресурси для досягнення оптимальної комбінації довгострокового та короткострокового ефекту. Отже, виникає необхідність у застосуванні інструментів оцінювання ефективності керівництва, які з прикладного погляду давали б власникам підприємства, менеджерам усіх рівнів розуміння ефективності бізнес-процесу керівництва [4] підприємством.

Саме потреба у розробленні методу оцінювання ефективності керівництва підприємством, яке враховуватиме різні аспекти функціонування підприємств та їх результати і даватиме можливість примати коректуючі рішення в межах оперативного періоду часу, визначила актуальність дослідження. Науковою новизною проведеного дослідження є обґрунтування ЕТК-методу на основі застосування ієрархічного підходу до структури показника, аналітичне обґрунтування структури ЕТК-індексу ефективності керівництва та систематизація показників ефективності бізнес-процесів на основі ОСК- і СПК-проекцій керівництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Ефективність керівництва, методи її оцінювання та практичні рекомендації його проведення знайшли своє відображення у працях українських та закордонних учених, які досліджували методичні інструменти та моделі управління підприємств (Р. Каплан, Д. Нортона, П.Р. Нівен, П. Друкер, Ф. Хедоурі, О.Є. Кузьмін, М. Альберт, М. Мескон, О. Дмитрієва, І.А. Бутенко), суть і методи інжинірингу бізнес-процесів (Дж. Харрінгтон, К. Есселінг), проблематику ефективності управління підприємствами (О.Ю. Щеглова, О.І. Судакова, М.В. Лаже, С.К. Рамазанов, Г.О. Надьон, О.П. Степаненко, Л.А. Тимашова, Г.В. Осовська, І.В. Осьмірко), інструменти діагностики ефективності підприємств (В.І. Борщ, О.Г. Мельник, Г.Г. Савіна, Т.І. Скібіна, І.В. Сіменко, О.С. Новожилов), методи оцінювання ефективності керівництва (Н.Ю. Подольчак, С.Т. Пілецька, Т.Ю. Коритько).

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення та обґрунтування методу оцінювання ефективності керівництва, який даватиме можливість керівникам різних рівнів управління підприємством отримати релевантну інформацію про рівень ефективності керівництва та оперативний вплив на бізнес-процеси підприємства з метою її зростання в перспективі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Напрямок кількісного оцінювання управління в науці про менеджмент існує довгий час. Його метою є

підвищення ефективності та якості роботи управлінців та управлінської системи загалом. У сучасних тенденціях розвитку менеджменту напрям кількісного вимірювання управлінської праці є знову актуальним через пряму кореляцію між ефективністю керівництва та стійкістю підприємства, фінансовими результатами, рівнем досягнення цілей підприємства та задоволеністю працівників роботою [4; 6; 11; 13]. З іншого боку, слабка ефективність керівництва призведе до незадовільного або посереднього соціально-психологічного клімату, слабкої ефективності використання ресурсів компанії, невідповідних дій у зовнішнього середовищі, зменшення інноваційної діяльності, що, своєю чергою, призведе до скорочення конкурентоздатності підприємства як на ринку власного товару, так і на ринку праці та до скорочення фінансових результатів.

Оцінювання рівня ефективності підприємства як суб'єкта господарювання загалом або ефективності процесів керівництва зокрема характеризується низкою проблем. До проблем оцінювання ефективності системи керівництва відносять питання якості оцінювання, висвітлені І.В. Сіменко [1], методологічні та організаційні проблеми, досліджені О.С. Новожиловим [2], та проблеми застосування аналітичних інструментів у проведенні такого дослідження [3]. На нашу думку, до описаних науковцями проблем варто додати проблеми актуальності результатів оцінювання для прийняття управлінських рішень та регулювання бізнес-процесів на підприємстві.

До проблем оцінювання ефективності керівництва, які мають ключове значення як у науковому, так і прикладному аспекті, слід віднести:

по-перше, проблему відбору показників, які в комплексі або у вигляді інтегрального показника дають змогу оцінити ефективність керівництва підприємством;

по-друге, можливість оцінювати внесок окремих процесів, рішень або дій в ефективність замість оцінки ефективності постфактум за результатами періоду. Важливим є застосування на всіх рівнях управління таких інструментів оцінювання ефективності керівництва, які є противагою інструментам констатації фактів. На нашу думку, застосування інструментів і методів розрахунку ефективності керівництва або діяльності підприємства загалом як результату вмілого керівництва у вигляді постфактних показників дає змогу певною мірою впливати на приріст ефективності керівництва в майбутньому, але все ж можливості цього впливу є обмеженими, адже в новому періоді можуть з'явитися нові чинники як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, отже, управлінські дії будуть орієнтовані саме на них, а не на попередні. Такий процес реагування на вже минулі виклики зумовлює відсутність упевненості в тому,

що рішення, розроблені на основі оцінки ефективності попереднього періоду, принесуть підприємству приріст у новому;

по-третє, це системність оцінювання. Загалом за інших рівних умов безпосереднім результатом керівництва є зміни в управлінських бізнес-процесах, які через вплив керуючої системи на керовану призводять до змін в інших бізнес-процесах підприємства [4], а це, своєю чергою, генерує додану вартість (споживчу цінність) продуктів або послуг підприємства для кінцевого споживача, що в результаті генерує фінансові результати компанії. Вплив керівництва на фінансові результати діяльності підприємства можна відобразити такою послідовністю (1):

керівництво → вплив на керовану систему менеджменту → формування споживчої цінності (задоволення клієнта) → фінансові результати (1)

Кожен з етапів у послідовності (1) можна описати фінансовими показниками. Керівники підприємства приймають рішення щодо здійснення адміністративних витрат на забезпечення процесу керівництва, витрат на маркетинг для взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем (ринком), витрат на дослідження та розробки (у т.ч. інновації, придбані підприємством) (далі – витрати керівництва), які в підсумку створюють більше споживчої цінності для клієнта, а отже, збільшуватиметься реалізація продукції (зростатиме дохід). Коли клієнт розуміє, що тепер сукупність характеристик, функцій та переваг продукту підприємства є для нього більш цінною для задоволення його потреб, він буде готовий платити більшу ціну за нові характеристики продукту, з більшою націнкою в кожній одиниці, зростатиме прибуток. Відповідно, кількісні показники формування фінансових результатів через зростання споживчої цінності продукту підприємства за рахунок ефективного керівництва є результативністю взаємозв'язку в послідовності (1). Тому послідовність (1) може бути представлена залежно від фінансових показників витрат керівництва, доходу та прибутку (2):

$$V_k \rightarrow D \rightarrow P_r, \quad (2)$$

де V_k – сукупність накладних витрат підприємства, сума та структура яких напряду визначається на основі управлінських рішень та методів менеджменту (бюджети, кошториси тощо), до яких належать адміністративні витрати, витрати на збут та витрати на дослідження та розробки;

D – дохід підприємства;

P_r – прибуток підприємства.

Отже, ефективним доцільно вважати таке керівництво, за якого темп приросту прибутку (ТПР) є більшим за темп приросту доходу (ТД), а останній є більшим за темп приросту витрат на реалізацію функції керівництва (ТВК), і виконується нерівність (3):

$$T_{\pi} > T_d > T_{vk} \quad (3)$$

Керуючись залежністю (2), зазначимо, що фінансові результати є допустимим індикатором вимірювання ефективності керівництва, проте базування методу оцінювання ефективності керівництва виключно на фінансових показниках змушує розуміння впливу функції керівництва і може призводити до викривлення інформації для прийняття управлінських рішень. Також застосування лише фінансових показників є передумовою виникнення другої проблеми – оцінювання ефективності постфактум.

Вирішення означених вище проблем має вирішальне значення для проведення оцінювання ефективності керівництва та формування релевантних результатів для керівної системи менеджменту.

Усе більше підприємств зосереджують увагу на застосуванні технології управління бізнес-процесами, які описують та формалізують сукупність сталих операцій у керуючій та керованій системах менеджменту. Бізнес-процеси – це система безперервних, взаємопов'язаних, відповідним чином упорядкованих і керованих дій (процедур, операцій, виконуваних функцій), яка, своєю чергою, є елементом механізму формування доданої вартості (споживчої цінності) через перетворення організаційних ресурсів, зосереджених на досягненні однієї комплексної цілі, спрямованих на забезпечення продуктивності та ефективності підприємства у цілому і забезпеченні донесення доданої вартості (споживчої цінності) до цільового ринку через бізнес-модель підприємства [4]. Одним із чотирьох складників бізнес-процесів є управлінські бізнес-процеси, які описують сталі операції і процедури керуючої системи менеджменту [5]. Оцінка їх ефективності в сукупності з оцінюванням ефективності роботи виконавців та їхнім впливу на керовану систему формують вихідну базу для комплексного оцінювання керівництва підприємством.

Завданням представленого дослідження є розроблення гнучкого методу оцінювання ефективності керівництва підприємством, який враховуватиме зміни фінансових та нефінансових показників (перевага Tableau de bord) [6], включатиме індикатори, які характеризують чинники зовнішнього середовища підприємства (перевага BSC) [7–10], даватиме можливість оперативної оцінки та не вимагатиме значних організаційних та фінансових витрат на реалізацію.

За результатами дослідження традиційних методів оцінювання ефективності керівництва [11–13] нами виявлено такі проблеми:

1. Результати керівництва можуть проявлятися через результати функціонування керованої системи та підприємства загалом.

2. Ефективність керівництва складається не тільки з фінансового аспекту результатів, а може

проявлятися також і через організаційні, соціальні, економічні, ринкові, екологічні результати тощо.

3. Результатом керівництва не є продукти чи послуги, тому ефективність керівництва складно виміряти однозначно лише кількісними показниками.

4. Керівництво знаходиться під впливом значної кількості чинників як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства, а тому ефективність підприємства є результатом не тільки ефективності керівництва, а й впливу як зовнішніх чинників, так і непередбачуваних обставин.

5. Керівництво – сукупність дій та рішень певного числа менеджерів, відповідно, їх особиста ефективність на всіх рівнях управління є індикатором, який впливає на загальний рівень ефективності.

6. Використання лише фінансових показників із фінансової звітності дає змогу тільки констатувати приріст або скорочення ефективності керівництва без можливості впливати на перебіг процесу управління.

Разом із цим метод оцінювання ефективності керівництва, який відповідатиме поставленому науковому завданню, має бути [14]:

- гнучким;
- адаптивним до прийнятої на підприємстві політики управлінського обліку;
- адаптивним до зміни стратегічних цілей підприємства;
- гнучким до зміни виробничого циклу на підприємстві;
- адаптованим до особливостей галузі, в якій працює підприємство;
- урахувати особливості функціонування бізнес-процесів на підприємстві.

Таким чином, метод оцінювання ефективності керівництва має бути гнучким у практичному використанні, не забирати значних ресурсів для свого застосування, давати об'єктивну інформацію про стан керуючої системи підприємства та бути адаптованим до потреб підприємств залежно від розміру, сфери діяльності, географії здійснення операцій тощо.

Варто врахувати також, що ефективність керівництва підприємством може бути оцінена з чотирьох різних перспектив (рис. 1) [14].

Тому запропонований авторами метод передбачатиме оцінювання внутрішньої та зовнішньої ефективності керівництва за такими перспективами:

1. Рівень використання ресурсів – оцінювання ефективності використання ресурсів управлінською системою, зокрема витрат керівництва.

2. Рівень досягнення цілей (передусім нефінансових) – оцінювання ефективності впливу керуючої системи на керовану через оцінювання виконання планів із маркетингу, навчання персоналу і розвитку та розвитку корпоративної культури, впровадження інновацій тощо.

3. Рівень використання ринкових можливостей – оцінювання ефективності роботи із цільовою аудиторією, зростання показників приросту продажів, середнього чеку, повернення клієнтів (повторні покупки), приріст ключових показників організації порівняно з ринковими.

4. Порівняльна ефективність з аналогічними або конкурентними компаніями – порівняння показників конкурентоздатності продукції, середньої націнки на одиницю продукції тощо.

Для вирішення поставленого наукового завдання в результаті досліджень було обґрунтовано



Рис. 1. Форми представлення ефективності керівництва підприємством



Рис. 2. Піраміда ефективності керівництва підприємством

метод експрес-тесту керівництва (ЕТК-метод). У його основу покладені як кількісні, так і якісні показники, які характеризують поточну ситуацію, та можуть бути розраховані в оперативні терміни (залежно від масштабів підприємства, галузі, рівня організації управлінського та бухгалтерського обліку).

Під час розроблення ЕТК-методу ми опиралися на підходи і принципи, описані науковцями Н.Ю. Подольчаком, О.Ю. Щегловою, О.І. Судаковою, М.В. Лаже [15; 16], та засади комплексного підходу, дослідженого у працях С.Т. Плісецької, Т.Ю. Коритько, Г.В. Козаченко [11; 17].

Розроблений ЕТК-метод базується на комплексному врахуванні аспектів прояву процесів керівництва та розрахунку інтегрального показника, який ураховує часткові показники ефективності бізнес-процесів за різними напрямками керівництва.

Для цілей застосування ЕТК-методу керівництво як об'єднуючу функцію менеджменту нами розподілено на об'єктно-структуроване керівництво (ОСК) та соціально-психологічне керівництво (СПК).

ОСК – це процеси, які мають на меті управління складниками керівної системи управління різного рівня укрупнення, управління логістикою, фінансами, маркетингом, центрами витрат та прибутків без урахування аспекту управління персоналом та сукупності процесів, які фокусуються на персонал підприємства.

Соціально-психологічне керівництво (СПК) – це сукупність процесів керівництва, які орієнтовані на розвиток людського чинника в керівній та керуваній системах управління та які забезпечують створення комфортних умов праці, середовища розвитку персоналу, в якому працівники використовуватимуть власний потенціал у досягненні цілей підприємства.

Дві групи процесів є взаємопов'язаними між собою, оскільки жоден процес об'єктно-структурованого управління не може бути реалізований без утручання працівника. І навпаки, людський капітал підприємства не буде ефективним без належного рівня організації процесів. Отже, ми зможемо під час оцінювання виокремити вплив соціально-психологічних аспектів керівництва на ефективність від впливу рівня організації процесів у системі менеджменту підприємства на цю ж ефективність.

Для комплексного оцінювання ефективності керівництва необхідно оцінити різні прояви управлінської діяльності на підприємстві та врахувати часткові показники, які дають інформацію про рівень ефективності окремих складників управлінської системи. Для визначення загальної ефективності керівництва доцільним є введення інтегрального показника ефективності, який формується з ієрархічною моделлю врахування часткових показників. Концептуальна модель застосування ЕТК-методу оцінювання ефективності керівництва підприємством базується на побудові піраміди ефективності керівництва (рис. 2).

Етапи та їх змістове наповнення застосування ЕТК-методу в оцінюванні ефективності керівництва наведено на рис. 3.

На етапі 1 розраховуються базові показники ефективності бізнес-процесів підприємства за двома проекціями – ОСК і СПК. Перелік показників для оцінювання кожної проекції може бути змінним та сформованим підприємством самостійно виходячи із цілей оцінювання, інтересів стейкхолдерів, галузі та розміру підприємств.

Для оцінювання ефективності ОСК та СПК ми рекомендуємо використовувати показники, наведені в табл. 1 і 2.

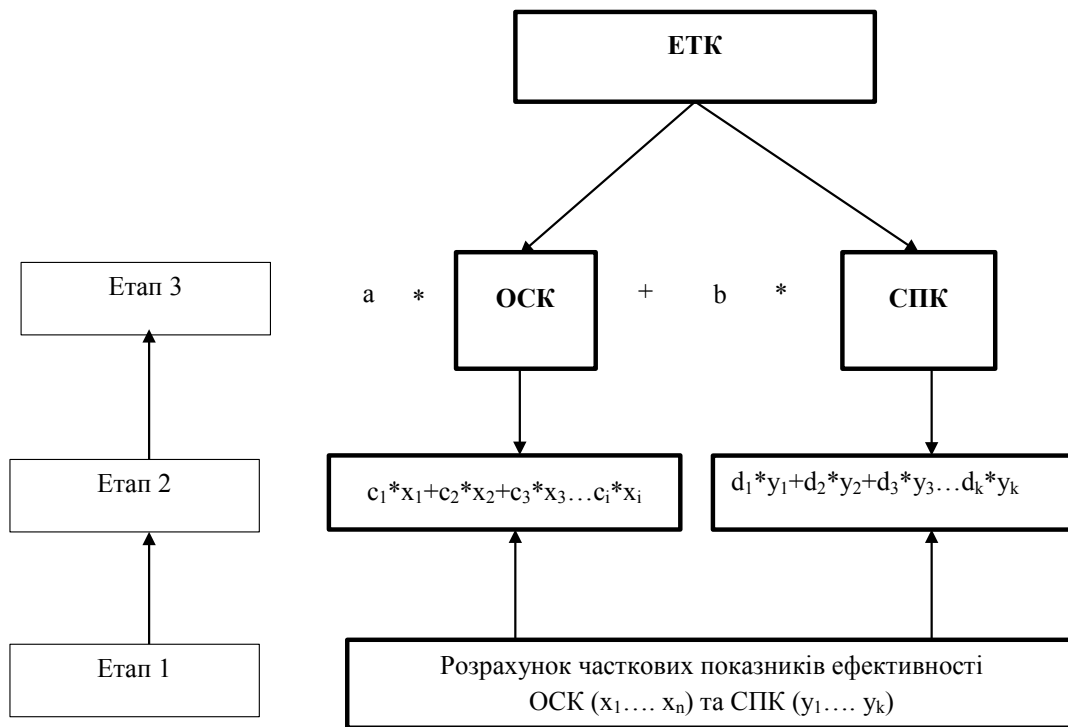


Рис. 3. Етапи застосування ЕТК-методу оцінювання ефективності керівництва

Для оцінювання ефективності фінансового стану підприємства ми використовували показники фінансової діагностики, розроблені О.Г. Мельник [6].

На другому етапі (рис. 3) ЕТК-методу проводимо розрахунок ефективності ОСК та СПК із використанням формул 4 і 5:

$$I_{ОСК} = \sum_{i=1}^n c_i \cdot x_i \quad (4)$$

$$I_{СПК} = \sum_{k=1}^n d_k \cdot y_k \quad (5)$$

де x_i – значення індикаторів ефективності бізнес-процесів базового рівня, які відносяться до ОСК;

c_i – вагомість індикаторів ефективності бізнес-процесів базового рівня, які відносяться до ОСК;

i – перелік індикаторів ефективності бізнес-процесів базового рівня для розрахунку ефективності ОСК;

d_k – вагомість індикаторів ефективності бізнес-процесів базового рівня, які відносяться до СПК;

Таблиця 1

Показники оцінювання ефективності об’єктно-структурованого керівництва

Показник	Розрахунок	Вимірювання
Продуктивність адміністративних витрат	Дохід/ Вадм	Коефіцієнт 1.... n
Рівень залучення підрозділів до підготовки стратегії	Кількість структурних підрозділів за функціональними напрямами/загальна кількість функціональних напрямів підприємства	Коефіцієнт 0....1
Рентабельність реалізації продукції [6]	Прибуток/Дохід	Коефіцієнт 0....1
Внутрішня ефективність інновацій	Кількість інноваційних проєктів у звітному періоді/ Кількість інноваційних проєктів у минулому періоді*	Коефіцієнт 0.... n
Зовнішня ефективність інновацій	Кількість інноваційних заходів нашого підприємства / Кількість інноваційних заходів лідера за інноваціями	Коефіцієнт 0.... n
Відсоток упізнаваності бренду	Опитування: частка опитаних, які дають характеристику продуктам та компанії, яка працює під цим брендом, до загальної кількості опитаних	Коефіцієнт 0....1
Гармонійність операційної діяльності	Год= 1 – Відсоток простоїв виробництва	Коефіцієнт 0....1 (рівень відповідності стандарту)

*До інноваційних проєктів відносимо техніко-технологічні інновації, продуктові інновації, маркетингові інновації, інновації в навчанні і розвитку персоналу, інновації в методах управління.

Джерело: авторська розробка

Таблиця 2

Показники оцінювання ефективності соціально-психологічного керівництва

Показник	Розрахунок	Вимірювання
Рівень розвитку корпоративної культури	Експертне оцінювання відсотка відповідності поточного стану корпоративної культури стандарту корпоративної культури, який прийнятий керівництвом	Коефіцієнт 0...1
Ефективність набору персоналу	Загальна кількість персоналу, найнятого у звітному періоді – кількість звільнених в перший рік роботи)/загальна кількість персоналу, найнятого у звітному періоді	Коефіцієнт 0...1
Частота конфліктів у колективі	Кількість осіб, залучених до конфліктів/ Середньоспискова чисельність працівників підприємства	Коефіцієнт 0...1
Рівень партисипативності в керівництві	Частка працівників, залучених до прийняття рішень / Середньоспискова чисельність працівників підприємства	Коефіцієнт 0...1
Рівень задоволення працівників роботою в організації	Розрахунок середнього відсотка задоволення всіх працівників за даними опитування*	Коефіцієнт 0...1
Коефіцієнт плинності кадрів	$K.п.кадрів = ((Кількість звільнених – Кількість неминуче звільнених) / Чисельність персоналу) \times 100\%$	Коефіцієнт 0...1

* Проводимо анонімне опитування з можливістю оцінити рівень задоволення працівника окремими аспектами його роботи на підприємстві. До рекомендованих авторами аспектів відносимо: цікавість виконання завдань, задоволення програмами професійного розвитку, задоволення кліматом у колективі, задоволення відносинами з керівником, задоволення заробітною платою, соціальні гарантії працівникам, рівень соціальної відповідальності підприємства. Кожен аспект оцінюється працівником окремо за шкалою від 1 до 13. Далі по кожному аспекту визначається відсоток задоволеності через множення виставлених пунктів на 7, 692% за кожен пункт.

Розрахунок середнього відсотку за кожним аспектом роботи працівника на підприємстві дає змогу підприємству зрозуміти найслабші та найсильніші сторони їхньої корпоративної соціальної відповідальності перед працівниками. Розрахунок середнього відсотку загалом на підприємстві за всіма працівниками дає змогу оцінити задоволеність працівників роботою загалом та провести розрахунок ефективності СПК.

Джерело: авторська розробка

u_k – значення індикаторів ефективності бізнес-процесів базового рівня, які відносяться до СПК;

k – перелік індикаторів ефективності бізнес-процесів базового рівня для розрахунку ефективності ОСК.

Оскільки для оцінювання кожної з двох проєкцій буде відібрано кількісні та якісні, фінансові та не фінансові показники, необхідно вирішити проблему узгодження таких показників між собою та можливості використання їх у розрахунку інтегрального показника. Із цією метою застосуємо модель Харрінгтона, яка дасть змогу привести всі індикатори до єдиного вимірника з подальшим використанням їх для розрахунку за формулами (4) та (5).

Особливого значення набуває розрахунок вагомості кожного показника, яка залежатиме від низки чинників: галузі, виду діяльності (наприклад, виготовлення товарів або надання послуг), основного ресурсу у формуванні прибутку окремої галузі (капітал, технології, люди, інформація) тощо. Отже, вагомість окремих показників та окремих груп чинників (ОСК та СПК) буде змінюватися.

Завершальним етапом застосування ЕТК-методу (рис. 3, етап 3) є розрахунок ЕТК-індексу ефективності – підсумкового інтегрального показника ефективності керівництва підприємством. ЕТК-індекс розраховується за формулою (6):

$$I_{ЕТК} = a \cdot I_{ОСК} + b \cdot I_{СПК}, \quad (6)$$

де $I_{ОСК}$ – індекс ефективності об'єктно-структурованого керівництва, од. виміру;

$I_{СПК}$ – індекс ефективності соціально-психологічного керівництва, од. виміру;

a, b – коефіцієнти значущості (паритету) ефективності бізнес-процесів (ОСК) та людського чинника (СПК) в ефективності підприємства, які визначаються оцінювачами виходячи зі сфери діяльності, розміру підприємства, стратегічних і тактичних цілей. Під час вибору коефіцієнтів розподілу ефективності a та b слід урахувувати специфіку підприємства та джерела генерування ефективності. Визначальною є залежність $a + b \leq 1$.

Використання в розрахунку ЕТК-індексу коефіцієнтів a та b за авторським підходом є інструментом балансування впливу проєкції на розвиток процесів і проєкції на розвиток персоналу. Звідси випливає, що всі підприємства ми поділяємо на дві великі групи:

– орієнтовані на процеси (наприклад, промислові підприємства) – підприємства, в яких результативність та ефективність формуються через уміле управління бізнес-процесами виробництва, операційної діяльності, логістики тощо. Фактор персоналу є менш значимим;

– орієнтовані на персонал (наприклад, ІТ-індустрія, біоінженерія, освіта) – підприємства, в яких результативність та ефективність формуються через забезпечення максимального розвитку фактору персоналу, тобто створення комфортних умов праці, умов професійного росту та кар'єрного росту, утримання персоналу, управ-

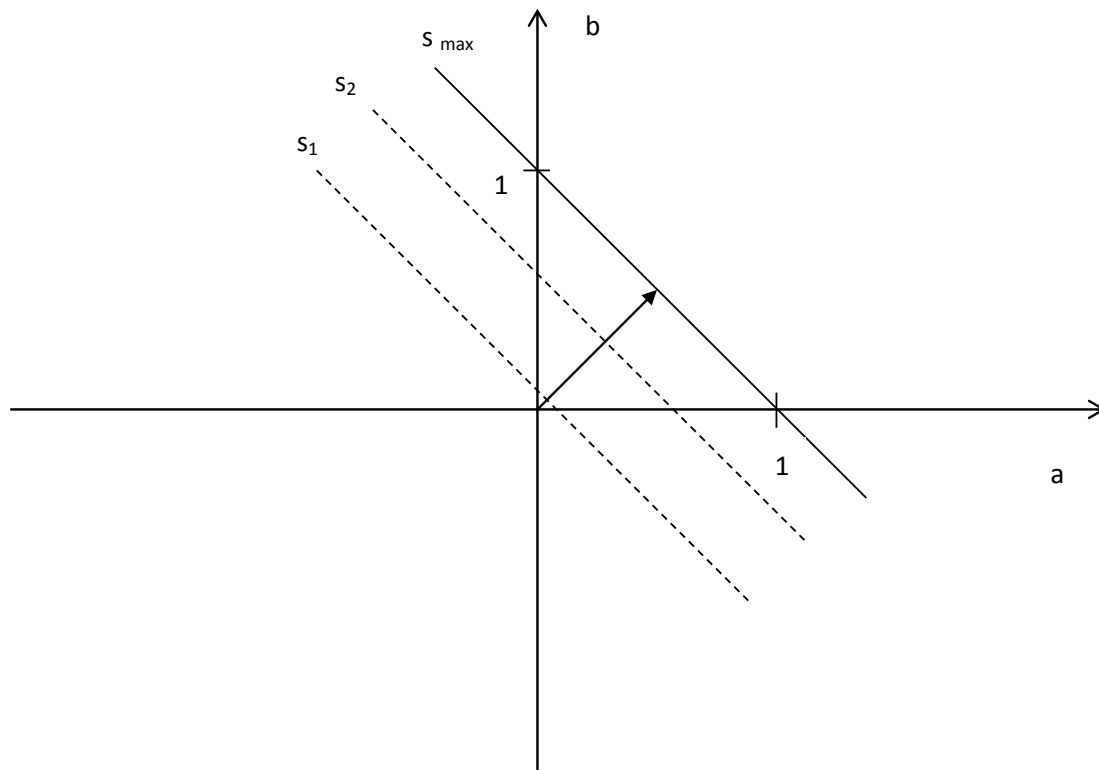


Рис. 4. Візуалізація кривої трансформації ефективності керівництва

ління мотивацією персоналу тощо. Чинник операційної діяльності є менш значимим.

Вибір значень коефіцієнтів a та b залежить від того, який складник управління є пріоритетним для підприємства на певному етапі його життєвого циклу, а трансформація керівництва може бути нанесена на шкалу розподілу відповідно з координатами a та b (рис. 4).

Кут нахилу кривих трансформації (S_n) та їх точок перетину з осями a і b для кожного конкретного підприємства можуть бути різними. Ці параметри залежать від цільової спрямованості керівництва підприємством та відповідають за паритет керівництва, орієнтованого на персонал, і керівництва, орієнтованого на процеси.

Розміщення кривої трансформації відносно центру координат залежить від виконання на підприємстві нерівності (3). У разі якщо нерівність (3) для кожного конкретного підприємства не виконуватиметься у тій чи іншій формі, крива трансфор-

мації завжди проходитиме ближче до центру координат ніж S_{max} та відповідатиме кривим S_1 , S_2 , які будуть знаходитися в межах $[S_0 - S_{max}]$.

Керуючись нерівністю (3) впливу керівництва на фінансові результати діяльності підприємства, розглянемо детальніше чотири можливі варіанти ситуацій зі значеннями коефіцієнтів a та b (табл. 3).

Рішення щодо вибору значень коефіцієнтів a та b як у перспективі їх співвідношення (ОСК:СПК), так і перспективі сумарного значення (табл. 3) приймає вище керівництво підприємства або власники – ініціатор та/або суб'єкт оцінювання. Таким чином, ЕТК-індекс інтегрує зовнішню та внутрішню ефективність керівництва (рис. 1) через значення коефіцієнтів a та b , які вибираються із запропонованої шкали (табл. 3) та відображають результативність взаємозв'язку компонентів послідовності (1) для конкретного підприємства.

Метод ЕТК є універсальним для застосування та потребує додаткової адаптації залежно, як уже

Таблиця 3

Шкала значень коефіцієнтів a та b під час використання ЕТК-методу оцінювання ефективності керівництва

Нерівність фінансової ефективності керівництва					Шкала значень $(a+b)=$	Відповідність кривій трансформації ефективності керівництва
T_n	$>$	T_d	$>$	T_{BK}	1	S_{max}
T_n	$>$	T_d	$<$	T_{BK}	$[0,9;1]$	$S_1, S_2 \rightarrow [S_0 - S_{max}]$
T_n	$<$	T_d	$>$	T_{BK}	$[0,7; 0,9]$	
T_n	$<$	T_d	$<$	T_{BK}	$[0,5; 0,7]$	

було зазначено, від цілей оцінювання, інтересів стейкхолдерів, галузі та розміру підприємств. Для прикладного застосування ЕТК-методу оцінювання ефективності керівництва підприємством варто враховувати низку особливостей, серед яких:

1. Визначення меж оцінювання ефективності керівництва (що вважатиметься 100%-м результатом?). Тут можливі чотири підходи: вимірювання рівня досягнення планових показників, вимірювання рівня досягнутого результату на одиницю витрат ресурсів, порівняння ефективності системи менеджменту конкуруючих фірм (еталонним (100%) результатом у даному разі буде найбільш ефективна система менеджменту конкуруючої компанії), оцінювання рівня використання ринкових можливостей та виконання стратегічних завдань.

2. Інформаційне забезпечення процесу оцінювання. Метод оцінювання ефективності керівництва має бути комплексним та враховувати різноманітні аспекти керівництва (керівництво, орієнтоване на людину, керівництво, орієнтоване на процеси).

3. Проблема узгодження індикаторів різного роду. Індикатори, які характеризують процеси керівництва, можуть бути відносними або абсолютними, у т. ч. мати різні шкали вимірювання. Відповідно, виникає необхідність їх узгодження між собою для розрахунку єдиного інтегрального показника ефективності керівництва в компанії.

Усі показники ЕТК-методу будуть об'єднані в дві групи: показники, які відображають соціально-психологічний аспект управління, та показники, які відображають об'єктно-технічний аспект управління. Перша група включає спектр показників, які оцінюють якість підбору персоналу, рівень задоволення працівників та управлінського персоналу роботою, рівень конфліктів в управлінській системі тощо. До показників об'єктно-технічного управління відносимо: ефективність бізнес-процесів управління, рівень виконання планів, витрати на управління, співвідношення персоналу керуючої та керованої систем менеджменту підприємства.

До переваг розробленого ЕТК-методу оцінювання ефективності керівництва можна віднести:

- комплексний підхід з урахуванням чинників фінансового та нефінансового характеру, які описують різні боки процесу керівництва;
- можливість розрахунку в режимі поточного часу;
- основа для прийняття оперативних та поточних управлінських рішень;
- можливість використання користувачами внутрішнього та зовнішнього середовища;
- збереження конфіденційності інформації (агрегований показник не дає можливості зрозуміти реальний стан окремих аспектів керівництва підприємством);

– можливість оцінювання об'єкти керівництва різного масштабу в разі потреби (відділ, департамент, завод, напрям діяльності, підприємство загалом);

– гнучкість у використанні (набір показників може бути змінений керівником залежно від специфіки роботи компанії, цілей оцінювання тощо зі збереженням об'єктивності оцінки ефективності (зі збереженням методики), але за умови об'єктивної оцінки вагомості кожного показника).

На нашу думку, ЕТК-метод може бути застосований у практичній діяльності як інструмент об'єктивного оцінювання ефективності керівництва підприємством із можливістю впливу на її стан та змін ситуації на підприємстві на основі даних, отриманих під час розрахунку ефективності за цим методом.

Висновки з проведеного дослідження.

Питання об'єктивного оцінювання системи менеджменту підприємства є важливим та актуальним, оскільки саме його вирішення дасть змогу керівникам, власникам та іншим стейкхолдерам підприємства зрозуміти перспективи його розвитку і можливі необхідні зміни. Дослідження існуючих систем менеджменту та оцінки діяльності бізнесу дало змогу виявити наявні недоліки в кожній із них та врахувати їх під час розроблення ЕТК-методу. У підсумку передбачаємо, що використання методу дасть можливість об'єктивно оцінити ефективність керівництва компанії та, що важливіше, дасть керівникам інструмент управління, на основі якого можливе виявлення проблемних станів у структурі керуючої та керованої систем менеджменту, а також їх вирішення до моменту впливу на конкурентоздатність компанії та фінансові результати.

Сучасний рівень розвитку програмного забезпечення з обліку та систематизації даних про діяльність підприємства дає можливість говорити про мінімальні затрати часу та організаційних ресурсів (передусім людських) на прикладне застосування ЕТК-методу в оцінюванні ефективності керівництва на підприємствах в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сіменко І.В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. 394 с.
2. Новожилов О.С. Формирование механизма диагностики систем управления предприятиями : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. URL: <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-mekhanizma-diagnostiki-sistem-upravleniya-predpriyatiyami> (дата звернення: 28.06.2020).
3. Борщ В.І. Аналітичний інструментарій оцінки ефективності систем управління підприємством в інноваційній економіці. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2012. № 2(39). С. 318–325.

URL: <http://pratsi.opu.ua/app/webroot/articles/1364640463.pdf> (дата звернення: 28.06.2020).

4. Чернобай Л.І., Дума О.І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна суть. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2013. № 769. С. 125–131.

5. Чернобай Л.І., Дума О.І. Бізнес-процеси підприємства: класифікація та структурно-ієрархічна модель. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 22. № 2. С. 171–182.

6. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій : монографія Львів : Львівська політехніка, 2010. 344 с.

7. Kaplan R.S., Norton D. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance. *Harvard Business Review*. 1992. V. 70. № 1. P. 71–79. URL: <https://hbr.org/1992/01/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance-2> (дата звернення: 28.06.2020).

8. Дмитрієва О. Збалансована система показників у стратегічному управлінні підприємствами в Україні та Угорщині. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2007. № 2. С. 21–28.

9. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / пер. с англ. М. Павловой. Москва : Олимп-Бизнес, 2009. 416 с.

10. Нівен П.Р. Діагностика збалансованої системи показників: Підтримуючи максимальну ефективність / пер. з англ. М. Горського. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2006. 256 с.

11. Пілецька С.Т., Коритько Т.Ю. Ефективність управління підприємством, підходи та методи щодо її оцінки. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 5(67). С. 100–106.

12. Інноваційні технології антикризового управління економічними системами : монографія / С.К. Рамазанов та ін. ; за ред. проф. С.К. Рамазанова. Луганськ – Київ : СЛУ ім. В. Даля, 2009. 480 с.

13. Бутенко І.А. Теоретико-методичні засади управління персоналом промислового підприємства : монографія. Одеса : ІПРЕЕД НАНУ, 2015. 240 с.

14. Chernobaj L., Duma O. Research of the Management Efficiency Evaluation Model: Features and Steps. *Zarządzanie przedsiębiorstwem teoria i praktyka*. XIX Międzynarodowa konferencja naukowa, 1–2 lipca 2019, Kraków–Raclawice, p. 57–58.

15. Подольчак Н.Ю. Принципи та аспекти оцінки ефективності систем управління організацій. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми економіки та управління». 2004. № 507. С. 126–131. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/8904/1/24.pdf> (дата звернення: 28.06.2020).

16. Щеглова О.Ю., Судакова О.І., Лаже М.В. Ефективність управління підприємством та підходи до її визначення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2017. Вип. 12. С. 186–190.

17. Савіна Г.Г., Скібіна Т.І. Практичні аспекти оцінювання ефективності управління підприємством комплексу комунальних послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. С. 37–41.

REFERENCES:

1. Simenko I.V. (2009) *Yakist system upravlinnia pidpriemstvamy: metodolohiia, orhanizatsiia, praktyka* [Quality of enterprise management systems: methodology, organization, practice] (monograph). Donetsk: DonNUET, 394 p. (in Ukrainian)

2. Novozhylov O.S. (2005) *Formyrovanye mekhanizma dyahnostyky system upravleniya predpriatyami* [Developing of a mechanism of enterprise management systems diagnosis] (PhD Thesis), Sankt Peterburh: Sankt Peterburh Engineering and Economics University. URL: <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-mekhanizma-diagnostiki-sistem-upravleniya-predpriatyami> (accessed 28 of June 2020). (in Russian)

3. Borshch V. I. *Analitychnyi instrumentarii otsinky efektyvnosti system upravlinnia pidpriemstvom v innovatsiinii ekonomitsi* [Analytical tools for evaluating the effectiveness of enterprise management systems in an innovative economy]. Odesa: Researches of Odesa polytechnic university, pp. 318–325. URL: <http://pratsi.opu.ua/app/webroot/articles/1364640463.pdf> (accessed 28 of June 2020). (in Ukrainian)

4. Chernobay L.I., Duma O.I. (2013) *Biznes-protsesty pidpriemstva: zahalna kharakterystyka ta ekonomichna sut* [Business processes of the enterprise: general characteristics and economic essence]. Lviv: Lviv polytechnic national university journal, pp. 125–131. (in Ukrainian)

5. Chornobai, L.I., Duma O.I. *Biznes-protsesty pidpriemstva: klasyfikatsiia ta strukturno-iiararkhichna model* [Business processes of the enterprise: classification and structural-hierarchical model]. Ternopil: Ternopil national university publishing center, pp. 171–182. (in Ukrainian)

6. Melnyk O.H. *Systemy diahnostyky diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: polikryterialna kontseptsiiia ta instrumentarii* [Systems of business diagnostics of the entities in machine-building industry: polycriteria concept and tools] (monograph). Lviv: Lviv Polytechnic publishing, 344 p. (in Ukrainian)

7. Kaplan R. S., Norton D. P. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance. *Harvard Business Review*, 1992. V. 70. No. 1. P. 71–79. URL: <https://hbr.org/1992/01/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance-2> (accessed 28 of June 2020).

8. Dmitrieva O. (2007) *Zbalansovana systema pokaznykiv u stratehichnomu upravlinni pidpriemstvamy v Ukraini ta Uhorschyni* [Balanced scorecard in strategic management of enterprises in Ukraine and Hungary]. Kyiv: KNTEU Journal, pp. 21–28.

9. Kaplan Robert S., Norton David P. (2004) *Orhanyzatsiia, oryentirovannaia na stratehiyu. Kak v novoi byznes-srede preuspevaiut orhanyzatsyy, pryemniaiu-shchye sbalansyrovannuiu systemu pokazatelei* [Organization focused on strategy. How organizations using a balanced scorecard succeed in the new business environment]. Moskov: Olymp Business, 416 p. (in Russian).

10. Niven Pol R. (2006) *Diahnostyka zbalansovanoi systemy pokaznykiv: Pidtrymuiuchy maksymalnu efektyvnist* [Diagnosis of a balanced scorecard: Maintaining maximum efficiency]. Dnipro: Balance business books, 256 p. (in Ukrainian)

11. Piletska S.T., Korytko T.Iu. *Efektyvnist upravlinnia pidpriemstvom, pidkhody ta metody shchodo yii*

otsinky [The effectiveness of enterprise management, approaches and methods for its evaluation]. Kyiv: NAU scientific journal, pp. 100–106. (in Ukrainian)

12. Ramazanov S.K., Nadon H.O., Stepanenko O.P., Tymashova L.A. (2009) Innovatsiini tekhnologii antykrizovoho upravlinnia ekonomichnyimi systemami [Innovative technologies of anti-crisis management in the economic systems] (monograph). Luhansk – Kyiv: SNU publishing, p. 480. (in Ukrainian)

13. Butenko I.A. (2015) Teoretyko-metodychni zasady upravlinnia personalom promyslovoho pidpriemstva [Theoretical and methodological principles of personnel management of an industrial enterprise] (monograph). Odesa: IPREED NANU, p. 240. (in Ukrainian).

14. Liana Chernobaj, Oleh Duma. Research of the Management Efficiency Evaluation Model: Features and Steps // XIX Międzynarodowa konferencja naukowa «Zarządzanie przedsiębiorstwem teoria i praktyka». – 1–2 lipca 2019, Kraków–Raclawice, pp. 57–58.

15. Podolchak N. Yu. (2004) Pryntsypy ta aspekty otsinky efektyvosti system upravlinnia orhanizatsii [Principles and aspects of evaluating the effectiveness of management systems of organizations]. Lviv: Lviv Polytechnic scientific journal «Problems of economics and management», pp. 126–131. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/8904/1/24.pdf> (accessed 28 June 2020). (in Ukrainian)

16. Shchekhlova O.Iu., Sudakova O.I., Lazhe M.V. (2017) Efektyvnist upravlinnia pidpriemstvom ta pidkhody do yii vyznachennia [The effectiveness of enterprise management and approaches to its definition]. Uzhhorod: Scientific journal of UNU, pp. 186–190. (in Ukrainian)

17. Savina H. H., Skibina T. I. (2016) Praktychni aspekty otsiniuvannia efektyvosti upravlinnia pidpriemstvom kompleksu komunalnykh posluh [Practical aspects of evaluating the effectiveness of enterprise management of the utility complex]. Dnipro: “Investments: practice and experience” journal, pp. 37–41. (in Ukrainian)

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ
І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКАПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ
В ПРИЧОРНОМОРСЬКОМУ РЕГІОНІPROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE
IN GOODS IN THE BLACK SEA REGION

У статті розглянуто географічну та товарну структуру зовнішньої торгівлі товарами Причорноморського регіону. Визначено перспективи розвитку зовнішньої торгівлі товарами в Причорноморському регіоні шляхом здійснення диверсифікації товарної структури регіонального експорту, збалансування структури експорту та імпорту в розрізі країн – торговельних партнерів регіону, спрямування політики імпортозаміщення на посилення орієнтації певних категорій промислових виробництв. Визначено необхідність функціонування ефективного інституційного середовища зовнішньої торгівлі товарами в Причорноморському регіоні шляхом створення експортно-кредитних агентств, нотифікаційних центрів із питань зовнішньої торгівлі, Національного комітету зі спрощення процедур торгівлі, торговельних представництва за кордоном, GPA-офісів. Особливий наголос зроблено на вдосконаленні портово-логістичної системи зовнішньої торгівлі товарами Причорноморського регіону.

Ключові слова: зовнішня торгівля товарами, Причорноморський регіон, товарна та географічна структура зовнішньої торгівлі, диверсифікація товарної структури експорту, збалансування структури експорту та імпорту товарів, інституційне середовище зовнішньої торгівлі товарами регіону, портово-логістична система регіону.

В статье рассмотрена географическая и товарная структура внешней тор-

говли товарами Причерноморского региона. Определены перспективы развития внешней торговли товарами в Причерноморском регионе путем диверсификации товарной структуры регионального экспорта, сбалансирования структуры экспорта и импорта в разрезе стран – торговых партнеров региона, направления политики импортозамещения на усиление ориентации определенных категорий промышленных производств. Определена необходимость функционирования эффективной институциональной среды внешней торговли товарами в Причерноморском регионе путем создания экспортно-кредитных агентств, нотификационных центров по вопросам внешней торговли, Национального комитета по упрощению процедур торговли, торговых представительств за рубежом, GPA-офисов. Особый акцент сделан на совершенствовании портово-логистической системы внешней торговли товарами Причерноморского региона.

Ключевые слова: внешняя торговля товарами, Причерноморский регион, товарная и географическая структура внешней торговли, диверсификация товарной структуры экспорта, сбалансирование структуры экспорта и импорта товаров, институциональная среда внешней торговли товарами региона, портово-логистическая система региона.

УДК 339.5:332.1

<https://doi.org/10.32843/bses.54-25>

Гусенко О.С.

старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин Одеський національний економічний університет

Gusenko Olga

Odessa National Economic University

The paper deals with the foreign trade in goods' geographical and commodity structure of the Black Sea region. Prospects for the development of foreign trade in goods in the Black Sea region are given by diversifying the commodity structure of regional exports. This will minimize the risks associated with a reduction in export earnings in the event of deterioration in world product markets. To implement this task, it is necessary to form a list (register) of strategic exporters. The register should include those industrial enterprises that have the highest level of current (actual) or future (potential) competitive advantages (availability and high efficiency of capacity and resources), determined by the results of an objective comprehensive assessment of the competitiveness of regional producers. The next prospect to development of foreign trade in goods in the Black Sea region is the balancing the structure of exports and imports in terms of trading partners of the region. In these structures should not be dominated by the shares of individual countries in order to avoid political and foreign economic risks. In the paper the direction of import substitution to strengthen the orientation of certain categories of industrial production is given. The need for an effective institutional environment for foreign trade in goods in the regions of Ukraine is emphasizes, through the creation of export credit agencies, notification centers for foreign trade, the National Committee for Trade Facilitation, trade missions abroad, GPA - offices. Particular emphasis is placed on improving the port and logistics system of foreign trade in goods of the Black Sea region, such as: development of the port industry on the basis of public-private partnership, such as the transfer of port property to concession; combating corruption in the port and road sectors and easing regulatory barriers that restrict private rail and liner shipping; reduction of port fees, which can increase the use of production capacity and revive economic activity; increasing the speed of unloading and loading ships; increasing the depth of the bottom in the ports of the region (up to 21.5 m); increased world demand has increased grain exports in the Black Sea region, leading to needs for much more port facilities' for grain and oilseeds processing.

Key words: foreign trade in goods, Black Sea region, commodity and geographical structure of foreign trade in goods, diversification of commodity structure of exports, balancing the structure of exports and imports of goods, institutional environment of foreign trade in goods of the region, port and logistics system of the region.

Постановка проблеми. В умовах сучасних економічних перетворень, жорсткої міжнародної конкуренції на світових ринках товарів важливим інструментом реалізації зовнішньоекономічної політики

Причорноморського регіону є зовнішня торгівля. Вона спрямована на збалансування виробничих можливостей регіону та переваг споживачів, дає змогу одержати дефіцитні товари, послуги, а також

реалізувати надлишок окремих товарів, послуг, що не поглинаються внутрішнім ринком. Розвиток зовнішньої торгівлі компенсує недостатнє забезпечення регіону відповідними ресурсами, сприяє захисту його торговельних інтересів та стабільному зростанню валового регіонального продукту. Однак проблемами підвищення рівня ефективності зовнішньої торгівлі товарами є відсутність дієвої зовнішньоторговельної інфраструктури, сировинний характер експорту, залежність економіки від монопольних імпорتنих ринків постачання енергоносіїв та матеріальних ресурсів. У цьому контексті доцільним є визначення перспектив розвитку зовнішньої торгівлі товарами Причорноморського регіону з урахуванням специфіки сучасних економічних умов [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням зовнішньої торгівлі товарами регіонів України, зокрема Причорноморського регіону, займалися такі українські вчені-економісти, як І.Й. Круп'як, І.З. Сторонянська, Л.С. Кутідзе та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасного стану та перспектив розвитку зовнішньої торгівлі товарами в Причорноморському регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливий наголос у розвитку економіки в регіонах

будь-якої країни робиться на зовнішньоторговельній діяльності. Причорноморський регіон (до складу якого входить Одеська, Миколаївська та Херсонська області) – високорозвинутий індустріальний регіон держави, промисловість якого грає значну роль у структурі народногосподарського комплексу України. Але у формуванні обсягів зовнішньої торгівлі товарами України регіон не займає провідні позиції. Так, за даними Державної служби статистики (рис. 1), питома вага Причорноморського регіону становить лише 8,6% від загального експорту країни, тоді як тільки м. Київ має частку у 21,7%. Виходячи із цього, можна стверджувати, що експортний потенціал регіонів України розміщений і експлуатується нерівномірно.

Аналізуючи дані щодо обсягів, географічної та товарної структури зовнішньої торгівлі в Причорноморському регіоні, можна виявити такі тенденції:

1. З 1996 до 2002 р. збільшення обсягів експорту та імпорту було незначним (рис. 2). З 2004 р. починається стрімке зростання обсягів зовнішньої торгівлі товарами. У 2008 р. спостерігаються найвищі обсяги експорту-імпорту в регіоні. Але з 2009 р. відбувається різке зменшення обсягів зовнішньої торгівлі, що було пов'язане зі світовою економічною кризою. З 2010 по 2014 р. простежується чергове збільшення обсягів зовнішньої тор-

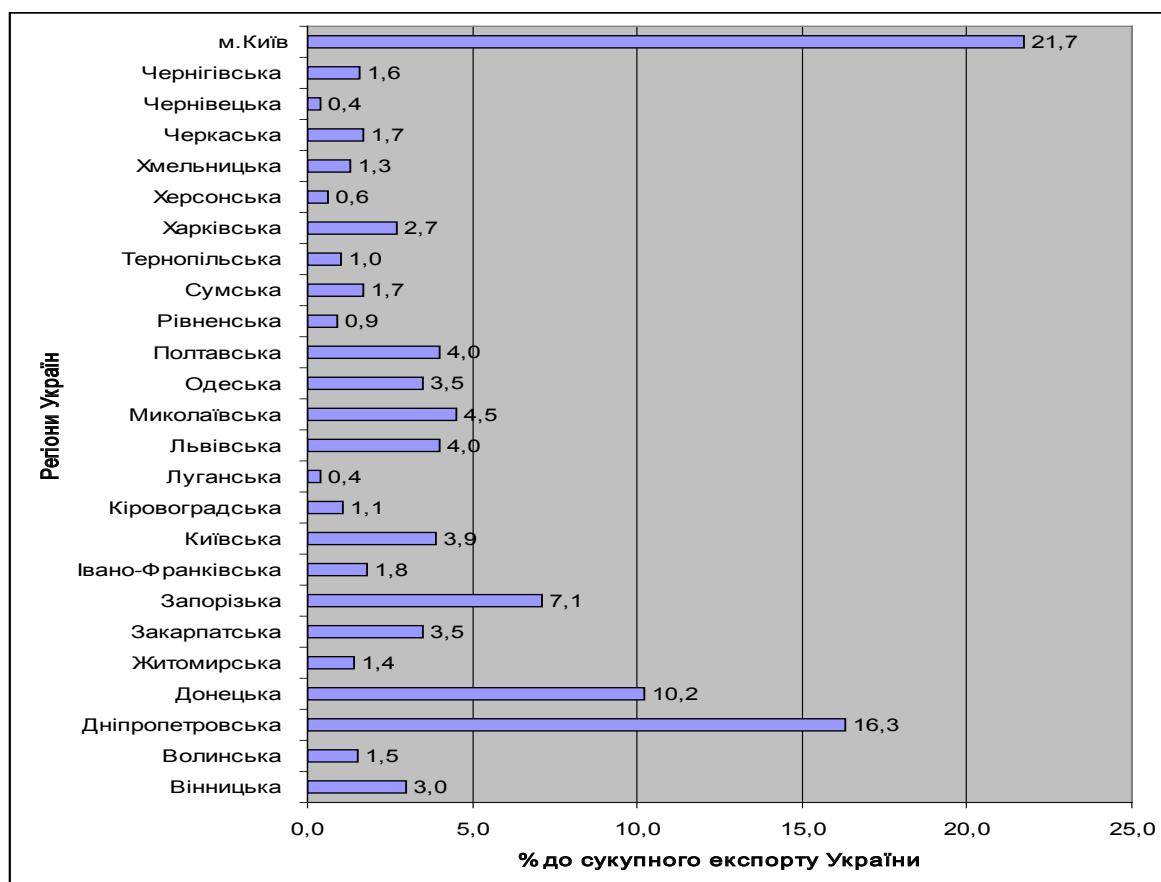


Рис. 1. Питома вага окремих регіонів України в загальному експорті товарів у 2018 р., %

Джерело: складено автором за [2]

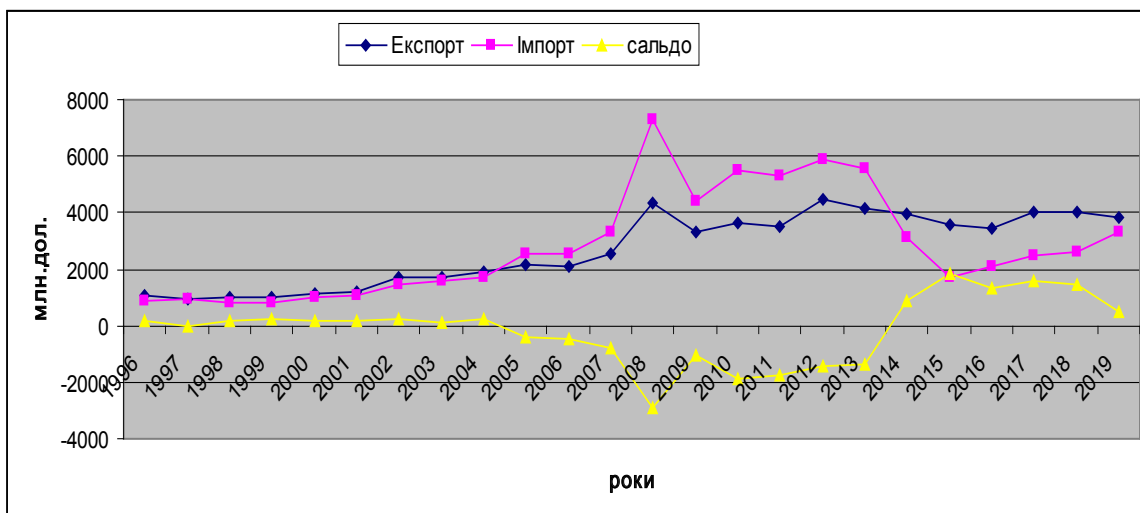


Рис. 2. Обсяги експорту-імпорту та сальдо зовнішньої торгівлі товарами Причорноморського регіону за 1996–2019 рр., млн дол.

Джерело: складено автором за [3–5]

гівлі, причому обсяги імпорту зростають швидше, ніж експорту.

Починаючи з 2014 р. донині в регіоні відбувається падіння обсягів експорту-імпорту товарів, що пов'язано зі станом економіки України у цілому, анексією Криму та окупацією деяких територій Донецької та Луганської областей. Сальдо зовнішньої торгівлі в Причорноморському регіоні протягом 1996–2013 рр. завжди було від'ємним. І тільки починаючи з 2014 р. воно є позитивним. Так, у 2015 р. сальдо становило 1 869,9 млн дол., у 2018 р. – 1 426,1 млн дол., у 2019 р. – 504 млн дол.

2. Важливою тенденцією стала переорієнтація експорту товарів із країн Європи (зокрема, країн ЄС) на країни Азії. Так, за даними рис. 3 можна побачити, що експорт в країни Азії про-

тягом 2007–2019 рр. зріс більше ніж у два рази, з 600,3 млн дол. у 2007 р. до 1 684,15 млн дол. у 2019 р., тоді як експорт у країни ЄС скоротився з 535,7 млн дол. у 2007 р. до 470,5 млн дол. у 2019 р. Така ж ситуація простежується і з країнами СНД. Найвищі обсяги експорту товарів у цю групу країн були в 2008 р. – 1 286,4 млн дол. Протягом 2009–2018 рр. обсяги експорту значно зменшилися, так, у 2018 р. експорт товарів Причорноморського регіону в країни СНД становить лише 829,7 млн дол.

3. Аналіз товарної структури експорту Причорноморського регіону в 2016–2019 рр. показує (табл. 1), що:

– головною статтею експорту були «Продукти рослинного походження» (зокрема, зернові куль-

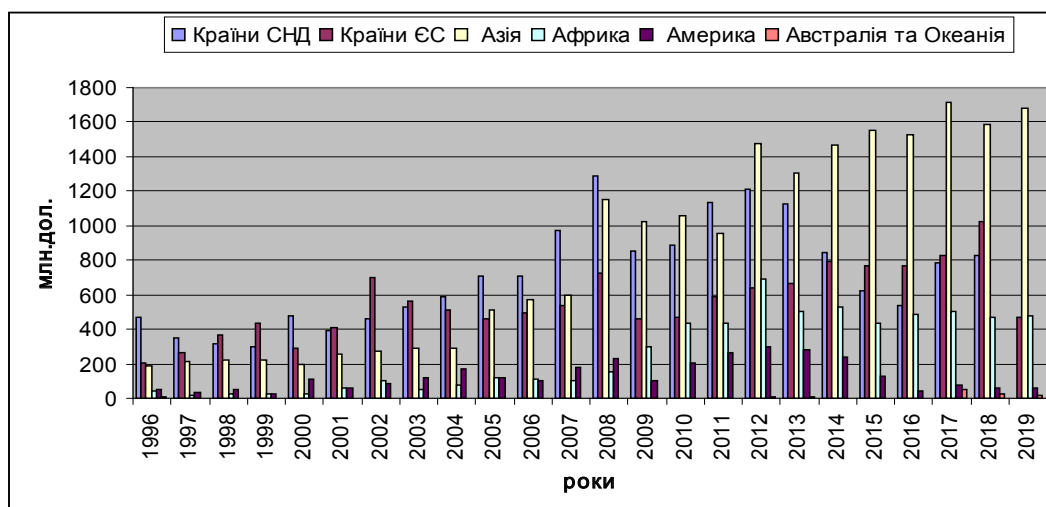


Рис. 3. Географічна структура експорту товарів із Причорноморського регіону до регіонів світу в 1996–2019 рр., млн дол.

Джерело: складено автором за [3–5]

тури). Більше того, експорт за цією товарною групою має тенденцію до підвищення. Якщо у 2016 р. в Одеській області він становив 48% від загального обсягу експорту, то в 2019 р. вже 53,3%. Відповідно в Миколаївській області – 56,9% та 62,5%, у Херсонській – 39,3% та 42,7%. Необхідно зазначити, що таке зростання є одним із чинників формування позитивного сальдо зовнішньої торгівлі товарами в регіоні;

– продукція хімічної та пов'язаних із нею галузей промисловості втратила свої лідируючі позиції в товарній структурі експорту Одеської області. Так, у 2016 р. питома вага цієї групи товарів у загальному обсязі експорту становила 11,9%, а в 2019 р. – тільки 2,7%. Таке суттєве падіння обсягів експорту пов'язано з тим, що головним підприємством у галузі є ПАТ «Одеський припортовий завод», який потерпає від фінансових труднощів (борг 193 млн дол. за поставлений упродовж 2013–2014 рр. газ). У 2017 р. робота цього державного підприємства була призупинена, що стало основною причиною падіння обсягів реалізації хімічної продукції на 90% (порівняно з 2016 р.), обсягів експорту хімічної продукції – на 64% [6];

– відбулося значне збільшення питомої ваги в експорті товарної позиції «Засоби наземного транспорту, летальні апарати та плаваючі засоби» в Одеській та Херсонських областях: в Одеській області – з 0,3% у 2016 р. до 6,6% у 2019 р., у Херсонській – з 1,7% до 8,4% від загального обсягу експорту.

Досліджуючи перспективи розвитку зовнішньої торгівлі товарами (рис. 4), необхідно зауважити, що такі істотні зміни повинні відбуватися на державному рівні. На жаль, Причорноморський регіон не в змозі самостійно на регіональному рівні, без

державної допомоги, провести настільки масштабні реформи у зовнішньоторговельній сфері.

Щодо здійснення диверсифікації товарної структури регіонального експорту, необхідно зазначити, що вона може реалізовуватися у двох напрямках [8]:

- інноваційному;
- інерційному.

Інноваційна диверсифікація експорту передбачає сприяння розвитку інноваційного бізнесу, класифікацію конкурентоспроможних виробництв, орієнтованих на випуск готової високотехнологічної продукції, здатної конкурувати із зарубіжними фірмами. Так, збільшення інвестицій в обробну промисловість на базі інноваційних технологій дасть змогу посилити систему регіональних конкурентних переваг і якісно поліпшити параметри спеціалізації Причорноморського регіону.

Наприклад, саме оптимістичний сценарій розвитку Одеської області на 2021–2027 рр. ґрунтується на інноваційному розвитку економіки регіону, розширенні існуючих ринків збуту, виході на нові міжнародні ринки та готовності суб'єктів господарювання до конкуренції. Забезпечення такого стану можливе тільки за умови всебічної модернізації та структурної трансформації промисловості, впровадження технологічних нововведень та виходу на ринок із новою наукоємною, конкурентоспроможною продукцією [9]. Обсяги експорту за таким сценарієм поступово зростають і його структура починає змінюватися на користь експорту готової продукції, а не сировини. Однак за песимістичним сценарієм розвитку Одеська область і надалі здійснюватиме експорт сировини та напівфабрикатів, а не готового продукту, внаслідок чого не використовуватиме весь можливий економіч-

Таблиця 1

Структура експорту за основними категоріями товарів Причорноморського регіону у 2016–2019 рр. (у % до загального обсягу експорту області)

Категорія товарів	Одеська область			Миколаївська область			Херсонська область		
	2016	2018	2019	2016	2018	2019	2016	2018	2019
Живі тварини	0,6	0,8	1,2	1,5	0,8	0,9	5,1	5,4	2,7
Продукти рослинного походження	48	46,8	53,3	56,9	61,1	62,5	39,3	39,9	42,7
Жири та олії тваринного або рослинного походження	21	14,6	13,1	2,0	2,5	2,1	7,9	4,7	5,9
Готові харчові продукти	7,3	9,9	8	4,3	4,3	3,4	16,0	14,5	13,6
Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	11,9	1,5	2,7	22,4	26,1	24,4	0,1	0,2	0,4
Недорогоцінні метали та вироби з них	3,2	6,8	4,5	0,5	0,2	0,1	13,0	12,0	5,3
Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	4,2	4,9	5,4	9,5	2,3	4,7	7,5	7,3	8,5
Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плаваючі засоби	0,3	10,9	6,6	0,5	0,2	0,2	1,7	5,6	8,4
Деревина і вироби з деревини	0,9	1,1	1,5	1,1	1,1	0,4	6,7	6,6	6,2
Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	0,3	0,1	0,2	0,1	0,0	0	0,8	1,4	1,6

Джерело: складено автором за [3–5]

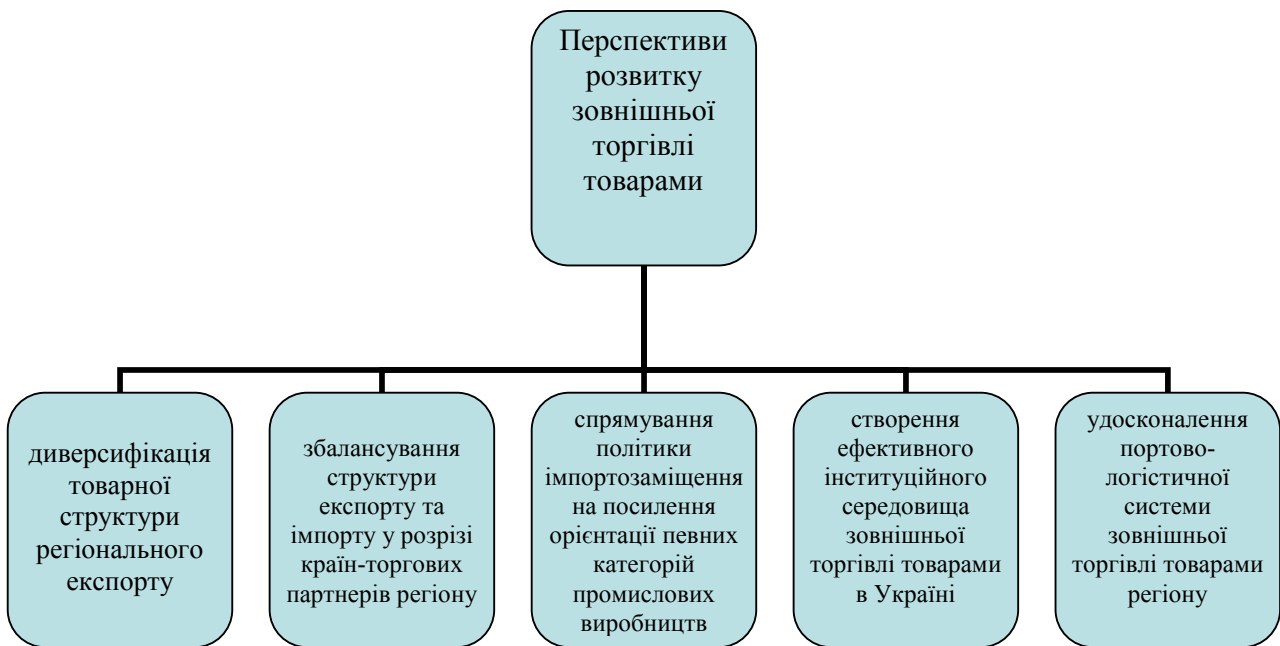


Рис. 4. Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі товарами в Причорноморському регіоні

Джерело: складено автором за [7]

ний потенціал, а промислові підприємства надаватимуть перевагу імпортному обладнанню та сировині для промислового виробництва.

Інерційна диверсифікація експорту передбачає залучення до експортного товарообігу таких товарів, що спроможні скорегувати існуючу спеціалізацію за рахунок розширення товарної номенклатури, зміни виробничих програм на користь найбільш затребуваних на світовому ринку товарів. Успішна реалізація завдань інерційної диверсифікації можлива за наявності ефективно функціонуючої системи державної підтримки експортної діяльності: фінансової, податкової, митно-тарифної, організаційної, маркетингової та інформаційно-консультаційної.

Щодо збалансування структури експорту та імпорту в розрізі країн – торгових партнерів Причорноморського регіону, то, як було зазначено, протягом останніх років регіон змінив свою зовнішньоторговельну орієнтацію з країн СНД та ЄС на країни Азії. На нашу думку, перспектива розширення географії зовнішньої торгівлі товарами має бути зорієнтована на зміцнення позицій на ринках Азії, а також на глибше входження в ринки країн Північної і Південної Америки та Австралії. Для цього необхідно проводити постійний моніторинг кон'юнктури на світовому товарному ринку загалом і ринках окремих макрорегіонів, а також продовжувати політику активного налагодження зовнішньоекономічних зв'язків, зокрема на рівні підприємств.

Дуже привабливі у цьому плані країни Перської затоки, одні з найбагатших по ВВП на душу населення й одні з найбільших нетто-імпортерів продо-

вольства. З одного боку, на цьому ринку зростає чисельність населення, з іншого – активно збільшується ВВП, тому сума грошей, яку пересічний споживач регіону буде витратити на продукти харчування, теж буде рости. На нашу думку, ринок товарів АПК країн Перської затоки є в майбутньому дуже привабливим для експортерів із Причорноморського регіону.

Однак пошук нових ринків збуту у третіх країнах не повинен відбуватися за рахунок зменшення уваги з боку вітчизняних виробників та експортерів до ємного та структурованого ринку ЄС. Обсяги та структура попиту саме на ринку ЄС повинні стати основою структурних зрушень у регіональній економіці, а згодом – основою географічної та товарної диверсифікації експорту регіону, у т. ч. до третіх країн.

Щодо політики імпортозаміщення, то необхідно зауважити, що значний потенціал імпортозаміщення має саме в аграрній галузі, зокрема в продукції рослинництва. На нашу думку, Одеська область має необхідний виробничий потенціал для імпортозаміщення, наприклад товарної позиції «Готові харчові продукти», зокрема «алкогольні та безалкогольні напої, оцет». У грудні 2019 р. Верховна Рада відмінила контроль виробництва та зовнішньої торгівлі через Державне підприємство спиртової та лікєро-горілкової промисловості «Укрспирт». Цей крок дасть змогу приватним підприємствам здійснювати самостійно експорт продукції спиртової галузі, що дає надії сподіватися на збільшення обсягів експорту з Одеської області за рахунок зменшення імпорту.

Отже, політика щодо розвитку внутрішнього ринку і стимулювання імпортозаміщення повинна

бути системною і забезпечувати збалансований розвиток промисловості з поступовим зниженням обсягів сировинних видів продукції та збільшенням обсягу випуску якісної і високотехнологічної продукції, розширенням асортименту, що призведе до зменшення залежності від імпорту [10].

Щодо створення ефективного інституційного середовища зовнішньої торгівлі товарами в Україні, то до нього повинні входити такі інституції [11]:

- експортно-кредитне агентство (ЕКА);
- нотифікаційний центр із питань зовнішньої торгівлі;
- Національний комітет зі спрощення процедур торгівлі;
- торговельні представництва за кордоном;
- GPA-офіс.

Одним з основних способів, що використовуються у світовій практиці, є створення експортно-кредитного агентства (ЕКА) як окремого інституту стимулювання експорту. Безпосередній процес створення було розпочато лише у 2018 р. Постановою КМУ від 07.02.2018 було утворено ЕКА [12]. Але сьогодні воно фактично не функціонує.

Згідно із Законом, на ЕКА в Україні покладено функції захисту українських експортерів від ризику неплатежів та фінансових утрат, пов'язаних із виконанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів), шляхом страхування, перестраховування та гарантування; упровадження сучасних фінансових технологій у зовнішній торгівлі та механізмів підтримки експорту шляхом страхування, перестраховування та гарантування; розвиток експорту товарів (робіт, послуг) українського походження, підвищення конкурентоспроможності товарів (робіт, послуг) українського походження на світових ринках; участь у реалізації програм часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами; співпраця з міжнародними та іноземними фінансовими організаціями, у тому числі для акумуляції міжнародної фінансової допомоги, для забезпечення зростання експорту та економіки України.

В.В. Галасюк (тодішній голова Комітету Верховної Ради України з питань промислової політики та підприємництва) на підставі економіко-математичного моделювання, проведеного з використан-

ням ГТАР на базі Державного науково-дослідного інституту інформатизації та моделювання економіки, зазначив, що запуск роботи ЕКА в Україні забезпечить зростання ВВП України додатково на 0,91 відсоткові пункти [13]. При цьому динаміка зростання експорту та виробництва значно різнитиметься залежно від товарних груп (табл. 2).

Отже, ЕКА є безальтернативним механізмом державної підтримки й просування експорту продукції з високим рівнем обробки в більшості країн світу. Введення ЕКА в законодавче поле України сформулоало передумови здійснення якісної реструктуризації та нарощення обсягів вітчизняного експорту, промислового виробництва та економіки загалом.

Створення в Україні нотифікаційного центру з питань зовнішньої торгівлі дасть змогу посилити дотримання принципу прозорості, який полягає у можливості залучення вітчизняних експертів до обговорення питань подальшого розвитку міжнародної торгівлі, розширення доступу товарів на світові ринки, активного застосування механізмів СОТ для реалізації торговельних інтересів національних виробників, формування та презентації позиції країни із цих питань. Адаже система прозорості СОТ дає змогу зацікавленим виробникам та експортерам ознайомлюватися з найактуальнішою інформацією про зміни в законодавстві інших країн – членів СОТ, оперативно реагувати на нові виклики чи можливості, які відкриваються після таких змін [10].

Розвиток мережі торгових представництв України за кордоном (ТП) має бути заснований насамперед на професіоналізмі кадрового складу та наявності економічно обґрунтованої стратегії діяльності кожного окремого ТП. Світовий досвід переконливо свідчить, що саме через торгові представництва ефективно вирішується широке коло питань двостороннього торговельно-економічного співробітництва.

Створення Національного комітету зі спрощення процедур торгівлі передбачене Угодою СОТ про спрощення процедур торгівлі з метою забезпечення інституційної основи її імплементації на національному рівні відповідно до взятих зобов'язань.

Таблиця 2

Прогнозні результати зростання виробничої та експортної діяльності в Україні за товарними групами в умовах запуску роботи ЕКА

Товарні групи	Зростання експорту, %	Зростання внутрішнього виробництва, у %
Продукція харчової промисловості	3,57	1,37
Транспортні засоби та механічне обладнання	14,89	9,3
Фармацевтична продукція	15,97	8,99
Електричне обладнання	24,67	9,11
Інша промислова продукція	21,34	11,75

Джерело: складено за [13]

Аналогічним має бути значення GPA-офісу (або офісу з просування експорту України) стосовно Угоди СОТ про державні закупівлі (Government Procurement Agreement – GPA). Його основна ціль – допомагати українському бізнесу ставати успішним на закордонних ринках шляхом:

- розвитку експортних компетенцій українського бізнесу;
- промоції українських товарів та послуг за кордоном;
- допомоги в налагодженні співробітництва та партнерства між українським та закордонним бізнесом.

Щодо вдосконалення транспортно-логістичної системи зовнішньої торгівлі товарами, то необхідно зазначити, що розвиток портової галузі в Причорноморському регіоні забезпечує його економічний і зовнішньоторговельний розвиток.

Морські порти Причорноморського регіону разом з їхньою береговою інфраструктурою та мережею обслуговуючих транспортно-логістичних центрів необхідно розглядати як новітню форму територіальної організації транспортного комплексу регіону й усієї України – Причорноморську регіональну портово-логістичну систему. Її опорними центрами є портово-логістичні центри, що формуються на базі найбільших державних морських портів: Одеського, Чорноморського, Південного та Миколаївського [7]. У 2018 р. потужність портів Причорноморського регіону становила 88,8% від загального обсягу переробки вантажів в Україні. Щодо динаміки збільшення обсягів переробки вантажів, то порти саме

Причорноморського регіону в 2018 р. демонструють найбільші темпи зростання: МП «Південний» – +31,6% порівняно з 2017 р., МП «Одеса» – + 16,1%, МП «Чорноморськ» – +15,9%, МП «Миколаїв» – +21,6% (рис. 5).

Кон'юнктура ринку останніх років призвела до зміни структури вантажообігу морських портів України: позиції лідера з переробки замість продукції гірничо-металургійного комплексу зайняла продукція агропромислового комплексу, зокрема зернових культур та олії. Як можна побачити з даних табл. 3, ключовими вантажами в останні роки стали товари агропромислового комплексу. Провідну роль тут грають саме порти Одеської та Миколаївської областей. Так, у 2018 р. порти «Одеса», «Чорноморськ» та «Південний» сумарно здійснили перевалку зерна в обсязі 24 млн т, або 59,5% від загального обсягу переробки зерна в портах України [14]. Причому всі ці обсяги йшли на експорт.

Оскільки в товарній структурі експорту Причорноморського регіону провідними категоріями товарів є, зокрема, зернові культури та олії, то доцільніше збільшувати обсяги перевалки експортних вантажів цих категорії товарів. Очікується, що потенціал експорту зернових культур зросте із 46 млн т у 2018 р. до майже 67 млн т у 2030 р. [14].

Таким чином, сьогодні для підвищення ефективності зовнішньої торгівлі товарами потрібні термінові заходи щодо вдосконалення портово-логістичної системи в Причорноморському регіоні, оскільки галузь потерпає від неадекватної інфра-

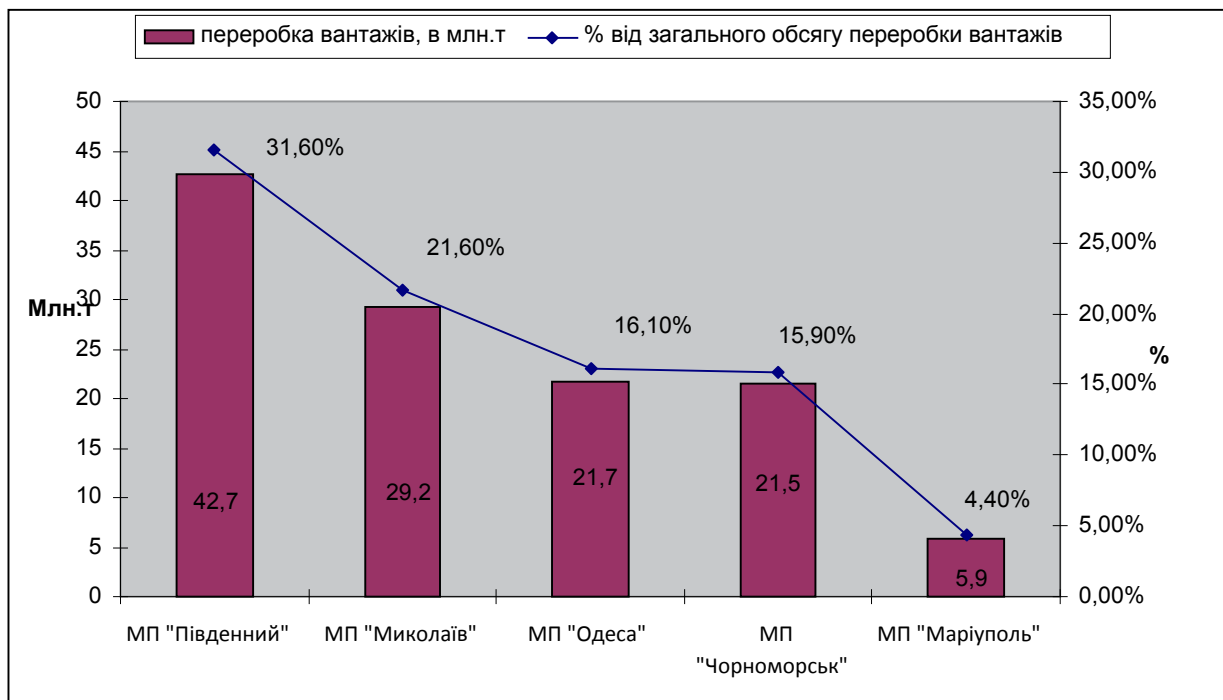


Рис. 5. Топ-5 портів України у 2018 р., млн т та у %

Джерело: складено автором за [14]

Ключові вантажі для портової галузі України (2012–2017 рр.)

Вантажі (тис т)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Сукупний темп річного росту	2012-2017, у %
Зернові культури	27525	27170	33576	37501	40347	40651	+8,11%	+47,69%
Олія	3739	3489	4303	3995	4710	5545	+8,2%	+48,28%
Чорні метали	18771	17702	18878	18236	16678	14816	-4,62%	-21,07%
Вугілля	12297	12799	12385	9060	6075	10815	-2,54%	-12,06%
Різні руди	30752	32918	35327	42265	32720	27464	-2,24%	-10,69%

Джерело: складено за [15]

структури та високих витрат. Зокрема, необхідно здійснити таке:

– Розвиток портової галузі на основі державно-приватного партнерства, наприклад передача майна портів у концесію, оскільки збільшення участі приватного сектору необхідно для досягнення адекватного рівня інвестицій та ефективності. У 2020 р. Міністерством інфраструктури України розглядатиметься передача у концесію двох портів Одеської області «Одеса» та «Чорноморськ» [16]. На нашу думку, прийняття Верховною Радою України Закону «Про концесію» стане драйвером економічного зростання й розвитку саме переважно для Причорноморського регіону.

– Боротьба з корупцією у портовому та автомобільному секторах та пом'якшення регуляторних бар'єрів, які обмежують приватні залізничні та лінійні морські вантажоперевезення.

– Зниження портових зборів, що може збільшити використання виробничих потужностей та пожвавити економічну діяльність. Сьогодні портові збори в порту «Південний» є одними з найбільших у світі. Так, під час заходу судна в порти Бразилії збори становлять 83 тис дол. США, а в порт «Південний» – 430 тис дол., що є вищим у чотири рази навіть порівняно з іншими чорноморськими портами [17]. Така висока вартість заходу судна в порт стримує економічне зростання і гальмує конкурентоспроможність бізнесу в Причорноморському регіоні і для експортерів, і для імпортерів.

– Збільшення швидкості розвантаження та завантаження судів.

– Збільшення глибини дна в портах регіону (до 21,5 м), оскільки використання суден із великою вантажопідйомністю потребує наявності портів із відповідною глибиною дна. Переважна більшість інвестиційних проєктів Адміністрації морських портів України в останні роки спрямовувалася саме на днопоглиблювані роботи.

– Підвищення світового попиту збільшило експорт зерна в Причорноморському регіоні, що призводить до збільшення потреби у портових об'єктах для переробки зерна та олійних культур. Так, найбільші порти регіону мають загалом 12 терміналів із переробки зерна (загалом в Укра-

їні 31 термінал). Більшість зернових трейдерів практично повністю досягли рівня максимальної потужності терміналів, тим самим показуючи, що вони в змозі повністю використовувати власні засоби. Звідси можна припустити, що у разі якщо ці зернові трейдери мають намір збільшити експорт зерна, то вони, скоріше за все, шукатимуть нові можливості розвитку зернових терміналів, щоб повністю контролювати ланцюги постачання, ніж використовуватимуть самостійні термінали, які доступні для загального користування.

Отже, розвиток та вдосконалення портово-логістичної інфраструктури є вкрай актуальним для розвитку та збільшення обсягів зовнішньої торгівлі товарами, а саме експорту, Причорноморського регіону.

Висновки з проведеного дослідження. На підставі проведеного дослідження виявлено перспективи розвитку зовнішньої торгівлі товарами в Причорноморському регіоні з урахуванням специфіки сучасних економічних умов. У статті проведено змістовний аналіз кожного з перелічених шляхів розвитку та зазначено, що такі істотні зміни повинні відбуватися на державному рівні. Нині Причорноморський регіон не в змозі самостійно на регіональному рівні, без державної допомоги, провести настільки масштабні реформи у зовнішньоторговельній сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Круп'як І.Й. Вектори зовнішньої торгівлі держави в умовах сучасних економічних перетворень. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 158. URL: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/32.pdf> (дата звернення: 20.05.2020).
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Зовнішньоекономічна діяльність. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.06.2020).
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України в Одеській області. Зовнішньоекономічна діяльність. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.06.2020).
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України в Миколаївській області. Зовнішньоекономічна діяльність. URL: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.06.2020).

5. Офіційний сайт Державної служби статистики України в Херсонській Зовнішньоекономічна діяльність. URL: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/ekonomichna-statistika/2171-2-2zovnishnoekonomichna-diyalnist-ta-platizhnij-balans/zovnishnya-torgovlya.html> (дата звернення: 01.06.2020).

6. Виклики та перспективи розвитку хімічних виробництв у регіонах України: наукове видання / С.О. Іщук та ін. ; наук. ред. С.О. Іщук. Львів, 2018. С. 32. URL: <http://ird.gov.ua/irdp/p20180603.pdf> (дата звернення: 03.06.2020).

7. Сторонянська І.З. Територіальний розвиток і регіональна політика: регіональні економічні тренди та детермінанти регіональної політики : наукова доповідь. Львів, 2019. С. 38. URL: <http://ird.gov.ua/irdp/p20190033.pdf> (дата звернення: 03.06.2020).

8. Кутідзе Л.С. Проблеми побудови механізмів диверсифікації експортного потенціалу регіону. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2015. № 1/7(21). С. 35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_1%287%29__8 (дата звернення: 10.06.2020).

9. Сценарії розвитку Одеської області на 2021–2027 роки. URL: <https://www.oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5de12a0d17eb9.docx> (дата звернення: 11.06.2020).

10. Пріоритети політики імпортозаміщення у стратегії модернізації промисловості України. Київ : НІСД, 2012. С. 71. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2012-10/1011_dop.pdf (дата звернення: 13.06.2020).

11. Гужва І.Ю. Перспективи підвищення ефективності зовнішньоторговельної політики України. *Моделювання та інформатизація соціально-економічного розвитку України*. 2016. Вип. 2. С. 13–24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/miceru_2016_2_4 (дата звернення: 13.06.2020).

12. Юхта О.І. Експортно-кредитне агентство як ефективний інститут організації фінансово-кредитної підтримки експортерів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 11. С. 78. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2019/15.pdf (дата звернення: 15.06.2020).

13. Галасюк В.В. Експортно-кредитне агентство як механізм розвитку високотехнологічного експорту України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. Вип. 18(1). С. 92. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> (дата звернення: 15.06.2020).

14. Быстрицкая О. Вышли в плюс. Итоги 2018 года для украинских портов. Центр транспортных стратегий. URL: https://cfts.org.ua/articles/vyshli_v_plyus_itogi_2018_goda_dlya_ukrainskikh_portov_1502 (дата звернення: 16.06.2020).

15. Концесійний проект порту Херсон (2018). С. 27. URL: https://mtu.gov.ua/files/FILES_FOR_CONCESSION_PROJECTS/proekt-koncesiiuportu-herson/Kherson_Tender_Documentation/Херсон_Інформ.Меморандум_V2a.pdf (дата звернення: 16.06.2020).

16. Криклій розповів, які порти можуть передати у концесію. Інтерв'ю Міністра інфраструктури України В. Криклія. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/11/14/653700/> (дата звернення: 17.06.2020).

17. Вызовы настоящего и перспективы будущего: 9 мнений об узких местах портов Украины. *Центр транспортных стратегий*. URL: https://cfts.org.ua/spetsproekty/vyzovynastoyaschego_i_perspektivy_budushego_9_mneniy_ob_uzkikh_mestakh_portov_ukrainy (дата звернення: 17.06.2020).

REFERENCES:

1. Krupiak I.Y. (2017) Vektory zovnishnoi torhivli derzhavy v umovakh suchasnykh ekonomichnykh peretvoren [Vectors of foreign trade of the state in the conditions of modern economic transformations]. *Global and national economic problems*, Vol. 17, p. 158. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/32.pdf> (accessed 20 May 2020).

2. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Zovnishnoekonomichna diialnist [Site of State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 1 June 2020).

3. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy v Odeskii oblasti. Zovnishnoekonomichna diialnis [Site of State Statistics Service of Ukraine in Odessa region]. Available at: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (accessed 1 June 2020).

4. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy v Mykolaivskii oblasti. Zovnishnoekonomichna diialnist [Site of State Statistics Service of Ukraine in Mykolaiv region]. Available at: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/> (accessed 1 June 2020).

5. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy v Khersonskii Zovnishnoekonomichna diialnist [Site of State Statistics Service of Ukraine in Kherson region]. Available at: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/ekonomichna-statistika/2171-2-zovnishnoekono=michna-diyalnist-ta-platizhnij-balans/zovnishnya-torgovlya.html> (accessed 1 June 2020).

6. Vyklyky ta perspektyvy rozvytku khimichnykh vyrobnytstv u rehionakh Ukrainy: naukove vydannia (2018) [Challenges and prospects for the development of chemical production in the regions of Ukraine: a scientific publication] / S. O. Ishchuk, L. Y. Sozanskyi, L. P. Koval, O. V. Liakhovska. NAS of Ukraine. Dolishny Institute for Regional Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine. Lviv, p. 32. Available at: <http://ird.gov.ua/irdp/p2080603.pdf> (accessed 3 June 2020).

7. Storonianska I.Z. Terytorialnyi rozvytok i rehionalna polityka: Rehionalni ekonomichni trendy ta determinanty rehionalnoi polityky: naukova dopovid (2019) [Territorial Development and Regional Policy: Regional Economic Trends and Determinants of Regional Policy: A Scientific Report]. NAS of Ukraine. Dolishny Institute for Regional Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine. Lviv, p. 38. Available at: <http://ird.gov.ua/irdp/p20190033.pdf> (accessed 3 June 2020).

8. Kutidze L. S. (2015) Problemy pobudovy mekhanizmiv dyversyfikatsii eksportnoho potentsialu rehionu [Construction problems' of diversification' mechanisms of the region's export potential]. *Technological audit and production reserves*. No 1/7(21). P. 35. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_1%287%29__8 (accessed 10 June 2020).

9. Stsenarii rozvytku Odeskoi oblasti na 2021-2027 roky [Scenarios of Odessa region's development for 2021-2027]. Available at: <https://www.oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5de12a0d17eb9.docx> (accessed 11 June 2020).

10. Prioritytety polityky importozamishchennia u stratehii modernizatsii promyslovosti Ukrainy (2012) [Priorities of import substitution policy in the strategy of modernization of Ukrainian industry]. K.: NISD, p. 71. Available at: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2012-10/1011_dop.pdf. (accessed 13 June 2020).

11. Huzhva I. Yu. (2016) Perspektyvy pidvyshchennia efektyvnosti zovnishnotorhovelnoi polityky Ukrainy [Prospects for improving the effectiveness of Ukraine's foreign trade policy]. Modeling and informatization of socio-economic development of Ukraine. Vol. 2, pp. 13–24. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/miceru_2016_2_4 (accessed 13 June 2020).

12. Yukhta O. I. (2019) Eksportno-kredytne ahentstvo yak efektyvnyi instytut orhanizatsii finansovokredytnoi pidtrymky eksporteriv [Export credit agency as an effective institution for organizing financial and credit support for exporters]. Investments: practice and experience. No 11. P. 78. Available at: http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2019/15.pdf (accessed 15 June 2020).

13. Halasiuk V. V. (2018) Eksportno-kredytne ahentstvo yak mekhanizm rozvytku vysokotekhnolohichnoho eksportu Ukrainy [Export credit agency as a mechanism for the development of high-tech exports of Ukraine]. Sci-

entific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International economic relations and the world economy. Vol. 18(1). P. 92. Available at: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> (accessed 15 June 2020).

14. Bystrytskaia O. Vushly v plus. Ytohy 2018 hoda dlia ukraïnskykh portov [Got a plus. Results of 2018 for Ukrainian ports]. Center for Transport Strategies. Available at: https://cfts.org.ua/articles/vyshli_v_plyus_itogi_2018_goda_dlya_ukraïnskikh_portov_1502 (accessed 16 June 2020).

15. Kontsesiinyi proekt portu Kherson (2018) [Concession project of the Kherson's port], p. 27. Available at: https://mtu.gov.ua/files/FILES_FOR_CONCESSION_PROJECTS/proekt-koncesiipuortuherson/Kherson_Tender_Documentation/Херсон_Інформ.Меморандум_V2a.pdf (accessed 16 June 2020).

16. Kryklii rozpoviv, yaki porty mozhut peredaty u kontsesiiu [Kryklyi told which ports can be transferred to the concession]. Interview of the Ukraine's Minister of Infrastructure V. Kryklyi. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/11/14/653700/> (accessed 17 June 2020).

17. Vyzovy nastoiashcheho y perspektyvy budushcheho: 9 mneniy ob uzkykh mestakh portov Ukrainy [Challenges of the present and future prospects: 9 opinions on the bottlenecks of Ukrainian ports]. Center for Transport Strategies. Available at: https://cfts.org.ua/spetsproekty/vyzovynastoyaschego_i_perspektivy_budushego_9_mneniy_ob_uzkikh_mestakh_portov_ukrainy (accessed 17 June 2020).

ДУАЛЬНА ОСВІТА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВ'ЯЗАННЯ АКТУАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ

DUAL EDUCATION AS A TOOL FOR SOLVING CURRENT ECONOMIC PROBLEMS

УДК 333.15.

<https://doi.org/10.32843/bses.54-26>

Жукова О.Ю.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та організації виробництва
Національний університет
кораблебудування
імені адмірала Макарова

Канаш А.Є.

магістр,
аспірант кафедри економіки
та організації виробництва
Національний університет
кораблебудування
імені адмірала Макарова

Zhukova Olena

Admiral Makarov National University
of Shipbuilding

Kanash Olesia

Admiral Makarov National University
of Shipbuilding

У статті висвітлено природу дуальної освіти, яка впродовж тривалого часу застосовується в країнах із розвинутою індустріальною культурою та поважним ставленням до підприємництва. Підкреслено, що зростання її ролі відбувається на тлі поглиблення процесів, викликаних Четвертою промисловою революцією. Вона створила феномен конкурентної боротьби за робочі місця між людьми та кіберфізичними системами, що набувають дедалі більшої популярності у гонитві бізнесу за прискоренням та удешевленням процесів створення вартості, а також підвищенням якості виробів і послуг. Окреслено соціальні групи, які найбільше від цього потерпають. Доведено, що серед інструментів буферизації негативних наслідків панування штучного інтелекту чинне місце посідає технологія дуалізації освіти. Наведено авторське бачення щодо її суб'єктів та завдань, які постають перед кожним із них. Систематизовано найімовірніші вигоди, які несе із собою імплементація дуальної освіти.

Ключові слова: економіка, індустріальна революція, конкуренція, професійні гільдії, освіта, вища освіта, дуальна освіта, ефекти дуальної освіти.

В статті освічена природа дуального образования, которое на протяжении дли-

тельного времени используется в странах с развитой индустриальной культурой и уважительным отношением к предпринимательству. Подчеркнуто, что рост его роли происходит на фоне углубления процессов, вызванных Четвертой промышленной революцией. Она создала феномен конкурентной борьбы за рабочие места между людьми и киберфизическими системами, которые приобретают все большую популярность в стремлении бизнеса ускорить и удешевить процессы создания стоимости, а также повысить качество изделий и услуг. Определены социальные группы, которые больше всего от этого страдают. Доказано, что среди инструментов буферизации негативных последствий господства искусственного интеллекта надлежащее место занимает технология дуального образования. Предложено авторское видение ее субъектов и задач, стоящих перед каждым из них. Систематизированы наиболее вероятные выгоды, которые несет с собой имплементация дуального образования.

Ключевые слова: экономика, индустриальная революция, конкуренция, профессиональные гильдии, образование, высшее образование, дуальное образование, эффекты дуального образования.

The nature of dual education, which has long been used in countries with a developed industrial culture and was in respect for entrepreneurship is clarified in article. It is emphasized that the growing role of dual education occur on the background of the processes caused by the fourth industrial revolution, which is favored by business and governments. It has been identified risks that accompany it. The main one is the phenomenon of competition for jobs between people and cyberphysical systems, which are gaining popularity in the pursuit of enterprises to accelerate and reduce the cost of value creation processes, improving the quality of goods. The social groups that suffer the most from this are the next outlined: employees engaged in routine operations; graduates of educational institutions without relevant practical skills; educational institutions that have failed to adapt educational and professional programs to the latest requirements and demands. It is proved that among the tools of buffering the negative consequences of the dominance of artificial intelligence, the technology of dualization of education occupies an important place. The substantiation concerning its definition, bases of introduction are resulted. The composition of the subjects of the dual education system, the relationship between them, as well as the tasks facing public authorities and local governments, employers, recipients of educational services, higher education institutions are outlined. The most expectable economic benefits of the implementation of dual education are systematized. They obviously coincide with expectations from the consequences of technological transformations, and therefore dual education does not contradict, but complements them. High-quality professional competencies acquired through dual education are able to protect a person from the risks of being in the labor market without the hope of employment, which corresponds to his idea of a decent professional and personal life. In this, in addition to economic, there is also an important social effect of the use of dual education.

Key words: economics, industrial revolution, competition, professional guilds, education, higher education, dual education, the effects of dual education.

Постановка проблеми. Зміни в органічній будові капіталу завжди спричиняли нові загрози та виклики, з одного боку, та шанси й можливості – з іншого. Не стала винятком і Четверта промислова революція, яка продемонструвала світові такий феномен, як штучний інтелект, здатний скласти конкуренцію Homo sapiens, у тому числі в процесах створення вартості. Зацікавленість у цьому, навіть не приховуючи її, демонструють:

1. Власники бізнесу, які опікуються примноженням коштів, інвестованих у започатковану справу. Кожного разу, коли перед ними відкривається перспектива зменшити витрати, прискорити виконання замовлення або підвищити якість виконуваних робіт через трансферт найманого працівника

на технологічний пристрій, вони не занадто переобтяжуються сумнівами. Здавалося б, Китай із його майже півторамільярдным населенням (робочих рук вистачає на реалізацію будь-яких проєктів), але й тут, у Шанхаї, планують побудувати понад 100 заводів-«безпілотників», закладаючи у їх підґрунтя гнучкі та хмарні технології [1].

Із цієї причини маємо достатньо підстав очікувати блискучих перспектив для розробників, виготовлювачів та співробітників сервісу нової техніки. Підприємства, на яких вони працюють, є імплементаторами здобутків технологічного прогресу. Сконцентрований тут людський капітал набуває ознак найголовнішої цінності на шляху до перемоги у боротьбі за прихильність споживачів. Осо-

бистості, з яких він складається, не баяться з відповідними пропозиціями, дивуючи світ усе новими та новими винаходами

2. Уряди країн. Вони переймаються посиленням конкурентних позицій держав у планетарному змаганні за місце серед світових економічних лідерів і пов'язують збереження завойованих позицій із запровадженням технологій, що забезпечують створення продуктів із високою доданою вартістю. Водночас можновладців не залишають у спокої соціальні наслідки стрімкого поширення інформаційних систем на обладнання, яке використовують у ланцюгах формування цінності продукту. Тож виникає потреба захищати верстви населення, які опинилися у «групі ризику»:

співробітників організацій, які звільняються або можуть бути звільнені з роботи через технологічні інновації, і потребують перекваліфікації або поліпшення фахових навичок;

молоді громадяни, які вибирають актуальну спеціальність для навчання у закладах вищої освіти (ЗВО) і вимушені будуть незабаром конкурувати на ринку праці із собі подібними, а у виробничому середовищі ще й із кіберфізичними системами;

колективи закладів вищої освіти (ЗВО), які мають якнайшвидше та у найкращий спосіб перебудувати навчальний процес, щоб однаковою мірою задовольнити очікування отримувачів освітніх послуг та запити підприємств й організацій на висококваліфікований персонал, здатний після укладання трудового або ще навчального контракту долучитися до утворювальної роботи, не вимагаючи, принаймні на старті, захмарних заробітних плат (це надмірна амбітність інколи впадає в очі). Несправдження надій перших та других здатне поставити під сумнів економічну безпеку ЗВО – аж до зникнення їх з освітньої мапи нашої країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як виявив проведений аналіз чисельних публікацій, проблема, про яку йдеться, турбує не лише нас. Так, Брінйольфсон та Мак Афі (2014 р.) [2] ще шість років тому наголошували: людство перебуває на порозі «великої рецесії» або «великої стагнації». Але це не головне. У перспективі його очікує «велика трансформація». Вона вимагає оновлення освіти, яка б готувала людей до майбутньої економіки (а не до тієї, яка є сьогодні, а тим більше була вчора), що поєднуватиме небачені технологічні потужності з винахідливістю людини, поки що не доступною штучному інтелекту.

Учасники сесії «Регіональний соціально-економічний вплив 4-ї промислової революції» [3], яка відбулася в жовтні 2019 р. в рамках Європейського тижня регіонів та міст, підбиваючи підсумки дискусії, що відбулася, зазначили: Четверта промислова революція стала реальністю. Нові технологічні рішення, операції та продукти змінюють наші звички та способи поведінки. Глибокі структурні

зрушення відбуваються, природно, на ринках, де створюються нові технології 4.0, і в суспільстві. Включаючи, додаймо, і його освітній сегмент.

На даний момент, зазначає К. Шваб, засновник та виконавчий голова Всесвітнього економічного форуму у швейцарському Давосі, «ми не можемо передбачити, який сценарій з'явиться... Однак я переконаний в одному: у майбутньому талант більше, ніж капітал, відбиватиме критичний фактор виробництва. У своїй найбільш песимістичній, дегуманізованій формі Четверта промислова революція здатна «роботизувати» людство і, отже, позбавити нас серця і душі. Але як доповнення до кращих складників людської природи – творчості, емпатії, керованості – воно також може підняти людство до нової колективної свідомості, заснованої на спільному почутті долі» [4].

На існування різних чинників, через вплив яких працівники наражаються на ризик бути заміненими роботами, звертає увагу Е.К. Цервуді [5]. Серед них – низький рівень освіти та відсутність досвіду практичної роботи. Некваліфікована, рутинна праця має істотні шанси бути автоматизованою. З іншого боку, проблем меншає для співробітників, діяльність яких вимагає високих комунікативних та пізнавальних навичок. Її, принаймні поки, не можна формалізувати, застосовуючи коди та алгоритми.

Постановка завдання. У підвалини нашого дослідження закладено гіпотезу про взаємозв'язок перспектив економічного піднесення країн із рівнем освіти їх громадян і констатація, що фахові компетенції високого ґатунку здатні убезпечити людину від ризиків опинитися на ринку праці без надії на працевлаштування, яке відповідає її уявленням про гідне професійне та особисте життя. У цьому контексті маємо з'ясувати походження, сутність та роль дуальної вищої освіти (ДО) у посиленні позицій випускників ЗВО у протистоянні кібернетичним конкурентам.

Виклад основного матеріалу дослідження. Професійна підготовка майбутніх фахівців відбувається в університетах, інститутах та коледжах за ухваленими програмами впродовж чотирьох (бакалавріат) або без малого п'яти з половиною років (якщо людина прагне освітнього рівня «магістр»). Освітні заклади засновують їх з огляду на вимоги уповноважених державних органів. Але враховуючи першочерговість запровадження продуктів Індустрії 4.0 на рівні підприємств, саме їх менеджмент формує поточний кадровий попит на особистості з потрібними компетенціями. Шлях від моменту його оприлюднення до пропозиції, що надходить, має бути якомога коротшим (без завдання шкоди якості). Стикаємося з діалектичним протиріччям:

$$\begin{cases} T_{\phi}^{op} = T_{н}^{op}; & (1) \\ T_{\phi}^{op} \leq T_{o}^b, & (2) \end{cases}$$

де T_{ϕ}^{op} , T_{H}^{op} – фактична та нормативна тривалість навчального процесу, відповідно роки;

T_{ϕ}^o – тривалість очікування бізнесом людського капіталу, якого він потребує, роки.

Одним із найбільш продуктивних варіантів його розв'язання є запровадження моделі дуальної освіти. Її історичні витoki сягають дванадцятого століття, коли майже в усіх країнах Європи утворилися гільдії – ремісницькі та торгові асоціації, що відігравали важливу роль в економічному та політичному житті суспільства [6; 7]. Упродовж XIX ст. діяльність гільдій зазнавала підйомів та спадів, але зрештою їх життєздатність ґрунтовно підкріпив закон «Про регулювання ремесел» (1897 р.) [8]. За нормами документу ремісничі палати набули статусу інститутів публічного права, зобов'язувалися визначати стандарти професійного навчання, а також виконувати функції екзаменаційного центру підмайстрів та майстрів.

На початку XX ст. у Німеччині, наприклад, професійно-технічні школи з характерними для них елементами «дуальної освіти» за популярністю у споживачів освітніх послуг починали домінувати над іншими навчальними закладами країни, а палати промисловості та торгівлі запровадили екзамени для робітників промисловості. Після 1937 р. він стає обов'язковим [9]. Як бачимо, з плином часу ідеї гільдій, попре все, жили та перемагали.

Чого не скажеш про Україну, яка за всі часи була переважно аграрною державою, у якій селяни дізналися про професійні об'єднання хіба що за часів більшовицької колективізації. І, як відомо, не були від неї у захваті. Ті з них, хто вижив після голодоморів та інших форм фізичного знищення за спротив системі, опинилися на індустріальних гігантах, де тим більше про «цехові традиції» ніхто й гадки не мав. Не виключно, що з наведених причин ми пожинаємо тепер подекуди гіркі сходи:

фахову невпевненість випускників на першому робочому місці;

виникнення у роботодавців додаткових витрат на адаптацію новачка до специфіки виробничих процесів та організації виробництва аж до створення корпоративних університетів, які можуть дозволити собі лише потужні фірми;

справедливі претензії щодо діяльності окремих ЗВО, випускники яких не знаходять застосування своїм відверто слабким здібностям, фактично відсиджуючись на студентській лаві без усвідомлення свого майбутнього призначення.

Ось чому на вітчизняних теренах усе починається з «білого аркуша» і потребує, перш за все, наукового обґрунтування.

У закладах вищої освіти сучасної Німеччини система дуальної освіти почала запроваджуватися із 70-х років минулого століття у відповідь на запит промисловців щодо випускників із нави-

чками професійного спрямування. Пілотний проєкт поєднання навчального та робочого процесів здійснили університети безумовного лідера індустрії та інновацій – землі Баден-Вюртемберг. Відпрацьована ними модель розповсюдилася і набула актуальності для більшості європейських країн та держав інших континентів (Китаю, Індонезії, Еквадору тощо).

Вибір на користь подвійної системи навчання, вважають Т. Дайссингер та С. Хельвіг [8], а також [10–12 та ін.], зумовлюється, крім іншого, її здатністю забезпечити ринок праці фахівцями, які гнучко пристосовуються до мінливих умов виробничого середовища й запровадження нових технологій. А ще їм притаманна висока мобільність на ринку праці.

І як би дуальну освіту не називали (cooperative education (co-op) [13], work-based learning [14], work-related learning [15], work-integrated learning [16], alternancetraining [17], Vocational education and training [18]), завжди йдеться про поєднання навчання у закладі вищої освіти та на робочому місці. Наведемо із цього приводу декілька прикладів:

«курс університетських програм, який об'єднує університети та робочі організації для створення нових можливостей навчання на робочому місці» [19];

«специфічна система навчання, яка має на меті систематичне поєднання переваг навчання у компанії та освіти у професійно-технічному училищі» [20].

Колектив авторів «Концепції підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти» [21], схваленої Кабінетом Міністрів України у вересні 2018 р., наголосив, що, на його думку, йдеться про спосіб здобуття освіти, який передбачає поєднання навчання осіб у закладах освіти (в інших суб'єктів освітньої діяльності) з навчанням на робочих місцях на підприємствах, в установах та організаціях для набуття певної кваліфікації, як правило, на основі договору.

Як бачимо, ці та інші дефініції концентрують увагу на організаційно-правових аспектах явища, не занурюючись у його сутнісні аспекти. Тому нам більше імпонують погляди Гарнета, Костлі та Вокмена [22]: «Дуальна освіта – це процес навчання, який фокусує критичне мислення університетського рівня на робочому процесі (з оплатою праці або безоплатно) з метою усвідомлення, придбання та застосування індивідуальних і колективних знань, умінь і навичок для досягнення результатів, важливих для того, хто навчається, їх роботи та університету». Додаймо до нього лише деякі уточнення:

дуальна освіта – це процес формування фахових компетенцій у студентів, організований у межах чинного законодавчого поля закладом

вищої освіти та центрами економічної діяльності, який уможлиблює застосування критичного академічного мислення під час розв'язання практичних завдань на майбутньому робочому місці з метою прискорення адаптації випускників до вимог роботодавця і посилення у такий спосіб їхньої конкурентної спроможності на ринку праці.

Саме наведене визначення було використано нами у подальших наукових розвідках. Воно виглядає корисним, оскільки, по-перше, визначає мету дуального навчання. По-друге, окреслює коло суб'єктів, зацікавлених у розквіті дуальної освіти. Їхній перелік та взаємини можна бачити на рис. 1. Запропонована схема побудована на засадах маркетингової концепції з її специфічним утіленням у життя у сфері освітньої діяльності. Очевидно, що вона здійснюється на інституціональному підґрунті з неминучим контролем держави за дотриманням відповідних законодавчих норм.

В Україні її уособлюють Верховна Рада – вищий законодавчий орган, а також органи виконавчої влади (Кабінет Міністрів, Міністерство освіти і науки України та віднедавна Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти). Разом вони вибирають політико-економічний курс держави з відповідними наслідками для тенденцій ринку робочої сили, інвестиційного клімату, підприємницької активності.

Профільне міністерство узгоджує дії усіх учасників освітнього процесу, ухвалює, контролює й регулює дотримання правил та вимог до професійної підготовки. Спираючись на викладені вище міркування, абсолютно переконані, що органи державної влади мали б стати найактивнішими ініціаторами розбудови системи ДО, сприяти її запровадженню та підтримувати поточне функціонування спеціальних програм:

а) здійснення науково-дослідних проєктів для забезпечення відповідності професійної підготовки світовим тенденціям, зокрема форм дуального навчання, його методів, моделей, дидактичних прийомів із подальшою їх модернізацією;

б) заохочення до створення нових робочих місць (наприклад, через замовлення вітчизняним підприємствам виготовлення наукоємної продукції, замість її масового експорту з-за кордону);

в) підвищення рівня обізнаності громадян про інноваційні технології для вдосконалення сценаріїв співпраці отримувачів освітніх послуг (чинних та майбутніх), дослідницьких організації та індустріальних фірм.

На інституціональному рівні саме на часі заохотити заклади вищої освіти (і не лише їх одних) та підприємства до щільних взаємин, залучати бізнес до освітнього процесу, як це відбувається у країнах, де дуальна форма навчання – звичайна річ [23]. Саме участь великої кількості зацікавлених сторін у них визначає загальне визнання

дуальності та забезпечує їй належний рівень легітимності на ринку праці, зобов'язує стейкхолдерів до незупинного поширення та модернізації конфігурації та змісту співпраці.

Наступний суб'єкт системи ДО – підприємство, яке майже безперервно генерує попит на людський капітал, – від топ-менеджерів до звичайних технічних працівників. Як правило, усі вони неодмінні «тут та зараз», і потрібно докласти чималих зусиль, щоб переконати власників у необхідності передбачливої кадрової політики, послідовних зусиль на її реалізацію. Далеко не кожен усвідомлює, що саме початок роботи на підприємстві, суміщеної з навчанням, відрізняє дуальну форму освіти від класичного «розгризання граніту науки» з непередбачуваними для професійної кар'єри наслідками. Витратити коштів на придбання нового обладнання видається природним, а отримати фахівця високого ґатунку прагнуть за безцінь. Хоча, здавалося б, кожному відомо: з дешевої риби – погана юшка, а жадібний платить двічі.

З іншого боку, людина, яка добре ознайомила з організаційними, технічними та технологічними процесами, під опікою зацікавленого ментора з багаторічним виробничим стажем написала випускні кваліфікаційну роботу на життєво важливу тему, налагодила конструктивні відносини з членами команди, здатна зробити не аби який внесок у піднесення організації. Залишається попкикуватися про те, щоб усі зацікавлені сторони були належним чином вмотивовані до співпраці та надійно захищені від ризиків невиконання взятих на себе зобов'язань.

Третій суб'єкт системи дуальної освіти – студент-стажер. Таким, на нашу думку, має бути статус молодшої людини, яка вибрала відповідну траєкторію опанування фаху. Головне, чого йому не вистачає у нинішніх реаліях – упевненості в майбутньому після отримання диплому. Дуальна освіта, як свідчить досвід успішних країн, формує знання та додає до них необхідні навички відповідно до вибраної професії.

У навчальний план закладається раціональна комбінація отримання академічних занять в університетських аудиторіях із практичною роботою у форматі та з періодичністю, узгодженими сторонами. Вони залежатимуть від професії, технологічної складності виробництва, умов, в яких відбувається виробничий процес. Є, погодьтеся, суттєва різниця між виконанням обов'язків бухгалтера (бодай і головним), проєктувальника суден і керівника зміни на стаціонарній буровій платформі, розташованій на континентальному шельфі прибережної країни.

Для претендента на робоче місце залишається якнайкраще проявити свої здібності та талант, адже після завершення навчання, у разі успішного складання екзаменів та позитивних відгуків



Рис. 1. Суб'єкти системи дуальної освіти

колег, а не лише викладачів, він матиме змогу відразу, без випробувального терміну долучитися до трудового процесу. Отже, студент абсолютно свідомо, без примусу ззовні, зацікавлений:

- додержуватися чинних приписів щодо охорони та гігієни праці, виробничої санітарії, пожежної безпеки та внутрішнього регламенту роботи й відпочинку, які діють на підприємстві (вчасно прибуває на роботу і залишає її разом із колегами, а не тоді, коли заманеться);

- своєчасно та на належному рівні, проявляючи розумну ініціативу, виконувати індивідуальний навчальний план за графіком навчального процесу та виробничі завдання на відповідному робочому місці;

- регулярно, з використанням узгоджених каналів зв'язку комунікувати з відповідальними особами кафедри, деканату, підприємства з питань, які постають під час навчання;

- з обережністю ставиться та послуговується за призначенням обладнанням й іншим майном підприємства, оскільки його втрата або пошкодження тягнуть за собою матеріальну відповідальність.

Як впливає з інформації, наведеної на рис. 1, у системі дуальної освіти ЗВО залишається джерелом задоволення попиту на людський капітал. І не лише із суто формальних причин: ніхто, крім нього, за чинним законодавством, не може документально підтвердити факт отримання здобувачем фаху відповідного рівня. За своїм покликанням заклад вищої освіти здійснює теоретичну підготовку студента за програмою, яка відповідає

чинним вимогам до змісту та результатів його операційної діяльності, з одного боку, та вимогам ринку праці до компетентностей майбутніх співробітників підприємств та установ – з іншого. Нарешті, він виконує функцію посередника в організаційно-економічних відносинах у триаді «роботодавець – ЗВО – студент», налагоджуючи та постійно підтримуючи ефективний інформаційний трафік між сторонами.

Якщо говорити про регіональний рівень, то на ньому виглядає важливим створення, перш за все, інфраструктурних передумов започаткування та незупинного покращення дуальної освіти. Піклуватися про це – одне з ключових, але часто-густо абсолютно не усвідомлених завдань органів місцевого самоврядування та регіональних торговельно-промислових палат (ТПП). Про їх покликання свідчать відомості, які систематизовані у табл. 1.

Запропоноване визначення дуальної освіти відрізняється від інших ще й тим, що окреслює мету її імплементації. Звичайно, що лаконічний вислів, який розкриває зміст поняття, не може бути переобтяжений зайвою деталізацією. Виходячи із цього обмеження, ми зосередилися на «прискоренні адаптації випускників до вимог роботодавця і посилення у такий спосіб їхньої конкурентоспроможності на ринку праці». Воно виглядає важливим, перш за все, з позиції закладу вищої освіти. Між тим коло позитивних наслідків запровадження ДО, є більш розлогим. Ми ж наведемо ті, які, з нашого погляду, є найважливішими (рис. 2).

Завдання суб'єктів розбудови регіональної інфраструктури системи дуальної освіти [24]

Назва	Актуальні завдання
Органи місцевого самоврядування	Опрацювати комплексні програми соціально-економічного розвитку підпорядкованих територій, заохочувати та супроводжувати реалізацію проєктів державно-приватного партнерства, визначати інвестиційні стратегії, які б сприяли залученню коштів роботодавців до ЗВО з метою створення належних умов навчання, поліпшенню привабливості міста для власників вільних фінансових ресурсів із відкриттям нових об'єктів розвитку підприємництва. Ідеально, якщо інноваційного, яке потребує кадрів найвищої кваліфікації, здійснювати моніторинг місцевого ринку праці, визначати домінуючий попит із боку роботодавців та прогнозувати його динаміку
Регіональні ТПП	Виконувати роль консультативно-дорадчого органу під час налагоджування співпраці між місцевими товаровиробниками та закладами вищої освіти, готувати висновок про придатність підприємств та їх співробітників брати участь у реалізації програм дуальної освіти, брати участь у роботі підсумкових кваліфікаційних комісій із видачею найкращим додатків до диплому – сертифікатів, що підтверджують набуття фахової майстерності, залучення фахівців та експертів до обговорення проблемних питань, пов'язаних із розробленням ЗВО освітньо-професійних програм на засадах дуальності

Як і будь-який інший економічно значущий проєкт, запровадження дуальної освіти пов'язано із видатками. Звідси постає питання їх окреслення та вимірювання в усіх ланцюгах створення вартості людського капіталу. Уважаємо, що це – самостійне наукове завдання, як і вимірювання економічної ефективності запровадження дуальної освіти, розв'язання яких визначає перспективи подальшої пошукової роботи авторів.

Висновки з проведеного дослідження. Вища школа відіграє дедалі більшу роль у розв'язанні нагальних економічних проблем, які супроводжують стрімке розповсюдження технологій, народжених Четвертою промисловою революцією. Формуючи актуальні фахові компетенції у своїх студентів, професура посилює їхню конкурентну здатність. І тепер не лише з подібними їм власниками дипломів на ринку праці, а й із кіберфізичними системами, що заповняють виробничі простори багатьох підприємств і навіть адміністративні офіси.

Як засвідчує досвід індустріально розвинених країн, досягненню цієї мети сприяє запровадження дуальної освіти, технологією якої передбачено поєднання теоретичних занять у навчальному закладі з удосконаленням практичних навичок на реальному робочому місці. Вона нівелює протиріччя, яке виникає через неузгодженість нормативної тривалості реалізації освітньо-професійних програм та очікуваннями бізнесу як скоріше залучили кваліфіковані кадри на вакантні робочі місця.

Дуальна освіта не матиме бажаного ефекту без зацікавленого ставлення до неї усіх стейкхолдерів – від органів державної влади та місцевого самоврядування до отримувачів освітніх послуг. Кожен із них має докласти відповідних зусиль та витратити ресурси на створення умов, в яких лише й можуть бути отримані вигоди від імплементації системи. У протилежному разі марно сподіватися на успіх, а розчарування дискредитують саму ідею ще на початку її втілення у життя.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Shanghai to build exemplary unmanned factories. People's Daily Online, 2020. URL: <http://en.people.cn/n3/2020/0420/c90000-9681537.html>
2. Brynjolfsson E., McAfee A. *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W W Norton & Co., 2014. 306 p. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=601333&p=1>
3. The regional socio-economic impact of the 4th industrial revolution. European Commission, 2019. URL: https://europa.eu/regions-and-cities/programme/sessions/680_en/
4. Schwab K. *The 4th Industrial Revolution: What It Means, How to Respond*, 2016. URL: <https://www.ge.com/news/reports/the-4th-industrial-revolution-what-it-means-how-to-respond>
5. Zervoudi E.K. *Fourth Industrial Revolution: Opportunities, Challenges, and Proposed Policies*, 2020. URL: <https://www.intechopen.com/online-first/fourth-industrial-revolution-opportunities-challenges-and-proposed-policies>
6. Cartwright M. *Medieval Guilds*. Ancient History Encyclopedia, 2018. URL: https://www.ancient.eu/Medieval_Guilds/
7. Sheilagh O. *The European Guilds: An Economic Analysis*. Princeton, NJ : Princeton University Press, 2019. URL: <https://www.eh.net/?s=guilds>
8. Deissinger T., Hellwiz S. *Apprenticeships in Germany: modernising the Dual System, Education + Training*. 2005. Vol. 47. № 4/5. P. 312–324.
9. Muth W. *Die historische Entwicklung der Lehrabschlussprüfungen bei den Industrie und Handelskammern, Wirtschaft und Berufserziehung*. Vol. 37. P. 328–336.
10. Парсяк В.Н., Жукова О.Ю. Бізнес-стратегії щодо дуальної вищої освіти: від концепції до практичної реалізації. *Матеріали XV Міжнародної конференції «Стратегія якості у промисловості та освіті»*, м. Варна (Болгарія), 3-6 червня 2019 р. С. 314–319.
11. Hesser W. *Implementation of a dual system of higher education within foreign universities and enterprises*. Helmut Schmidt University, 2018. P. 240. URL: <https://edoc.sub.uni-hamburg.de/hsu/voll->

texte/2018/3197/pdf/Duale_Hochschulausbildung_ENG_N_180605.pdf.

12. Парсяк В.Н., Ломоносова О.Е., Жукова О.Ю. Заклади вищої освіти України перед новими викликами та загрозами. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 3. Т. 2. С. 146–153.

13. Lazarus F.C., Oloroso H.C., Howison S. Administering Cooperative Education Programs. *International Handbook of Cooperative Education*. 2011. P. 337–345. URL: https://www.researchgate.net/publication/267510688_International_Handbook_of_Cooperative_Education

14. Stephens S., Oran D., Billy B., Michael M. The challenge of work-based learning: A role for academic mentors? *International Journal of Mentoring and Coaching in Education*. 2014. Vol. 2. P. 158.

15. Tikkanen T., Hovdhaugen E., Støren L. Work-related training and workplace learning: Nordic perspectives and European comparisons. *International Journal of Lifelong Education*. 2018. № 37(5). P. 523–526. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02601370.2018.1554721>

16. Smith C., Ferns S. Designing work-integrated learning placements that improve student employability: Six facets of the curriculum that matter. *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*. 2016. № 17(2). P. 197–211. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1114030.pdf>

17. Terminology of European education and training policy. A selection of 100 key terms. Office for Official Publications of the European Communities. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2008, p. 241.

18. Stenström M.-L., Virolainen M. The current state and challenges of Vocational Education and Training in Finland: The Finnish Country report 1B. Nord-VET – The future of Vocational Education in the Nordic countries, 2014. URL: http://nord-vet.dk/indhold/uploads/report1b_fi.pdf

19. Boud D. Work as the curriculum: Pedagogical and identity. UTS Research Centre Vocational Education & Training Working Knowledge: Productive learning at work Conference proceedings 10-13 December 2000. New South Wales: University of Technology Sydney, 2010.

20. Bärbel Fürstenau, Matthias Pilz, Philipp Gonon The Dual System of Vocational Education and Training in Germany – What Can Be Learnt About Education for (Other) Professions, 2014. URL: https://www.researchgate.net/publication/280702844_The_Dual_System_of_Vocational_Education_and_Training_in_Germany_-_What_Can_Be_Learnt_About_Education_for_Other_Professions

21. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти» від 19 вересня 2018 р. № 660-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/660-2018-p>

22. Garnett J., Costley C., Workman B. Work Based Learning Journeys to the Core of Higher Education. Middlesex University Press, Middlesex, 2009.

23. Thelen K. How Institutions Evolve: The Political Economy of Skills in Germany, Britain, the United States and Japan. Cambridge University Press, New York, 2004. P. 352.

24. Регіональні органи влади та органи місцевого самоврядування. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/industry/government-and-public-sector/regional-authorities.html>

REFERENCES:

1. Shanghai to build exemplary unmanned factories. People's Daily Online (2020). URL: <http://en.people.cn/n3/2020/0420/c90000-9681537.html>

2. Brynjolfsson E., McAfee A. (2014) The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. W W Norton & Co, 306 p. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=601333&p=1>

3. The regional socio-economic impact of the 4th industrial revolution. European Commission (2019). URL: https://europa.eu/regions-and-cities/programme/sessions/680_en/

4. Schwab K. The 4th Industrial Revolution: What It Means, How to Respond (2016). URL: <https://www.ge.com/news/reports/the-4th-industrial-revolution-what-it-means-how-to-respond>

5. Zervoudi E.K. (2020) Fourth Industrial Revolution: Opportunities, Challenges, and Proposed Policies. URL: <https://www.intechopen.com/online-first/fourth-industrial-revolution-opportunities-challenges-and-proposed-policies>

6. Cartwright M. (2018) Medieval Guilds. Ancient History Encyclopedia. URL: https://www.ancient.eu/Medieval_Guilds/

7. Sheilagh O. (2009) The European Guilds: An Economic Analysis Princeton. NJ: Princeton University Press. URL: <https://www.eh.net/?s=guilds>

8. Deissinger T., Hellwiz S. (2005) Apprenticeships in Germany: modernising the Dual System, Education + Training, Vol. 47, No. 4/5, pp. 312–324.

9. Muth W. (1985) Die historische Entwicklung der Lehrabschlussprüfungen bei den Industrie und Handelskammern, Wirtschaft und Berufserziehung, Vol. 37, pp. 328–336.

10. Parsyak V., Zhukova O. (2019) Biznes-strategiyi shhodo dualnoyi vyshhoyi osvity: vid koncepciyi do praktychnoyi realizaciyi. Materialy XV Mizhnarodnoyi konferenciyi «Strategiya yakosti u promyslovosti ta osviti». Varna (Bolgariya), June 3-6, 2019, p. 314–319. (in Ukrainian)

11. Hesser W. (2018) Implementation of a dual system of higher education within foreign universities and enterprises. Helmut Schmidt University, p. 240. URL: https://edoc.sub.uni-hamburg.de/hsu/volltexte/2018/3197/pdf/Duale_Hochschulausbildung_ENG_N_180605.pdf

12. Parsyak V., Lomonosova O., Zhukova O. (2018) Zaklady Vyshchoi Osvity Ukrainy Pered Novymy Vyklykamy Ta Zahrozamy. *Visnyk Khmelnytskoho Natsionalnoho Universytetu*, no. 3, Vol. 2, pp. 146–153. (in Ukrainian)

13. Lazarus F.C., Oloroso H.C., Howison S. (2011) Administering Cooperative Education Programs. *International Handbook of Cooperative Education*, pp. 337–345. URL: https://www.researchgate.net/publication/267510688_International_Handbook_of_Cooperative_Education

14. Stephens S., Oran D., Billy B., Michael M. (2014) The challenge of work-based learning: A role for academic mentors? *International Journal of Mentoring and Coaching in Education*, Vol. 2, p. 158.
15. Tikkanen T., Hovdhaugen E., Støren L. (2018) Work-related training and workplace learning: Nordic perspectives and European comparisons. *International Journal of Lifelong Education*, 37(5), pp. 523–526. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02601370.2018.1554721>
16. Smith C., Ferns S. (2016) Designing work-integrated learning placements that improve student employability: Six facets of the curriculum that matter. *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*, 17(2), pp. 197–211. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1114030.pdf>
17. Terminology of European education and training policy. A selection of 100 key terms. Office for Official Publications of the European Communities (2018) Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, p. 241.
18. Stenström M.-L., Virolainen M. (2014) The current state and challenges of Vocational Education and Training in Finland: The Finnish Country report 1B. Nord-VET – The future of Vocational Education in the Nordic countries. URL: http://nord-vet.dk/indhold/uploads/report1b_fi.pdf
19. Boud D. (2010) Work as the curriculum: Pedagogical and identity. UTS Research Centre Vocational Education & Training Working Knowledge: Productive learning at work Conference proceedings 10-13 December 2000. New South Wales: University of Technology Sydney.
20. Fürstenau B., Pilz M., Gonon P. (2014) The Dual System of Vocational Education and Training in Germany – What Can Be Learnt About Education for (Other) Professions. URL: https://www.researchgate.net/publication/280702844_The_Dual_System_of_Vocational_Education_and_Training_in_Germany_-_What_Can_Be_Learnt_About_Education_for_Other_Professions
21. Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny «Pro spvalennya Konceptsiyi pidgotovky faxivtsiv za dualnoyu formoyu zdobuttya osvity» 2018 p., № 660-p. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/660-2018-p> (in Ukrainian)
22. Garnett J., Costley C., Workman B. *Work Based Learning Journeys to the Core of Higher Education*. Middlesex University Press, Middlesex, 2009.
23. Thelen K. *How Institutions Evolve: The Political Economy of Skills in Germany, Britain, the United States and Japan*. Cambridge University Press, New York, 2004, pp. 352.
24. Regionalni organy vlady ta organy misceвого samovryaduvannya. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/industry/government-and-public-sector/regional-authorities.html> (in Ukrainian)

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СТРУКТУР МОРСЬКОГО БІЗНЕСУ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ

PREREQUISITES FOR DEVELOPMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL OF MARITIME BUSINESS STRUCTURES OF THE BLACK SEA REGION

УДК 332:656

<https://doi.org/10.32843/bses.54-27>

Кібік О.М.

д.е.н., професор, завідувач кафедри національної економіки
Національний університет
«Одеська юридична академія»

Редіна Є.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри національної економіки
Національний університет
«Одеська юридична академія»

Белоус К.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Одеський національний морський університет

Kibik Olha

National University
«Odessa Law Academy»

Redina Ievgenia

National University
«Odessa Law Academy»

Belous Ekaterina

Odessa National Maritime University

Визначено, що економічні агенти з високим потенціалом інноваційного лідерства часто на практиці мають невисокий рівень інноваційного розвитку. Виконано оцінку актуальності реалізації положень Програми SRIA для Причорноморського регіону України. Особливостями інноваційної діяльності в морській галузі як основі господарської системи Причорноморського регіону є активне застосування досвіду навчання та покрокових нововведень. Систематизовано напрями інноваційного розвитку структур морського бізнесу, основними з яких є впровадження інтелектуальних транспортних систем, цифрових екосистем, використання штучного інтелекту, інноваційних навчальних програм тощо. Досліджено елементи механізму інноваційного розвитку морської галузі. Систематизовано умови розвитку кластерів у сфері морського бізнесу. Для розроблення механізму реалізації інноваційного потенціалу Причорноморського регіону на основі кластерної моделі необхідно використовувати комбінацію логіко-структурного та проектного методів.

Ключові слова: інноваційний потенціал, інноваційний розвиток, інноваційна активність, Причорноморський регіон, структури морського бізнесу.

Определено, что экономические агенты с высоким потенциалом инновационного

лидерства часто на практике имеют невысокий уровень инновационного развития. Выполнена оценка актуальности реализации положений Программы SRIA для Причерноморского региона Украины. Особенности инновационной деятельности в морской отрасли как основы хозяйственной системы Причерноморского региона являются активное применение опыта обучения и пошаговые нововведения. Систематизированы направления инновационного развития структур морского бизнеса, основными из которых являются внедрение интеллектуальных транспортных систем, цифровых экосистем, использование искусственного интеллекта, инновационных учебных программ. Исследованы элементы механизма инновационного развития морской отрасли. Систематизированы условия развития кластеров в сфере морского бизнеса. Для разработки механизма реализации инновационного потенциала Причерноморского региона на основе кластерной модели необходимо использовать комбинацию логико-структурного и проектного методов.

Ключевые слова: инновационный потенциал, инновационное развитие, инновационная активность, Причерноморский регион, структуры морского бизнеса.

The article is devoted to the studies on the issue of ensuring the innovative activity of maritime business structures in order to increase the level of their competitiveness and economic systems of higher levels. The purpose of the article is the analysis research of the preconditions for the development of the innovative potential of maritime business structures as an important component of the economic system of the Black Sea region. The study is based on the use of general scientific and special scientific methods of scientific knowledge. The method of system analysis was used to study the preconditions for the development of the innovative potential of maritime business. The system-structural method was used to study basic measures to develop innovative potential of maritime business structures. It is determined that economic agents with high potential of innovative leadership often have a low level of innovative development in practice. The relevance of the implementation of the provisions of the Program of Strategic Research and Innovation Agenda for the Black Sea until 2030 for the Black Sea region of Ukraine has been assessed. The availability and development prospects of innovation infrastructure components of the Black Sea region are assessed. It is determined that innovation activity in the field of maritime business for a long time has been aimed at ensuring the formation of traditional competitive advantages, including cost and quality management systems, ensuring the complexity of services and more. The peculiarities of innovations in the maritime industry remain the experience in active application of training programs and step-by-step innovations. The directions of innovative development of maritime business structures as the basis of economic system of coastal regions are systematized. Among the main threads are the roll-out of intelligent transport systems, digital ecosystems, the use of artificial intelligence, blockchain technologies, innovative training programs and more. The elements of the mechanism of innovative development for the maritime industry have been defined. The conditions for the development of clusters in the maritime business area are systematized. To develop a mechanism of the innovative potential implementation of the Black Sea region based on the use of a cluster model to optimize the interaction of economic entities of different levels, it is essential to use the optimal combination of logical-structural and design methods.

Key words: innovative potential, innovative development, innovation activity, Black Sea region, maritime business structures.

Постановка проблеми. Інноваційний потенціал економічного агента є передумовою забезпечення його конкурентоспроможності. На жаль, достатньо часто економічні агенти, які мають усі підстави бути інноваційними лідерами, на практиці мають невисокий рівень інноваційного розвитку.

Існує достатньо багато рейтингів для оцінки інноваційного рівня. Так, у Глобальному рейтингу інновацій за 2019 р. (Global Innovation Index 2019) Україна в загальному рейтингу зайняла 47-е місце зі 129 країн. У 2018 р. наша країна займала 43-ттю позицію [1].

Відповідно до результатів щорічного дослідження Bloomberg Innovation Index – 2020, Україна посіла 56-е місце із 60. Цей рейтинг визначається на підставі оцінки інтенсивності досліджень та розробок, виробництва інноваційних послуг та товарів, продуктивності праці, активності патентної діяльності тощо. Україна отримала невисокі бали за сферу інтенсивної високотехнологічності та активність патентної діяльності [2]. Проблема забезпечення інноваційного розвитку є вкрай актуальною і на регіональному рівні. Прикладом, на жаль, є рівень інноваційної активності При-

чорноморського регіону. До складу регіону входять Одеська область із низьким рівнем, Херсонська область із середнім рівнем та Миколаївська область із високим рівнем інноваційного розвитку. Прикрим фактом є те, що регіони, які мають передумови для отримання статусу інноваційних лідерів, не завжди реалізують відповідний потенціал. Уважаємо, що однією з причин такого стану є слабкий рівень використання загального потенціалу морського бізнесу Причорноморського регіону та його інноваційного складника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми інноваційного розвитку регіональних господарських систем досліджували вчені різних країн, зокрема О. Амоша, В. Безугла, В. Геєць, З. Герасимчук, Я. Жаліло, В. Захарченко, А. Мокій, В. Соловйов, А. Феліпенко, Й. Шумпетер та ін. Однак актуальними залишаються проблеми оцінки чинників розвитку інноваційного потенціалу регіонів, які за наявності передумов мають невисокий рівень інноваційного розвитку. Серед сприятливих інноваційному розвитку передумов є транспортна інфраструктура, зокрема морського транспорту. Визначення впливу рівня інноваційного потенціалу транспорту, зокрема морських транспортних структур, на розвиток економіки регіону вивчали О. Котлубай, М. Примачов, С. Боняр, Л. Ніколаєва, О. Парубець, В. Котлубай, Ю. Хаймінова та ін.

Аналіз праць науковців дає змогу зробити висновок про наявність невикористаного інноваційного потенціалу транспортної інфраструктури, що негативно впливає на рівень розвитку приморських територій. Відповідно, є потреба оцінки

передумов посилення впливу структур морського бізнесу на інноваційний рівень приморських регіонів, зокрема Причорноморського.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз передумов розвитку інноваційного потенціалу структур морського бізнесу як важливого складника господарської системи Причорноморського регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Рівень інноваційного потенціалу впливає на численні показники функціонування економічних систем різних рівнів. Так, в Індексі глобальної конкурентоспроможності позиції України є невисокими внаслідок впливу численних чинників, зокрема й унаслідок низьких показників якості транспортної та портової інфраструктури. Показники якості визначаються і ступенем інноваційної активності транспортних підприємств (рис. 1).

У процесі розвитку інноваційного потенціалу необхідно враховувати внутрішні та зовнішні чинники, які є сприятливими або загрозливими. Значні переваги дає співпраця зі структурами, що зацікавлені у вирішенні аналогічних проблем. Так, для розвитку інноваційного потенціалу Причорноморського регіону важливою є інтеграція у процес реалізації Програми стратегічних досліджень та інновацій у Чорному морі до 2030 р. (SRIA – Strategic Research and Innovation Agenda for the Black Sea), яка була розроблена та представлена у 2018 р. до Європейського дня моря. SRIA була розроблена відповідно до положень регіональної політики Європейського Союзу у Чорному морі на принципах використання переваг синергії. Експерти з Болгарії, Грузії, Руму-

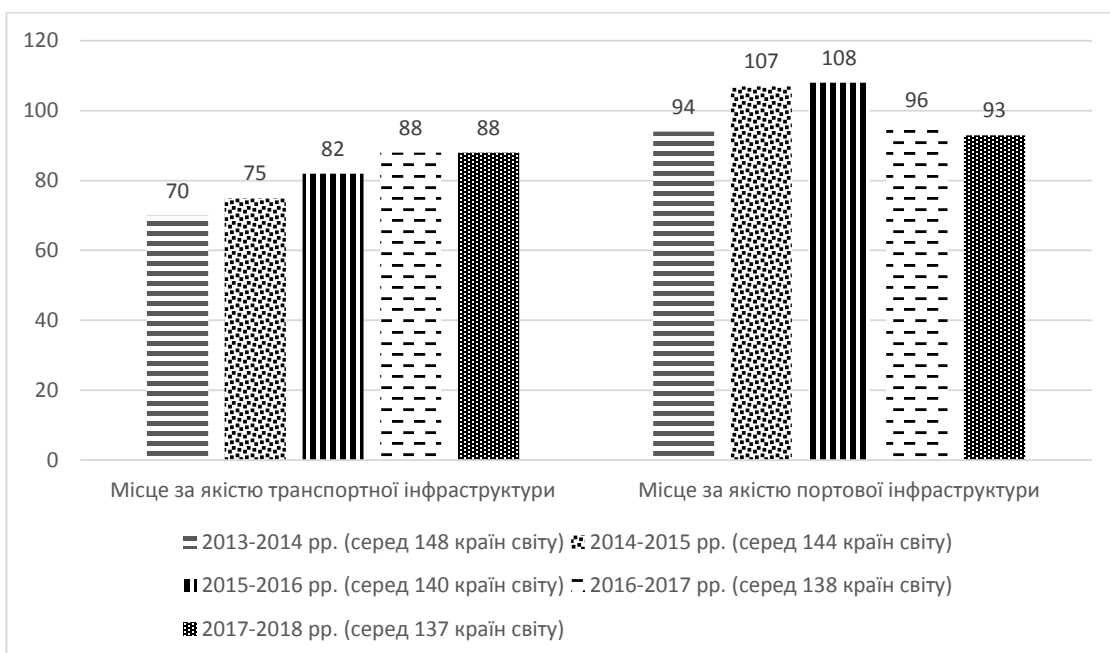


Рис. 1. Показники якості транспортної інфраструктури України, що враховувалися під час розрахунку Індексу глобальної конкурентоспроможності

Джерело: складено на основі [3]

нії, Росії, Туреччини, Молдови та України у співпраці з морськими експертами провідних європейських країн, морськими інститутами та організаціями, за підтримки Європейської Комісії сформували спільне бачення щодо продуктивного, здорового, екологічно чистого, враховуючи особливі та унікальні екосистемні особливості, Чорного моря. Програма передбачає такі основні напрями [4]:

- вирішення актуальних проблем, пов'язаних із функціонуванням Чорноморського регіону, використовуючи новітні наукові дослідження;
- стимулювання розвитку в Чорноморському регіоні синьої економіки;
- розвиток інноваційної інфраструктури регіону;
- удосконалення методів освіти для підготовки трудових ресурсів, здатних працювати в морській галузі в умовах синьої економіки.

У Програмі особлива увага приділяється забезпеченню розвитку інноваційної інфраструктури регіону. Основними складниками інноваційної інфраструктури вважають об'єкти виробничо-технологічної структури та інформаційної системи, організації з підготовки та перепідготовки кадрів, зокрема у сфері НДДКР, фінансові структури, систему експертизи, сертифікації, стандартизації та акредитації, систему патентування, ліцензування і консалтингу з питань захисту, оцінки вартості та використання інтелектуальної власності, оцінки комерціалізації наукових результатів [5]. Утворення інноваційної інфраструктури регіонів України, відповідно до законодавства, передусім передбачає створення наукових парків (Закон України «Про наукові парки»), технологічних парків (Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків»), інноваційних кластерів, бізнес-інкубаторів, територіальних технологічних парків (Закон України «Про інноваційну діяльність»).

У Причорноморському регіоні функціонують численні об'єкти різних елементів виробничо-технологічної структури, компанії у сфері інформаційних технологій, навчальні заклади та наукові організації, фінансово-кредитні, страхові компанії тощо. Проблемами є неоднаковий рівень їхньої ефективності та доволі часто низький рівень їхньої взаємодій у сфері створення та реалізації інноваційних продуктів. Зазначене зумовлює загальний низький рівень інноваційної активності Причорноморського регіону.

Для морського складника господарського комплексу Причорноморського регіону позиції Програми SRIA є вкрай актуальними. До сучасного морського бізнесу відноситься діяльність судноплавних компаній, підприємств портового сектору, сервісних підприємств, організацій, що беруть участь у розробленні нормативних документів, регулюванні, страхуванні, інспектуванні та фінансуванні різних видів морського бізнесу тощо.

Тривалий час морський транспорт уважався сферою діяльності, яка потребувала меншого обсягу впровадження інновацій порівняно з іншими сферами. Конкурентні стратегії більшості морських бізнес-структур були засновані на більш традиційних конкурентних перевагах, якими є рівень цін, система управління витратами, система управління якістю, терміни доставки, гнучкість, комплексність послуг тощо. Інноваційна діяльність у галузі, своєю чергою, була спрямована на забезпечення формування наведених конкурентних переваг. Хоча вважаємо, що світова практика функціонування успішних компаній судноплавного бізнесу та портової діяльності доводить, що конкурентоспроможними можуть бути лише ті економічні агенти, які постійно впроваджують технічні, організаційні та інші види інновацій. На жаль, не всі підприємства морського транспорту України, які є складовою частиною транспортної системи держави, можна вважати інноваційно активними, про що свідчать результати аналізу (рис. 2, 3). У 2016–2018 рр. лише 16,4% підприємств транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності було визнано інноваційно активними, з них лише 3,9% зазначених підприємств упроваджували технологічні інновації.

Інновації в морській галузі тривалий час базувалися на досвіді навчання та покрокових нововведеннях (наприклад, нове судно, як правило, являло собою поліпшену версію попереднього успішного проекту).

Сьогодні морська галузь перебуває на етапі впровадження суттєвих змін, що зумовлені вимогами підвищення ефективності функціонування, забезпечення безпеки та захисту навколишнього середовища, соціальної відповідальності тощо.

Останнім часом результати показують, що рівень інновацій у галузі почав змінюватися, коли екологічність стала одним із найважливіших конкурентних пріоритетів у галузі. Морський транспорт, передусім судноплавство, переходить на новий етап свого розвитку на базі використання цифрових інновацій.

Серед тенденцій інноваційного розвитку у сфері транспорту основними є впровадження інтелектуальних транспортних систем, автоматизації робототехнічних процесів, використання штучного інтелекту, технологій блокчейн, Інтернет речей [7].

Одним з основних напрямів інновацій міжнародного транспортного процесу є вдосконалення структури міжнародних транспортно-логістичних систем.

Застосування інноваційних технологій у процесі транспортування передбачає розвиток мультимодальних перевезень.

В умовах розвитку цифрових технологій у сфері морського бізнесу активізувалися розробки інно-

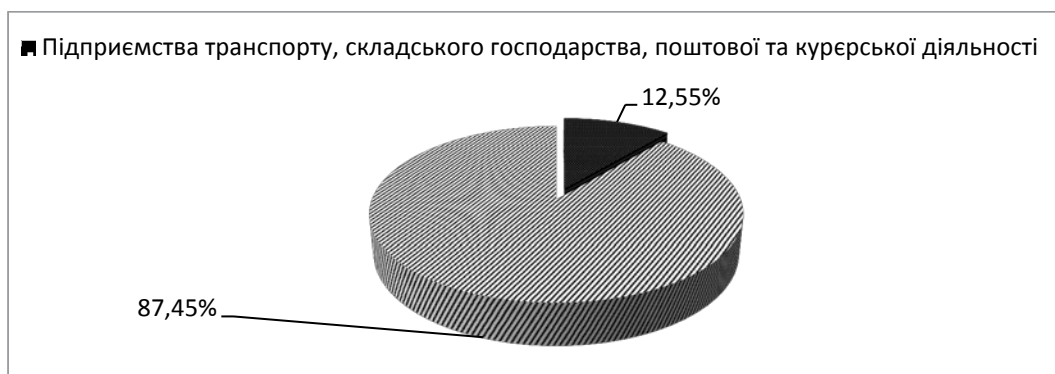


Рис. 2. Питома вага чисельності підприємств транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності у загальній чисельності підприємств України у 2016–2018 рр.

Джерело: складено на основі [6]

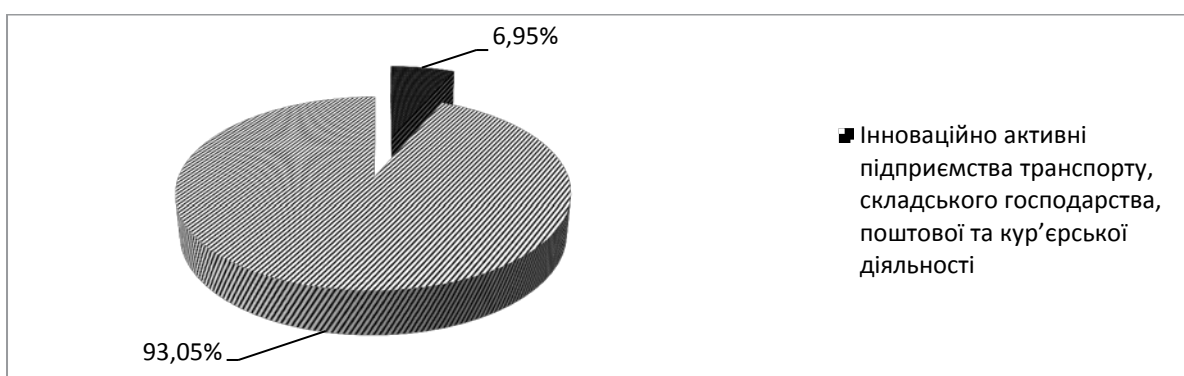


Рис. 3. Питома вага чисельності інноваційно активних підприємств транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності у загальній чисельності підприємств України у 2016–2018 рр.

Джерело: складено на основі [6]

ваційних технологій кіберзахисту. Першим кроком у запобіганні кібератакам є виявлення загроз та вразливих місць, оцінка впливу ризику, пов'язаного з ними. Другим етапом є розроблення захисних заходів для максимальної нейтралізації ризиків.

Не можна оминати увагою тенденцію розроблення технології експлуатації автономних суден. Упродовж останніх років компанії Rolls-Royce Marine та Nippon Yusen інформували про наміри експлуатації автономних суден [8].

Сьогодні починають активно використовуватися навчальні програми з віртуальної реальності для розвитку нових навичок, забезпечення здоров'я екіпажу на борту тощо. У морській освіті активно використовуються ефективні методи онлайн-навчання, що робить процес навчання більш доступним, швидким та економічно вигідним. Дистанційне електронне навчання дає можливість морякам навчатися, поки вони продовжують свою роботу. Технології віртуального моделювання обладнання, 3D-анімовані відео про морську безпеку та віртуальна реальність (VR) дають змогу морякам довше залишатися в морі, продовжуючи розвиватися й удосконалювати потрібні для них

навички. Багато інноваційних технологій уже зараз активно використовуються у процесі підготовки фахівців для морського транспорту навчальними закладами, що функціонують на території Причорноморського регіону. Серед таких закладів слід відзначити Національний університет «Одеська юридична академія», Національний університет «Одеська морська академія», Одеський національний морський університет тощо [9].

Інновацією у морській сфері є цифрова сертифікація за допомогою додатку під назвою MyCert [10]. Додаток розроблений як цифрова екосистема, яка з'єднує емітентів сертифікатів, власників та верифікаторів, забезпечуючи високий рівень довіри між усіма зацікавленими сторонами.

У світовій портової діяльності інновації пов'язані зі структурною перебудовою та реорганізацією систем управління. Україна не є винятком. Із прийняттям Закону України «Про морські порти України» було створено правові умови для розмежування державних і господарських функцій у портах, виведення з-під державного регулювання низки видів портової діяльності [11]. Не всі завдання цього напряму інноваційного розвитку були

швидко та в повному обсязі реалізовані до цього часу, що не дало змоги ефективно реалізувати інші інноваційні проекти бізнес-структур морського бізнесу Причорноморського регіону. Інноваційна діяльність у портовій сфері має бути спрямована на подолання технологічного і технічного відставання портової інфраструктури та бізнес-структур портової діяльності Причорноморського регіону й України у цілому.

Відставання у темпах інноваційної активності порівняно зі світовими та навіть регіональними лідерами сегментів ринку портових робіт та послуг робить національні підприємства портової діяльності менш конкурентоспроможними.

Проблемі визначення структури механізму інноваційного розвитку присвячено достатньо робіт. Зокрема, погоджуємося з О.М. Черепом щодо складу елементів зазначеного механізму [12]. Основними складовими частинами механізму інноваційного розвитку для морської галузі є:

- організаційна, що полягає у стимулюванні активізації інноваційної діяльності;
- економічна, що передбачає забезпечення розвитку інноваційної діяльності;
- фінансова, що має за мету забезпечити достатність фінансування інноваційної діяльності;
- мотиваційна, що створює систему стимулювання інноваційного розвитку.

Для розвитку інноваційного потенціалу потрібні значні інвестиційні ресурси. За умови відсутності у необхідній кількості власних фінансових ресурсів, обмеженості можливостей залучення кредитних ресурсів, дефіциту інших ресурсів і компетентностей структурам морського бізнесу слід бути відкритими до співпраці з іншими структурами галузі та/або інших сфер діяльності. Традиційна пропозиція посилення співпраці між наукою та бізнесом також не втрачає своєї актуальності.

Співпраця може здійснюватися у різних формах. Найбільш обговорюваною формою сьогодні є кластери як сполучення конкуренції та співробітництва. Кластерні механізми вважаються джерелами та чинниками економічного зростання регіонів.

Кластерний підхід активно використовують як основу формування політики інноваційного розвитку на загальнодержавному, регіональному та галузевому рівнях. У європейських країнах розвиток кластерів є передумовою підвищення конкурентоспроможності економічних систем різних рівнів. Особливо активно така форма співпраці використовується у сфері транспортної діяльності. Для цього створено інституційні умови, зокрема розроблено та прийнято низку документів, основними з яких є Білі книги з розвитку транспортної галузі (2001 р., 2006 р.), Зелена книга ЄС «До майбутньої морської політики ЄС: європейське бачення для океанів та морів», Маніфест кластеризації ЄС (2007 р.), Європейський кластерний меморандум

(2008 р.), Дорожня карта з формування Єдиного європейського транспортного простору на шляху до конкурентоспроможної та ресурсно-ефективної транспортної системи (2011 р.) [13].

Уважаємо актуальним завданням адаптацію європейського досвіду створення транспортно-логістичних, зокрема морських, кластерів до умов Причорноморського регіону та України у цілому.

Кластер є основою ефективної взаємодії економічних суб'єктів різних рівнів та сфер із метою підвищення рівня конкурентоспроможності його членів за рахунок комерційного і некомерційного співробітництва, активізації наукових досліджень та інновації, освіти, навчання і заходів підтримки [11; 14].

Для розроблення механізму реалізації інноваційного потенціалу Причорноморського регіону на основі використання кластерної моделі оптимізації взаємодії економічних суб'єктів різних рівнів необхідно використовувати оптимальну комбінацію логіко-структурного та проєктного методів. Такий підхід дасть змогу забезпечити оптимальний рівень релевантності, реалістичності, ефективності управлінських рішень із утілення в практичну сферу кластерної моделі інноваційного розвитку елементів господарської системи Причорномор'я за умов обмеженості наявних ресурсів. Формуванню зазначеного підходу будуть присвячені подальші дослідження.

Висновки з проведеного дослідження. Активне впровадження інновацій у різні сфери суспільного виробництва є передумовою забезпечення економічної стабільності, реформування економіки та підвищення рівня добробуту суспільства. На території Причорноморського регіону функціонують численні морські бізнес-структури різних форм власності, напрямів та масштабів діяльності. Інноваційні процеси характерні переважно для крупних транспортних підприємств Причорноморського регіону, які мають фінансові передумови та інші чинники стимулювання інноваційного розвитку. Тобто інноваційна діяльність у сфері морського бізнесу не характеризується системним характером. Як наслідок, транспортний сектор та вся господарська система Причорноморського регіону мають невисокий рівень інноваційної активності.

Участь України, зокрема її Причорноморського регіону, у Програмі стратегічних досліджень та інновацій у Чорному морі до 2030 р. дасть змогу підвищити ефективність співпраці із зацікавленими сторонами країн, що мають вихід до Чорного моря. Така співпраця дасть змогу забезпечити розвиток інноваційної інфраструктури, зокрема її морського складника, регіону та підвищити його інноваційний потенціал.

Для активізації інноваційної діяльності необхідними є створення та розвиток сучасних форм інтегрованої діяльності численних учасників інно-

ваційної сфери. Серед таких форм особливе місце посідають інноваційні кластери, які, на жаль, досить повільно розвиваються в Україні внаслідок відсутності дієвих інструментів правового регулювання різних сфер та напрямів їх функціонування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Global Innovation Index-2019. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/> (дата звернення: 20.06.2020).
2. Bloomberg Innovation Index. URL: <https://www.bloomberg.com/news> (дата звернення: 02.07.2020).
3. World Economic Forum. URL: <http://www.weforum.org/reports> (дата звернення: 30.06.2020).
4. Launch of the European Black Sea Strategic research and innovation agenda. URL: https://ec.europa.eu/info/news/launch-european-black-sea-strategic-research-and-innovation-agenda-2019-may-08_en (дата звернення: 20.06.2020).
5. Чорна М.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія. Харків : ХДУХТ, 2012. 210 с.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 09.06.2020).
7. Писаренко Т.В., Кваша Т.К. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році : аналітична довідка. Київ, 2019. 80 с.
8. Analysis of regulatory barriers to the use of autonomous ships final report. URL: <https://www.dma.dk/Documents/Publikationer/Analysis%20of%20Regulatory%20Barriers%20to%20the%20Use%20of%20Autonomous%20Ships.pdf> (дата звернення: 30.06.2020).
9. Kibik O., Nikolaieva L., Khaiminova I. & Vitaliy Bereza. The key factors in ensuring the quality of maritime education in Ukraine. SMTESM-2019. P. 114–117.
10. MyCert, the first digital solution for maritime certificates. URL: <https://www.mycert.com/> (дата звернення: 30.06.2020).
11. Development potential of Ukrainian maritime enterprises / I. Kibik t al. *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. № 7(4.3). P. 461–466.
12. Череп О.Г. Системний характер формування механізму інноваційного розвитку підприємства. *Вісник Запорізького національного університету*. 2019. № 1. С. 43–50.
13. Cluster policy in the context of EU Strategy 2020 / Policy Brief. URL: <http://www.europe-innova.eu/c/document> (accessed: 20 June 2020).
14. Иванов С., Ляшенко В., Трушкіна Н. Передумови формування та перспективи розвитку транспортно-логістичного кластера в Причорноморському економічному районі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46. Ч. 2. С. 16–24.

REFERENCES:

1. Global Innovation Index-2019. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/> (accessed 20 June 2020).
2. Bloomberg Innovation Index. URL: <https://www.bloomberg.com/news> (accessed 2 July 2020).
3. World Economic Forum. URL: <http://www.weforum.org/reports> (accessed 30 June 2020).
4. Launch of the European Black Sea Strategic research and innovation agenda. URL: https://ec.europa.eu/info/news/launch-european-black-sea-strategic-research-and-innovation-agenda-2019-may-08_en (accessed 20 June 2020).
5. Chorna, M. (2012). Otsinka efektyvnosti innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv [Evaluating the effectiveness of innovation activity]. Kharkiv: HDUHT. (in Ukrainian)
6. Derzhavna sluzhba statistiki Ukraini [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 9 July 2020).
7. Pisarenko T.V., Kvasha T.K., etc. (2019). *Stan innovacijnoi diyal'nosti ta diyal'nosti u sferi transferu tekhnologij v Ukraini u 2018 roci: analitichna dovidka* [The state of innovation and technology transfer activities in Ukraine in 2018: analytical reference]. Kyiv, 2019. 80 p. (in Ukrainian)
8. Analysis of regulatory barriers to the use of autonomous ships final report. URL: <https://www.dma.dk/Documents/Publikationer/Analysis%20of%20Regulatory%20Barriers%20to%20the%20Use%20of%20Autonomous%20Ships.pdf> (accessed 30 June 2020).
9. Kibik O., Nikolaieva L., Khaiminova I. & Vitaliy Bereza (2019). The key factors in ensuring the quality of maritime education in Ukraine. SMTESM-2019. P. 114–117.
10. MyCert, the first digital solution for maritime certificates. URL: <https://www.mycert.com/> (accessed 30 June 2020).
11. Kibik O., Khaiminova I., Kotlubay V., Redina I., Belous E. (2018) Development potential of Ukrainian maritime enterprises, *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.3), p. 461–466.
12. Cherep O.H. (2019) Systemnyi kharakter formuvannia mekhanizmu innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva [Systemic character of formation of mechanism of innovative development of the enterprise]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnogo universytetu*, no. 1 (2019), P. 43–50. (in Ukrainian)
13. Cluster policy in the context of EU Strategy 2020 / Policy Brief. URL: <http://www.europe-innova.eu/c/document> (accessed 20 June 2020).
14. Ivanov S., Liashenko V., Trushkina N. (2019) Peredumovy formuvannia ta perspektyvy rozvytku transportno-lohistychnoho klastera v Prychornomorskomu ekonomichnomu raioni [Prerequisites for formation and development prospects of the transport and logistics cluster in the Black sea economic region]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 46, issue 2, pp. 16–24. (in Ukrainian)

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СКЛАДНИКІВ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗРІЗІ

PERSPECTIVE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE COMPONENTS OF SOCIAL INFRASTRUCTURE IN THE REGIONAL CONTEXT

Статтю присвячено визначенню векторів розвитку компонентів соціальної інфраструктури в контексті започаткованих реформ трансформації регіонального простору України. Доведено, що функціонування та розвиток соціальної інфраструктури регіонів України має відповідати соціальній політиці держави, що спрямована на формування здорового, активного та креативного покоління, поліпшення добробуту та підвищення якості життя населення. Встановлено, що соціальна інфраструктура регіону включає такі складові елементи: культурологічну інфраструктуру, освітню інфраструктуру та медичну інфраструктуру, що забезпечують якісний розвиток людини. Дослідження розвитку складників соціальної інфраструктури здійснено за допомогою методу *k*-середніх та програми STATISTICA. Визначено, що складники соціальної інфраструктури на регіональному рівні характеризуються диверсифікованими властивостями. Запропоновано перспективні напрями розвитку складників соціальної інфраструктури регіону.

Ключові слова: соціальна інфраструктура, освітня інфраструктура, культурологічна інфраструктура, медична інфраструктура, людський потенціал, просторовий розвиток.

Стаття посвячена определению векторов развития компонентов социальной

инфраструктуры в контексте начатых реформ трансформации регионального пространства Украины. Доказано, что функционирование и развитие социальной инфраструктуры регионов Украины должны соответствовать социальной политике государства, направленной на формирование здорового, активного и креативного поколения, улучшение благосостояния и повышение качества жизни населения. Установлено, что социальная инфраструктура региона включает следующие составляющие элементы: культурологическую инфраструктуру, образовательную инфраструктуру и медицинскую инфраструктуру, обеспечивающие качественное развитие человека. Исследование развития составляющих социальной инфраструктуры осуществлено с помощью метода *k*-средних и программы STATISTICA. Определено, что составляющие социальной инфраструктуры на региональном уровне характеризуются диверсифицированными свойствами. Предложены перспективные направления развития составляющих социальной инфраструктуры региона.

Ключевые слова: социальная инфраструктура, образовательная инфраструктура, культурологическая инфраструктура, медицинская инфраструктура, человеческий потенциал, пространственное развитие.

УДК 303.732.4

<https://doi.org/10.32843/bses.54-28>

Ревко А.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри соціальної роботи
Чернігівський національний
технологічний університет

Revko Alona

Chernihiv National University
of Technology

*The article is devoted to the definition of the vectors of development of social infrastructure components in the context of the initiated reforms of transformation of the regional space of Ukraine. It is noted that the qualitative development of the components of social infrastructure plays an important role in the formation of human potential, building economically and comprehensively balanced territorial communities and in the accumulation of social capital. It is determined that the quality development of social infrastructure contributes to the maximum approximation of objective needs to the resource capabilities of a particular region, allows to ensure and maintain the availability of infrastructure services and helps to create a foundation for socio-economic rights and guarantees. It is proved that the functioning and development of social infrastructure of Ukrainian regions should correspond to the social policy of the state, which is aimed at forming a healthy, active and creative generation, improving welfare and improving the quality of life. It is established that the social infrastructure of the region includes the following components: cultural infrastructure, educational infrastructure and medical infrastructure that ensure quality human development. It is proved that the cultural, educational and medical infrastructure should coexist interdependently and manifest themselves during the functioning as a triune system of social infrastructure of the region. The study of the development of the components of social infrastructure was carried out using the method of *k*-means and the STATISTICA program. It is noted that the key vector of quality development of social infrastructure of the region is the educational and spiritual sphere, which is a source of human potential, causes a significant increase in the role of culture and education, science and innovation in comprehensive human development. It is determined that the components of social infrastructure at the regional level are characterized by diversified properties. Perspective directions of development of components of social infrastructure of the region are offered.*

Key words: social infrastructure, educational infrastructure, culturological infrastructure, medical infrastructure, human potential, spatial development.

Постановка проблеми. Якісний розвиток складників соціальної інфраструктури відіграє важливу роль у формуванні людського потенціалу, побудові економічно та всебічно збалансованих територіальних громад та нагромадженні соціального капіталу.

Це дає можливість об'єднати різні групи людей та розвивати локальне партнерство між постачальниками інфраструктурних послуг та іншими стейкхолдерами соціальної інфраструктури, включаючи територіальну громаду, та залучати до цих процесів потенціал інститутів громадянського суспільства.

З огляду на зазначене вище, серед проблем регіонального розвитку України особливої актуальності набувають ті, що пов'язані з функціонуванням та розвитком якісної соціальної інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Перевагам розвитку складників соціальної інфраструктури та трансформації регіонального простору в умовах децентралізованого управління приділили увагу у своїх наукових дослідженнях такі вітчизняні та закордонні дослідники, як М. Бутко [1], К. Вітковський [2], Дж. Крошел [3], В. Новіков [4], Т. Пепа [5], І. Прокопа [6], С. Туль-

чинська [7], Л. Чернюк [5] та ін. Однак, незважаючи на вагомість наукового доробку вітчизняних та закордонних науковців, залишається багато проблем розвитку сфер соціальної інфраструктури регіонів України.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування векторів розвитку компонентів соціальної інфраструктури в контексті започаткованих реформ трансформації регіонального простору України.

Важливим завданням у межах даного дослідження є вивчення особливостей функціонування освітнього, культурологічного та медичного складників соціальної інфраструктури на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах формування конкурентоспроможного регіонального простору неможливе без належного функціонування та розвитку соціальної інфраструктури, котра має охоплювати культурний, оздоровчо-рекреаційний, духовно-інтелектуальний та знаннєво-освітній напрями життєдіяльності держави.

Польський науковець Дж. Крошел визначає соціальну інфраструктуру як сукупність закладів та інституцій, що реалізують послуги у сфері культури та спорту, освіти, охорони здоров'я, туризму та соціального забезпечення [3].

Якісний розвиток соціальної інфраструктури сприяє максимальному наближенню об'єктивних потреб до ресурсних можливостей певного регіону, дає змогу забезпечити і зберегти доступність інфраструктурних послуг та сприяє створенню фундаменту для дотримання соціально-економічних прав і гарантій населення. Більше того, функціонування соціальної інфраструктури пов'язане із задоволенням різноманітних потреб населення: повсякденних, потенційних, періодичних і епізодичних; з огляду на це, у регіонах гостро стоїть проблема комплексного розвитку її складових елементів [5, с. 13–14].

На наше переконання, функціонування та розвиток соціальної інфраструктури регіонів України має відповідати соціальній політиці держави, що спрямована на формування здорового, активного та креативного покоління, поліпшення добробуту та підвищення якості життя населення [8, с. 30].

Соціальна інфраструктура регіону, на нашу думку, включає такі складові елементи: культурологічну інфраструктуру (театри, музеї, концертні організації, клубні заклади, бібліотеки та мистецькі школи); освітню інфраструктуру (дошкільні, загальноосвітні та професійно-технічні освітні заклади, а також заклади вищої освіти) та медичну інфраструктуру (лікарські амбулаторно-поліклінічні заклади, лікарняні заклади, медичний персонал, лікарняні ліжка), що забезпечують якісний розвиток людини. Важливо відзначити, що культурологічна, освітня та медична інфраструктури

мають співіснувати взаємозумовлено та проявлятися під час функціонування як триєдина система соціальної інфраструктури регіону.

Дослідження розвитку складників соціальної інфраструктури, здійснене за допомогою методу k-середніх та програми STATISTICA, дало змогу виділити сім груп регіонів України, однорідних за діапазоном характеристик. Ґрунтовний аналіз показників дає можливість визначити специфіку кожної групи, а також компоненти соціальної інфраструктури, що чинять найбільший вплив на диференціацію регіонів України в межах кожної з визначених груп (рис. 1).

Відповідно до проведеного дослідження середніх значень груп регіонів у межах складників соціальної інфраструктури, представлених на рис. 1, можна зазначити, що перша, друга та шоста групи мають найвище середнє значення. Перша та друга групи представлені по одному регіону – Львівський та Чернігівський відповідно. Шоста група включає дві області – Дніпропетровську та Харківську. Слід відзначити, що друга група має найвище середнє значення тільки у сфері культури, перша група – у сфері освіти, а шоста група – у медичній сфері.

У сфері освіти найнижче середнє значення мають перша та четверта групи, а отже, у Чернігівській області (1 група), а також у Київській та Закарпатській (4 група) областях були створені найгірші умови розвитку освітнього складника соціальної інфраструктури. Однак регіони України, що становлять групу 4, також мають погані умови розвитку освітньої інфраструктури. Найгірша ситуація у сфері культури спостерігається у четвертій групі, котра включає дві області, – Київську та Закарпатську. Щодо медичного складника соціальної інфраструктури, то найгірший рівень розвитку має п'ята група, що складається із трьох областей: Херсонської, Миколаївської, Волинської, та четверта група, що включає Київську та Закарпатську області.

Складники соціальної інфраструктури на регіональному рівні характеризуються диверсифікованими властивостями, що вимагає визначення ключових перспективних напрямів її якісного розвитку.

Варто зауважити, що ключовим вектором якісного розвитку соціальної інфраструктури регіону є освітньо-духовна сфера, котра являє собою джерело формування людського потенціалу, зумовлює істотне зростання ролі культури та освіти, науки та інновацій у всебічний розвиток людини. Це, зі свого боку, вимагає від держави створення необхідних передумов для самореалізації кожного громадянина України, виховання творчого покоління, що здатне ефективно працювати та навчатися протягом життя, а також зберігати та примножувати культурні цінності [9, с. 5].

До головних напрямів модернізації освітньої інфраструктури слід віднести (рис. 2):

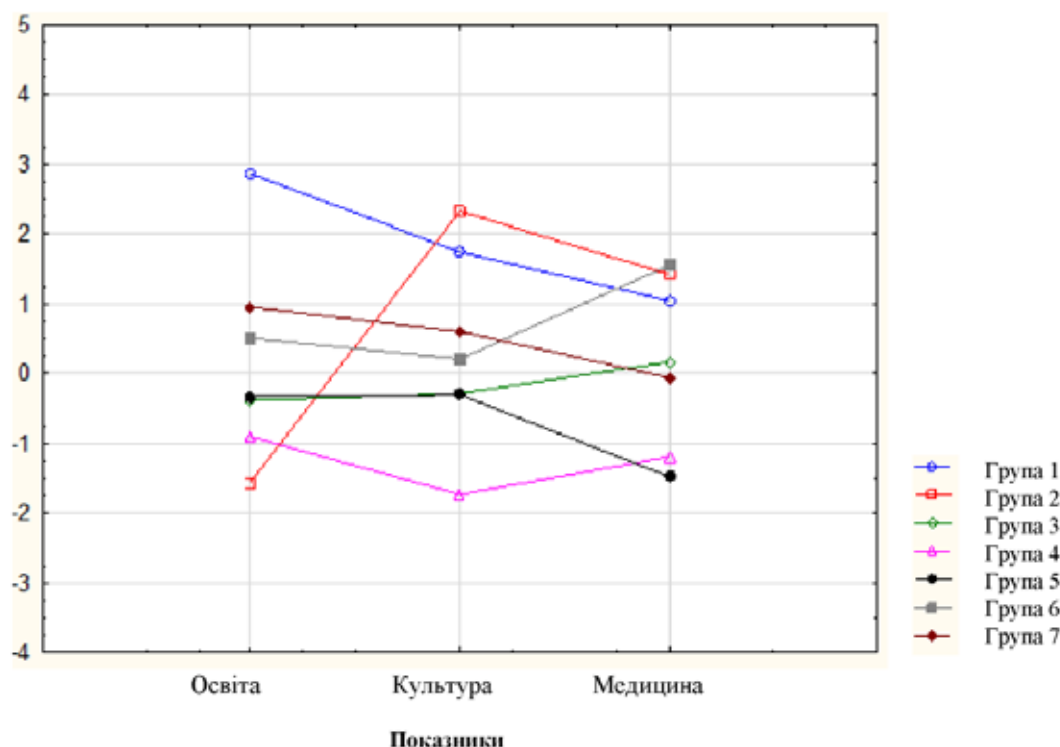


Рис. 1. Дослідження середніх значень груп регіонів України у 2017 р. у межах складників соціальної інфраструктури методом k-середніх

Джерело: розроблено авторкою за допомогою програми STATISTICA

– створення умов для отримання комплексної освіти дітьми та молоддю з особливими потребами, хронічними хворобами та обмеженими можливостями на всіх етапах навчання;

– адаптацію необхідних ресурсів освітньої інфраструктури до стандартного пакета послуг у сфері виховання, освіти та опіки;

– відкриття профорієнтаційних центрів для молоді задля допомоги в професійному розвитку та профорієнтаційному виборі;

– розвиток локального партнерства у сфері освіти: сім'я, місцева громада, школа у співпраці з роботодавцями, закладами вищої освіти та іншими державними та недержавними установами;

– формування умов для розвитку підприємницьких компетенцій здобувачів загальносередньої освіти з перших років навчання в школах шляхом використання практичних і активних форм навчання, котрі формують компетенції із соціального підприємництва;

– розроблення та впровадження програм підтримки освіти в частині розвитку спортивної й соціальної активності учнів.

До ключових напрямів модернізації культурологічної інфраструктури слід віднести:

– окреслення в рамках Стратегії сталого розвитку регіону програм соціально-культурного розвитку;

– формування громадянської, національної та культурної свідомості населення регіону;

– забезпечення загальнодоступності спортивно-оздоровчої інфраструктури, включаючи спортивні зали, басейни, спортивні майданчики тощо;

– координацію та адміністрування діяльності закладів культури комунального значення (будівництво та обслуговування районних культурних центрів, бібліотек, музеїв та театрів);

– створення правових, організаційних та фінансових умов захисту культурних пам'яток;

– організацію та реалізацію культурних заходів субрегіонального характеру;

– утримання та сприяння розвитку діяльності клубних закладів та муніципальних бібліотек;

– ревіталізацію та реконструкцію пам'яток культури.

До перспективних напрямів модернізації медичної інфраструктури слід віднести:

– адміністрування діяльності закладів охорони здоров'я комунального значення (будівництво та обслуговування районних лікарень);

– організацію та реалізацію різноманітних спортивних і фізкультурних заходів районного значення, що спрямовані до різних груп мешканців та мають навчальний компонент щодо важливості фізичної активності для здоров'я;

– упровадження освітніх програм та проведення семінарів щодо надання домедичної допомоги для різних верств населення;

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СКЛАДОВИХ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ		
Освітня інфраструктура	Культурологічна інфраструктура	Медицина інфраструктура
<ul style="list-style-type: none"> - створення умов для отримання комплексної освіти дітьми та молоддю з особливими потребами, хронічними хворобами та обмеженими можливостями на всіх етапах навчання; - адаптація необхідних ресурсів освітньої інфраструктури до стандартного пакета послуг у сфері виховання, освіти та опіки; - відкриття профорієнтаційних центрів для молоді задля допомоги в професійному розвитку та профорієнтаційному виборі; - розвиток локального партнерства в сфері освіти: сім'я, місцева громада, школа у співпраці з роботодавцями, закладами вищої освіти та іншими державними та недержавними установами; - формування умов для розвитку підприємницьких компетенцій здобувачів загальносередньої освіти із перших років навчання в школах шляхом використання практичних і активних форм навчання, котрі формують компетенції із соціального підприємництва; - розробка та впровадження програм підтримки освіти в частині розвитку спортивної та соціальної активності учнів 	<ul style="list-style-type: none"> - окреслення в рамках Стратегії сталого розвитку регіону програм соціально-культурного розвитку; - формування громадянської, національної та культурної свідомості населення регіону; - забезпечення загальнодоступності спортивно-оздоровчої інфраструктури, включаючи спортивні зали, басейни, спортивні майданчики тощо; - координація та адміністрування діяльності закладів культури комунального значення (будівництво та обслуговування районних культурних центрів, бібліотек, музеїв та театрів); - створення правових, організаційних та фінансових умов захисту культурних пам'яток; - організація та реалізація культурних заходів субрегіонального характеру; - утримання та сприяння розвитку діяльності клубних закладів та муніципальних бібліотек; - ревіталізація та реконструкція пам'яток культури 	<ul style="list-style-type: none"> - адміністрування діяльності закладів охорони здоров'я комунального значення (будівництво та обслуговування районних лікарень); - організація та реалізація різноманітних спортивних і фізкультурних заходів районного значення, що спрямовані до різних груп мешканців та мають навчальний компонент щодо важливості фізичної активності для здоров'я; - впровадження освітніх програм та проведення семінарів щодо надання домедичної допомоги для різних верств населення; - створення та реалізація соціальних проєктів, що спрямовані на запобігання та профілактику хвороб

Рис. 2. Перспективні напрями розвитку складників соціальної інфраструктури регіону

Джерело: розроблено авторкою

– створення та реалізацію соціальних проєктів, що спрямовані на запобігання та профілактику хвороб.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження рівня розвитку складників соціальної інфраструктури регіонів України дає змогу зробити висновок, що стан її розвитку не можна визнати задовільним.

Слабкою ланкою модернізації соціальної інфраструктури регіонів України в умовах децентралізації владних повноважень є управлінський аспект стратегічного менеджменту.

Стратегічні засади якісного розвитку складників соціальної інфраструктури регіонів України мають включати такі завдання, що сприяють розвитку людського потенціалу:

- формування умов для отримання інклюзивної якісної освіти;
- забезпечення умов для формування та підтримки здорового населення;
- удосконалення сфери культури і мистецтв та збереження історико-культурної спадщини;
- поліпшення ефективності діяльності інститутів громадянського суспільства;
- підвищення доступу громадськості до інформації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бутко М.П., Ревко А.М. Соціальна інфраструктура як каталізатор модернізації соціогуманітарного простору регіонів України. *Регіональна економіка*. 2017. № 4(86). С. 28–37.
2. Witkowski K., Starościc D. System Infrastruktury Społecznej w Gminie. *PWSZ IPIA STUDIA LUBUSKIE*. Tom IV. Sulechów, 2008. S. 177–194.
3. Kroszel J. Infrastruktura Społeczna w Polityce Społecznej. Opole, 1990. 201 s.
4. Новіков В.М. Політика розвитку соціальної інфраструктури: підсумки та проблеми. *Демографія та соціальна економіка*. 2005. № 1. С. 125–133.
5. Пєпа Т.В., Чернюк Л.Г. Інфраструктурне забезпечення соціального розвитку регіонів України (методолого-організаційний аспект) : монографія. Вінниця, 2015. 280 с.
6. Прокопа І.В. Соціальна інфраструктура села: формування нового механізму розвитку. Київ : НАН України, Ін-т економіки, 1996. 172 с.
7. Тульчинська С.О., Кириченко С.О., Тульчинський Р.В. Детермінанти розвитку соціальної інфраструктури регіонів в умовах становлення нового регіоналізму : монографія. Київ : ФОРМ Кожуковський І.І., 2018. 198 с.

8. Revko A. Problemy i Infrastruktura Społeczna na Rynku Pracy Ukrainy. *Rynek Pracy*. 2017. № 4(163). S. 30–36.

9. Бандур С.І., Заяць Т.А., Куценко В.І. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи : монографія. Черкаси : Брама–Україна, 2006. 620 с.

REFERENCES:

1. Butko, M.P., Revko, A.M. (2017). Sotsialna infrastruktura yak katalizator modernizatsii sotsiiohumanitarnoho prostoru rehioniv Ukrainy [Social infrastructure as a catalyst for the modernization of the socio-humanitarian space of Ukraine's regions]. *Rehionalna ekonomika*, 4(86), 28–37. (in Ukrainian)
2. Witkowski K., Starościc D. (2008). System Infrastruktury Społecznej w Gminie [Social Infrastructure System in the Commune]. *PWSZ IPIA STUDIA LUBUSKIE*. Tom IV. Sulechów. 177–194. (in Poland)
3. Kroszel J. (1990). Infrastruktura Społeczna w Polityce Społecznej [Social Infrastructure in Social Policy]. Opole. 201. (in Poland)
4. Novikov V. M. (2005). Polityka rozvytku sotsialnoi infrastruktury: pidsumky ta problemy [Social infrastructure development policy: results and problems]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika*. 1. 125–133. (in Ukrainian)
5. Pepa, T.V., Cherniuk, L.H. (2015). Infrastrukturne zabezpechennia sotsialnoho rozvytku rehioniv Ukrainy (metodoloho-orhanizatsiinyi aspekt) [Infrastructure provision of social development of the regions of Ukraine (methodological and organizational aspect)]. *Monohrafiia, Vinnytsia*. (in Ukrainian)
6. Prokopa I. V. (1996). Sotsialna infrastruktura sela: formuvannia novoho mekhanizmu rozvytku [Social infrastructure of the village: the formation of a new mechanism of development]. Kyiv: NAN Ukrainy, In-t ekonomiky, 172. (in Ukrainian)
7. Tulchynska S. O., Kyrychenko S. O., Tulchynskyi R. V. (2018). Determinanty rozvytku sotsialnoi infrastruktury rehioniv v umovakh stanovlennia novoho rehionalizmu [Determinants of development of social infrastructure of regions in the conditions of formation of new regionalism]: monohrafiia. Kyiv: Vyd-vo FOP Kozhukovskyi I.I., 198. (in Ukrainian)
8. Revko A. (2017). Problemy i Infrastruktura Społeczna na Rynku Pracy Ukrainy. *Rynek Pracy*. Warszawa, nr. 4(163), 30–36.
9. Bandur S. I., Zaiats T. A., Kutsenko V. I. (2006). Sotsialnyi rozvytok Ukrainy: suchasni transformatsii ta perspektyvy [Social development of Ukraine: modern transformations and prospects]. *Monohrafiia*. Cherkasy: Brama–Ukraina, 620. (in Ukrainian)

РОЗДІЛ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

ЖИТЛОВІ СОЦІАЛЬНІ НОРМАТИВИ: ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

HOUSING SOCIAL STANDARDS: HISTORY, MODERNITY, INTERNATIONAL EXPERIENCE

УДК 365:643+644

<https://doi.org/10.32843/bSES.54-29>

Когатько Ю.Л.

к.г.н., с.н.с.

Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи Національної академії наук України

Полякова С.В.

к.е.н., с.н.с., п.н.с.

Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи Національної академії наук України

Kogutko Yuriy

Ptoukha Institute for Demography and Social Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine

Poliakova Svitlana

Ptoukha Institute for Demography and Social Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine

Забезпеченість прийнятними житловими умовами є важливим показником життєвого рівня населення в будь-якій країні. Водночас із покоління в покоління переходять питання житлових нормативів, яким має бути сучасне житло за площею, які в ньому мають бути зручності. Україна досі живе за житловими соціальними нормами забезпечення житловою площею і кількістю кімнат, які були прописані ще у Постанові Ради міністрів УРСР і Української республіканської ради професійних спілок від 11 грудня 1984 р. Житлові соціальні нормативи, що використовуються під час постановки сімей на чергу на отримання власного житла і поліпшення житлових умов, і соціальні нормативи користування житлово-комунальними послугами відрізняються. Значна частина населення України проживає в умовах кількох людей на однокімнатну квартиру або взагалі без жодних зручностей у сільській місцевості. Метою статті є дослідження історії формування сучасних житлових соціальних нормативів, їх використання в даний період, а також порівняння з аналогічними стандартами в інших країнах.

Ключові слова: житлові умови населення, житлові соціальні нормативи, забезпечення кімнатами і житловою площею, обладнання житла зручностями, житлові умови як ознака бідності.

Обеспеченность приемлемыми жилищными условиями является важным пока-

зателем уровня жизни населения в любой стране. В то же время из поколения в поколение переходят вопросы жилищных нормативов, каким должно быть современное жилье по площади, какие в нем должны быть удобства. Украина до сих пор живет за жилищными социальными нормами обеспечения жилой площадью и количеством комнат, которые были прописаны еще в Постановлении Совета министров УССР и Украинского республиканского совета профессиональных союзов от 11 декабря 1984 г. Жилищные социальные нормативы, используемые при постановке семей на очередь на получение собственного жилья и улучшение жилищных условий, и социальные нормативы пользования жилищно-коммунальными услугами отличаются. Значительная часть населения Украины проживает в условиях нескольких человек на однокомнатную квартиру или вообще без удобств в сельской местности. Целью статьи является исследование истории формирования современных жилищных социальных нормативов, их использования в данный период, а также сравнение с аналогичными стандартами в других странах.

Ключевые слова: жилищные условия населения, жилищные социальные нормативы, обеспечение комнатами и жилой площадью, оборудование жилья удобствами, жилищные условия как признак бедности.

Availability of acceptable housing conditions is an important indicator of the standard of living of the population in any country. At the same time, questions of housing standards pass from generation to generation, what should be modern housing by area, what amenities should be in it, given that a significant part of the population of Ukraine lives in conditions of several people in a one-room apartment or without any amenities in the countryside. The aim of the article is to study the history of the formation of modern housing social standards, their use in a given period, as well as a comparison with similar standards in other countries. Ukraine still lives behind the social housing standards for housing and the number of rooms that were prescribed in the Decree of the Council of Ministers of the Ukrainian SSR and the Ukrainian Republican Council of Trade Unions of December 11, 1984. Social housing standards used when placing families on a waiting list for their own housing and the improvement of housing conditions, and social standards for the use of housing and communal services are different. The norm of 13.65 square meters per person appeared in Ukraine during the time of the Russian Empire, at least at the beginning of the twentieth century. In the sixth edition of the manual on the design and implementation of construction, which was written by Count Nikolai de Rochefort. 13.65 square meters is an area equal to three square fathoms. Insufficient cost of installing a bathroom or shower inside a home 95.5% of households consider a sign of poverty. At the same time, 94.6% of families consider the lack of a toilet with a shower inside the house to be a sign of poverty. Ukraine should try to provide the entire population with the minimum necessary living conditions, which include living space of more than 13.65 m² per person, the number of rooms one less than according to EU-SILC standards, the availability of water supply and sewerage. At the same time, in the long run, households should have normal living conditions with characteristics such as the number of rooms according to the EU-SILC standard, the presence of a bath or shower.

Key words: housing conditions of the population, housing social standards, provision of rooms and living space, equipping housing with amenities, housing conditions as a sign of poverty.

Постановка проблеми. Забезпеченість прийнятними житловими умовами є важливим показником життєвого рівня населення в будь-якій країні. Житлова проблема існувала в усі часи, так само й сьогодні наявність житла і базових зручностей є мрією для значної частини населення світу

та України зокрема. Специфіка житла як товару тривалого користування робить дуже актуальною проблему його доступності з погляд купівельної спроможності сімей і зумовлює необхідність ефективної державної житлової політики. Наявність можливості поліпшення житлових умов – важли-

вий показник добробуту населення, передумова соціальної та економічної стабільності держави. Водночас із покоління в покоління переходить питання житлових нормативів, яким має бути сучасне житло за площею, які в ньому мають бути зручності. Значна частина населення України проживає в умовах кількох людей на однокімнатну квартиру або взагалі без жодних зручностей у сільській місцевості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Українські вчені та дослідники з інших країн чимало зробили для дослідження особливостей житла і житлових умов. Значний внесок у дослідження проблем житлових умов населення здійснили відомі вітчизняні та зарубіжні науковці В.М. Новіков, О.П. Тищенко, Ю.М. Манцевич, В.С. Шишкін, Д. Конлі, Р.Е. Дваєр і П. Брейссе. Однак більшість їхніх праць присвячено дослідженню кількісних характеристик соціальної інфраструктури і житлових умов зокрема. Так, роботи В.М. Новікова – науково-аналітичні дослідження, у тому числі на між-регіональному та регіональному рівнях, у сфері функціонування та фінансування установ освіти, охорони здоров'я, культури, рекреації та туризму, житлово-комунального господарства. В.С. Шишкін значну частину свого наукового доробку присвятив дослідженню сучасного стану житла і житлових умов в Україні.

За значної кількості праць залишається чимало невіршених проблем у даній галузі, серед яких – дослідження соціальних житлових нормативів в Україні та інших країнах, а також історії їх становлення.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження історії формування сучасних житлових соціальних нормативів, їх використання в даний період, а також порівняння з аналогічними стандартами в інших країнах.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Житлова проблема в Україні є однією з найважливіших та найгостріших. Середня забезпеченість населення житлом залишається на порівняно низькому рівні, якісні характеристики житла багатьох родин не відповідають мінімальним стандартам. Проблема посилюється старінням житла: темпи вибуття з експлуатації застарілого житлового фонду випереджають темпи введення нового в 2,5 рази, що не забезпечує навіть простого відтворення житлового фонду. У зв'язку з низьким рівнем доходів основної маси населення придбання нового житла за рахунок власних коштів для більшості громадян є неможливим [1]. Забезпеченість прийнятними житловими умовами є важливим показником життєвого рівня населення в будь-якій країні. Слід додати, що проблема являє собою не тільки відсутність житла як такого у значній кількості населення, а й оснащення будинків і квартир, які вже перебувають у власності. Умови проживання є важливим показником життєвого рівня

населення в будь-якій країні. Важливу роль відіграє не лише наявність власного житла, а і його стан та якість. Нині в Україні наявність належного за розміром житла та житлові умови, що відповідають європейським стандартам, асоціюються не з необхідністю, а із заможністю.

У статті 47 Конституції України прописано, що кожен має право на житло. Держава створює умови, за яких кожний громадянин матиме змогу побудувати житло, придбати його у власність або взяти в оренду. Громадянам, які потребують соціального захисту, житло надається державою та органами місцевого самоврядування безоплатно або за доступну для них плату відповідно до закону [2]. Водночас не прописано, яким має бути це житло, які мінімальні норми площі й обладнання зручностями.

Батьком сучасних норм житлової забезпеченості називають німецького натураліста і лікаря-гігієніста Макса Йозефа Петтенкофера, який працював у XIX ст. Він вирахував мінімум житлового простору, необхідного людині для здорового життя. Як індикатор гуманних умов проживання вчений запропонував використовувати чистоту повітря, він визначав її за концентрацією вуглекислого газу в приміщенні. Провівши низку досліджень, Петтенкофер з'ясував, що гранично допустимий рівень концентрації CO₂ досягається за 25 кубів житлового простору на людину [3].

Соціальні норми забезпечення житловою площею і кількістю кімнат прописані в Постанові Ради міністрів УРСР і Української республіканської ради професійних спілок від 11 грудня 1984 р. № 470 «Про затвердження правил обліку громадян, які потребують поліпшення житлових умов, і надання їм житлових приміщень в УРСР». Житлове приміщення, що надається громадянам для проживання, має бути благоустроєним відповідно до умов даного населеного пункту, відповідати встановленим санітарним і технічним вимогам. Під час надання житлових приміщень не допускається заселення однієї кімнати особами різної статі старшими за дев'ять років, окрім подружжя, а також особами, які хворіють на тяжкі форми деяких хронічних захворювань, у зв'язку з чим вони не можуть проживати в одній кімнаті з членами сім'ї. Не допускається також заселення квартири, збудованої для однієї сім'ї, двома і більше сім'ями або двома і більше одинокими особами, за винятком випадку, передбаченого абзацом шостим пункту 67 цих Правил (рис. 1). Особам похилого віку, а за висновком лікувально-профілактичного закладу також відповідним категоріям осіб з інвалідністю і хворим на їх прохання житлові приміщення надаються на нижніх поверхах або в будинках із ліфтами. Порядок видачі вказаних висновків установлюється Міністерством охорони здоров'я УРСР.

Подружжя	• 1 кімната
Двоє дітей до 9 років включно (незалежно від статі)	• 1 кімната
Двоє дітей однієї статі старше 9 років	• 1 кімната
Двоє дітей старше 9 років різної статі	• 2 кімнати
Особа, яка хворіє на тяжкі форми деяких хронічних захворювань	• 1 кімната

Рис. 1. Норми кількості кімнат, прописані в Постанові Ради міністрів УРСР і Української республіканської ради професійних спілок від 11 грудня 1984 р. № 470 «Про затвердження правил обліку громадян, які потребують поліпшення житлових умов, і надання їм житлових приміщень в УРСР»

Житлове приміщення надається громадянам у межах 13,65 кв. м житлової площі на одну особу, але не менше рівня середньої забезпеченості громадян житловою площею в даному населеному пункті. При цьому враховується житлова площа у будинку (квартирі), що перебуває у приватній власності громадян, якщо ними не використані житлові чеки [4]. Україна досі живе за даними нормативами, які діють зі змінами, прийнятими з 1986 по 2019 р. (останні зміни стосувалися внутрішньо переміщених осіб).

Вищезазначені норми діють під час постановки сімей на чергу на отримання власного житла і поліпшення житлових умов. Водночас в Україні діють інші нормативи житлової площі, які є відмінними від прописаної вище площі 13,65 м².

Соціальні нормативи користування житлово-комунальними послугами, соціальні норми житла встановлюються громадянам, які, відповідно до законодавства, мають пільгу або субсидію на оплату житлово-комунальних послуг. При цьому нормативи для пільг і субсидій різні. Для забезпечення державних соціальних гарантій у сфері житлово-комунального обслуговування, приведення існуючих норм споживання житлово-комунальних послуг до їх фактичного обсягу споживання, дотримання принципу соціальної справедливості під час надання пільг і субсидій, відповідно до статей 5 і 9 Закону України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії», Кабінет Міністрів України постановив, що соціальна норма житла для громадян, які мають право на

Таблиця 1

Соціальна норма житла для громадян, які мають право на пільги з оплати житлово-комунальних послуг

		Норма на сім'ю з однієї особи	Норма на сім'ю з двох осіб	Норма на сім'ю з трьох осіб	Норма на сім'ю з чотирьох осіб
Соціальна норма	31,5 м ²	31,5 м ²	52,5 м ²	73,5 м ²	94,5 м ²
	21,0 м ² особу +10,5 м ² на сім'ю				

Джерело: побудовано за даними [6]

Таблиця 2

Соціальна норма житла для громадян, які мають право на субсидію з оплати житлово-комунальних послуг

		Норма на сім'ю з однієї особи	Норма на сім'ю з двох осіб	Норма на сім'ю з трьох осіб	Норма на сім'ю з чотирьох осіб
Соціальна норма	48,87 м ²	48,87 м ²	62,52 м ²	76,17 м ²	89,82 м ²
	13,65 м ² особу +35,22 м ² на домогосподарство				

Джерело: побудовано за даними [6]

пільги з оплати житлово-комунальних послуг, – 21 м² загальної площі на одну особу та додатково 10,5 м² на сім'ю (табл. 1) [5].

Соціальна норма житла для громадян, які мають право на субсидії з оплати житлово-комунальних послуг – 13,65 м² загальної площі на одну особу та додатково 35,22 м² на сім'ю (табл. 2).

Норма 13,65 м² фігурує й у Цивільному кодексі Української РСР (зі змінами і доповненнями, внесеними указами ПВР Української РСР від 23.11.66). Вона регулює зміну умов договору внаслідок утворення у наймача лишків житлової площі («Якщо в квартирі, в якій проживає наймач, звільнилася кімната, не ізольована від житлового приміщення, яке він займає, і суміжна з ним, ця кімната підлягає передачі в його користування. Норма житлової площі у цих випадках встановлюється в розмірі 13,65 квадратних метра на одну людину») [7].

Норма 13,65 м² на особу з'явилася в Україні ще за часів Російської імперії, в кінці XIX – на початку XX ст. У шостому виданні посібника з проектування і виконання будівництва, укладеного графом Миколою Івановичем де-Рошефором,

13,65 м² – це площа, яка дорівнює трьом квадратним сажням. Цілком ймовірно, ця норма і мігрувала пізніше в законодавство СРСР (рис. 2).

У СРСР, до складу якого входила Україна, в 1919 р. вперше встановили санітарну норму житла, при цьому орієнтувалися саме на дослідження вищезгаданого німецького вченого Макса Йозефа Петтенкофера. Поділивши рекомендований об'єм повітря на стандарт висоти стелі 3 м, отримали площу 8,25 м² на людину. Те, що частину простору в кімнаті займуть меблі, автори нормативного акту не врахували. Через три роки, у 1922-му, показник зріс до 9 м². Держава не стала багатшою, просто до цього моменту був установлений норматив мінімальної висоти стелі 2,8 м. Відповідно, санітарна норма була відкоригована в більший бік. Відповідно до наведеного нормативу заселялися комуналки – колишні особняки і прибуткові будинки. Кімнати виділялися виходячи з 9 м² на людину. Потім цей показник перекочував у закони та нормативні акти наступних років як мінімум житлової (не загальної) площі, достатньої для комфортного проживання громадянина.

Наименьшие размеры на 1-го чел. без искусств. вентиляции.	
Площадь пола	□ саж. 3
Объем воздуха	куб. с. 5
При чемъ въ кам. зданіи наружной стѣны	□ саж. 3
Наим. высота комнаты	„ 1,5
Размеры отдельных комнат при высотѣ ихъ въ 5 арш.	
Передняя съ помѣщеніемъ для верхн. платья . отъ □ саж. 2	
Вообще на 1 чел.	„ 0,13
Набинетъ отъ 3 □ саж., лучше	„ 6—9
Приемная отъ 3,3 □ саж., на 1 чел.	„ 0,6
Спальная, при наименьш. ширинѣ 5 арш., на 1 чел.	„ 3
Дѣтскія, на 1 ребенка	„ 2,5
Уборная (съ ванною)	„ 4
Будуаръ средн. разм.	„ 6
Гостиная (малая)	„ 6—8
Малый залъ, при глубинѣ въ 9 арш., не менѣе	„ 12—15
Танц. залъ, при глубинѣ въ 12 арш., на кажд. пару	„ 0,6
Библиотека малая (до 2000 том.)	„ 5
для большихъ библиотекъ, до 7000 томовъ, на томъ	
площ. пола	„ 0,0025
Свыше 7000 томовъ	„ 0,0012
Биллиардная (биллиардъ 5 ⁴ / ₁₆ × 2 ¹² / ₁₆ арш.)	„ 11
Столовая на 12 чел.	„ 6
Большія столовая, на 1 чел.	„ 0,3
Буфетная при столовой на 24 чел.	„ 3
ловѣка „ „ „ 30 до 100 чел., на 1-го че-	
ловѣка площ. пола	„ 0,10
Кухни—малая	„ 3,5
на 50 чел. обѣдающихъ	„ 6
„ 100—150	„ 10—12
Хлѣбопечарня съ одной печью въ 30 □ фут. пода	„ 7,50
Кладовая при кухнѣ отъ	
Винный погребеъ съ полками: площ. пола на 150 б.	„ арш. 1
Наименьшая площадь погреба	„ саж. 3
Ледникъ одиночный — наименьшій практическій	
объемъ льда въ 2 куб. саж., площ. пола съ переднею	
(сухой холодъ)	„ 3—4
Общіе ледники, на квартиру	„ 0,5
Клозеты: наименьшая площ. пола на одно мѣсто	
(1 ¹ / ₂ × 1 арш.)	„ 0,165
но лучше 1 ³ / ₄ × 1 ³ / ₄ арш.	„ 0,24

Рис. 2. Норми для проектування будівель, зазначені в шостому виданні посібника з проектування і виконання будівництва, укладеного графом М.І. де-Рошефором [8]

У 1950–1960-ті роки, під час буму будівництва хрущовок, стелі знизилися до 2,5 м². Норматив підріс до 12 м². Але до цього часу дослідження Петтенкофера застаріли, при ньому екологічна ситуація в містах була значно кращою. Ще у 70-х роках минулого століття радянські гігієністи вивели оновлений мінімум необхідного об'єму повітря – 50-60 м³ на людину. Виходить, що за висоти стель 2,5-2,7 м на кожного мешканця має припадати 20-22 м² житлової площі [9].

Окрім достатньої площі, важливим моментом є забезпечення житла базовими зручностями, оскільки житло виступає основоположною потребою людини, важливим чинником та передумовою для задоволення інших потреб, що перебувають на вищих щаблях ієрархії [10]. Результати опитування молоді, проведеного Центром незалежних соціологічних досліджень «Омега» у 2016 р., показали, що наявність окремої квартири або будинку вважають необхідною умовою щасливого подружнього життя 55,4% респондентів [11]. Дані 2007 р., отримані внаслідок консенсусного аналізу Державною службою статистики, показують, що відсутність окремого житла (окремої квартири, індивідуального будинку) вважають ознакою бідності 84,1% домогосподарств (табл. 3). Водночас 81,9% сімей вважають ознакою бідності відсутність водогону в житлі і недостатність коштів для його проведення, 78,4% – відсутність туалету зі зливом усередині житла і недостатність коштів для його встановлення. Відповідно, наявність підведеної води (не важливо – водогону чи з власної свердло-

вини) і туалету зі зливом усередині житла мають бути включені до базових зручностей, якими має бути забезпечена кожна родина. У проведеному опитуванні для визначення позбавлень вказано таку ознаку бідності, як наявність площі, що не перевищує 5 м² і 7 м² на особу (першу вважали ознакою бідності 90,5% домогосподарств, а другу – 79,5%), хоча затвердженою державною нормою є 13,65 м² на особу (до цієї норми в 2013 р. не дотягували 13,2% сімей).

У 2018 р. в опитування було включено питання щодо відсутності у зв'язку з недостатністю коштів ванної або душової kabіни всередині житла, і 95,5% домогосподарств вважають це ознакою бідності (табл. 4). Водночас відсутність туалету зі зливом усередині житла вважають ознакою бідності 94,6% сімей (як видно з табл. 3, у 2007 р. – 78,4%). А наявність площі, що не перевищує 5 м², вважають ознакою бідності вже 96,6% домогосподарств.

Якщо взяти найближчих сусідів України, то в них діють інші нормативи житлової площі. Так, у Польщі є нормативи прийнятної площі для оренди житла. «Розумна плата за будинок» базується на розмірі будинку:

- 35 м² – одна особа (макс. до 45,50 м²)
- 40 м² – дві особи (макс. до 52,00 м²);
- 45 м² – три особи (макс. до 58,50 м²);
- 55 м² – чотири особи (макс. до 71,50 м²);
- 65 м² – п'ять осіб (макс. до 84,50 м²);
- 70 м² – шість осіб (макс. до 91,00 м²);
- кожна додаткова особа – 5 м² (15 м² – особа з обмеженими можливостями в інвалідному візку) [12].

Таблиця 3

Частка домогосподарств, які вважали нижче перераховані позбавлення ознаками бідності, %, 2007 р.

Позбавлення в житлових умовах	Частка домогосподарств, які вважали дані депривації ознаками бідності, %
Відсутність:	
житла у нормальному стані (наявне житло потребує капітального ремонту, сире, ветхе, старе)	95,9
окремого житла (окремої квартири, індивідуального будинку)	84,1
будь-якого окремого помешкання (включаючи кімнату в комунальній квартирі, гуртожитку, частину індивідуального будинку тощо)	92,7
водогону в житлі і недостатність коштів для його проведення	81,9
туалету зі зливом усередині житла і недостатність коштів для його встановлення	78,4
Недостатність коштів для:	
підтримування достатньої температури у своєму житлі (на придбання палива, обігрівача тощо) протягом опалювального сезону	94,2
своєчасної та в повному обсязі оплати рахунків за житло та необхідні послуги з його утримання або оплати газу для приготування їжі	91,3
здійснення за потребою термінового ремонту житла (сантехніки, даху, електропроводки, заміна вибитого скла у вікні тощо)	92,1
Наявність житлової площі, що не перевищує:	
– 5 м ² на особу	90,5
– 7,5 м ² на особу	79,5

Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики «Оцінка домогосподарствами ознак бідності та позбавлення в сучасному українському суспільстві»

Частка домогосподарств, які вважали нижче перераховані позбавлення ознаками бідності, %, 2018 р.

Позбавлення в житлових умовах	Частка домогосподарств, які вважали дані депривації ознаками бідності, %
Відсутність у зв'язку з недостатністю коштів:	
житла у нормальному стані (протікає дах, вологі стіни/фундамент або гнилі віконні рами чи підлога)	99,3
водогону у житлі	96,3
ванної або душової кімнати всередині житла	95,4
туалету зі зливом всередині житла	94,6
недостатність коштів для:	
своєчасної та в повному обсязі оплати рахунків за житло та необхідні послуги з його утримання або оплати газу для приготування їжі	98,2
підтримування достатньо теплої температури у своєму житлі (на придбання палива, обігрівача тощо) протягом опалювального сезону	98,5
своєчасної та в повному обсязі оплати орендних, іпотечних платежів, платежів за споживчими кредитами тощо	91,4
наявність житлової площі, що не перевищує 5 кв. м на особу	96,6

Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики «Оцінка домогосподарствами ознак бідності та позбавлення в сучасному українському суспільстві»

У Росії діють різні норми житлової площі для постановки на житлову чергу для осіб, що мешкають у державному або муніципальному житлі. Її розмір – компетенція влади на місцях. Так, у Москві це 10 м² для окремих квартир і 15 м² – для комуналок, у Воронежі – 11 м², у Ярославлі – 12 м², в Омську – 15 м², а в Новосибірську – 12 м² на особу [3].

У Казахстані, згідно зі статтею 75 Закону «Про житлові відносини» від 16 квітня 1997 р. № 94, «житло з державного житлового фонду або житло, орендоване місцевим виконавчим органом у приватному житловому фондї, надається в розмірі не менше 15 м² і не більше 18 м² корисної площі на особу, але не менше однокімнатної квартири або кімнати в гуртожитку» [13].

У Німеччині, відповідно до Закону про сприяння житловому будівництву, визначені такі норми: для однієї особи – від 45 до 50 м² плюс 15 м² для кожної наступної особи; для двох осіб передбачено житлову площу не більше 60 м², на трьох – до 75 м². При цьому враховуються й особливості самого мешканця. Так, у разі інвалідності надається велика площа [13].

У Білорусі нормативи виглядають так: на одного мешканця в житловому будинку в Мінську необхідно 10 м², на одного мешканця в житловому будинку в інших населених пунктах країни – 15 м², для мешканців гуртожитків – 6 м² на одну особу [13].

В Узбекистані соціальна норма площі житла встановлюється житловим кодексом не нижче 16 м² загальної площі на одну особу, для осіб з інвалідністю на кріслах-колясках – не менше 23 м² [13].

Дані стосовно перенаселеності житла збирають у всіх країнах ЄС із 2008 р. Вони свідчать про суттєві відмінності в забезпеченні кімнатами сімей

Західної та Східної Європи. Наприклад, у Великій Британії показник перенаселеності житла становить лише 3,4% (2017), у Франції – 7,7% (2017), у Румунії – 46,3% (2018), у Болгарії – 41,6% (2018) [14]. В Україні ж суспільно прийнятним вважається, що самотній людині чи молодій родині без дітей достатньо й однієї кімнати. При цьому в Україні за європейською методикою рівень перенаселеності в 2013 р. становив 63,4%, у Болгарії на той самий рік – 44,2%.

За стандартами Статистики Європейського Союзу щодо доходів та умов життя (EU-SILC – вибіркове опитування, яке координується Євротатом на основі даних країн – членів Європейського Союзу) вважається, що особа живе в перенаселеному житлі, якщо її помешкання не відповідає таким параметрам: одна кімната загального користування для домогосподарства; одна кімната для пари в домогосподарстві; одна кімната для кожної особи у віці 18 років і старше; одна кімната для двох осіб однієї статі у віці від 12 до 17 років; одна кімната для кожної особи у віці 12-17 років, яка не включена до попередньої категорії; одна кімната для двох дітей віком до 12 років. Тобто навіть домогосподарство, яке складається із самотньої людини, повинно за нормами мати не лише спальну кімнату, а й ще одну загального використання. В Україні ж суспільно прийнятним вважається, що самотній людині чи молодій родині без дітей достатньо й однієї кімнати.

Слід відзначити, що Україна повинна намагатися забезпечити все населення мінімально необхідними житловими умовами, до яких входять наявність житлової площі понад 13,65 м² на особу, кількість кімнат на одну менше, ніж за нормами EU-SILC, а також наявність водогону та каналіза-

ції. Водночас у більш тривалій перспективі домогосподарства повинні мати нормальні житлові умови з такими характеристиками, як наявність кількості кімнат відповідно до норми EU-SILC, а також ванни чи душу [15].

Висновки з проведеного дослідження. Проведений аналіз дає можливість сформулювати такі висновки:

1. Україна досі живе за житловими соціальними нормами забезпечення житловою площею і кількістю кімнат, які були прописані ще в Постанові Ради міністрів УРСР і Української республіканської ради професійних спілок від 11 грудня 1984 р. № 470 «Про затвердження правил обліку громадян, які потребують поліпшення житлових умов, і надання їм житлових приміщень в УРСР».

2. Житлові соціальні нормативи, що використовуються під час постановки сімей на чергу на отримання власного житла і поліпшення житлових умов, і соціальні нормативи користування житлово-комунальними послугами відрізняються.

3. Соціальна норма житла 13,65 м², що використовується в Україні, була обґрунтована ще на початку ХХ ст., коли були зовсім інші умови існування людини.

4. Житлові соціальні нормативи в країнах колишнього СРСР суттєво нижчі від аналогічних в розвинених країнах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Проблеми і перспективи будівництва доступного житла в Україні / Т.С. Кравчуновська та ін. *Строительство, материаловедение, машиностроение*. 2013. Вып. 69. С. 242–246.

2. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. *Відомості Верховної Ради України*. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 03.04.2020).

3. Жилищные нормы – разнообразные и удивительные. URL: <http://vseon.com/analitika/prostye-istorii/zhilishhnye-normy-raznoobraznye-i-udivitelnye> (дата звернення: 05.04.2020).

4. Постанова Ради міністрів УРСР і Української республіканської ради професійних спілок від 11 грудня 1984 р. № 470 «Про затвердження правил обліку громадян, які потребують поліпшення житлових умов, і надання їм жилих приміщень в УРСР». *Відомості Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/470-84-п> (дата звернення: 03.04.2020).

5. Закон України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» від 10.06.2018, підстава – 2189-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2017-14> (дата звернення: 05.04.2020).

6. Соціальні нормативи (норми) користування житлово-комунальними послугами. URL: <https://wiki.1551.gov.ua/pages/viewpage.action?pageId=18056085> (дата звернення: 05.04.2020).

7. Цивільний кодекс Української РСР (зі змінами і доповненнями, внесеними Указами ПВР Української РСР від 23.11.66. *Відомості ВР*. 1966. № 46(1966). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1540-06> (дата звернення: 05.04.2020).

8. Де-Рошефор Н.І. Урочное положение. Пособие при составлении и проверке смет, проектировании и исполнении работ. Петроград, 1916. 716 с.

9. Денисенко Е. Сколько «квадратов» нужно для счастья? *Бюллетень недвижимости*. 2015. URL: <https://www.bn.ru/gazeta/articles/223125/> (дата звернення: 17.04.2020).

10. Полякова С.В., Когатько Ю.Л. Житлові умови в ієрархії потреб населення. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 742–746.

11. Цінності української молоді. Результати репрезентативного соціологічного дослідження становища молоді. *Центр незалежних соціологічних досліджень «ОМЕГА»*. 2016. URL: http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/23/Zvit_doslidjennya_2016.pdf (дата звернення: 10.04.2020).

12. Жилищное пособие (dodatek mieszkaniowy i dodatek energetyczny) в Польше для иностранцев. URL: <https://in-poland.com/zhilishhnoe-posobie-dodatek-mieszkaniowy-i-dodatek-energetyczny-v-polshe-dlja-inostrancev/> (дата звернення: 17.04.2020).

13. Королев А. Как решается квартирный вопрос в разных странах мира. *365 Info*. 2019. URL: <https://365info.kz/2019/01/kak-reshaetsya-kvartirnyj-vopros-v-raznyh-stranah-mira> (дата звернення: 15.04.2020).

14. Overcrowding rate by age, sex, and poverty status – total population – EU-SILC survey. URL: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?datas-et=iic_lvho05a (дата звернення: 20.05.2019).

15. Когатько Ю.Л. Поліпшення житлових умов населення України: оцінка, потреби. *Демографія та соціальна економіка*. 2019. № 4. С. 86–102.

16. Шишкін В.С. Бідність населення України за житловими умовами. *Демографія та соціальна економіка*. 2016. № 1. С. 51–64. URL: <https://doi.org/10.15407/dse2016.01.051>

17. Когатько Ю.Л., Полякова С.В. Детермінанти зміни житлових умов. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 12. С. 129–134.

REFERENCES:

1. Kravchunovska T. S., Bronevyskyi S. P., Mykhailova I.O., Martens O.O. (2013) Problemy i perspektyvy budivnytstva dostupnoho zhytla v Ukraini [Problems and prospects of building affordable housing in Ukraine]. *Stroitel'stvo, materialovedenie, mashinostroenie*, vol. 69, pp. 242–246.

2. Konstytutsiia Ukrainy, pryiniata na piatii sesii Verkhovnoi Rady Ukrainy 28 chervnia 1996 r. [The Constitution of Ukraine, adopted at the fifth session of the Verkhovna Rada of Ukraine on June 28, 1996]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy* [Information of the Verkhovna Rada of Ukraine]. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (accessed 3 April 2020).

3. Zhilishhny`e normy` – raznoolbrznye` i udivitel`ny`e [Housing Standards – Diverse and Amazing]. <http://vseon.com/>. Available at: <http://vseon.com/analitika/prostye-istorii/zhilishhnye-normy-raznoobraznye-i-udivitelnye>

tika/prostye-istorii/zhilishhnye-normy-raznoobraznye-i-udivitelnye (accessed 5 April 2020).

4. Postanova Rady ministriv URSS i Ukrainskoi respublikanskoi rady profesiinykh spilok vid 11 hrudnia 1984 r. no. 470 «Pro zatverdzhennia pravyl obliku hromadian, yaki potrebuuiut polipshennia zhytlovykh umov, i nadannia yim zhylykh prymishchen v URSS» [Resolution of the Council of Ministers of the USSR and the Ukrainian Republican Council of Trade Unions of December 11, 1984 no. 470 "On approval of the rules of registration of citizens in need of better living conditions, and providing them with housing in the USSR"]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy* [Information of the Verkhovna Rada of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/470-84-п> (accessed 3 April 2020).

5. Zakon Ukrainy «Pro derzhavni sotsialni standarty ta derzhavni sotsialni harantii» vid 10.06.2018, pidstava – 2189-VIII [Law of Ukraine "On State Social Standards and State Social Guarantees" of June 10, 2018, grounds – 2189-VIII]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy* [Information of the Verkhovna Rada of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2017-14> (accessed 5 April 2020).

6. Sotsialni normatyvy (normy) korystuvannia zhytlovo-komunalnymi posluhamy [Social standards (norms) for the use of housing and communal services]. *wiki.1551.gov.ua*. Available at: <https://wiki.1551.gov.ua/pages/viewpage.action?pageId=18056085> (accessed 5 April 2020).

7. Tsyvilnyi kodeks Ukrainskoi RSR (Iz zminamy i dopovnenniamy, vnesenymy Ukazamy PVR Ukrainskoi RSR vid 23.11.66 (Vidomosti VR N 46 (1966) [Civil Code of the Ukrainian SSR (With changes and additions made by the Decrees of the Ukrainian SSR of 23.11.66 (Information of the Verkhovna Rada No. 46 (1966))]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy* [Information of the Verkhovna Rada of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1540-06> (accessed 5 April 2020).

8. De-Roshefor N. I. (1916) *Posobie pri sostavlenii i proverke smet, proektirovanii i ispolnenii rabot* [Manual for the preparation and verification of estimates, design and execution of work]. Petrohrad. (in Russian)

9. Denysenko E. (2015) Skolko «kvadratov» nuzhno dlia schastia? [How many "squares" are needed for happiness?]. *Byulleten` nedvizhimosti* (electronic journal).

Available at: <https://www.bn.ru/gazeta/articles/223125/> (accessed 17 April 2020).

10. Poliakova S.V., Kogatko Yu.L. (2017). Zhytlovi umovy v iierarkhii potreb naseleennia [Housing conditions in the hierarchy of population needs]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* [Global and national economic problems], vol. 20, pp. 742–746.

11. Tsinnosti ukrainskoi molodi. Rezultaty reprezentatyvnoho sotsiolohichnoho doslidzhennia stanovshcha molodi. Available at: http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/23/Zvit__doslidjennya_2016.pdf (accessed 10 April 2020).

12. Zhilishhnoe posobie (dodatek mieszkaniowy i dodatek energetyczny) v Pol'she dlya inostrancev [Housing allowance (dodatek mieszkaniowy and dodatek energetyczny) in Poland for foreigners]. *in-poland.com* (electronic journal). Available at: <https://in-poland.com/zhilishhnoe-posobie-dodatek-mieszkaniowy-i-dodatek-energetyczny-v-polshe-dlja-inostrancev/> (accessed 17 April 2020).

13. Korolev A. (2019) Kak reshaetsya kvartirny`j vopros v razny`x stranax mira [How to solve the housing problem in different countries of the world]. *365 Info* (electronic journal). Available at: <https://365info.kz/2019/01/kak-reshaetsya-kvartirnyj-vopros-v-raznyh-stranah-mira> (accessed 15 April 2020).

14. Overcrowding rate by age, sex, and poverty status – total population – EU-SILC survey (n.d.). *EUROSTAT*. Available at: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ilc_lvho05a (accessed 20 May 2020).

15. Kogatko Yu.L. (2019). Polipshennia zhytlovykh umov naseleennia Ukrainy: otsinka, potreby [Improving the living conditions of the population of Ukraine: assessment, needs]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika* [Demography and social economy], vol. 4, pp. 86–102.

16. Shyshkin V.S. (2016). Bidnist naseleennia Ukrainy za zhytlovyimi umovamy [Poverty of the population of Ukraine in terms of housing conditions]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika* [Demography and social economy], vol. 1, pp. 51–64. <https://doi.org/10.15407/dse2016.01.051>

17. Kogatko Yu.L., Polyakova, S.V. (2017). Determinanty zminy zhytlovykh umov [Determinants of changing living conditions]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure], vol. 12, pp. 129–134.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗА КРИТЕРІЄМ МАКСИМІЗАЦІЇ РІВНЯ СУСПІЛЬНОЇ ДОВІРИ ДО ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ EFFICIENCY OF GOVERNMENT REGULATION ACCORDING TO THE MAXIMIZATION OF THE PUBLIC TRUST IN THE FINANCIAL SECTOR¹

У статті розроблено науково-методичний підхід до оцінювання ефективності державного регулювання на засадах концепції граничної ефективності шляхом побудови моделі лінійного програмування, яка відрізняється від існуючих орієнтацією на максимізацію рівня суспільної довіри до фінансового сектору та врахуванням як вихідних змінних ієрархії цілей центральних банків. Такий підхід дає змогу кількісно оцінити недоотриману банками України величину суспільної довіри внаслідок нераціональної (не зваженої) політики забезпечення стабільності фінансової/банківської системи інституційних регуляторів на грошово-кредитному ринку. Додатково запропонований алгоритм оцінювання ефективності державного регулювання може бути використаний для надання рекомендацій щодо регламентів, інструментів чи методів грошово-кредитної політики, які сприятимуть підвищенню довіри до фінансовий сектору економіки і, відповідно, цінової стабільності, стійкості та надійності банківської системи, яких прагне досягти кожен центральний банк, враховуючи обмежений обсяг фінансових ресурсів та інструментів.

Ключові слова: гранична ефективність, державне регулювання, грошово-кредитна політика, суспільна довіра, фінансовий сектор.

В статті розробтан науково-методический підхід к оцелке ефективности

государственного регулирования на основе концепции предельной эффективности путем построения модели линейного программирования, которая отличается от существующих ориентацией на максимизацию уровня общественного доверия к финансовому сектору и учетом в качестве переменных иерархии целей центральных банков. Такой подход позволяет количественно оценить недополученную банками Украины величину общественного доверия вследствие нерациональной (не взвешенной) политики обеспечения стабильности финансовой/банковской системы институциональных регуляторов на денежно-кредитном рынке. Дополнительно предложенный алгоритм оценки эффективности государственного регулирования может быть использован для предоставления рекомендаций по разработке и внедрению регламентов, инструментов или методов денежно-кредитной политики, способствующих повышению доверия к финансовому сектору экономики и, соответственно, ценовой стабильности, устойчивости и надежности банковской системы, которых стремится достичь каждый центральный банк, учитывая ограниченный объем финансовых ресурсов и инструментов.

Ключевые слова: предельная эффективность, государственное регулирование, денежно-кредитная политика, общественное доверие, финансовый сектор.

УДК 336.71

<https://doi.org/10.32843/bses.54-30>

Бричко М.М.

к.е.н., доцент,
старший викладач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Сумський державний університет

Brychko Maryna

Sumy State University

Such a long-standing issue of measurement monetary policy efficiency had remained unresolved in the monetary economics and central banking literature. Concepts and suggestions aimed at addressing this question have been influenced in part by conceptualizing of what constitutes an efficient monetary policy and in part by selecting of quantification methodologies and appraisal tools. Scientific and methodological approach to assessing the efficiency of government regulation in terms of monetary policy implementation have been developed. This approach is based on the concept of marginal efficiency by constructing a linear programming model that differs from the existing ones by focusing on maximizing the level of public trust in the financial sector and taking into account the hierarchy of goals of central banks as output variables. Thus, the index of monetary freedom developed by The Heritage Foundation and the level of monetization of the country's economy are used as output parameters of the model, which characterize the price stability, reliability and stability of the financial system. The input parameters of the model are represented by the constituent elements of the balance sheets of central banks, which record the assets and liabilities arising from the use of a set of instruments and methods of monetary policy. Accordingly, the input parameters of the model are securities, required reserves, funds and deposits in foreign currency and bank metals and refinancing loans. This approach allows to quantitatively evaluate the amount of public trust that Ukrainian banks have not received due to the irrational (not balanced) policy of ensuring the stability of the financial / banking system by institutional regulators in the financial market. Additionally, the proposed algorithm can be used to provide recommendations on the development and implementation of regulations, tools or methods of monetary policy that enhance trust in the financial sector of the economy, and, accordingly, price stability, stability and reliability of the banking system, which every central bank seeks to achieve, given the limited amount of financial resources and tools.

Key words: marginal efficiency, government regulation, monetary policy, public trust, financial sector.

Постановка проблеми. Розвиток фінансового сектору, забезпечений довірою до банківської системи, є важливою передумовою сталого економічного та соціального зростання. Вищезазначені внески у створення міцної та надійної основи економічного розвитку значною мірою залежать від

ефективності державного регулювання з погляду прийнятої стратегії грошово-кредитної політики. Оцінка ефективності грошово-кредитної політики є одним зі складних питань теоретичного дослідження та практичної діяльності центральних банків. Досить часто це пов'язано з роз'єднаністю

¹ Статтю підготовлено в рамках виконання науково-дослідної роботи молодих науковців на тему «Економіко-математичне моделювання механізму відновлення суспільної довіри до фінансового сектору: запорука економічної безпеки України» (номер держ. реєстрації 0117U003924).

дослідників теорії фінансів щодо показників та критеріїв ефективності грошово-кредитної політики. Виходячи із цього, особливої актуальності набуває розвиток методології показників, що дають змогу оцінити користь ефективного державного регулювання з погляду реалізації грошово-кредитної політики до спостережуваних змін суспільної довіри до фінансового сектору економіки. Фундаментальною основою при цьому є розгляд максимізації суспільної довіри до фінансового сектору як необхідного (але недостатнього) кроку до досягнення цілей, які були поставлені центральними банками у межах своїх мандатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам дослідження ефективності державних регуляторних норм, у тому числі в контексті розроблення та реалізації грошово-кредитної політики, присвячено праці закордонних та вітчизняних дослідників. Необхідно відзначити праці Karintseva & Benetyte [5], Jiang & Wang [4], Ihaddaden [3], Rasche & Williams [6], Cecchetti, S.G., Flores-Lagunes, A. & Krause [1].

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення інструментарію оцінювання ефективності державного регулювання в контексті реалізації грошово-кредитної політики за критерієм максимізації рівня суспільної довіри до фінансового сектору економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Для вимірювання ефективності державного регулювання пропонуємо науково-методичний підхід до оцінювання ефективності грошово-кредитної політики на засадах концепції граничної ефективності шляхом побудови моделі лінійного програмування, яка відрізняється від існуючих орієнтацією на максимізацію рівня суспільної довіри до фінансового сектору та врахуванням як вихідних змінних ієрархії цілей центральних банків (рис. 1).

На першому етапі алгоритму здійснюється формування інформаційної бази вхідних і вихідних параметрів моделі.

Для отримання надійного, релевантного та інтерпретаційного результату вхідні та вихідні змінні були вибрані відповідно до основної стратегії та завдань центральних банків. Ураховуючи дисбаланси, що мали місце на світовому та національних фінансових ринках протягом останніх десятиріч, центральні банки багатьох країн здійснили трансформацію власної стратегії діяльності та розширили ключові функції. Так, законодавчі норми більшості країн визначили та закріпили ієрархічну підпорядкованість цілей центрального банку. Додатковими цілями поряд пріоритетним досягненням та підтримкою цінової стабільності в країні стали: забезпечення стабільності банківської або фінансової системи у цілому, досягнення повної зайнятості, додержання стійких темпів економічного зростання країни та/або підтримка еко-

номічної політики уряду, забезпечення ефективного функціонування платіжних систем.

Виконання цілей, закріплених мандатами центральних банків, або наближення до відповідних кількісних критеріїв їх оцінки формує необхідний рівень суспільної довіри до центрального банку (інституційний рівень) та фінансового сектору економіки (системний рівень) у цілому, що є необхідною умовою економічного зростання. Саме тому узагальнюючою характеристикою ефективності державного регулювання з погляду досягнення цілей, які були поставлені центральними банками у межах своїх мандатів, є максимізація суспільної довіри до фінансового сектору економіки.

Відповідно, вихідними параметрами моделі, які характеризують цінову стабільність, надійність та стійкість фінансової системи, виступають індекс монетарної свободи (y_1) та рівень монетизації економіки країни (y_2).

Індекс монетарної свободи є складовою частиною індексу економічної свободи, розробленого американським дослідницьким центром «Фонд спадщини» (The Heritage Foundation), що використовується з метою оцінки ефективності державного регулювання. Індекс монетарної свободи демонструє спроможність центрального банку контролювати інфляційні процеси та забезпечувати стабільність цін. Індекс монетарної свободи складається з двох складників: середньозваженого рівня інфляції за останні три роки та контролю цін. Середньозважений рівень інфляції протягом останніх трьох років виступає основним складником рівняння, що генерує базовий показник монетарної свободи. Ступінь контролю цін оцінюється як штраф у розмірі до 20 балів, що віднімається від базової оцінки. Отже, індекс монетарної свободи розраховується так [8]:

$$\text{Monetary Freedom}_i = 100 - \alpha \sqrt{\text{Weighted Avg. Inflation}_i - \text{PC penalty}_i}, \quad (1)$$

при цьому

$$\text{Weighted Avg. Inflation}_i = \theta_1 \text{Inflation}_{it} + \theta_2 \text{Inflation}_{it-1} + \theta_3 \text{Inflation}_{it-2}$$

де $\theta_1, \theta_2, \theta_3$ – коефіцієнти, сума значень яких дорівнює 1 та є експоненціально менша у послідовності (у цьому разі – значення 0,665, 0,245 та 0,090, відповідно);

Inflation – абсолютне значення річного рівня інфляції в країні і протягом періоду t , вираженого індексом споживчих цін;

Weighted Avg. Inflation_i – середньозважений рівень інфляції за останні три роки в країні i ;

α – коефіцієнт, який стабілізує дисперсію балів;

PC penalty – присвоєне значення від 0 до 20 балів виходячи зі ступеня контролю цін;

Monetary Freedom_i – індекс монетарної свободи.

Ступінь контролю цін, як другий складник індексу монетарної свободи, формується на

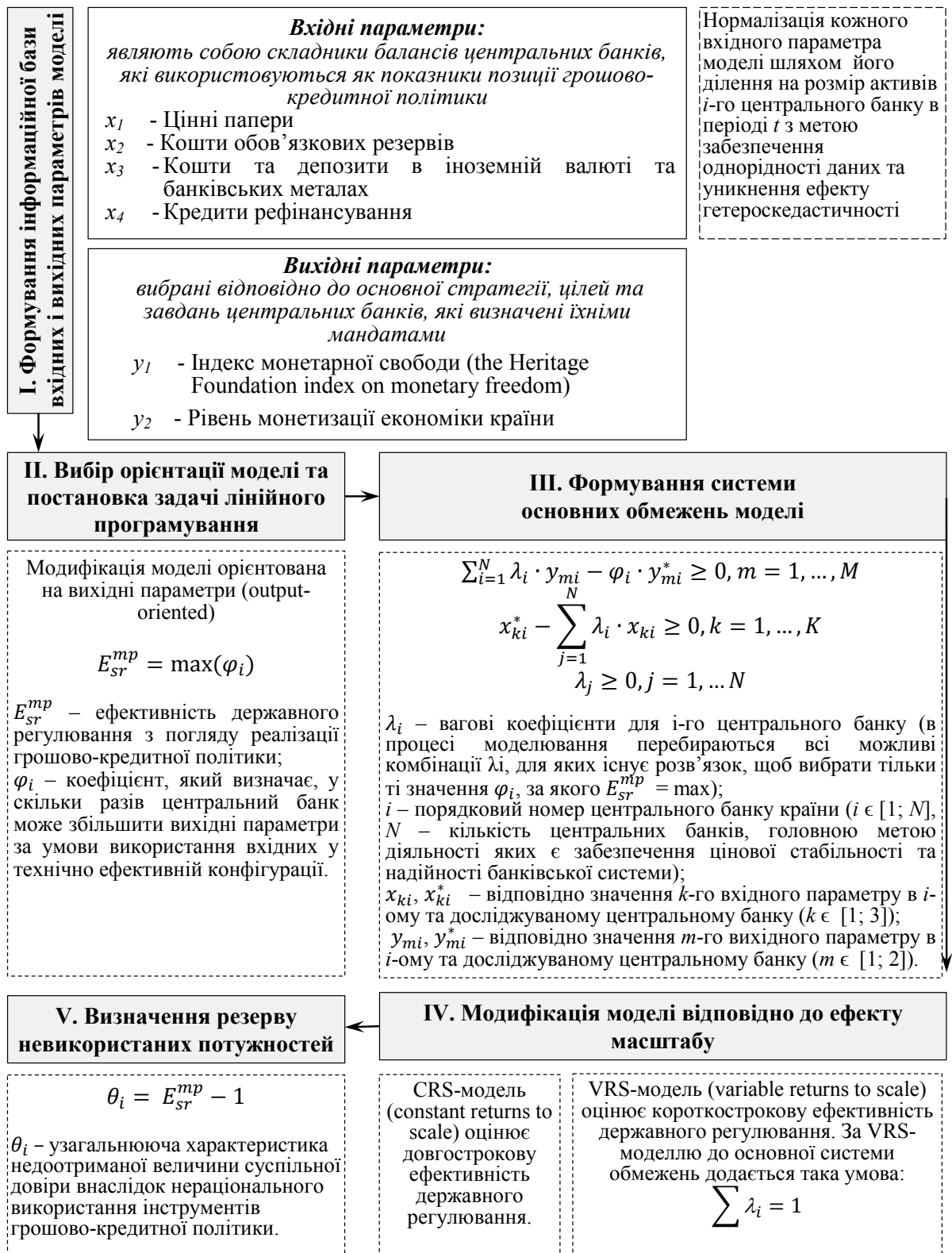


Рис. 1. Алгоритм оцінювання ефективності державного регулювання за критерієм максимізації рівня суспільної довіри до фінансового сектору

основі інформації про становище та хід реформ у країні в досліджуваному році та другій половині попереднього календарного року.

Стабільність банківської системи можна оцінювати з погляду її здатності протистояти зовнішнім

та внутрішнім шокам (стійкість системи), а також за умови відхилення банківської системи від рівноважного стану, здатності зберегти суспільну довіру до неї (надійність системи). Саме тому кількісним показником виміру стабільності бан-

ківської системи є рівень монетизації економіки, оскільки він характеризує ступінь забезпеченості економіки країни фінансовими ресурсами, відображає суспільну довіру до національної грошової одиниці, а також політики монетарної влади. Невикористання показників дотримання комерційними банками економічних нормативів та індикаторів фінансової стійкості, зокрема розроблених Міжнародним валютним фондом у рамках Програми оцінки стабільності фінансового сектору (Financial Sector Assessment Program), аргументується тим, що вони є наслідком регуляторних дій центральних банків, а не метою їхньої діяльності. Кількісно показник монетизації економіки розраховується як відношення грошового агрегату M2, до складу якого входять готівка, грошові кошти на рахунках підприємств і внески населення в банках, до ВВП у відсотках. Таким чином, диверсифікація фінансової системи, збільшення її розміру та ліквідності, тим самим визначаючи її стабільність, забезпечуються зростанням рівня монетизації економіки.

Коефіцієнти вхідних параметрів моделі представлені складовими елементами балансів центральних банків, які фіксують активи та зобов'язання, що виникають унаслідок застосування комплексу інструментів та методів грошово-кредитної політики. Відповідно, вхідними параметрами моделі виступають: цінні папери (x_1), кошти обов'язкових резервів (x_2), кошти та депозити в іноземній валюті та банківських металах (x_3) та кредити рефінансування (x_4).

Турбулентності та деформації, які були сформовані внаслідок світової фінансової кризи, спровокували центральні банки багатьох країн до інструментів нетрадиційної, принаймні у сучасному контексті, грошово-кредитної політики, зокрема кількісного пом'якшення, кредитного пом'якшення та надання термінових кредитів із метою досягнення цілей грошово-кредитної політики та вирішення проблем, пов'язаних зі стабільністю фінансової системи. А тому зміни як в абсолютному розмірі, так і у відносному складі балансів центральних банків починаючи з 2008 р. стали показником позиції грошово-кредитної політики [2].

Зіткнувшись із напругою та ризиками фінансової кризи, центральні банки багатьох країн зробили одну або декілька наступних дій [9]:

- збільшення обсягів забезпечення ліквідності банківських систем, тобто задоволення підвищеного попиту банків на ліквідність, у тому числі змінюючи способи надання ліквідності, а в деяких випадках шляхом надання строкового кредитування;

- започаткування операцій прямого кредитування небанківського приватного сектору або придбання активів приватного сектору;

- купівля середньо- та довгострокових цінних паперів державного сектору або цінних паперів, гарантованих державою у великих обсягах;

- формування чітких усних указівок щодо розвитку грошово-кредитної політики в майбутньому, включаючи вказівки щодо майбутнього використання балансу центрального банку (у тому числі у розрізі резервів), якщо конкретні зміни відбудуться.

Усі ці дії передбачають, хоча різною мірою, збільшення розміру балансу центрального банку та модифікації його складу. Єдиний інструмент грошово-кредитної політики, який не призводить до прямих змін розміру або/та складу балансу центрального банку, – короткострокова процентна ставка i , відповідно, не надає інформацію про позицію грошово-кредитної політики.

На другому етапі алгоритму вибирається орієнтація моделі (визначення цільового значення функції) та постановка задачі лінійного програмування.

Оскільки головним завданням ефективного державного регулювання з погляду реалізації грошово-кредитної політики є максимізація рівня суспільної довіри до фінансового сектору економіки, вираженого у досягнутих цілях, модифікація моделі орієнтована на вихідні параметри (output-oriented). Таким чином, ефективним державним регулюванням із нульовим резервом уважатимемо досягнення максимізації вихідних параметрів за заданих ресурсів. А тому для центральних банків із неефективним державним регулюванням із погляду реалізації грошово-кредитної політики будуть надані рекомендації щодо пропорційного збільшення вихідних параметрів у φ разів за незмінних значень вхідних параметрів. Для розрахунку показника ефективності державного регулювання з погляду реалізації грошово-кредитної політики центрального банку необхідно вирішити задачу лінійного програмування:

$$E_{sr}^{mp} = \max(\varphi_i), \quad (2)$$

де E_{sr}^{mp} – ефективність державного регулювання з погляду реалізації грошово-кредитної політики;

φ_i – коефіцієнт, який визначає, у скільки разів центральний банк може збільшити вихідні параметри за умови використання вхідних у технічно ефективній конфігурації.

На третьому етапі алгоритму здійснюється формування системи основних обмежень моделі.

Основні положення моделі полягають у таких припущеннях. Припускається, що N центральних банків використовують K вхідних параметрів, які вони використовують для виробництва (реалізації) M вихідних параметрів. Для i -го центрального банку ці дані виражено векторами x_i та y_i відповідно. Матриці вхідних параметрів X (розмірністю $K \times N$) та вихідних параметрів Y (розмірністю $M \times N$) містять у собі дані про N центральних банків.

У загальному вигляді функцію мети можна записати як:

$$F = (\varphi_1, \varphi_2, \dots, \varphi_N) \rightarrow \max \quad (3)$$

А система основних обмежень має такий вигляд:

$$\sum_{i=1}^N \lambda_i \cdot y_{mi} - \varphi_i \cdot y_{mi}^* \geq 0, \quad m = 1, \dots, M \quad (4)$$

$$x_{ki}^* - \sum_{j=1}^N \lambda_j \cdot x_{kj} \geq 0, \quad k = 1, \dots, K$$

$$\lambda_j \geq 0, \quad j = 1, \dots, N,$$

де λ_i – вагові коефіцієнти для i -го центрального банку (в процесі моделювання перебираються всі можливі комбінації λ_i , для яких існує розв’язок, для того щоб вибрати тільки ті значення φ_i , за якого $E_{sr}^{mp} = \max$);

i – порядковий номер центрального банку ($i \in [1; M]$, N – кількість банків, головною метою діяльності яких є забезпечення цінової стабільності та надійності банківської системи);

x_{ki}, x_{ki}^* – відповідно, значення k -го вхідного параметру в i -ому та досліджуваному центральному банку ($k \in [1; 3]$);

y_{mi}, y_{mi}^* – відповідно значення m -го вихідного параметру в i -ому та досліджуваному центральному банку ($m \in [1; 2]$).

Таким чином, критерієм ефективності державного регулювання з погляду реалізації грошово-кредитної політики пропонується вважати максимізацію рівня суспільної довіри до фінансової системи, оскільки вона на відміну від інших підходів ураховує інтереси всього суспільства, забезпечує розвиток фінансового сектору та, відповідно, виступає важливою передумовою сталого економічного та соціального зростання. Рівень ефективності державного регулювання з погляду реалізації грошово-кредитної політики при цьому визначається не як єдиний інтегральний показник, а шляхом узагальнення (у відповідній математичній конфігурації) значень релевантних параметрів (ієрархії цілей), які її формують.

Система обмежень функції цілі для кожного i -го центрального банку має $M+K+1$ обмежень і для поставленої задачі з чотирма вхідними параметрами (x_1, x_2, x_3 та x_4) та двома вихідними параметрами (y_1 та y_2) набуває вигляду:

$$\begin{cases} -\varphi_i \cdot y_{1i} + (y_{11} \cdot \lambda_1 + y_{12} \cdot \lambda_2 + \dots + y_{1N} \cdot \lambda_N) \geq 0 \\ -\varphi_i \cdot y_{2i} + (y_{21} \cdot \lambda_1 + y_{22} \cdot \lambda_2 + \dots + y_{2N} \cdot \lambda_N) \geq 0 \\ x_{1i} - (x_{11} \cdot \lambda_1 + x_{12} \cdot \lambda_2 + \dots + x_{1N} \cdot \lambda_N) \geq 0 \\ x_{2i} - (x_{21} \cdot \lambda_1 + x_{22} \cdot \lambda_2 + \dots + x_{2N} \cdot \lambda_N) \geq 0 \\ x_{3i} - (x_{31} \cdot \lambda_1 + x_{32} \cdot \lambda_2 + \dots + x_{3N} \cdot \lambda_N) \geq 0 \\ x_{4i} - (x_{41} \cdot \lambda_1 + x_{42} \cdot \lambda_2 + \dots + x_{4N} \cdot \lambda_N) \geq 0 \\ \lambda_j \geq 0 \end{cases} \quad (5)$$

Знаходження розв’язку за допомогою методу лінійного програмування полягає у тому, що перебираються всі можливі комбінації λ_j , для яких існує розв’язок, тобто φ_i , наступним етапом вибирається тільки те значення φ_i , за якого функція мети досягає максимуму. Для поставленої задачі сис-

тема обмежень функції цілі має такий матричний вигляд:

$$\begin{bmatrix} -y_{1i} & y_{11} & \dots & y_{1N} \\ -y_{2i} & y_{21} & \dots & y_{2N} \\ 0 & -x_{11} & \dots & -x_{1N} \\ 0 & -x_{21} & \dots & -x_{2N} \\ 0 & -x_{31} & \dots & -x_{3N} \\ 0 & -x_{41} & \dots & -x_{4N} \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} \varphi_i \\ \lambda_1 \\ \lambda_2 \\ \vdots \\ \lambda_N \end{bmatrix} \geq \begin{bmatrix} 0 \\ 0 \\ -x_{1i} \\ -x_{2i} \\ -x_{3i} \\ -x_{4i} \end{bmatrix} \quad (6)$$

Таким чином, кожен вихідний параметр банку масштабується за однаковим фактором φ_i до тих пір, поки межа ефективності даного центрального банку не досягне визначеної межі ефективності за Фареллом.

Визначена міра ефективності за допомогою output-oriented DEA визначає пропорцію (кількість відсотків), на яку керівництво центрального банку має збільшити результативні вихідні показники з метою досягнення найвищого рівня ефективності державного регулювання з нульовим резервом по відношенню до інших центральних банків, які існують реально або гіпотетично і функціонують оптимально. Значення E_{sr}^{mp} належать діапазону від одиниці до нескінченності, що відображає наближення кожного центрального банку до межі ефективності. Проте існують випадки, коли його значення менше за 1, що може свідчити про те, що навіть за ефективного використання вхідних параметрів у рамках застосування різних інструментів грошово-кредитної політики сформований рівень суспільної довіри до фінансового сектору менший, ніж потенційно можливий. Це свідчить про те, що суспільна довіра до фінансового сектору може бути збільшена за рахунок зростання продуктивності діяльності без будь-яких змін у рівні використовуваних вхідних параметрів.

На четвертому етапі алгоритму здійснюється модифікація моделі відповідно до ефекту масштабу.

Модель DEA дає змогу визначити як довгострокову, так і короткострокову ефективність, тому наступним етапом є визначення ефективності відповідно до ефекту масштабу. Із цією метою розглядаються дві моделі: CRS-модель (constant returns to scale) та VRS-модель (variable returns to scale).

CRS-модель, або модель постійних доходів, залежно від зростання масштабів виробництва використовується під час оцінки довгострокової ефективності. Алгоритм реалізації моделі у цьому разі відповідає вирішенню завдання в загальному вигляді, що зазначено в (2) та (3). У цьому разі будь-які порівняння між різними за величиною центральними банками допускаються, оскільки розглядається постійна віддача від масштабу виробництва. Мається на увазі, що в довгостроковому періоді величина центрального банку (розмір його капіталу або активів) не має значення, а тому

центрального банку може збільшувати будь-які комбінації вхідних та вихідних змінних.

VRS-модель або модель змінних доходів залежно від збільшення масштабів виробництва покликана визначати короткострокову ефективність. На противагу попередній моделі в даному разі припускають наявність оптимальної величини центрального банку, тобто центрального банку теоретично може більш ефективно здійснювати свою діяльність, спрямовану на збільшення рівня суспільної довіри, ніж малі чи середні за розміром центральні банки. Таким чином, output-oriented VRS-модель оцінює ефективність державного регулювання з погляду реалізації грошово-кредитної політики порівняно з об'єктами, які можуть бути порівняні з ним за масштабом діяльності в короткостроковому періоді. Тому оцінка за моделлю визначає локальну чисту технічну ефективність банку (pure technical efficiency). Під час оцінки банків за VRS-моделлю до задач (2 та 3) додається умова:

$$\sum_i = 1 \quad (7)$$

У цьому разі, виходячи із задачі (2), та за необхідності врахування умови 6 розрахована величина φ показує, у скільки разів центрального банку може збільшити суспільну довіру до фінансового сектору за умови використання вхідних параметрів у технічно ефективній конфігурації.

На останньому етапі алгоритму здійснюється визначення резерву невикористаних потужностей.

Під резервом невикористаних потужностей ми розуміємо можливість центрального банку поліпшити ефективність державного регулювання. Проте резерв невикористаних потужностей та ефективність державного регулювання мають обернену залежність. А тому резерв невикористаних потужностей центрального банку можна розглядати як утрачені можливості ефективності державного регулювання з погляду реалізації грошово-кредитної політики. Таким чином, чим більший невикористаний резерв має центрального банку, тим більш неефективним він є.

Математично спосіб знаходження резерву матиме такий вираз:

$$\theta_i = E_{sr}^{mp} - 1, \quad (8)$$

де 1 – еталонне значення для будь-якого центрального банку;

E_{sr}^{mp} – значення ефективності корпоративного управління досліджуванним банком;

θ_i – узагальнююча характеристика недоотриманої величини суспільної довіри внаслідок нераціонального використання інструментів грошово-кредитної політики.

Отже, запропонований алгоритм оцінювання ефективності державного регулювання може бути використаний для виявлення резервів невикористаних потужностей, а отже, для надання рекомендацій щодо регламентів, інструментів чи методів

грошово-кредитної політики, які сприятимуть підвищенню довіри до фінансовий сектору економіки і, відповідно, цінової стабільності, стійкості та надійності банківської системи, яких прагне досягти кожен центрального банку, урахуовуючи обмежений обсяг фінансових ресурсів та інструментів.

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток фінансового сектору, забезпечений довірою до банківської системи, є важливою передумовою сталого економічного та соціального зростання. Вищезазначені внески у створення міцної та надійної основи економічного зростання значною мірою залежать від ефективності державного регулювання з погляду стратегії грошово-кредитної політики, яка була прийнята. Вимірювання його ефективності є одним зі складних питань теорії та практики центрального банку. Існування великої кількості цілей грошово-кредитної політики, які, як правило, неоднорідні в різних країнах, труднощі в кількісному вимірі досягнень центрального банку, складність інструментів та механізмів, які центральні банки використовують для досягнення цілей, змушують до пошуку нових методик оцінювання. Для вимірювання ефективності державного регулювання в контексті центрального банку було розроблено та застосовано непараметричний метод аналізу DEA, який набув широкого застосування під час вимірювання ефективності в банківській галузі. Для отримання надійного, релевантного та інтерпретаційного результату вхідні та вихідні змінні були вибрані відповідно до основної стратегії та цілей більшості центрального банку. Коефіцієнти вхідних даних представлено компонентами балансових звітів центрального банку, які фіксують активи та зобов'язання, що виникають у результаті використання набору інструментів та методів грошово-кредитної політики. Індекс монетарної свободи та коефіцієнт монетизації економіки характеризують цінову стабільність, надійність та стабільність фінансової системи в кількісному вимірі і, отже, використовувалися як вихідні параметри моделі. Запропонований підхід до оцінювання ефективності грошово-кредитної політики може бути використаний для надання рекомендацій щодо регламентів та стимулів чи управлінських практик, які сприятимуть підвищенню довіри до фінансового сектору та цінової стабільності, яких прагне досягти кожен центрального банку, урахуовуючи обмежений обсяг вкладень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Cecchetti S.G., Flores-Lagunes A. & Krause S. Has monetary policy become more efficient? A cross-country analysis. *Economic Journal*. 2006. № 116(511). P. 408–433. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2006.01086.x>
2. Curdia V., Woodford M. The central-bank balance sheet as an instrument of monetary policy. *Journal of Monetary Economics*. 2011. № 58(1). P. 54–79.

3. Ihaddaden M.E.F. Investigating Eurosystem Central Banking Efficiency: A Data Envelopment Analysis Approach. *Revue d'Economie & de Gestion*. 2019. № 3(1). P. 1–12. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3326536>

4. Jiang Y. & Wang G. Monetary Policy Surprises and the Responses of Asset Prices: An Event Study Analysis. *SocioEconomic Challenges*. 2017. № 1(3). P. 22–44. URL: [https://doi.org/10.21272/sec.1\(3\).22-44.2017](https://doi.org/10.21272/sec.1(3).22-44.2017)

5. Karintseva O. & Benetyte R. Estimation of Efficiency of State Regulation in Economic Restructuring Based on the Environmental Factor. *Socioeconomic Challenges*. 2018. № 2(1). P. 91–102. URL: [https://doi.org/10.21272/sec.2\(1\).91-102.2018](https://doi.org/10.21272/sec.2(1).91-102.2018).

6. Rasche R.H. & Williams M.M. The Effectiveness of Monetary Policy. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*. 2007. № 89(5). P. 447–489.

7. Subeh M.A. & Boiko A.O. Modeling efficiency of the State Financial Monitoring Service in the context of counteraction to money laundering and terrorism financing. *Socioeconomic Challenges*. 2017. № 1(2). P. 39–51. URL: [https://doi.org/10.21272/sec.1\(2\).39-51.2017](https://doi.org/10.21272/sec.1(2).39-51.2017)

8. The Heritage Foundation (2020). *heritage.org/Index*. URL: <https://www.heritage.org/index/pdf/2020/book/methodology.pdf> (дата звернення: 03.07.2020).

9. The role of the central bank balance sheet in monetary policy. *Economic Bulletin*. 2015. Issue 4. P. 61–78.

A cross-country analysis. *Economic Journal*, 116(511), pp. 408–433. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2006.01086.x>

2. Curdia, V., Woodford, M. (2011). The central-bank balance sheet as an instrument of monetary policy. *Journal of Monetary Economics*, 58(1), 54–79.

3. Ihaddaden, M. E. F. (2019). Investigating Eurosystem Central Banking Efficiency: A Data Envelopment Analysis Approach. *Revue d'Economie & de Gestion*, 3(1), pp. 1–12. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3326536>

4. Jiang, Y. & Wang, G. (2017). Monetary Policy Surprises and the Responses of Asset Prices: An Event Study Analysis. *SocioEconomic Challenges*, 1(3), pp. 22–44. [https://doi.org/10.21272/sec.1\(3\).22-44.2017](https://doi.org/10.21272/sec.1(3).22-44.2017)

5. Karintseva, O. & Benetyte, R. (2018). Estimation of Efficiency of State Regulation in Economic Restructuring Based on the Environmental Factor. *Socioeconomic Challenges*, 2(1), pp. 91–102. [https://doi.org/10.21272/sec.2\(1\).91-102.2018](https://doi.org/10.21272/sec.2(1).91-102.2018)

6. Rasche, R. H. & Williams, M. M. (2007). The Effectiveness of Monetary Policy. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 89(5), pp. 447–489.

7. Subeh, M. A. & Boiko, A. O. (2017). Modeling efficiency of the State Financial Monitoring Service in the context of counteraction to money laundering and terrorism financing. *Socioeconomic Challenges*, 1(2), pp. 39–51. [https://doi.org/10.21272/sec.1\(2\).39-51.2017](https://doi.org/10.21272/sec.1(2).39-51.2017)

8. The Heritage Foundation (2020). *heritage.org/Index*. [Online] Available at: <https://www.heritage.org/index/pdf/2020/book/methodology.pdf> (accessed 3 July 2020).

9. The role of the central bank balance sheet in monetary policy. *Economic Bulletin*, 2015, Issue 4, 61–78.

REFERENCES:

1. Cecchetti, S. G., Flores-Lagunes, A. & Krause, S., (2006). Has monetary policy become more efficient?

УРЯДОВІ ВИДАТКИ НА ТРАНСПОРТ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС

GOVERNMENT EXPENDITURE ON TRANSPORT: CURRENT TRENDS IN UKRAINE AND EU

УДК 336.5: 625.7

<https://doi.org/10.32843/bses.54-31>

Масалітіна В.В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів,
обліку і аудиту
Національний транспортний університет

Наконечна С.А.

старший викладач кафедри фінансів,
обліку і аудиту
Національний транспортний університет

Турпак Т.Г.

к.е.н., доцент кафедри фінансів,
обліку і аудиту
Національний транспортний університет

Masalitina Viktoriia

National Transport University

Nakonechna Svitlana

National Transport University

Turpak Tetiana

National Transport University

У статті проаналізовано європейську та вітчизняну практики державного фінансування транспорту з визначенням пріоритетності видатків на транспорт у системі бюджетних видатків. Проведено групування країн – членів ЄС за такими двома ознаками, як частка видатків бюджету на транспорт у ВВП, середньорічний обсяг абсолютного зростання (зменшення) видатків бюджету на транспорт у довгостроковому періоді. Визначено, що видатки на транспорт належать до категорії пріоритетних у країнах – членах ЄС, поступають лише видаткам на соціальний захист, охорону здоров'я, загальні державні послуги, освіту та економічну діяльність без транспорту. Вітчизняні реалії розподілу видатків Зведеного бюджету України вказують на відмінність пріоритетів фінансування. Бюджетне фінансування транспортної інфраструктури в Україні поступається фінансуванню додатково за напрямками громадського порядку, безпеки та судової влади, а також оборони.

Ключові слова: видатки бюджету, транспорт, транспортна інфраструктура держави, європейський досвід, Зведений бюджет України.

В статті проаналізовані європейська та отечественная практики государственного финансирования транспорта с определением приоритетности расходов на транспорт в системе бюджетных расходов. Проведено группирование стран – членов ЕС по таким двум признакам, как доля расходов бюджета на транспорт в ВВП, среднегодовой объем абсолютного роста (снижения) расходов бюджета на транспорт в долгосрочном периоде. Определено, что расходы на транспорт относятся к категории приоритетных в странах – членах ЕС, уступая лишь расходам на социальную защиту, здравоохранение, общие государственные услуги, образование и экономическую деятельность без транспорта. Отечественные реалии распределения расходов Сводного бюджета Украины указывают на различие приоритетов финансирования. Бюджетное финансирование транспортной инфраструктуры в Украине уступает финансированию дополнительно за направлениями общественного порядка, безопасности и судебной власти, а также обороны.

Ключевые слова: расходы бюджета, транспорт, транспортная инфраструктура государства, европейский опыт, Сводный бюджет Украины.

The article deals the current trends of government expenditure on transport in Ukraine and the 27 member countries of the European Union (EU). Transport infrastructure is an important factor for the proper functioning of the state, ensuring its investment attractiveness among external creditors, comfortable business and living population. One of the key tasks for the maintenance of transport infrastructure is the implementation of comprehensive government programs to financing to the development of the industry, based on the principles of systematization, efficiency and effectiveness, economic feasibility, sufficient funding. Government expenditure on transport is a priority in the EU, second only to expenditure on social protection, health, general public services, education and economic activity. The Ukrainian realities of the distribution of expenditures of the Consolidated Budget of Ukraine indicate a difference in priorities. Government expenditure on transport were lower than expenditures on social protection, education, national functions, health care, public order, security and the judiciary, defense, and economic activity. Budget financing of transport infrastructure in Ukraine is inferior to financing of public order, security and judiciary, defense. It is different from the practice of European countries. Grouping of the EU countries according to two criteria: the share of budget expenditures on transport in GDP, the average annual volume of absolute growth (decrease) of budget expenditures on transport in 2014-2018 was performed. The share of government expenditure on transport in GDP in Ukraine corresponded to the level in countries such as Denmark, Germany, Spain, France, Italy, Lithuania, Malta, Portugal and the United Kingdom. The tendencies of government expenditure on transport are generalized. Despite the dynamic growth of expenditures on transport in Ukraine in the medium term, it was not possible to achieve a satisfactory state of transport infrastructure. The process of financial support of expenditures on transport within the budget and state programs is imperfect.

Key words: budget expenditures, transport, transport infrastructure of the state, European experience, Consolidated budget of Ukraine.

Постановка проблеми. Транспортна інфраструктура є важливим чинником нормального функціонування держави, забезпечення її інвестиційної привабливості серед зовнішніх кредиторів, комфортних умов ведення бізнесу та проживання населення. Одним із ключових завдань для утримання транспортної інфраструктури є впровадження комплексних державних програм фінансування розвитку галузі, що базуються на принципах системності, ефективності та результативності, економічної обґрунтованості, достатнього фінансування. Досвід упровадження попередніх програм характеризується так: «Фактично припинено роботи з будівництва автомобільних доріг, обсяги робіт із поточного

середнього ремонту в десятки разів були меншими від нормативних, ямковість ліквідували несвоєчасно та не на всіх дорогах. Як наслідок, стан доріг погіршився до катастрофічного» [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В українській фінансовій літературі проблематику фінансування транспорту досліджували А.В. Базиліук А.О. Безуглий, С.В. Бойко, В.Г. Виговський А.А. Возненко, В.В. Гошовська, Т.Г. Затонацька, О.І. Никифорок, Я.О. Овсянникова, О.М. Парубець Л.Ю. Чмирьова, Н.О. Федяй та ін. [2–9]. Попри наявний інтерес до окресленої проблематики, питання іноземного досвіду фінансування транспорту та перспектив його імплементації у вітчиз-

няних умовах не знайшли достатнього висвітлення (за винятком праць А.Є. Буряченко, В.С. Морозова, О.І. Никифорука, О.Г. Харчук, І.В. Буцєрога та ін. [6; 10–12]) та потребують додаткового дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз європейської та вітчизняної практики державного фінансування транспорту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Видатки на транспорт, відповідно до Класифікації функцій уряду (COFOG [13], розробленої в 1999 р. Організацією економічного співробітництва та розвитку, належать до четвертої групи видатків із кодом 04.5 з такою внутрішньою структурою: 04.51 Автомобільний транспорт, 04.52 Водний транспорт, 04.53 Залізничний транспорт, 04.54 Авіаційний транспорт, 04.55 Трубопровідний та інші види транспорту. До складу державних видатків на транспорт належать видатки на управління справами та службами експлуатації, використання, будівництва та обслуговування систем та споруд усіх видів транспорту (за кодами 04.51–04.55), будівництво та обслуговування автомобільних доріг, водних та повітряних транспортних систем; збирання та розповсюдження загальної інформації, технічної документації та статистичних даних про експлуатацію транспорту та дорожньо-будівельну діяльність; гранти, позики чи субсидії на підтримку експлуатації, будівництва, обслуговування або модернізації об'єктів транспорту [13, с. 208–210].

Видатки бюджетів доцільно аналізувати за абсолютними та відносними показниками [14]. Видатки на транспорт усіх країн – членів ЄС у 2018 р. становили 315 455 млн євро, що становить максимальне значення за останні три роки та є результатом тенденції до збільшення (+2,35% у 2017 р. та +6,32% у 2018 р.).

Кумулятивний обсяг видатків на транспорт усіх 28 країн – членів ЄС у 2014–2018 рр. становив 1 491 998 млн євро, що поступався видаткам на соціальний захист (код COFOG – GF10 Social protection,

обсяг бюджетних видатків – 14 239 554 млн євро), здоров'я (GF07 Health, 5 355 364 млн євро), загальні державні послуги (GF01 General public services, 4 583 297 млн євро), освіту (GF09 Education, 3 596 943 млн євро), економічна діяльність без транспорту (GF0401-0404, 0406-0409 Economic affairs, 1 676 117 млн євро). Водночас видатки на транспорт перевищували видатки за такими напрямками: житлово-комунальні послуги (GF06 Housing and community amenities, 448 280 млн євро), охорона навколишнього середовища (GF05 Environmental protection, 584 781 млн євро), відпочинок, культура та релігія (GF08 Recreation, culture and religion, 798 609 млн євро), оборона (GF02 Defence, 992 193 млн євро), громадський порядок та безпека (GF03 Public order and safety, 1 281 382 млн євро).

За наведеними даними можна зробити висновок, що видатки на транспорт належать до категорії пріоритетних у країнах – членах ЄС, поступаючись лише видаткам на соціальний захист, охорону здоров'я, загальні державні послуги, освіту та економічну діяльність без транспорту. Вітчизняні реалії розподілу видатків Зведеного бюджету України вказують на відмінність пріоритетів фінансування. Частка видатків на транспорт коливалася від 3,5% до 5,6% із тенденцією до збільшення протягом 2017–2018 рр. (табл. 1) та утримання досягнутого максимуму в 2019 р. С.В. Бойко, В.В. Гошовська, Н.В. Бойко за результатами проведених досліджень резюмують, що «негативно на стан доріг впливає не лише недостатній обсяг фінансування дорожнього господарства з державного та місцевих бюджетів, а й високий рівень його волатильності» [3, с. 27].

Видатки на транспорт були за обсягами фінансування у 2014–2018 рр. меншими, ніж видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення, освіту, загальнодержавні функції, охорону здоров'я, громадський порядок, безпеку та судову владу, оборону, економічну діяльність. За даними пріоритетами варто відзначити, що бюджетне фінансування транспортної інфраструктури в Україні поступається фінансуванню громадського

Таблиця 1

Структура видатків Зведеного бюджету України у 2014-2018 рр., %

Напрямок видатків	2014	2015	2016	2017	2018
Загальнодержавні функції	14,7	17,3	16,1	15,7	15,3
Оборона	5,2	7,7	7,1	7,0	7,8
Громадський порядок, безпека та судова влада	8,6	8,1	8,6	8,4	9,4
Економічна діяльність	8,3	8,3	7,9	9,8	11,3
у тому числі транспорт	3,6	4,6	3,5	4,7	5,6
Охорона навколишнього природного середовища	0,7	0,8	0,8	0,7	0,7
Житлово-комунальне господарство	3,4	2,3	2,1	2,6	2,4
Охорона здоров'я	10,9	10,4	9,0	9,7	9,3
Духовний та фізичний розвиток	2,7	2,4	2,0	2,3	2,3
Освіта	19,1	16,8	15,5	16,8	16,8
Соціальний захист та соціальне забезпечення	26,4	25,9	30,9	27,0	24,7

Джерело: складено за даними [15]

Таблиця 2

Частка видатків на транспорт у ВВП у 2014–2018 рр., %

Країна	2014	2015	2016	2017	2018	Середньо-річний темп приросту, %
ЄС – 28 країн (2013-2020)	2,0	2,0	1,9	1,9	2,0	0,0
Бельгія	3,1	2,8	2,6	2,7	2,8	-2,5
Болгарія	3,4	3,9	2,4	2,0	3,3	-0,7
Чехія	3,4	3,9	3,5	3,2	3,5	0,7
Данія	2,2	2,2	1,9	1,9	1,9	-3,6
Німеччина	1,5	1,5	1,5	1,6	1,6	1,6
Естонія	3,0	3,2	2,7	3,2	2,6	-3,5
Ірландія	1,5	1,1	1,2	1,1	1,1	-7,5
Греція	2,5	3,1	3,0	2,2	1,8	-7,9
Іспанія	1,6	1,7	1,4	1,4	1,6	0,0
Франція	2,0	1,9	2,0	2,0	2,1	1,2
Хорватія	3,9	2,9	3,1	2,5	2,9	-7,1
Італія	1,8	1,8	1,7	1,6	1,7	-1,4
Кіпр	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	3,9
Латвія	2,7	2,3	2,4	2,4	2,7	0,0
Литва	1,2	1,5	1,8	1,6	1,6	7,5
Люксембург	3,4	3,5	3,6	3,7	3,3	-0,7
Угорщина	4,5	4,6	3,5	3,8	4,4	-0,6
Мальта	1,4	1,7	1,2	1,0	1,9	7,9
Нідерланди	2,4	2,3	2,2	2,2	2,1	-3,3
Австрія	3,0	2,9	2,9	2,9	2,9	-0,8
Польща	3,6	3,4	2,9	3,1	3,6	0,0
Португалія	2,4	1,9	1,8	1,8	1,8	-6,9
Румунія	3,9	3,4	3,3	2,6	2,3	-12,4
Словенія	2,5	2,9	1,9	2,2	2,5	0,0
Словаччина	4,7	6,0	4,4	3,8	4,0	-4,0
Фінляндія	2,5	2,4	2,3	2,3	2,3	-2,1
Швеція	2,7	2,6	2,6	2,6	2,7	0,0
Об'єднане Королівство	1,7	1,8	1,7	1,7	1,7	0,0
Ісландія	2,2	2,0	2,1	2,4	3,0	8,1
Норвегія	3,3	3,6	3,8	3,7	3,7	2,9
Швейцарія	2,6	2,7	2,7	2,6	2,6	0,0

Джерело: складено за даними [14]

порядку, безпеки та судової влади, а також оборони, що становить відмінність від практики європейських держав.

Частка видатків на транспорт у ВВП – це ключовий відносний показник схильності держави до фінансування транспорту. За даними Євростату, середній рівень видатків на транспорт у європейських країнах – 1,9–2,0% ВВП із високим рівнем варіації відносних показників (табл. 2).

Якщо аналізувати відносні показники схильності європейських країн до фінансування транспорту, вважаємо доцільним застосувати технологію групування з графічним представленням одержаних результатів (рис. 1).

Перша групувальна ознака – частка видатків бюджету на транспорт у ВВП. Лідерами за часткою ВВП, що витрачаються на фінансування транспорту, є Угорщина і Словаччина. Середній рівень

бюджетного фінансування транспорту понад 3,0% ВВП характерний для Бельгії, Австрії, Естонії, Хорватії, Румунії, Болгарії, Чехії, Люксембурга, Норвегії, Польщі. Середній рівень бюджетного фінансування транспорту близько 2,5% ВВП характерний для Греції, Латвії, Швеції, Швейцарії, Ісландії, Нідерландів, Фінляндії, Словенії. Видатки бюджету на транспорт на рівні до 2,0% ВВП характерні для Мальти, Німеччини, Ірландії, Іспанії, Франції, Італії, Литви, Португалії та Об'єданого Королівства. Найнижчий показник у Кіпру (0,6–0,7% ВВП).

В Україні частка видатків на транспорт у ВВП у 2014 р. становила 1,18%, у 2015 р. – 1,56%, у 2016 р. – 1,23%, у 2017 р. – 1,66%, у 2018 р. – 1,98%, у 2019 р. – 1,95% (рис. 2). На думку О.М. Парубець та Д.О. Сугоняко, «сучасний стан економіки України та дефіцит коштів державного бюджету не дають змоги здійснювати масштабну фінансову

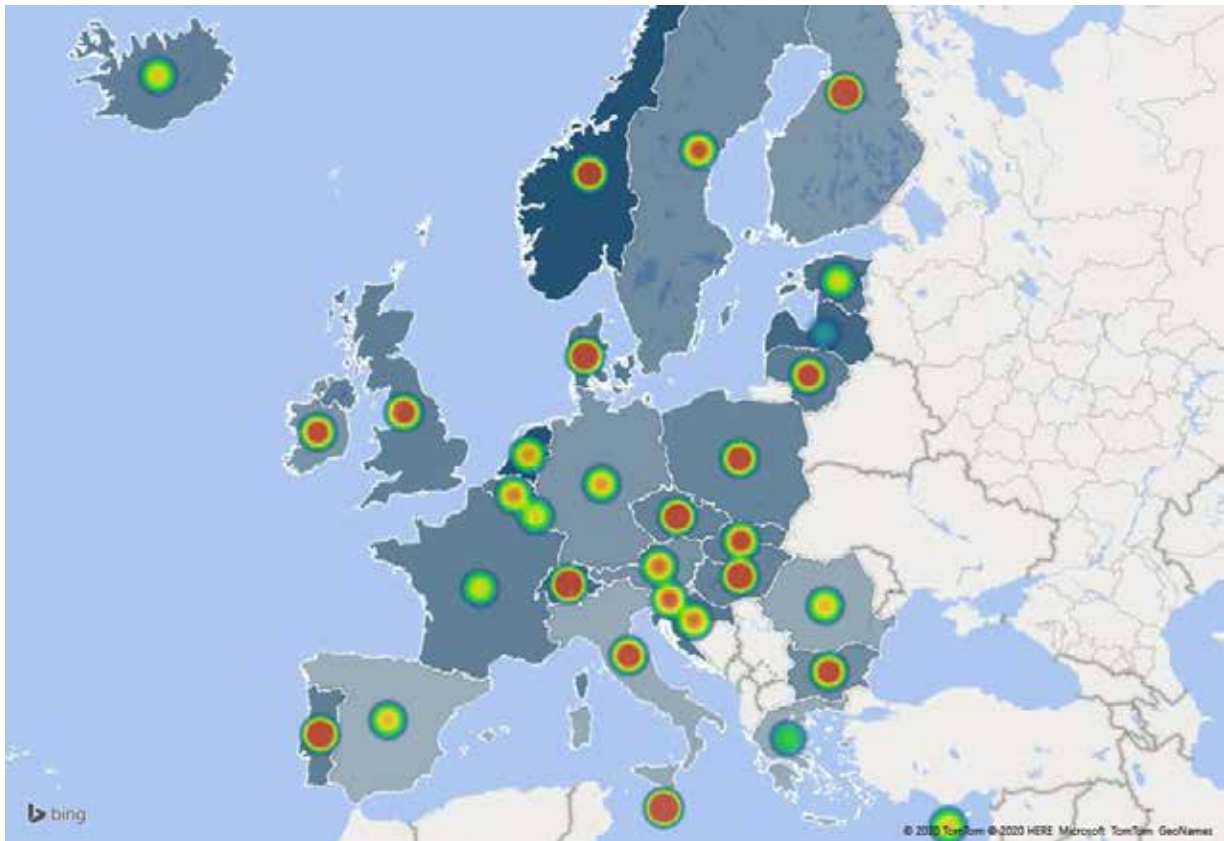


Рис. 1. Статистична карта видатків бюджету на транспорт у країнах – членах ЄС у 2014–2018 рр.

Джерело: побудовано за даними [14] із використанням додатку 3D Maps Excel

державну підтримку модернізації і розвитку транспортного сектору» [8, с. 59].

Отже, можна стверджувати, що частка видатків на транспорт у ВВП в Україні відповідала рівню в таких європейських країнах, як Данія, Німеччина, Іспанія, Франція, Італія, Литва, Мальта, Португалія та Об'єднане Королівство.

Друга групувальна ознака – середньорічний обсяг абсолютного зростання (зменшення) видатків бюджету на транспорт у довгостроковому періоді. До європейських країн, що активно збільшували обсяги державного фінансування транспорту у 2014–2018 рр., належали Німеччина (середньорічне збільшення – 2 216 млн євро), Франція



Рис. 2. Динаміка видатків Зведеного бюджету України на транспорт у 2014–2019 рр., %

Джерело: побудовано за даними [15]

(+1 549 млн євро), Польща (+784 млн євро), Чехія (+472 млн євро), Іспанія (+462 млн євро). Протилежні тенденції було діагностовано лише у п'яти країнах: Румунії (середньорічне зменшення – 312 млн євро), Греції (-279 млн євро), Португалії (-148 млн євро), Хорватії (-43 млн євро), Данії (-7 млн євро).

Обсяг видатків Зведеного бюджету України на транспорт зменшився у 2016 р. на 250 млн євро, що становило 19,5% обсягу видатків на транспорт попереднього року. У 2017 р. видатки на транспорт збільшилися на 612 млн євро, що дорівнювало чи перевищувало показники абсолютного приросту відповідних видатків у Швеції, Норвегії, Чехії, Данії, Естонії, Нідерландах, Австрії, Португалії та інших країнах ЄС. У 2018 р. видатки на транспорт збільшилися на 541 млн євро, що дорівнювало чи перевищувало показники абсолютного приросту відповідних видатків у Данії, Хорватії, Латвії, Литві, Нідерландах, Австрії, Словаччині, Швеції, Фінляндії та інших країнах ЄС. У 2019 р. позитивна динаміка продовжилася, проте інтенсивність зростання видатків Зведеного бюджету України на транспорт скоротилася до 22,4%, що становило 490 млн євро та відповідало діючій практиці більшості країн – членів ЄС. Водночас щорічні потреби у фінансуванні транспортної інфраструктури України оцінюються у 4,5 млрд євро [6, с. 46].

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз видатків на транспорт у контексті дослідження іноземної та вітчизняної практики дає змогу узагальнити тенденції: попри динамічне зростання обсягів видатків на транспорт у середньостроковому періоді, не вдалося досягти задовільного стану транспортної інфраструктури України; недосконалим є процес фінансового забезпечення видатків на транспорт у межах бюджетних та державних цільових програм.

Видатки на транспорт належать до категорії пріоритетних у країнах – членах ЄС, поступаючи лише видаткам на соціальний захист, охорону здоров'я, загальні державні послуги, освіту та економічну діяльність без транспорту. Вітчизняні реалії розподілу видатків Зведеного бюджету України вказують на відмінність пріоритетів фінансування, оскільки видатки на транспорт були за обсягами фінансування у 2014–2018 рр. меншими, ніж видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення, освіту, загальнодержавні функції, охорону здоров'я, громадський порядок, безпеку та судову владу, оборону, економічну діяльність. Бюджетне фінансування транспортної інфраструктури в Україні поступається фінансуванню громадського порядку, безпеки та судової влади, а також оборони, що становить відмінність від практики європейських держав.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про затвердження Державної цільової економічної програми розвитку автомобільних доріг загального користування державного значення на 2018–2022 роки : Постанова Кабінет Міністрів України від 21 березня 2018 р. № 382. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/382-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 03.07.2020).
2. Безуглий А.О. Організаційно-економічний механізм забезпечення ефективності розподілу фінансових ресурсів в дорожньому господарстві : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 ; Нац. трансп. ун-т. Київ, 2015. 20 с.
3. Бойко С.В., Гошовська В.В., Бойко Н.В. Волатильність бюджетного фінансування дорожнього господарства в Україні. *Modern economics*. 2019. № 14. С. 26–32.
4. Виговський В.Г., Виговська О.А. Державно-приватне партнерство як інструмент фінансового забезпечення транспортної галузі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 2. С. 136–142.
5. Затонацька Т.Г., Возненко А.А. Трансформація механізму державного фінансування транспортної інфраструктури України. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2017. Т. 22. Вип. 2. С. 43–47.
6. Никифорок О.І., Чмирьова Л.Ю., Федяй Н.О. Перспективи фінансування транспортних проєктів у рамках міжнародної фінансової допомоги. *Економіка України*. 2015. № 4. С. 45–57.
7. Овсянникова Я. О. Фінансування транспортного сектору України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Фінансові послуги*. 2017. № 2. С. 34–37.
8. Парубець О.М., Сугоняко Д.О. Обґрунтування джерел фінансування транспортного сектору України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 10. С. 56–60.
9. Фінансове та обліково-аналітичне забезпечення підприємств дорожньо-транспортного комплексу : монографія / за наук. ред. А.В. Базилюк. Київ : Кондор, 2016. 237 с.
10. Буряченко А., Гераймович Л. Світовий досвід фінансування розвитку інфраструктури міст. *Міжнародна економічна політика*. 2014. № 1. С. 105–128.
11. Морозов В.С. Фінансування транспортної інфраструктури ФРН. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2014. Вип. 118(1). С. 152–162.
12. Харчук О., Буцєрога І. Фінансове забезпечення розвитку залізничних транспортних мереж в ЄС. *Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій. Серія «Економіка і управління»*. 2018. Вип. 41(1). С. 64–74.
13. Manual on sources and methods for the compilation of COFOG statistics. Classification of the functions of government (COFOG): 2019 edition. URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Classification_of_the_functions_of_government_\(COFOG\)](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Classification_of_the_functions_of_government_(COFOG)) (дата звернення: 03.07.2020).
14. General government expenditure by function (COFOG) URL: <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> (дата звернення: 03.07.2020).
15. Статистичний збірник Міністерства фінансів «Бюджет України». URL: <https://mof.gov.ua/uk/statistichnij-zbirnik> (дата звернення: 03.07.2020).

REFERENCES:

1. Postanova, Kabinet Ministriv Ukrainy vid 21.03.2018 № 382 «Pro zatverdzhennia Derzhavnoi tsilovoi ekonomichnoi prohramy rozvytku avtomobilnykh dorih zahalnoho korystuvannia derzhavnoho znachennia na 2018-2022 roky». (2020, 03 July). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/382-2018-%D0%BF#Text> (accessed 03 July 2020).
2. Bezuhlyi A. O. (2015) *Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm zabezpechennia efektyvnosti rozpodilu finansovykh resursiv v dorozhnomu hospodarstv* [Organizational and economic mechanism to ensure efficient allocation of financial resources in the road sector] (PhD Thesis). Kyiv, National transport university. (in Ukrainian)
3. Boiko S. V., Hoshovska V. V., Boiko N. V. (2019) Volatylnist biudzhethno finansuvannia dorozhnoho hospodarstva v Ukraini [Volatility of Budget Financing of Road Economy in Ukraine]. *Modern economics*, no. 14, pp. 26–32. (in Ukrainian)
4. Vyhovskyi V. H., Vyhovska O. A. (2019) Derzhavno-privatne partnerstvo yak instrument finansovoho zabezpechennia transportnoi haluzi [Public-private partnership as a tool for financial support of the transport sector]. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic sciences*, no. 2, pp. 136–142. (in Ukrainian)
5. Zatonatska T. H., Voznenko A. A. (2017) Transformatsiia mekhanizmu derzhavnoho finansuvannia transportnoi infrastruktury Ukrainy [Transformation of the mechanism of state financing of transport infrastructure of Ukraine]. *Bulletin of Odessa National University. Series: Economics*. T. 22, no. 2, pp. 43–47. (in Ukrainian)
6. Nykyforuk O. I., Chmyrova L. Yu., Fediai N. O. (2015) Perspektyvy finansuvannia transportnykh proektiv u ramkakh mizhnarodnoi finansovoi dopomohy [Prospects for financing transport projects within the framework of international financial assistance]. *Economy of Ukraine*, no. 4, pp. 45–57. (in Ukrainian)
7. Ovsianyykova Ya. O. (2017) Finansuvannia transportnoho sektoru Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku [Financing of the transport sector of Ukraine: current state and prospects of development]. *Financial services*, no. 2, pp. 34–37. (in Ukrainian)
8. Parubets O. M., Suhoniako D. O. (2017) Obhruntuvannia dzherel finansuvannia transportnoho sektoru Ukrainy [Funding sources rationale for Ukraine transport sector]. *Investments: practice and experience*, no. 10, pp. 56–60. (in Ukrainian)
9. Bazyliuk A. V. (ed.) (2016) *Finansove ta oblikovno-analitychne zabezpechennia pidpriemstv dorozhno-transportnoho kompleksu* [Financial and accounting and analytical support for business road transport sector]. Kyiv: Kondor. (in Ukrainian)
10. Buriachenko A., Heraimovych L. (2014) Svitovyi dosvid finansuvannia rozvytku infrastruktury mist [World experience in financing urban infrastructure development]. *International economic policy*, no. 1, pp. 105–128. (in Ukrainian)
11. Morozov V. S. (2014) Finansuvannia transportnoi infrastruktury FRN [Financing of transport infrastructure of Germany]. *Current issues of international relations*, 2014, no. 118(1), pp. 152–162. (in Ukrainian)
12. Kharchuk O., Butseroha I. (2018) Finansove zabezpechennia rozvytku zaliznychnykh transportnykh merezh v YeS [Financial support for the development of railway transport networks in the EU]. *Collection of scientific works of the State University of Infrastructure and Technologies. Ser.: Economics and Management*, no. 41(1), pp. 64–74. (in Ukrainian)
13. Manual on sources and methods for the compilation of COFOG statistics. Classification of the functions of government (COFOG): 2019 edition. Available at: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Classification_of_the_functions_of_government_\(COFOG\)](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Classification_of_the_functions_of_government_(COFOG)) (accessed 03 July 2020).
14. General government expenditure by function (COFOG). Available at: <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> (accessed 03 July 2020).
15. Ministerstvo finansiv Ukrainy (2016-2018) Statystychnyi zbirnyk «Biudzheth Ukrainy» [Statistical collection "Budget of Ukraine"]. Available at: <https://mof.gov.ua/uk/statistichnij-zbirnik> (accessed 03 July 2020). (in Ukrainian)

СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ЯК ЗАСОБУ ВИХОДУ З КРИЗИ

FORMATION OF THE SECURITIES MARKET AS A MEANS OF OVERCOMING THE CRISIS

УДК 339.972;336.761(477)

<https://doi.org/10.32843/bses.54-32>

Немченко В.В.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія
харчових технологій

Колеснікова К.С.

к.е.н., доцент кафедри
менеджменту та логістики
Одеська національна академія
харчових технологій

Бондар В.А.

к.е.н., старший викладач кафедри
менеджменту та логістики
Одеська національна академія
харчових технологій

Nemchenko Valerii

Odessa National Academy
of Food Technologies

Kolesnikova Kateryna

Odessa National Academy
of Food Technologies

Bondar Victoriya

Odessa National Academy
of Food Technologies

У статті здійснено огляд ринку цінних паперів в Україні, а також виявлення основних проблем, які гальмують їх розвиток, запропоновано напрями їх подолання. Хоча постійно проводяться економічні зрушення, реформи, підвищується прожитковий мінімум та інші економічні показники соціального розвитку, це все є недостатнім. Постійно існує необхідність у значних інвестиціях для фінансування створення робочих місць, інфраструктурних проєктів, забезпечення продовольчої та екологічної безпеки. Тому запропоновано ринок цінних паперів як можливість подолання економічної скрути, можливість забезпечення сталого розвитку і міцної економіки. Обґрунтовано необхідність розвитку ринку цінних паперів в Україні, їх перспективність у розвитку економіки, забезпеченні підвищення енергоефективності, екологічності в країні, поліпшенні економічної ситуації, фінансової безпеки країни. Ринок цінних паперів розглядається як один з ефективних механізмів виходу з економічних криз.

Ключові слова: ринок цінних паперів, управління грошово-кредитною політикою, інвестування, зелені облигації, фінансова безпека, інноваційне управління підприємствами.

В статье осуществлен обзор рынка ценных бумаг в Украине, а также выявлены

основные проблемы, которые тормозят его развитие, предложены направления их преодоления. Хотя постоянно проводятся экономические реформы, повышается прожиточный минимум и другие экономические показатели социального развития, это все является недостаточным. Постоянно существует необходимость в значительных инвестициях для финансирования создания рабочих мест, инфраструктурных проектов, обеспечения продовольственной и экологической безопасности. Как возможность преодоления экономического кризиса, возможность обеспечения устойчивого развития и прочной экономики предложен рынок ценных бумаг. Обоснована необходимость развития рынка ценных бумаг в Украине, их перспективность в развитии экономики, обеспечении повышения энергоэффективности, экологичности в стране, улучшении экономической ситуации, финансовой безопасности страны. Рынок ценных бумаг рассматривается как один из эффективных механизмов выхода из экономических кризисов.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, управление денежно-кредитной политикой, инвестирование, зеленые облигации, финансовая безопасность, инновационное управление предприятиями.

The article considers the review of the security market in Ukraine, as well as identifies the main problems that hinder development and suggests ways to overcome them. Although economic changes, reforms, living wages and other economic indicators of social development are constantly being carried out, all this is insufficient. There is a constant need for significant investments to finance job creation, infrastructure projects, food and environmental security. Therefore, the security market is proposed as an opportunity to overcome economic hardship, the ability to ensure sustainable development and a strong economy. The necessity of security market development in Ukraine, their prospects in economic development, ensuring energy efficiency, environmental friendliness in the country, improving the economic situation, financial security of the country is substantiated and the securities market is considered as one of the effective mechanisms in overcoming economic crises. The security market can be a powerful source of financing the economy. Due to the lack of a unified policy of regulating the securities market, there is a problem that hinders the development of the stock market and the economy, which does not allow out of the economic crisis. Lack of confidence in financial markets, low financial literacy of the population, instability of monetary policy, tax legislation – all these do not contribute to the formation and development of the security market in Ukraine. Today, environmental investment is relevant, it will have a positive impact on the management of the security market, which, on the one hand, will allow for economic development, modernization of production, its environmental friendliness, and on the other hand – will promote the reform of the economy as a whole, and also, the worldview of the population. The development of "green bonds", according to world experience, will contribute to the formation and future development of the securities market, increase energy efficiency, environmental friendliness in the country, improve the economic situation, financial security and be an effective mechanism for overcoming economic crises.

Key words: securities market, money-and-credit policy management, investment, green bond, financial security, innovative entity management.

Постановка проблеми. Сучасна економіка України за свою історію дуже часто поставала перед кризами, які негативно впливали і впливають на подальший розвиток: у 1994 р. – гіперінфляція, 1998, 2008 рр. – фінансова та економічна криза, 2014 р. – загострення економічної ситуації через воєнні дії на Донбасі та втрату Криму, 2020 р. – криза, яка спричинена коронавірусом SARS COVID-19. Економіка ще не встигла відновитися і зміцнитися, оскільки кожне випробування є досить болісним як для країни, так і населення, більшість якого постійно балансує на лінії бідності. Хоча і постійно проводяться економічні зрушення, реформи, підвищується прожитковий

мінімум та інші економічні показники соціального розвитку, це все є недостатнім. Постійно існує необхідність у значних інвестиціях для фінансування створення робочих місць, інфраструктурних проєктів, забезпечення продовольчої та екологічної безпеки, тому пропонуємо ринок цінних паперів як можливість подолання економічної скрути та розглядаємо його як можливість забезпечення сталого розвитку і міцної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ринку цінних паперів займалося багато вчених, зокрема М.В. Рубаха, О.Л. Руда, Т.К. Мещерякова, які розглядали становлення і сучасний стан. Однак залишилися істотні питання,

які потребують вирішення і висвітлення й які розглянуто у даній статті.

Постановка завдання. Метою дослідження є огляд ринку цінних паперів в Україні, а також виявлення основних проблем, які гальмують його розвиток, та запропонування напрямів їх подолання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок цінних паперів України є важливим складником ефективності і процвітання економіки та показником розвитку як ринку капіталу, так і фінансової системи. Сучасний стан фондового ринку та його структура сформувалися внаслідок трансформації економічної системи, яка відбулася в Україні під впливом внутрішніх чинників її розвитку, а також зовнішніх, тобто криз на світових фінансових ринках упродовж останніх років, а також зміни попиту і пропозиції на міжнародній арені товарів та послуг [1].

У розвинених країнах за допомогою ринку цінних паперів забезпечується переміщення капіталу з менш рентабельних у більш рентабельні галузі. Причому здійснюється мобілізація тимчасово вільних коштів для задоволення потреб держави і здійснення інвестиційних проєктів, що особливо важливо в умовах виходу з кризи, яка спричинена коронавірусом SARS COVID-19. При цьому перерозподіл коштів здійснюється не на основі адміністративних рішень, а з урахуванням найбільшої ефективності виробництва, дає змогу сформувати більш екологічну, інноваційну структуру економіки. Безперечно, у цих умовах зростає значення держави у регулюванні ринку цінних паперів, яка на основі стратегії розвитку розробляє законодавчу базу та встановлює «правила гри», забезпечує контроль, безпеку інвесторів, створює для них інформаційну систему.

Для того щоб довести необхідність зосередити всі зусилля саме на розвитку ринку цінних паперів, розглянемо функції, які він виконує. Різні джерела систематизують їх по-різному. Переважно виділяють:

1. перерозподільну функцію (сутність якої полягає у перерозподіленні грошей між різними сферами і галузями);
2. функцію хеджування (страхування фінансових ризиків);
3. цінову функцію (у тому числі складання ринкових цін);
4. комерційну функцію (одержання доходу від операцій на ринку);
5. інформаційну функцію (відомості про об'єкти торгівлі, які можуть істотно вплинути на попит і пропозицію на ринку);
6. регулюючу функцію (тобто «правила гри» ринку, вирішення спорів та ін., органи управління та контролю) [2].

Держава виступає емітентом і водночас інвестором, що дає змогу проводити макроекономічну грошово-кредитну політику та концентрувати увагу учасників ринку на найбільш ефективних і важливих

для країни напрямах розвитку (екологічне, інноваційне, забезпечення продовольчої безпеки, охорони здоров'я, оновлення основного капіталу та ін.).

За допомогою ринку цінних паперів здійснюється:

- регулювання нагромадження фінансових ресурсів;

- зменшення дефіциту державного та місцевого бюджетів;

- вирішуються проблеми, які спричинюють неплатежі та заборгованості;

- забезпечується вихід цінних паперів на світові фондові ринки.

Велике значення у регулюванні ринку цінних паперів відводиться Національному банку України та Міністерству фінансів. Між цими державними установами відсутня єдина політика, яка діє іноді всупереч інтересам країни і не сприяє розвитку ринку цінних паперів та економіки. Так, НБУ здійснює емісію цінних паперів і продає їх комерційним банкам, які отримують стабільні відсотки і незацікавлені кредитувати реальний сектор економіки, що пов'язано з існуючим інвестиційно непривабливим кліматом у країні. Водночас Мінфін продає цінні папери (державні облигації) іноземним інвесторам під високі відсотки, «латаючи» дірки у бюджеті, не розробивши стратегічні напрями вкладання капіталу, які здатні стрімко збільшити темпи виробництва, створити робочі місця, вирішувати соціальні проблеми. У результаті заборгованість держави стрімко зростає без надії швидко повернути борги.

Усе це свідчить, що державна політика на ринку цінних паперів не тільки неефективна, а й небезпечна в умовах виходу з кризи, у тому числі причиною вірусом. Окрім того, у країні майже відсутній ринок муніципальних цінних паперів, що в майбутньому буде стримувати реформування фінансової децентралізації у регіонах.

У країнах із розвинутою ринковою економікою функціонує понад 200 фондових бірж, і майже кожна з них має власну систему біржових індексів, що відображають рівень і динаміку цін на акції, які включені у лістинг. Результати фінансового аналізу провідних рейтингових агентств висвітлюються у ділових виданнях.

Найпоширенішими у фінансових колах є індекси, розроблені у США. Серед тих, що розраховуються у США, виокремлюють такі: індекс Доу-Джонса (Dow-Jones Average), Wilshire 5000-Equality Index, Standard & Poor's 500 (S&P 500 Stock), індекси Національної асоціації дилерів по цінних паперах (NASDAQ Index) та Американської фондової біржі (AMEX Market Value Index) та ін.

Одним із найвідоміших є індекс Доу-Джонса. Це перший фондовий індикатор, який був розроблений і застосований у 1884 р. Чарльзом Доу. Зведений індекс Доу-Джонса (відомий також як Індекс-65) розраховується на основі трьох спеціалізованих

(галузевих) індексів: промислового DJIA (до розрахункової бази включено курси акцій 30 корпорацій), транспортного (акції 20 залізничних, авіа- та автотранспортних корпорацій, застосовується з 1887 р.) та комунального (відображає динаміку за акціями 15 компаній, що займаються газо– та електропостачанням, застосовується з 1929 р.) [3].

В Україні вітчизняні індекси не розкривають становище не тільки на ринку цінних паперів, а й в економіці у цілому та ніяк не впливають на світові ринки. Це пов'язано з тим, що в Україні за роки незалежності здійснилася деіндустріалізація. Сировинна, аграрна економіка – це ознаки відсталості, що не дає змоги швидко розвиватися і забезпечувати високі життєві стандарти.

Розвитку фондового ринку України, на нашу думку, сприятимуть скоординована державна політика, випуск муніципальних цінних паперів та створення інноваційно-інвестиційного банку, здатного підтримати перспективні напрями розвитку економіки.

Подальший розвиток ринку цінних паперів в Україні сприятиме позитивному розвитку інвестування, як внутрішнього, так і зовнішнього. Це є вкрай актуальним, оскільки релевантність інвестування в Україні доведена багатьма вченими та економістами.

Низький рівень життя не сприяє інвестиційній діяльності, формуванню інвестиційної структури ринку, інфраструктури природоохоронної діяльності, а також формуванню сучасного ринку цінних паперів. Підняття життєвого рівня можливе лише в умовах реформування всієї економіки, становлення інноваційно-інвестиційної моделі розвитку. Дані заходи сприятимуть інноваційному управлінню підприємствами, що особливо важливо в умовах криз.

Так, існує думка, що сьогодні істотний вплив має не просто інвестування, а екологічне інвестування. Інвестиційна діяльність передбачає не тільки отримання прибутку, а й вирішення соціальних проблем, зокрема охорона навколишнього середовища. На жаль, в охороні навколишнього середовища не завжди зацікавлені підприємства, тому що екологічні інвестиції сприяють іноді зростанню витрат і зменшенню прибутку та рентабельності виробництва. У зв'язку із цим виникає потреба втручання держави [4].

Держава має забезпечувати інноваційно-технологічну безпеку. Але існує низка проблем, які створюють перешкоди. Серед них – сировинна та олігархічна економіка. Це стримує розвиток країни, знижує її інвестиційну привабливість та знижує ефективність реформування децентралізації регіонів. Так, з одного боку, підприємства не завжди можуть випускати екологічну, інноваційну, безпечну продукцію. З іншого боку, населення не може її придбати через низьку купівельну спро-

можність. Уважаємо, що розвиток ринку цінних паперів дасть поштовх для розвитку грошово-кредитної системи, створить можливість створення інноваційно-інвестиційної моделі розвитку держави, підприємств, забезпечення населення якісною, екологічною, інноваційною продукцією, що дасть змогу підвищити рівень життя і зростання ВВП, забезпечить незалежність і безпеку країни, тобто вирішити економічні і соціальні проблеми, допоможе вийти з кризового становища [5].

Серед чинників, які негативно впливають на становлення ринку цінних паперів в Україні, слід назвати повну відсутність довіри до фінансових ринків, низьку фінансову грамотність населення, недостатню інформованість про функціонування ринку, а також нестабільне фінансове положення і невпевненість громадян у тому, що через певний час держава буде здатна виконати свої зобов'язання. Населення уникає ринок цінних паперів, що унеможливує зусилля і стримує розвиток, тому необхідно об'єднати зусилля держави і учасників фінансового ринку. Істотну роль виконуватиме цілісна, послідовна державна грошово-кредитна політика [6].

Як уже згадувалося, проблеми екології прямо пропорційно впливають на бізнес, у тому числі на становлення і розвиток цінних паперів.

У світі нині набирають популярності «зелені облигації» – боргові інструменти, які використовуються для залучення коштів на проекти розвитку відновлювальної енергетики, енергоефективності та екологічно чистого транспорту. Уважається, що обсяг розміщення цих паперів цього року може досягти \$200 млрд, а потенційний обсяг ринку, згідно з прогнозами, – \$100 трлн. Так, у 2016 р. в Люксембурзі почала функціонувати перша міжнародна біржа зелених облигацій. Там обертається більше половини емітованих і верифікованих зелених облигацій 108 випусків у 19 валютах від 22 емітентів із капіталізацією в \$55 млрд. Це може бути одним із можливих прогресивних напрямів розвитку фондового ринку в Україні.

Кошти від продажу «зелених облигацій» можуть направлятися виключно на фінансування так званих «зелених» проектів, що сприятиме підвищенню енергоефективності і модернізації виробництва [7].

Згідно з результатами аналізу, проведеного наприкінці року організацією Climate Bond Initiative, глобальні випуски «зелених облигацій» у 2018 р. досягли \$167,3 млрд, що на 3% більше, ніж у 2017 р. У 2018 р. також спостерігається зростання випусків, які спрямовані на цілі сталого розвитку (SDG), соціальних облигацій.

Фінансові корпорації забезпечили випуск «зелених облигацій» на суму \$49 млрд, або 29% від загального обсягу річних, порівняно з 14% у 2017 р. Industrial Bank Co, ING і ICBC становили майже третину всього сегменту, що свідчить про зростання ролі ринку «зелених» позик і «зелених» фінансів.

США, Китай і Франція очолюють рейтинги країн із 47% світової емісії у 2018 р. Industrial Bank Co був другим за величиною глобальним емітентом і найбільшим із Китаю. Його випуск на загальну суму \$9,6 млрд становить 31% від загальної суми Китаю. Франція була третім за величиною емітентом у світі. Два випуски її державних «зелених облігацій» становили \$6 млрд, або 42% випусків країни за 2018 р.

Це все говорить про те, що даний вид фінансових інструментів є актуальним для нашої країни, може позитивно вплинути на розквіт українського ринку цінних паперів. Необхідно враховувати світовий досвід і тенденції. Серед країн, які приєдналися до випуску «зелених облігацій», – Бельгія, Ірландія, Литва, Польща. Це перспективний напрям, який дасть стрімкий поштовх до розвитку, підвищить надходження до державного бюджету, підвищить показник ВВП, поліпшить інвестиційну привабливість країни, допоможе у подоланні криз, а також покращить добробут населення, та забезпечить фінансову безпеку країни [8; 9]. Держенергоєфективність та проєкт UNIDO «Підвищення енергоєфективності та стимулювання використання відновлюваних джерел енергії в агрохарчових та інших малих та середніх підприємствах України» розроблюють певні шляхи щодо формування ринку «зелених облігацій», але вважаємо, що держава має розробити поняття сутності «зелених облігацій», чіткого процесу, принципів їх емісії, порядку звітування, а також стимулювати фінансові ринки до інноваційних екологічних проєктів і контролювати їхню діяльність.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, з проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

1. Ринку цінних паперів може стати могутнім джерелом фінансування економіки. Через відсутність єдиної політики регулювання ринку цінних паперів існує проблема того, що стримується розвиток фондового ринку та економіки, що не дає можливості виходу з економічної кризи.

2. Сировинна, аграрна економіка не здатна швидко забезпечити високі життєві стандарти. Для розвитку ринку цінних паперів, виходу країни з кризи доцільним стане створення інноваційно-інвестиційного банку, здатного підтримати перспективні напрями розвитку економіки, забезпечить інноваційне управління підприємствами.

3. Відсутність довіри до фінансових ринків, низька фінансова грамотність населення, нестабільність грошово-кредитної політики, податкового законодавства не сприяють становленню та розвитку ринку цінних паперів в Україні. Необхідна цілісна грошово-кредитна політика і втручання держави у вирішення даної проблеми.

4. Оскільки сьогодні актуальним є екологічне інвестування, це позитивно відіб'ється на управ-

лінні ринку цінних паперів, що, з одного боку, дасть можливість для розвитку економіки, модернізації виробництва, його екологічності, а з іншого – сприятиме реформуванню економіки у цілому, а також світогляду населення.

5. Розвиток «зелених облігацій», як свідчить світовий досвід, сприятиме становленню і перспективному напряму розвитку ринку цінних паперів, забезпечить підвищення енергоєфективності, екологічності в країні, поліпшить економічну ситуацію, фінансову безпеку та буде ефективним механізмом виходу з економічних криз.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Рубаха М.В., Головнич О.Б. Ринку цінних паперів: сучасний стан, проблеми і перспективи розвитку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2015. Вип. 13. С. 207–210. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_13_48 (дата звернення: 08.06.2020).

2. Руда О.Л. Стан розвитку сучасного ринку цінних паперів в Україні. *Ефективна економіка*. 2017. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5875> (дата звернення: 15.01.2020).

3. Шустіков А.А. Фінансова статистика : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2002. С. 134.

4. Немченко В.В., Румянцев І.В. Роль екологічних інвестицій у природоохоронну діяльність України. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 49/2020. С. 129–134. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.49-21>

5. Немченко Г.В. Проблеми інноваційного розвитку регіонів в умовах фінансової децентралізації. *Економічна та продовольча безпека України*. Т. 6. № 3–4). С. 42–49. URL: <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1285>

6. Мещерякова Т.К. Проблеми розвитку ринку цінних паперів в Україні. *Матеріали XLVI науково-технічної конференції підрозділів Вінницького національного технічного університету*. Вінниця, 2017. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/view/2063> (дата звернення: 08.06.2020).

7. «Зелені бонди» – звіти про вплив як фактор оцінки ефективності інвестицій. *ТОВ «БЕЙКЕР ТІЛЛІ УКРАЇНА»*. URL: <https://bakertilly.ua/news/id43952> (дата звернення: 04.05.2020).

8. 2018 Green Bond Market Highlights. *Climate Bonds Initiative*. URL: <https://www.climatebonds.net/resources/reports/2018-green-bond-market-highlights> (дата звернення: 04.05.2020).

9. Зелені облігації. Підсумки 2018 року. *АБ «УКРГАЗБАНК»*. URL: https://www.ukrgasbank.com/eco/new_pidsum/ (дата звернення: 04.05.2020).

REFERENCES:

1. Rubakha M.V., Golovnych O.B. (2015) Rynok cinnnykh paperiv: suchasnyj stan, problemy i perspektyvy rozvytku [Securities market: modern state, problems

and prospects of development] *Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Economics and Management*. V. 13, pp. 207–210. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_13_48 (accessed 08 June 2020). (in Ukrainian)

2. Oksana Ruda (2017) Stan rozvytku suchasnoho rynku cinnnykh paperiv v Ukraini. [Modern market of securities development status is in Ukraine]. *Efficient economy*, № 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5875> (accessed 15 January 2020). (in Ukrainian)

3. Shustikov A. (2002) Finansova statystyka [Financial statistics]. Kiev: KNEU, p. 290, pp. 134. (in Ukrainian)

4. Nemchenko Valerii, Rumiantsev Ihor (2020) Rolj ekologichnykh investycij u pryrodookhoronnu dijajnistj Ukrainy [The role of environmental investment in natural environmental activities]. *Black sea economic studies*. V. 49/2020, pp. 129–134, p. 210. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.49-21> (in Ukrainian)

5. Nemchenko Hanna (2019) Problemy innovacijnoho rozvytku rehioniv v umovakh finansovoi decentralizaciji [The problems of regions' innovative develop-

ment]. *Economic and Food Security of Ukraine*, 6(3-4), 42–49. DOI: <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1285> (in Ukrainian)

6. Meshherjakova T. (2017) Problemy rozvytku rynku cinnnykh paperiv v Ukraini [Problems of securities market development in Ukraine]. Materials of the XLVI Scientific and Technical Conference of Vinnitsa National Technical University. Available at: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/view/2063> (accessed 08 June 2020). (in Ukrainian)

7. Green bonds are impact reports as a factor in assessing the effectiveness of investments (2017) *Baker Tilly Ukraine LLC*. Available at: <https://bakertilly.ua/news/id43952> (accessed 04 May 2020). (in Ukrainian)

8. 2018 Green Bond Market Highlights (2019) *Climate Bonds Initiative*. Available at: <https://www.climatebonds.net/resources/reports/2018-green-bond-market-highlights> (accessed 04 May 2020).

9. Green bond. Results of 2018. *UKRGASBANK*. Available at: https://www.ukrgasbank.com/eco/new_pidsum/ (accessed 04 May 2020). (in Ukrainian)

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ FORMATION AND DEVELOPMENT OF MEDICAL INSURANCE IN UKRAINE

Науковими працівниками розглянуто значний обсяг теоретичних, методологічних та прикладних питань розвитку медичного страхування. Медичне страхування – вид страхування від ризику витрат, пов'язаних з отриманням страхувальником медичної допомоги. У більшості країн воно є формою соціального захисту майнових інтересів населення в системі охорони здоров'я. Актуальна проблема розвитку медичного страхування наразі є не вирішеною і продовжує зростати. Указаний спектр питань має дискусійний характер і вимагає подальшого вдосконалення в напрямі поліпшення обслуговування населення. У результаті дослідження нами діагностовано стан, проблеми та реальні перспективи розвитку медичного страхування в Україні. Діагностовано основні види та напрями розвитку медичного страхування, що сприятимуть поліпшенню медичного обслуговування населення. Переведення медичної галузі України на ринкові засади – довготривалий механізм. Це динамічний процес організаційного й управлінського характеру, який потребує адаптації чинної системи охорони здоров'я до економічних, політичних і соціальних умов нашої держави, що постійно змінюються й удосконалюються.

Ключові слова: медичне страхування, фінансування, охорона здоров'я, ринок медичного страхування, страхові компанії, медична реформа.

Научными работниками рассмотрен значительный объем теоретических, методоло-

гических и прикладных вопросов развития медицинского страхования. Медицинское страхование – вид страхования от риска расходов, связанных с получением страхователем медицинской помощи. В большинстве стран оно является формой социальной защиты имущественных интересов населения в системе здравоохранения. Актуальная проблема развития медицинского страхования в настоящее время является нерешенной и продолжает расти. Указанный спектр вопросов имеет дискуссионный характер и требует дальнейшего совершенствования в направлении улучшения медицинского обслуживания населения. В результате исследования нами диагностировано состояние, проблемы и реальные перспективы развития медицинского страхования в Украине. Рассмотрены основные виды и направления развития медицинского страхования, которые будут способствовать улучшению медицинского обслуживания населения. Перевод медицинской отрасли Украины на рыночные основы – длительный механизм. Это динамический процесс организационного и управленческого характера, который требует адаптации действующей системы здравоохранения в экономических, политических и социальных условиях нашей страны, которые постоянно меняются и совершенствуются.

Ключевые слова: медицинское страхование, финансирование, здравоохранение, рынок медицинского страхования, страховые компании, медицинская реформа.

УДК 369.06

<https://doi.org/10.32843/bses.54-33>

Самошкіна І.Д.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Сумський національний аграрний університет

Samoshkina Iryna

Sumy National Agrarian University

Researchers have considered a significant amount of theoretical, methodological and applied issues in the development of medical insurance. Medical insurance is a type of insurance against the risk of costs associated with receiving medical care by the insured. In most countries, it is a form of social protection of the property interests of the population in the health care system. The current problem of health insurance development is currently unresolved and continues to grow. This range of issues is debatable and requires further improvement to improve public services. As a result of the study, we studied the state, problems and real prospects for the development of medical insurance in Ukraine. The main types and directions of health insurance development that will contribute to the improvement of medical care are considered. In our opinion, the main problem of imperfect medical care in Ukraine is the problem of untimely diagnosis of the disease due to lack of quality examination, because during the years of independence the medical system has become so corrupt, unable to provide proper medical care that mortality in Ukraine is much higher. Therefore, after the entry into force of health care reform, which does not address the issue of compulsory medical insurance, it is advisable to consider all possible health insurance systems, taking into account the experience of foreign countries, to analyze all bills developed to implement health insurance in Ukraine. The development of voluntary health insurance is an objective need that can raise the level of public health, ensure the flow of funds into the social sphere. The transfer of the medical industry of Ukraine to market principles is a long-term mechanism. It is a dynamic process of organizational and managerial nature, which requires the adaptation of the current health care system to the economic, political and social conditions of our state, which are constantly changing and improving. The new modern model of financing the health care system should include clear and transparent state guarantees for the provision of medical care, financial protection of citizens in case of illness, efficient allocation of financial resources and reduction of informal payments.

Key words: medical insurance, financing, healthcare, medical insurance market, insurance companies, medical reform, SWOT-analysis.

Постановка проблеми. Майбутнє України насамперед залежить від її громадян, здорових громадян. У прагненні стати європейською державою нам потрібно забезпечити гідний рівень життя людини, що сьогодні не вдається. За кількістю смертей від раку Україна посідає друге місце в Європі (після Росії). Головною проблемою цього є проблема невчасної діагностики захворювання через відсутність можливості якісного огляду, адже за роки незалежності медична система стала настільки корумпованою, не здатною забезпечити належний медичний догляд, що рівень смертності

в Україні значно вищий за рівень народжуваності. Тому після вступу в дію медичної реформи, в якій питання обов'язкового медичного страхування не розглядається, доцільно розглянути всі можливі системи медичного страхування, врахувавши досвід зарубіжних країн, проаналізувати всі законопроекти, які розроблялися з метою доцільності впровадження медичного страхування в Україні.

Необхідність державного соціального медичного страхування в Україні зумовлює сучасний стан та порядок фінансування галузі охорони здоров'я, основною вадою якого є використання

єдиного вагомого джерела фінансування – бюджетних коштів. Дефіцит фінансових ресурсів накладає суттєві обмеження на розвиток інфраструктури медичних закладів і на рівень якості медичної допомоги, тому розвиток добровільного медичного страхування є об'єктивною потребою, здатною підняти рівень охорони здоров'я населення, забезпечити надходження грошових коштів у соціальну сферу. Усе це підкреслює актуальність теми дослідження.

У рамках реформування української економіки питання медичного забезпечення вітчизняних громадян є одними з найбільш актуальних і обговорюваних. Важливість медичного забезпечення полягає у соціальній, економічній і моральній відповідальності держави перед громадянами, оскільки здоров'я нації є базовою умовою економічного розвитку країни і соціального благополуччя суспільства. В умовах ринкових відносин медичне страхування є найважливішою складовою частиною системи охорони здоров'я, покликаною усувати або пом'якшувати вплив низки непередбачених обставин, які виникають у житті людини і негативно відбиваються на його здоров'ї, шляхом повного або часткового відновлення працездатності. Сьогодні в Україні медичне страхування користується низьким попитом та є малодоступним для населення [1, с. 36].

Нині діє добровільне медичне страхування – один із видів особистого страхування, який забезпечує можливість повної або часткової виплати коштів за надання медичних і медико-профілактичних послуг застрахованим особам у разі розладів здоров'я відповідно до умов укладеного договору та правил страхування. Добровільне медичне страхування є гарною мотивацією для співробітників, але більшість громадян України все одно не страхується.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковими працівниками проаналізовано теоретичні, методологічні та прикладні аспекти проблеми страхування, однак питання розвитку медичного страхування досі залишається невирішеним та продовжує загострюватися. Вивченням питань впровадження обов'язкового медичного страхування займалися такі науковці: А. Череп, Л. Волохова, Л. Полятикіна, О. Сокирко, О. Сова, Т. Завора та ін.

Дане коло проблем має дискусійний характер та вимагає подальшого розроблення з метою вдосконалення механізму функціонування медичного страхування в Україні.

Постановка завдання. Метою дослідження є теоретичне та аналітичне визначення сучасного стану обов'язкового медичного страхування в Україні й пошук перспектив щодо впровадження медичного страхування на основі законопроектів.

Відповідно до мети, визначено основні завдання, які включають дослідження суті медичного

страхування в Україні, оцінку сучасного стану медичного страхування в Україні та пошук шляхів впровадження та вдосконалення медичного страхування в Україні. У зв'язку із цим вони потребують подальшого ґрунтовного дослідження для виявлення дієвих шляхів у вирішенні існуючих проблем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний стан системи охорони здоров'я в Україні не дає змоги повною мірою забезпечити право громадян на медичну допомогу на рівні, передбаченому міжнародними стандартами й законодавством країни. Зазначені вище чинники значно ускладнюють процес забезпечення фінансування медичної допомоги [2, с. 18]. Потребує змін чинна система фінансування закладів охорони здоров'я – переходу на принципи фінансування вартості конкретної медичної послуги, наданої конкретному громадянину.

Страхова медицина є реальною альтернативою бюджетному фінансуванню, яке вже не спроможне забезпечити конституційне право громадян на отримання безоплатного медичного обслуговування. Розвиток медичного страхування є об'єктивною потребою, яка є необхідністю забезпечити надходження коштів до галузі охорони здоров'я.

Галузь охорони здоров'я майже повністю залежить від державного бюджетного забезпечення. Розвиток та залучення інших джерел фінансування, наприклад страхових компаній, стримуються недостатнім зацікавленням громадян та дещо негативним ставленням державних органів управління охороною здоров'я до суб'єктів підприємництва, що підтверджується величиною валових надходжень страхових платежів (премій, внесків) до страхових компаній у сфері охорони здоров'я [3, с. 1140–1141].

Фінансування системи охорони здоров'я будується на поєднанні різних елементів із перевагою тієї чи іншої форми. Велика частка медичних послуг фінансується через обов'язкові законодавчі форми медичного страхування або безпосередньо державою через бюджет. Частково медичні послуги купуються населенням на добровільній основі. Це відбувається або на основі прямої сплати послуг охорони здоров'я, або через добровільне медичне страхування [4, с. 82].

Вагомими проблемами низького рівня розвитку медичного страхування в Україні є:

- неефективна структура та брак територіальної єдності системи обов'язкового медичного страхування;
- паралельне функціонування системи обов'язкового та добровільного медичного страхування; відсутність чіткого розмежування платних і безкоштовних медичних послуг у вітчизняній законодавчій базі;
- скорочення обсягу державного фінансування системи охорони здоров'я;

– неефективність використання виділених державних фінансових ресурсів.

Початком реформування системи охорони здоров'я є запровадження сімейної медицини європейського зразка на базі існуючої первинної ланки української системи охорони здоров'я (поліклініки, амбулаторії тощо). Також уряд схвалив Концепцію розвитку системи громадського здоров'я в Україні, яка розкриває основні засади для зміни фокусу системи охорони здоров'я від політики лікування до політики зміцнення та збереження здоров'я людини [5].

Сьогодні в Україні розповсюдження реклами й інших інформаційних потоків, підвищення вимог споживачів до якості медичних послуг, застосування новітніх технологій у процесі діагностики та лікування захворювань стимулюють страхові компанії до пошуку і розроблення нових способів стратегічного управління, що, своєю чергою, підвищує рівень якості надання медичних послуг та конкурентоспроможності окремих страхових компаній [6].

Для визначення перспектив побудови ефективної системи медичного страхування в Україні ми дослідили вплив внутрішнього та зовнішнього середовища на розвиток ринку медичного страхування у цілому за допомогою SWOT-аналізу (табл. 1).

Аналізуючи перелічені вище проблеми, ми бачимо, що основна роль у вирішенні їх відводиться державі.

В Україні найбільш дієвою буде комбінація стратегії управління витратами на основі попиту з конкретним обмеженням обсягом фінансових ресурсів та стимулювання населення до догляду за власним здоров'ям і профілактики захворювань.

На нашу думку, держава повинна подбати про наявність відповідного законодавства, яке б захищало інтереси всіх суб'єктів ринку медичного страхування. За формою проведення страхування поділяють на добровільне (страхування, що здійснюється на основі договору між страховальником і страховиком) та обов'язкове (ґрунтується на засадах імперативності, виникає на основі закону незалежно від волі учасників страхових правовідносин, їх фінансових можливостей) [7, с. 19]. У ст. 6 та ст. 7 Закону України «Про страхування» зазначено, що медичне страхування може здійснюватися як у добровільній, так і в обов'язковій формі [8].

Вирішенням проблеми існування системи обов'язкового медичного страхування є впровадження бюджетно-страхової моделі, за якої система фінансування охорони здоров'я здійснюватиметься на трьох рівнях: державне фінансування, обов'язкове медичне страхування та добровільне медичне страхування [9, с. 27]. Медична допомога фінансуватиметься за рахунок бюджетних коштів – перший рівень, базовий, життєзберігаючий. Другий рівень – основний, здоров'язберігаючий – це обов'язкове медичне страхування, яке оплачується страховими компаніями, що мають відповідну ліцензію на здійснення відповідного виду медичного страхування. Третій рівень – сервісний, який фінансуватиметься за рахунок програм добровільного медичного страхування та покриватиме все те, що не покривається двома попередніми рівнями. Вивчення зарубіжного досвіду дає змогу припустити, що ідеальна модель для України – це бюджетно- страхова

Таблиця 1

SWOT-аналіз ринку медичного страхування

		ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	
		Можливості	Загрози
ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	Сильні сторони	<ul style="list-style-type: none"> – введення обов'язкового медичного страхування та розвиток добровільного медичного страхування, розвиток страхового посередництва; – зростання обсягу страхових операцій, інтеграція до світового ринку страхування; – зацікавленість іноземних інвесторів, партнерські відносини з медичними закладами; – формування бренду і репутації надійного страхового партнера, створення системи інвестування страхових резервів 	<ul style="list-style-type: none"> – політична, економічна нестабільність, інфляційні перешкоди; – зниження інвестиційної привабливості; – розвиток інвестиційної діяльності страховиків; – відсутність динамічного зростаючого попиту на страхові послуги; – поступове витіснення з ринку національних страховиків; – конкуренція з боку іноземних страхових компаній; – гірша якість надання страхових послуг; – невідповідність європейським стандартам
	Слабкі сторони	<ul style="list-style-type: none"> – удосконалення нормативно-правової бази медичного страхування; – недостатність фінансових інструментів для інвестування; – низька конкурентоспроможність національних страховиків, створення конкурентного ринку; – збільшення рівня капіталізації вітчизняних страхових компаній; – відсутність єдиної інформаційної бази; – нерозвинута регіональна мережа 	<ul style="list-style-type: none"> – високий рівень збитковості медичного страхування; – зростання страхового шахрайства на вітчизняному ринку; – втрата інтересу з боку інвесторів; – зниження рівня фінансової безпеки; – втрата платоспроможного попиту з боку страховальників; – збільшення частки «псевдострахування»; – входження ринку в стан рецесії

медицина. Тобто лікування СНІДу, туберкульозу, вроджених захворювань, дитячої онкології, невідкладну медичну допомогу, допомогу при пологах, охорону материнства і дитинства, медичні послуги сімейних лікарів має фінансувати державний бюджет, інші послуги повинні фінансуватися за рахунок обов'язкового медичного соціального страхування.

Добровільне медичне страхування (ДМС) – інструмент гнучкий, що налаштовується під потреби конкретної людини. Ви самі зможете вибрати відповідну страхову програму, визначити необхідні медичні послуги і вибрати клініку, де вам надаватимуться ці послуги. Добровільне медичне страхування – вид особистого страхування. Добровільне медичне страхування дає змогу отримати додаткове медичне обслуговування, що являє собою різноманітні додаткові програми, які не включені в гарантовану державою програму обов'язкового медичного страхування.

У будь-якому разі, надана людині за полісом медична допомога буде якісною, а розмір вартості добровільного медичного страхування знаходиться у прямій залежності від кількості та різновидів послуг, що входять у пакет. Основною ідеєю добровільного медичного страхування є разова сплата страхового внеску, що дає право протягом терміну дії поліса отримувати високоякісне медичне обслуговування за вибраною вами програмою без внесення додаткової плати.

Добровільне медичне страхування може бути як корпоративним, так і приватним. Добровільне медичне страхування на підприємствах дає змогу знизити зміну кадрів, підвищити лояльність персоналу, підняти продуктивність праці. А у великих компаніях добровільне медичне страхування давно вже стало елементом соціального пакета компанії, позитивним штрихом до фірмового іміджу і частиною корпоративної культури.

Переваги добровільного медичного страхування:

1. Гарантована наявність коштів на медичну допомогу в разі серйозних захворювань. Оплачувати ту чи іншу медичну послугу, надану в період дії поліса, буде страхова компанія.

2. Економія. Один із серйозних недоліків платної медицини полягає у тому, що клієнта можуть змусити переплатити значну суму за непотрібні за його стану здоров'я лікувальні і діагностичні процедури. За добровільного медичного страхування це перестає бути виключно проблемою пацієнта: страхова компанія також не зацікавлена в переплаті, тому фахівці страхової компанії відстежують доцільність призначених консультацій, діагностики та лікування.

3. Можливість вибору. Можна самостійно вибрати страхову компанію, орієнтуючись на її досвід, дії на ринку, репутацію та відгуки клієнтів.

4. Гнучкість і варіативність. Під час укладання договору клієнт може на свій розсуд вибрати з

переліку страхової компанії найефективнішу для нього лікувальну базу. Також існує простір для вибору й у сфері обсягу страхування: людина може застрахуватися на 24 години на добу протягом року, а може й на час відрядження.

5. Відсутність ризику зміни ціни послуг. Якщо в період дії страховки станеться перевищення цін на терапевтичні процедури і лікарські препарати, це не відіб'ється на власнику поліса добровільного медичного страхування. Для нього вартість послуг залишиться колишньою.

6. Якісне медичне обслуговування. Страховики уважно стежать за якістю медичних послуг, що надаються власникам полісів добровільного медичного страхування. Страховий поліс дає змогу протягом років обстежуватися й отримувати лікування в найкращих умовах.

Недоліки добровільного медичного страхування:

1. Висока вартість.

2. Немає можливості повернути страховий внесок, якщо медична допомога не була затребувана.

Страхові компанії пропонують зазвичай декілька видів страхових програм:

1. Стационарна медична допомога гарантує необхідну діагностику та лікування у зв'язку із захворюванням або травмою, що послужила причиною госпіталізації: проведення лабораторних і інструментальних досліджень, лікарські консультації, хірургічні та консервативні маніпуляції, фізіотерапевтичні процедури, перебування в клініці, догляд медичного персоналу, витрати на ліки та харчування під час перебування в клініці.

2. Швидка медична допомога: надання екстреної медичної допомоги за місцем виклику, транспортування медичним транспортом у лікувальний заклад, медичний супровід під час транспортування при станах, що загрожують життю або здоров'ю застрахованого.

3. Амбулаторно-поліклінічна допомога по полісу ДМС надається за стандартною схемою: консультації, лабораторні дослідження, апаратна діагностика (УЗД, рентген, ЕКГ тощо), лікування без оплати ліків, ін'єкції, крапельниці, фізіотерапевтичні процедури в умовах поліклініки або денного стаціонару.

4. Послуги лікаря на дому забезпечать надання медичної допомоги та забір матеріалів для проведення лабораторних аналізів на дому, якщо ви за станом здоров'я потребуєте постільного режиму.

5. Ексклюзивні програми включають у себе консультації по телефону з особистим лікарем і доставку ліків додому в цілодобовому режимі.

Якісне добровільне медичне страхування включає у себе додаткові послуги цілодобової інформаційно-сервісної служби компанії, яку прийнято називати «медичним пульсом». Така служба по телефону надає медичну консультацію загального характеру щодо медичних процедур або застосу-

вання лікарських препаратів, запише на прийом до лікаря, викличе на будинок лікаря або бригаду швидкої допомоги, а за необхідності організовує і госпіталізацію. Крім цього, до кожного застрахованого закріплюють особистого менеджера від страхової компанії, який вирішує організаційні питання з надання послуг та врегулювання претензій.

Окрім базових варіантів полісів добровільного медичного страхування, існують окремі програми реабілітаційно-відновлювальної допомоги, екстреної допомоги при ДТП, лікування в закордонних клініках, лікування для літніх людей, програми добровільного медичного страхування від ризику конкретних захворювань. Спеціальні програми добровільного медичного страхування діють для вагітних і дітей.

Окремий напрям добровільного медичного страхування пов'язаний із наданням послуг туристам, які виїжджають за кордон. Якщо мандрівникові потрібна медична допомога, страхова компанія сплатить витрати. Стандартні поліси для туристів не припускають великих витрат на медичні послуги і здебільшого розраховані на компенсацію витрат на отримання екстреної медичної допомоги при травмах, отруєннях, гострому інфекційному захворюванні, загостренні хронічної хвороби, стоматологічну допомогу в гострих випадках.

Поліси добровільного медичного страхування відрізняються не тільки кількістю, а й якістю послуг. Зокрема, програма амбулаторно-поліклінічної допомоги може поширюватися не тільки на діагностику і лікування гострих захворювань. Більшість стандартних програм амбулаторно-поліклінічної та стаціонарної допомоги не включає у себе дорогі види діагностики та процедури (наприклад, пластичну хірургію, лікування різних вроджених і спадкових захворювань).

Виплата страхового відшкодування здійснюється страховиком шляхом перерахування коштів на рахунок медичного закладу за фактично надану медичну допомогу. Якщо застрахована особа за згодою зі страховиком оплатила вартість наданої медичної допомоги або придбала медикаменти за виписаними рецептами, їй повертається витрачена сума на підставі наданих документів.

Основними етапами реалізації впровадження програми обов'язкового і добровільного страхування як єдиного комплексу є такі:

- оптимізація тарифів з обов'язкового медичного страхування на базі актуарних розрахунків з урахуванням різних чинників, які можуть вплинути на ймовірність настання страхових випадків;
- обґрунтування оптимальної величини страхових внесків для непрацюючого населення, пенсіонерів та дітей;
- упровадження більш прогресивних методів відшкодування витрат медичних організацій з обов'язкового медичного страхування;

- встановлення податкових пільг у системі розвитку добровільного та обов'язкового страхування як для страховиків, так і для страхувальників під час укладення довгострокових договорів;

- підвищення страхових тарифів для тих громадян, які бажають користуватися системою державного обов'язкового медичного страхування, і звільнення від сплати внесків осіб, які придбали поліс добровільного медичного страхування;

- виключення можливості подвійної оплати послуг, що надаються за програмами добровільного й обов'язкового медичного страхування;

- розроблення регламентів і єдиних стандартів лікування та надання медичних послуг, визначення кола відповідальності як медичних організацій, так і медичного персоналу.

Слід зазначити, що метою державного регулювання страхового механізму є розроблення програми мінімальних державних гарантій надання громадянам медичної допомоги. Програма повинна бути чітко визначена і збалансована з фінансовими можливостями держави. Ураховуючи вище викладене, цілком зрозумілим є те, що для розвитку медичного страхування в Україні необхідно:

- відпрацювання механізму фінансування процесів медичного страхування, який має бути змішаної форми, включаючи вільні кошти населення для недержавних страхових організацій;

- розширення послуг медичного страхування, які повинні охоплювати цикл: лікування хвороби, профілактика, санаторно-курортне лікування;

- корегування окремих положень податкового законодавства з метою впровадження стимулів для галузі медичного страхування тощо.

Звернення до клінік пов'язані з витратами на проведення діагностичних процедур, оплатою консультацій вузьких фахівців, витратами на медикаменти та лікувальні маніпуляції. Вартість лікування залежить від тяжкості захворювання пацієнта, а також від рівня медичного закладу. Оскільки здоров'я відноситься до наших головних активів, ми хочемо мати можливість обслуговуватися в найкращих клініках, де працюють висококваліфіковані спеціалісти.

Висновки з проведеного дослідження. З метою подолання кризового періоду у вітчизняній системі охорони здоров'я доцільно не лише змінити механізм її фінансування, а й змінювати всю систему. Беручи до уваги необхідність системного підходу під час проведення реформ, вважаємо за доцільне модернізувати механізм медичного страхування шляхом комплексного поєднання добровільного та обов'язкового медичного страхування, тому в Україні важливо розглянути можливості реалізації інтегрованої схеми, що містить різні елементи цих двох систем.

Необхідним є визначення базової програми добровільного медичного страхування шляхом

створення зрозумілого переліку медичних послуг, що надаються громадянам безкоштовно, щоб виключити дублювання оплати страхових послуг.

Нова сучасна модель фінансування системи охорони здоров'я повинна передбачати чіткі й прозорі гарантії держави щодо надання медичної допомоги, фінансовий захист громадян у разі хвороби, ефективний розподіл фінансових ресурсів та скорочення неформальних платежів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Волохова Л.Ф., Остапенко Д.О. Медичне страхування та його розвиток в Україні. *Фінансові услуги*. 2017. № 1. С. 35–39.
2. Череп А.В. Практичний іноземний досвід медичного страхування. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 19. С. 17–23.
3. Сокирко О.С., Кобзар І.А., Ханалієва І.С. Розвиток медичного страхування: зарубіжний досвід та можливості його використання в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 19. С. 1139–1145.
4. Сова О.Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку медичного страхування в Україні. *Вчені записки університету «КРОК»*. 2018. № 49. С. 80–93.
5. Про схвалення Концепції розвитку системи громадського здоров'я : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 листопада 2016 р. № 1002-р. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?doc id=249618799>
6. Ліга страхових організацій України. Звіт засідання Комітету з питань медичного страхування. URL: http://uainsur.com/wp-content/uploads/2018/05/Zwit_LSOU_29
7. Poliatykina L. The role of legal and social aspects in activation of insurance activities of small business enterprises. *The scientific heritage*. 2018. Vol. 23. № 1. P. 18–21.

8. Закон України «Про страхування» від 7 березня 1996 р. № 85/96–ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>

9. Завора Т.М., Стовба Ю.І. Формування системи загальнообов'язкового медичного страхування в Україні. *Вісник Маріупольського державного університету*. 2015. № 9. С. 20–29.

REFERENCES:

1. Volohova L.F., Ostapenko D.O. Health insurance and its development in Ukraine. *Financial services*. 2017. № 1, pp. 35–39.
2. Cherep A.V. Practical foreign experience in medical insurance. *Sustainable economic development*. 2013. № 19, pp. 17–23.
3. Sokyрко O.S., Kobzar I.A., Khanaleeva I.S. The foreign experience in development of medical insurance and possibilities its application in Ukraine. *Economy and society*. 2018. Issue 19. Pp. 1139–1145.
4. Sova O. Yu. Current state and prospects of health insurance development in Ukraine. *Scientific notes of the university "KROK"*. 2018. № 49, pp. 80–93.
5. On approval of the Concept of development of the public health system: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of November 30, 2016 № 1002. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/car dnpd?doc id=249618799>
6. League of Insurance Organizations of Ukraine. Report of the meeting of the Health Insurance Committee. URL: http://uainsur.com/wp-content/uploads/2018/05/Zwit_LSOU_29
7. Poliatykina L. The role of legal and social aspects in activation of insurance activities of small business enterprises. *The scientific heritage*. 2018. Vol. 23. № 1, pp. 18–21.
8. Law of Ukraine "On Insurance" of March 7. 1996. № 85/96–VR. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>
9. Zavora T.M., Stovba Yu.I. Formation of a system of compulsory health insurance in Ukraine. *Bulletin of Mariupol State University*. 2015. № 9, pp. 20–29.

СИСТЕМА СПЕЦИФІЧНОГО АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ:
ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУSPECIFIC EXCISE TAXATION SYSTEM IN UKRAINE:
STAGES OF ESTABLISHMENT AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

У статті розглянуто витоки сучасної системи непрямих податків, зокрема акцизів в Україні. Визначено роль акцизного оподаткування у формуванні доходів Зведеного бюджету України впродовж 1991–2019 рр. Аналіз фінансової ролі специфічного акцизного оподаткування здійснено з розбивкою зазначеного періоду на певні етапи. Здійснено графічну інтерпретацію тенденцій зміни ролі акцизних податків у доходах Зведеного бюджету та валового внутрішнього продукту (ВВП) України. Акцентовано увагу на домінуючих чинниках, що впливають на зростання чи зниження абсолютної величини специфічних акцизних податків у Зведеному бюджеті України. Звернено увагу на формальний і неформальний складники інституційного середовища України та доведено необхідність і можливість їх узгодження. Окреслено перспективи подальшого розвитку системи акцизного оподаткування у контексті змін Податкового кодексу України. Зроблено висновок, що для подальшого розвитку вітчизняної системи акцизного оподаткування важливим є формування стратегії, основними орієнтирами якої є: мінімізація ризиків зростання частки тінювого складника ринку підакцизних товарів, підвищення якості підакцизних товарів, виховання культури споживання у суспільстві, зниження поширеності шкідливих звичок (тютюнопаління, алкоголізм тощо).

Ключові слова: акцизний податок, акцизна політика, акцизне оподаткування, Зведений бюджет, інституційне середовище.

В статті рассмотрены истоки современной системы косвенных налогов, в част-

ности акцизов в Украине. Определена роль акцизного налогообложения в формировании доходов Сводного бюджета Украины на протяжении 1991–2019 гг. Анализ фискальной роли специфического акцизного налогообложения осуществлен с разбивкой указанного периода на определенные этапы. Осуществлена графическая интерпретация тенденций изменения роли акцизных налогов в доходах сводного бюджета и валового внутреннего продукта (ВВП) Украины. Акцентировано внимание на доминирующих факторах, влияющих на рост или снижение абсолютной величины специфических акцизов в Сводном бюджете Украины. Обращено внимание на формальный и неформальный составляющие институциональной среды Украины и доказана необходимость и возможность их согласования. Определены перспективы дальнейшего развития системы акцизного налогообложения в контексте изменений Налогового кодекса Украины. Сделан вывод о том, что для дальнейшего развития отечественной системы акцизного налогообложения важным является формирование стратегии, основными ориентирами которой должны быть: минимизация рисков роста доли теневой составляющей рынка подакцизных товаров, повышение качества подакцизных товаров, воспитание культуры потребления в обществе, снижение распространенности вредных привычек (курение, алкоголизм и др.).

Ключевые слова: акцизный налог, акцизная политика, акцизное налогообложение, сводный бюджет, институциональная среда.

УДК 336.2.026

<https://doi.org/10.32843/bSES.54-34>

Щирий Г.Л.

аспірант

Донбаська державна машинобудівна академія

Shchyry Hlib

Donbass State Engineering Academy

The purpose of this study is to analyze the stages of formation of the system of specific excise taxation in Ukraine and outline the directions of its further development. The article considers the origins of the modern system of indirect taxes and in particular excise duties in Ukraine. The role of excise taxation in the formation of the Consolidated Budget of Ukraine revenues during 1991–2019 is determined. The analysis of the role of specific excise taxation is carried out with a breakdown of this period into certain stages. Graphical interpretation of trends in the excise taxes role in the revenues of the consolidated budget and gross domestic product (GDP) of Ukraine. Emphasis is placed on the dominant factors that influenced the increase or decrease of the absolute value of excise duties in the Consolidated Budget of Ukraine. Excise tax during 1991–2019 in the system of consumption taxes performed interdependent functions – fiscal, regulatory, social, the relationship between which was in dynamic. It is shown that the fiscal function of the excise tax system in Ukraine remained dominant even during the years of positive economic dynamics. Factors that contributed to this trend gradual increase in excise tax rates due to Ukraine's European integration aspirations and the implementation of tax harmonization policy, instability of economic dynamics, currency fluctuations, increased currency risks in the process of budget formation and execution. Significant and rapid increase in excise taxes in some years, in particular on tobacco products and weakness / inefficiency of the administration system have become important factors in the shadowing of production and circulation of excisable goods, growth of contraband, counterfeit products, tax evasion schemes, and thus narrowing the tax base. Attention is paid to the formal and informal components of the institutional environment of Ukraine and the need and possibility of their coordination. It involves improving tax legislation, improving the efficiency of administration, fostering the culture of consumption of quality products, reducing the prevalence of harmful habits in society (smoking, alcoholism). Prospects for further development of the excise taxation system in the context of changes to the Tax Code of Ukraine are outlined. The development of effective strategic directions of excise policy requires the formation of an appropriate institutional environment. It is important to formulate the Strategy of Excise Policy in Ukraine and to develop real tactical measures for its practical implementation, which will promote the implementation of a balanced, consistent, transparent, responsible and stable excise policy.

Key words: excise tax, excise policy, excise taxation, consolidated budget, institutional environment.

Постановка проблеми. Важливу особливостю акцизних податків є їхня здатність впливати на більш справедливий розподіл доходів у суспільстві, адже заможне населення потенційно здатне нести додаткові витрати на придбання товарів не першої необхідності, які підлягають акцизному

оподаткуванню. Євроінтеграційні прагнення України також потребують дотримання міжнародних угод щодо змін у сфері акцизного оподаткування в аспекті узгодження/гармонізації вітчизняного оподаткування з європейським. Акцизне оподаткування виконує фінансову функцію наповнення

бюджету і водночас завдання обмеження споживання окремих високорентабельних товарів, які впливають на стан здоров'я населення, що досягається через поступове збільшення частки акцизу у ціні підакцизних товарів. Необхідність узгодження фіскальної, регулюючої та соціальної функцій акцизного оподаткування, врахування дії формальних та неформальних інститутів на певному етапі розвитку суспільства актуалізує дослідження еволюції його розвитку на території України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні засади акцизного оподаткування, обґрунтування його принципів, напрямів розвитку досліджуються у працях Н. Атаманчук [1], Ю. Іванова та І. Майбурова [9], О. Фарадинського [12], І. Чугунова і М. Пасічного [15] та ін. Водночас потребує більш детального дослідження еволюція акцизного оподаткування в Україні, що сприятиме врахуванню позитивних і негативних чинників у процесі визначення напрямів його розвитку.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз етапів становлення системи специфічного акцизного оподаткування в Україні та окреслення напрямів його подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Акцизне оподаткування на теренах України започаткувалося у IX–X ст. і поступово ускладнювалося з розвитком держави. Законодавче закріплення збору непрямих податків відбулося в «Руській правді» Ярослава Мудрого, які існували у формі мита (торгового, перевізного, судового) [12, с. 14–15]. В історичних письмових джерелах є згадка про «бражне» мито із солоду, хмелю та меду. Саме вони і вважаються першими підакцизними товарами Київської Русі.

Акцизи були важливим джерелом доходу Української держави за часів Богдана Хмельницького. Шинки, які знаходилися на землях Війська Запорізького, давали від продажу алкоголю 1 120 крб річного доходу державної казни. Купці, які везли транзитом через територію України біле вино та горілку, сплачували податок на користь козацької старшини та церкви – 1 крб з куфи (куфований збір). Окрім грошового акцизу, стягували цей податок і в натуральній формі [7, с. 208].

Із набуттям незалежності державна податкова політика України в частині формування та розвитку акцизного оподаткування змінювалася кардинально – від охоплення значної кількості підакцизних товарів (послуг) до значного зниження їх кількості. Система акцизного оподаткування в Україні стрімко еволюціонувала, змінювалися формальні правила, що дає змогу виокремити декілька етапів його розвитку, враховуючи зміну ролі акцизного оподаткування у виконанні ними фіскальної, регуляторної та соціальної функцій і зміни нормативно-правової бази. Розглянемо ці етапи детальніше.

I етап (1991–2002 рр.). У 1991–1992 рр. на території незалежної України діяло податкове законодавство колишнього Радянського Союзу, згідно з яким справлявся податок з обороту, що фактично охоплював і акцизи. Податок з обороту як основний вид непрямих податків і форма мобілізації доходів у бюджет включався у ціну товарів та послуг і повністю перекладався на споживача. Під час вилучення податку з обороту оподатковувалася вся валова виручка від реалізації товарів і послуг. По суті, при цьому оподатковувалася новостворена вартість. Ставка податку з обороту коливалася у межах 2–10%. У СРСР податок з обороту сплачувався переважно з товарів масового споживання. Так, на горілчані і тютюнові вироби він становив у ціні товару понад 80% [4].

Законом України «Про акцизний збір» (набрав чинності 11.01.1993, після прийняття Податкового кодексу України втратив чинність) було запроваджено акцизний збір, яким оподатковувався значний перелік високорентабельних та монопольних товарів: спирт питний та етиловий, лікєро-горілчані вироби, вина та виноматеріали, пиво; легкові, пасажирські та вантажно-пасажирські автомобілі; тютюнові вироби; шоколад і шоколадні вироби, кава; ікра осетрових і лососєвих риб, делікатесна продукція з м'яса та цінних видів риб; цукор; кольорові телевізори, відеотехніка; шини для легкових, пасажирських, вантажно-пасажирських автомобілів; ювелірні вироби з дорогоцінних металів, включаючи вироби з діамантами, дорогоцінним і напівдорогоцінним камінням; високоякісні вироби з фарфору; вироби з кришталю; хутрові вироби та вичинені шкурки; натуральна шкіра та одяг із неї; килими і килимові вироби машинного виробництва; оцет харчовий (включено до підакцизних товарів з 1993 р.); радіоприймальні пристрої, що мають тракт радіомовлення, та магнітофони (включено до підакцизних товарів з 1993 р.); есенції харчові (включено до підакцизних товарів з 1993 р.).

Упродовж 2000–2002 рр. відбулося скорочення кількості підакцизних товарів. Водночас розпочалося економічне піднесення, підвищилася купівельна спроможність громадян, також відбулася суттєва зміна системи акцизного оподаткування, що вплинуло на зростання його частки у ВВП. Сформовано шість умовних товарних груп, до яких було віднесено: тютюн, тютюнові вироби; спирт етиловий та алкогольні напої; транспортні засоби; пиво солодове; паливо (бензини, легкі, середні та важкі дистильати); ювелірні вироби. Акцизні податки набули характеристик, притаманних оптимальному акцизному оподаткуванню. Деякі акцизи за домовленістю між країнами було відмінено (у 1993 р. в рамках ЄЕС скасовано акцизи на чай, сіль, цукор). Частина акцизних зборів, після зміни/удосконалення/коригування національних податкових законодавств і адаптації їх до міжнародного

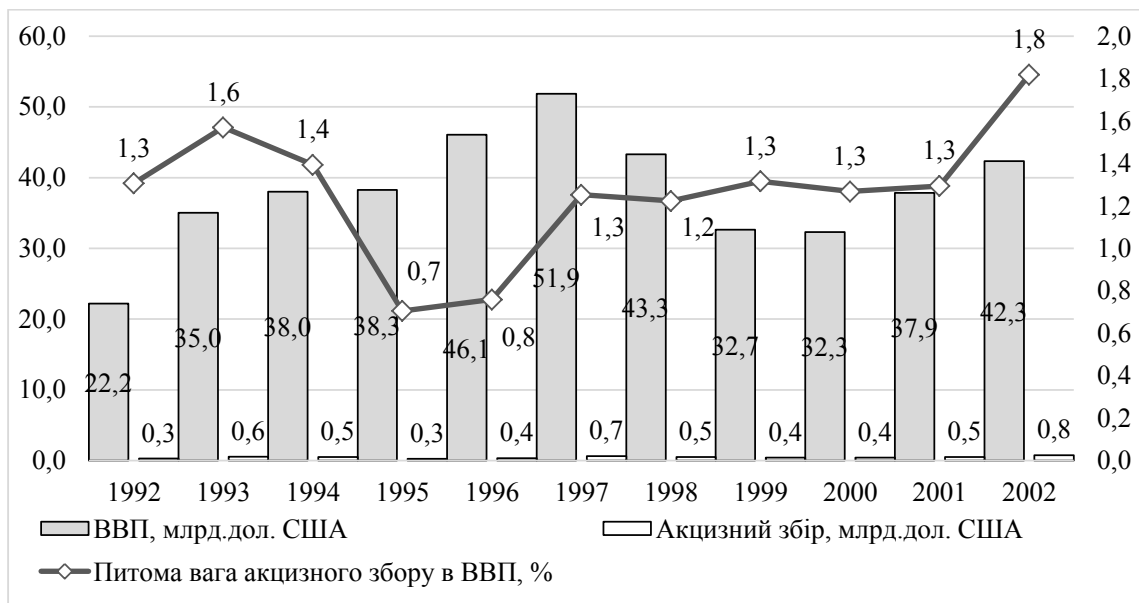


Рис. 1. Надходження акцизного збору до Зведеного бюджету України та його частка у ВВП у 1992–2002 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [5; 14]

економічного права ЄС (Закон Європейського внутрішнього ринку про акцизи від 21 листопада 1992 р.) стягується за єдиними ставками. Таким чином, значне скорочення підакцизних товарів і використання акцизів в оподаткуванні є характерною рисою європейської гармонізації податкових систем [9, с. 484].

Динаміку доходів від акцизного збору у Зведеному бюджеті України та їх частку у ВВП упродовж 1992–2002 рр. представлено на рис. 1.

Як видно з рис. 1, частка акцизного збору у ВВП у цей період була нестабільною, після зниження майже в два рази в 1995 р. порівняно з 1994 р. з 1996 р. стрімко зростає, впродовж 1997–2001 рр. – стабілізувалася, у 2002 р. знову значно зростає внаслідок покращення економічної кон'юнктури. У доходах Зведеного бюджету України за аналізований період питома вага акцизного збору коливалася у межах з 0,3 млрд дол. США (мінімальне значення, 1992 р.) до 0,8 млрд дол. США (максимальне значення, 2002 р.).

На II етапі (2003–2010 рр.) надходження від акцизного збору до Зведеного бюджету України в абсолютному значенні зростали, у 2009 р. – знизилися як наслідок фінансово-економічної кризи та змін у законодавстві. Водночас у 2010 р. знову зросли (рис. 2). Питома вага акцизного збору у ВВП змінювалася у дзеркальному відображенні: у 2008 р. знизилася до 1,3%, потім суттєво зростає – до 2,4% у 2009 р.

Зі складу підакцизних товарів у цей період було виключено ювелірні вироби. Окрім того, вперше в українській практиці впроваджено змішані ставки акцизного збору на тютюнові вироби, що поєднали оподаткування по специфічних та адвалорних

ставках. Як заходи посилення державного контролю над обігом підакцизної продукції та повнотою сплати акцизного збору у 2003–2004 рр. серед переліку підакцизних товарів окремо виділено вина виноградні з умістом цукру понад 0,3% та високооктанові кисневмісні добавки до моторних бензинів [11, с. 115].

III етап (2011–2014 рр.): відбулися кардинальні зміни в законодавстві, набрав чинності Податковий кодекс України, яким замість акцизного збору запроваджено акцизний податок, закріплено групи підакцизних товарів та ставки податку й їх поступове зростання. До першої групи віднесено так звані традиційні акцизи – на алкоголь і тютюнові вироби. Доходи бюджету від цих товарних груп високі, коло їх виробників порівняно вузьке і більшість товарних категорій чітко визначено. До другої групи належать акцизи на паливно-мастильні матеріали, які, крім суто фіскальної функції, виконують ще й роль платежу за користування автострадами, а також способу корекції негативних наслідків для навколишнього середовища. Третя група включає акцизи на так звані люксові товари (предмети розкоші) і, як правило, не має цілеспрямованої фіскальної ролі. Більшою мірою цей вид акцизу покликаний відігравати перерозподільну функцію, оскільки основними споживачами предметів розкоші є більш заможні громадяни. Окрім того, можливе також переслідування інших цілей, наприклад заохочення трудомістких виробництв шляхом стягування акцизів із продуктів капіталомістких виробництв, що належать у деяких країнах до люксових товарів (автомобілі, електроніка тощо), заохочення місцевих виробництв або ж поліпшення зовнішньоторговельного балансу шля-

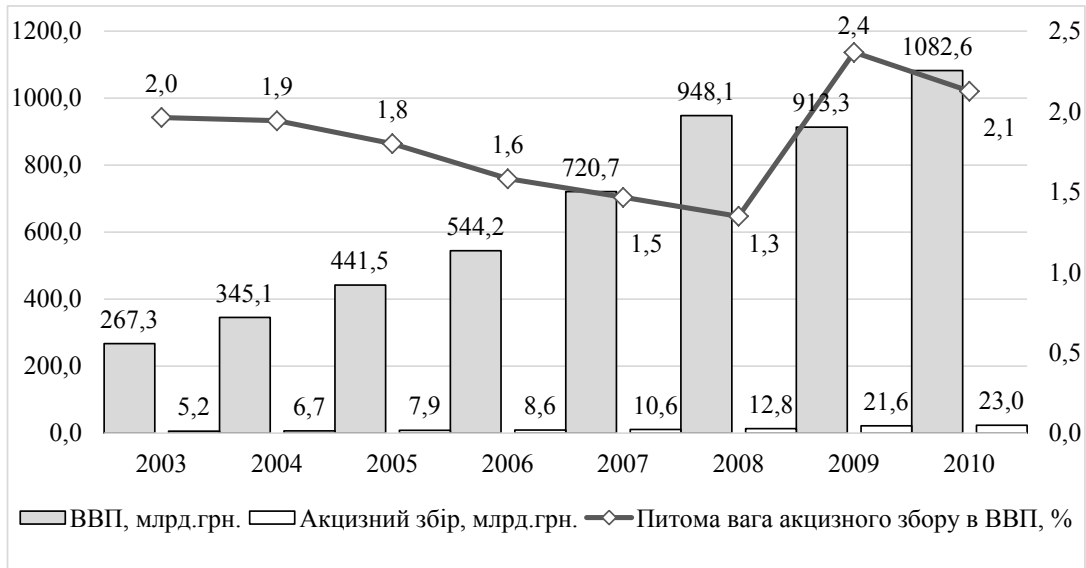


Рис. 2. Надходження акцизного збору до Зведеного бюджету України та його частка у ВВП у 2003–2010 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [6; 10]

хом стягування акцизів разом із митними зборами з імпортованих товарів [1, с. 74–75]. Динаміку надходжень акцизного податку за розглянутий період до Зведеного бюджету України та його частку у ВВП представлено на рис. 3.

Погіршення економічної ситуації з 2014 р. та початок військово-політичного конфлікту поставили на порядок денний питання підтримки збалансованості та стійкості бюджетної системи України, отже – розширення податкової бази і підняття ставок податків. Ураховуючи, що акцизний податок характеризується відносно нейтральним впливом на ділову активність суб'єктів господарювання, що особливо важливо за умов економічного спаду,

податкова реформа торкнулася його безпосередньо, що спостерігається у наступні роки.

IV етап (з 2015 р. дотепер): період активного податкового реформування, чітко визначення підакцизних товарів, підвищення податкових ставок на них, зміни в адмініструванні. До підакцизних товарів на цьому етапі, згідно з ПКУ, належать: спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво (крім квасу живого бродіння); тютюнові вироби, тютюн та промислові заміники тютюну; пальне, у тому числі товари (продукція), що використовуються як пальне для заправлення транспортних засобів, обладнання або пристроїв із двигунами внутрішнього згорання із запалю-

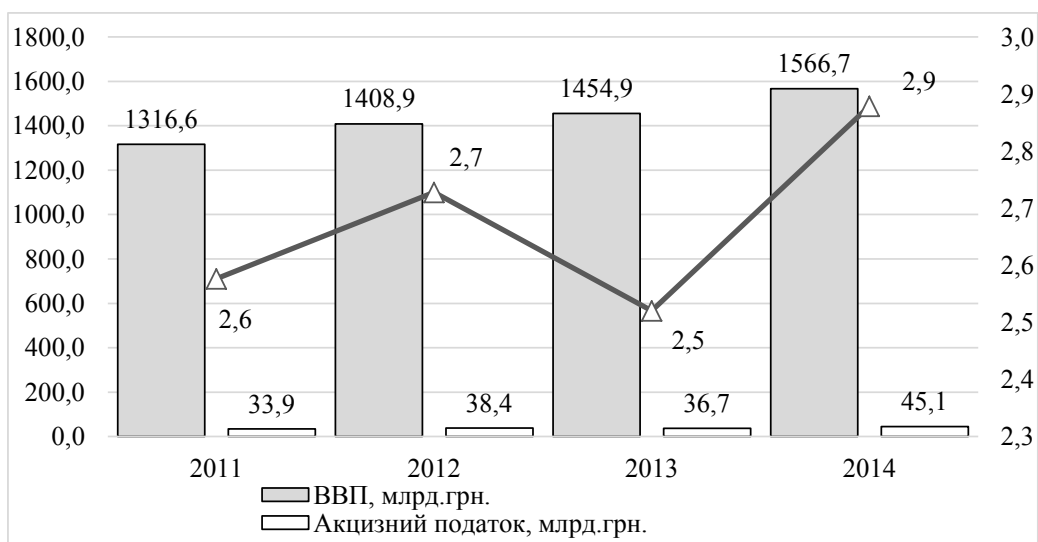


Рис. 3. Надходження акцизного податку до Зведеного бюджету України та його частка у ВВП у 2011–2014 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [6]

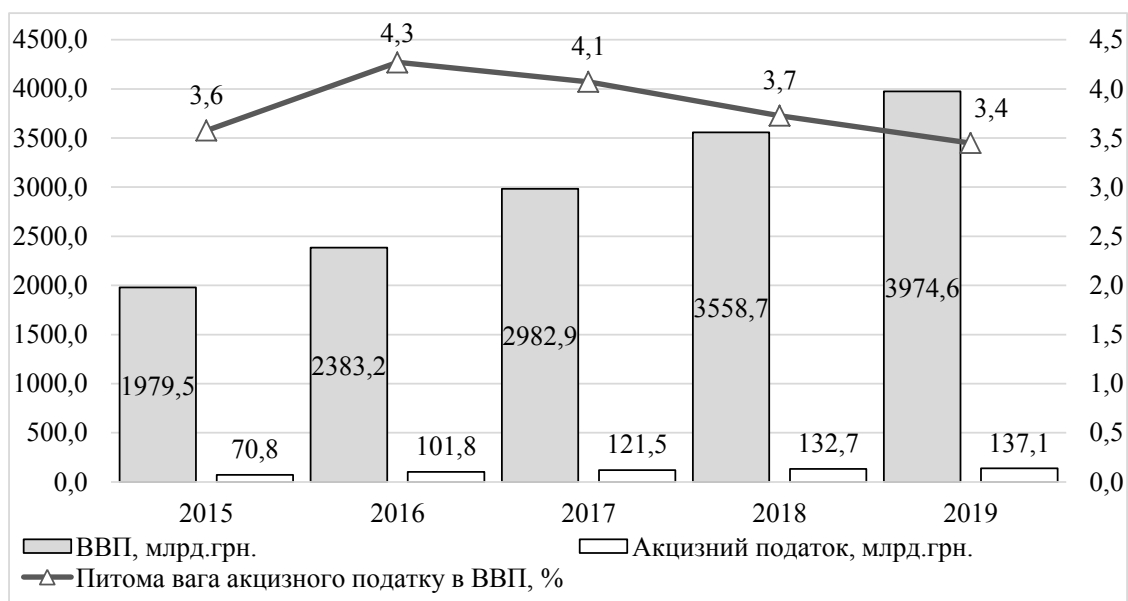


Рис. 4. Надходження акцизного податку до Зведеного бюджету України та його частка у ВВП у 2015–2019 рр. [6]

ванням від стиснення, з двигунами внутрішнього згоряння з іскровим запалюванням, із двигунами внутрішнього згоряння з кривошипно-шатунним механізмом; автомобілі легкові, кузови до них, причепи та напівпричепи, мотоцикли, транспортні засоби, призначені для перевезення 10 осіб і більше, транспортні засоби для перевезення вантажів; електрична енергія [8]. Встановлено ставки податку: адвалорні (процентні), специфічні (у твердій сумі з одиниці реалізованого товару/продукції) та змішані.

Надходження акцизного податку до Зведеного бюджету України максимального значення набули в 2016 р. внаслідок реалізації політики підвищення ставок на тютюнові вироби, після стали поступово знижуватися (рис. 4).

Поетапно підвищувалися ставки акцизних податків у розрізі груп/категорій оподатковуваних товарів. У зв'язку з девальвацією гривні значно зросли специфічні ставки на нафтопродукти і транспортні засоби. Із 2015 р. введено оподаткування оптового постачання електричної енергії, уніфіковано розмір специфічних ставок податку та мінімального податкового зобов'язання для всіх типів сигарет (із фільтром та без). Із 2017 р. акцизний податок із роздрібного продажу пального перенесено до основної ставки податку, який сплачується до бюджету виробниками чи імпортерами. Такі податкові зміни вплинули як на абсолютний розмір надходжень від акцизних податків до бюджету, так і на їхню структуру.

У Податковому кодексі України в редакції від 02.04.2020 вказано оновлені акцизні ставки під-акцизних товарів. Упродовж 2012–2019 рр. акцизний податок на сигарети без фільтра та цигарки

за 1 тис шт. зріс на 2 207,92 грн, із 49,48 грн до 2257,40 грн, найбільший темп росту становив у 2018 р. – 464,8%. Акцизний податок на сигарети з фільтром за 1 тис шт. зріс на 2 146,76 грн, зі 110,64 грн до 2257,40 грн, найбільший темп росту становив у 2018 р. – 464,8%. Тобто ставка акцизного податку на пачку сигарет без фільтра зросла більш як у 45 разів, а на пачку сигарет із фільтром – більш як у 20 разів. Мінімальне акцизне податкове зобов'язання зі сплати акцизного податку на сигарети без фільтра та на сигарети з фільтром, грн за 1000 шт. за досліджуваний період, зросло на 2 949,16 грн та 2 835,45 грн відповідно, найбільший темп росту становив у 2018 р. – 464,8%. Адвалорна ставка акцизного податку з тютюнових виробів залишалася незмінною – 12%, окрім 2012 р., коли на сигарети без фільтра вона становила 20%, а на сигарети з фільтром – 25%.

Разом із тим, згідно з розділом XX «Перехідні положення», підрозділом 5 «Особливості справляння акцизного податку та екологічного податку Податкового кодексу України», тимчасово з 1 січня 2019 р. до 31 грудня 2024 р. (включно) встановлено ставки акцизного податку на тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну (табл. 1), які кардинально відрізняються від тих, що оговорені у ст. 215.3.2 ПКУ.

Як видно з табл. 1, упродовж 2019–2024 рр. заплановано зростання акцизного податку на сигарети без фільтра та цигарки і на сигарети з фільтром за 1 тис шт. на 1 187,59 грн, із 693,58 грн у 2019 р. до 1 881,1 грн у 2024 р., мінімальне акцизне податкове зобов'язання зі сплати акцизного податку на сигарети без фільтра та на сигарети з фільтром, грн за 1000 шт., – на 1 588,7 грн, з 927,84 грн

**Ставки і темпи зростання надходжень акцизного податку
та мінімального акцизного податкового зобов'язання для тютюнових виробів у 2019–2024 рр.**

Набрання чинності зміни ставки акцизного податку з тютюнових виробів	Акцизний податок на сигарети без фільтра, цигарки, грн. за 1тис. шт.	Акцизний податок на сигарети з фільтром, грн. за 1тис. шт.	Адвалорна ставка акцизного податку з тютюнових виробів, %	Мінімальне акцизне податкове зобов'язання із сплати акцизного податку на сигарети без фільтра, грн за 1000 шт.	Мінімальне акцизне податкове зобов'язання із сплати акцизного податку на сигарети з фільтром, грн за 1000 шт.	Темп росту, %
з 01.01.2019 по 30.06.2019	693,58	693,58	12	927,84	927,84	
з 01.07.2019 по 31.12.2019	756,00	756,00	12	1011,35	1011,35	109,0
з 01.01.2020 по 31.12.2020	907,20	907,20	12	1213,61	1213,61	120,0
з 01.01.2021 по 31.12.2021	1088,64	1088,64	12	1456,33	1456,33	120,0
з 01.01.2022 по 31.12.2022	1306,37	1306,37	12	1747,60	1747,60	120,0
з 01.01.2023 по 31.12.2023	1567,64	1567,64	12	2097,12	2097,12	120,0
з 01.01.2024 по 31.12.2024	1881,17	1881,17	12	2516,54	2516,54	120,0

Джерело: складено автором за [8]

у 2019 р. до 2 516,54 грн у 2024 р. Тобто ставка акцизного податку на пачку сигарет з 01.01.2019 по 01.01.2024 зростає в 2,7 рази. Адвалорна ставка акцизного податку з тютюнових виробів залишалася незмінною – 12%, а темп росту становить у 2019 р. 109%, а в 2020–2024 рр. – 120%.

Утрати бюджету від зменшення ставки акцизу у зв'язку з перехідним положенням ПКУ тільки на початок 2019 р. за мінімального акцизного податкового зобов'язання зі сплати акцизного податку на сигарети без фільтра та з фільтром становлять 503,31 грн за 1000 шт. Водночас темп росту змін ставок акцизного податку з тютюнових виробів із 2020 р. впродовж наступних п'яти років становитиме 120% щорічно.

Таким чином, у процесі розвитку системи специфічного акцизного оподаткування в Україні кількість груп підакцизних товарів суттєво зменшено. Водночас кожна з них є доволі складною в аспекті деталізації ставок, які динамічно змінюються та залежать від вартості, кількості товарів, мають різні одиниці вимірювання, залежать від курсу валюти тощо. Це доволі ускладнює процес адміністрування акцизного податку, часто він є незрозумілим для платника [13, с. 103].

У результаті реформи податкової політики, послідовності дій у напрямі спрощення адміністрування акцизного податку, зниження рівня корупції має формуватися справедлива та ефективна податкова система, яка, своєю чергою, повинна забезпечити стабільність соціально-економічного

розвитку держави та регіонів. Після прийняття Податкового кодексу України у грудні 2010 р. реформування системи непрямого оподаткування не припинилося. Сьогодні продовжується модернізація та оптимізація системи оподаткування. З часу впровадження акцизів в Україні нормативно-правова база з питань акцизного оподаткування зазнавала чимало змін. Це зумовлено як економічною, так і політичною ситуацією в країні, державною політикою регулювання виробництва та обігу окремих видів підакцизних товарів, а також адаптацією українського законодавства до вимог ЄС [3, с. 211].

Відповідно до зобов'язань, взятих у межах Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, відбувається наближення податкового законодавства України до законодавства ЄС: удосконалення інструментів адміністрування акцизного податку; поступове наближення ставок акцизного податку на тютюнові вироби до рівня, передбаченого директивою ЄС, шляхом збільшення специфічних ставок акцизного податку та мінімального податкового акцизного зобов'язання на тютюнові вироби; гармонізація податкового законодавства з іншими вимогами директив ЄС щодо непрямого оподаткування в межах зобов'язань, визначених Угодою про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [2].

Суттєве та стрімке підвищення акцизних податків в окремі роки, зокрема на тютюнову продукцію, та слабкість/неефективність системи адміністрування стали вагомими чинниками тінізації виробництва й обігу підакцизних товарів, зростання контрабандної, контрафактної продукції, формування схем ухилення від оподаткування, отже, звуження податкової бази та невиконання планових показників доходів бюджетів. Саме невідповідність формального (законодавчі та нормативні акти щодо збільшення ставок акцизів, зміни в адмініструванні тощо) і неформального (традиції, неможливість відмовитися від споживання певних товарів, низька купівельна спроможність населення, низька культура споживання тощо) складників інституційного середовища України спричиняють окреслені негативні наслідки.

Дослідження еволюції акцизного оподаткування в Україні свідчить, що важливо сформулювати стратегію акцизного оподаткування в Україні та розробити реальні тактичні заходи щодо її реалізації, які б урахували формальний і неформальний складники інституційного середовища України та необхідність їх узгодження. Це передбачає удосконалення податкового законодавства, підвищення ефективності адміністрування, виховання культури споживання якісної продукції, зміцнення інституту довіри до дій владних структур, зниження поширеності шкідливих звичок у суспільстві (тютюнопаління, алкоголізм) і сприятиме реалізації виваженої, послідовної та відповідальної акцизної політики.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, акциз як один із найбільш давніх податків є вагомим джерелом формування доходів бюджету внаслідок притаманних йому властивостей. Акцизний податок упродовж 1991–2019 рр. у системі податків на споживання в Україні виконував взаємозумовлені функції: фіскальну, регулюючу та певним чином соціальну, співвідношення між якими знаходилося у динамічному стані. Фіскальна функція системи акцизних податків в Україні залишалася домінантною навіть в роки позитивної економічної динаміки, що стало одним із визначальних чинників тінізації виробництва й обігу підакцизних товарів, зростання контрабандної, контрафактної продукції, формування схем ухилення від оподаткування, отже, звуження податкової бази. Чинниками, що сприяли збереженню цієї тенденції, є поетапне підвищення ставок акцизного податку внаслідок євроінтеграційних прагнень України та реалізації політики податкової гармонізації, фінансово-економічні кризи, валютні коливання та підвищення валютних ризиків у процесі формування та виконання бюджету.

Для подальшого розвитку системи акцизного оподаткування важливим є формування стратегії, основними орієнтирами якої є: мінімізація ризиків

зростання частки тіньового складника ринку підакцизних товарів, підвищення їхньої якості, виховання культури споживання, зниження поширеності шкідливих звичок у суспільстві (тютюнопаління, алкоголізм) тощо. Підвищення ставок акцизного податку потребує дотримання принципу послідовності та стабільності акцизної політики, що забезпечить підвищення як фіскальної, регулювальної, так і соціальної значущості податків, більшу прогнозованість діяльності економічних агентів. Розроблення дієвих стратегічних напрямів акцизної політики потребує більш тривалого адаптаційного періоду та формування сприятливого інституційного середовища, отже, вдосконалення податкового законодавства, підвищення ефективності адміністрування, виховання культури споживання тощо.

Перспективою подальшого реформування специфічних акцизів в Україні має бути формування більш ефективної системи такого оподаткування, використання економічно обґрунтованого рівня і структури ставок податку, забезпечення виконання акцизами не лише фіскальної функції, пов'язаної з обмеженням споживання окремих товарів, а й регулюючої та соціальної. Важливим є підвищення ефективності та результативності адміністрування акцизного оподаткування з урахуванням світового досвіду, що є перспективою подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Атаманчук Н.І. Особливості акцизного оподаткування в Україні. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2019. Вип. 1(41). С. 73–77.
2. Бюджетна декларація на 2020–2022 рр. URL: <http://nizhyn-budget.org/static/file/budzetna-deklaracija-na-2020-2022-roki.pdf> (дата звернення: 02.04.2020).
3. Демчишак Н.Б., Процак О.-О.В. Податкова політика в Україні: фіскальний і регулювальний аспекти впливу непрямого оподаткування. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.3. С. 209–215.
4. Економічний словник-довідник. URL: <https://subject.com.ua/economic/dict/612.html> (дата звернення: 02.04.2020)
5. Захаркіна Л.С. Роль і місце податкових надходжень у структурі зведеного бюджету України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2016. Вип. 19. С. 125–129.
6. Звітність про виконання Державного бюджету (зведеного бюджету, державного бюджету, місцевих бюджетів) України за 2010–2019 рр. *Офіційний сайт Державної казначейської служби України*. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/richnazvitnist> (дата звернення: 28.05.2020).
7. Мединська Т.В., Слюсар Р.Ю. Особливості застосування акцизу в Україні та деяких країнах світу. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.2. С. 207–212.
8. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 05.04.2020).

9. Податкова політика: теорія, методологія, інструментарій / за ред. д-ра екон. наук, проф. Ю.Б. Іванова, д-ра екон. наук, проф. І.А. Майбурова. Харків : ІНЖЕК, 2010. 492 с.

10. Статистичний щорічник України за 2009 рік. Київ, 2010. 567 с.

11. Фарадинський О.А. Еволюція акцизного оподаткування в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 1. С. 112–116.

12. Цимбал П.В. Податки, податкова система України, податкова злочинність: історія, теорія, практика : монографія. Ірпінь : Національний університет ДПС України, 2007. 320 с.

13. Юрчишена Л.В., Шевчук Ю.І. Концептуальні засади адміністрування та фіскальний потенціал акцизного податку в Україні. *Фінанси, облік, банки*. 2019. № 1(24). С. 102–112.

14. International Monetary Fund. URL: https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/01/weodata/weorept.aspx?pr.x=77&pr.y=19&sy=1992&ey=2021&scsm=1&sd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=926&s=NGDP_RPC H%2CNGDP%2CNGDPD%2CPPPGDP&grp=0&a=(дата звернення: 28.03.2020).

15. Chugunov I.Y., Pasichnyi M.D. Fiscal policy for economic development. *Науковий вісник Полісся*. 2018. №1(13). Ч.1. С.54–61. URL: 10.25140/2410-9576-2018-1-1(13)-54-61.

REFERENCES:

1. Atamanchuk N. I. (2019) Osoblyvosti aktsyznogo opodatkovannia v Ukraini [Features of excise taxation in Ukraine]. *Visnyk NTUU «KPI»*. *Politolohiia. Sotsiologhiia. Pravo*, vol. 1(41), pp. 73–77.

2. Byudzhetna deklaraciya na 2020–2022 rr. [Budget declaration for 2020–2022]. Available at: <http://nizhyn-budget.org/static/file/budzetna-deklaraciya-na-2020-2022-roki.pdf> (accessed 2 April 2020).

3. Demchyshak N.B., Protsak O.-O.V. (2014) Podatkova polityka v Ukraini: fiskalni i rehuliuvalnyi aspekty vplyvu nepriamoho opodatkovannia [Tax policy in Ukraine: fiscal and regulatory aspects of the impact of indirect taxation]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 24.3, pp. 209–215.

4. Ekonomichniy slovnyk-dovidnyk [Economic dictionary-reference book]. URL: <https://subject.com.ua/economic/dict/612.html> (accessed 2 April 2020). (in Ukrainian)

5. Zakharkina L.S. (2016) Rol i mistse podatkovykh nadkhodzen u strukturi zvedenoho biudzhetu Ukrainy. [The role and place of tax revenues in the structure of the consolidated budget of Ukraine]. *Naukovyi visnyk*

Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriiia : Ekonomika i menedzhment, vol.19, pp. 125-129.

6. Derzhavnoyi kaznachejskoyi sluzhby` Ukrayiny (2020) Zvitnist` pro vykonannya Derzhavnogo byudzhetu (zvedenogo byudzhetu, derzhavnogo byudzhetu, miscevy`x byudzhativ) Ukrayiny` za 2015–2019 rr. [Reporting on the implementation of the State Budget (consolidated budget, state budget, local budgets) of Ukraine for 2015–2019]. Available at: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu> (accessed 28 May 2020)

7. Medynska T.V., Sliusar R.Yu. (2012) Osoblyvosti zastosuvannia aktsyzu v Ukraini ta deiakykh krainakh svitu. [Features of excise tax application in Ukraine and some countries of the world]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 22.2, pp. 207–212.

8. The Verkhovna Rada of Ukraine (2010) Podatkovy kodeks Ukrainy [Tax Code of Ukraine], no. 2755-VI. Available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17&p=1325929236848879> (accessed 5 April 2020).

9. Ivanov Yu. B. & Maiburov I. A. (ed.) (2010) Podatkova polityka: teoriia, metodolohiia, instrumentarii [Tax policy: theory, methodology, tools]. Xarkiv: VD «INZHEK». (in Ukrainian)

10. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2009 rik. (2010) [Statistical Yearbook of Ukraine for 2009]. Kyiv. (in Ukrainian)

11. Faradynskiy O.A. (2009) Evoliutsiia aktsyznogo opodatkovannia v Ukraini [Evolution of excise taxation in Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 1, pp. 112–116.

12. Tsybmal P.V. (2007) Podatky, podatkova sistema Ukrainy, podatkova zlochynnist: istoriia, teoriia, praktyka [Taxes, tax system of Ukraine, tax crime: history, theory, practice]. Irpin: Natsionalnyi universytet DPS Ukrainy. (in Ukrainian)

13. Yurchyshena L.V., Shevchuk Yu.I. (2019) Kontseptualni zasady administruvannia ta fiskalniy potentsial aktsyznogo podatku v Ukraini [Conceptual principles of administration and fiscal potential of excise tax in Ukraine]. *Finansy, oblik, banky*, no. 1(24), pp. 102–112.

14. International Monetary Fund. URL: https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/01/weodata/weorept.aspx?pr.x=77&pr.y=19&sy=1992&ey=2021&scsm=1&sd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=926&s=NGDP_RPC H%2CNGDP%2CNGDPD%2CPPPGDP&grp=0&a=(accessed 28 May 2020)

15. Chugunov I. Y., Pasichnyi M. D. (2018) Fiscal policy for economic development. *Naukovyi visnyk Polissia*, no. № 1(13), part 1, pp. 54–61. URL: 10.25140/2410-9576-2018-1-1(13)-54-61

РОЗДІЛ 8. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІУПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-СИСТЕМАМИ ГНУЧКИХ ОБ'ЄДНАНЬ
КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР НА ОСНОВІ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ
MANAGEMENT OF BUSINESS SYSTEMS OF FLEXIBLE ASSOCIATIONS
OF CORPORATE STRUCTURES ON THE BASIS OF CURRENT ASSETS

У статті запропоновано концептуальний підхід, заснований на застосуванні теорії множин, вимірних за Лебегом, або міри Лебега, для формування та управління гнучкістю об'єднань корпоративних структур бізнесу (ОКС) на основі визначення та регулювання вартості оборотних активів. Формування й управління оборотними активами у вигляді замкнутої структурної схеми управління і структура концептуальної математичної моделі формування гнучких об'єднань корпоративних структур бізнесу на основі управління оборотними активами представлені на рис. 1, 2. Практичне застосування розробленої моделі представлено для формалізації консолідованого бухгалтерського балансу у спрощеній формі. Визначено допустиму сферу змін оборотних активів (рис. 3) через площу міри Лебега μ для нормативних і гнучких областей. Нові вихідні дані для проектування або управління гнучкою сферою діяльності ОКС із новим діапазоном зміни параметрів управління $(\varphi_2 - \varphi_1) = 2$ представлено в табл. 4. Комплексний системний підхід забезпечує розроблення взаємопов'язаних управлінських рішень по всіх розділах балансу.

Ключові слова: корпоративна структура, міра Лебега, оборотні активи, математична модель, формалізація, бухгалтерський баланс.

В статті пропонується концептуальний підхід, оснований на використанні теорії

множеств, измеримых по Лебегу, или меры Лебега, для формирования и управления гибкостью объединений корпоративных структур бизнеса (ОКС) на основе определения и регулирования стоимости оборотных активов. Формирование и управление оборотными активами в виде замкнутой структурной схемы управления и структура концептуальной математической модели формирования гибких объединений корпоративных структур бизнеса на основе управления оборотными активами представлены на рис. 1, 2. Практическое применение разработанной модели представлено для формализации консолидированного бухгалтерского баланса в упрощенной форме. Определена допустимая область изменений оборотных активов (рис. 3) через площадь меры Лебега для нормативных и гибких областей. Новые исходные данные для проектирования или управления гибкой области деятельности ОКС с новым диапазоном изменения параметров управления $(\varphi_2 - \varphi_1) = 2$ представлены в табл. 4. Комплексный системный подход обеспечивает разработку взаимосвязанных управленческих решений по всем разделам баланса.

Ключевые слова: корпоративная структура, мера Лебега, оборотные активы, математическая модель, формализация, бухгалтерский баланс.

УДК 65.011

<https://doi.org/10.32843/bses.54-35>

Байгушев В.В.

к.т.н., докторант кафедри фінансів та економічної безпеки
Дніпровський університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

Baygushev Volodymyr

Dnipro National University
of Railway Transport
named after academician V. Lazaryan

The article proposes a conceptual approach based on the application of the theory of sets of Lebesgue-measurable or Lebesgue measures for the formation and management of flexibility of associations of corporate business structures (ACS) based on the definition and regulation of the value of current assets. However, integration requires a high degree of formalization of this approach. The formation and management of current assets in the form of a closed structural management scheme is shown in Fig. 1. For the formation and further management of quantitative indicators of current assets, a mathematical formalization or mathematical model of business processes of the ACS is necessary. The conceptual mathematical model of the production and economic system of the ACS activity, which is used in this study for the formation of flexible ACS based on the management of current assets, is expressed in the form of inequalities and equalities of limited sets of model parameters. The structure of the conceptual mathematical model for the formation of flexible associations of corporate business structures based on the management of current assets is shown in Fig. 2. The practical application of the developed model is presented for formalization of the consolidated balance sheet in a simplified form, which reflect the financial indicators of the ACS for a certain period of time. The balance items are expressed in terms of the parameters of the mathematical model. The acceptable area of changes in current assets is determined Fig.3 through the area of the Lebesgue measure $\mu [L, \varphi, \sigma (y)]$, $\mu [L, \varphi, \sigma (y)]$ for the normative and flexible domains in the coordinate axes y and σ , with the restrictions given in table.2 and table.3. New input data for the design or management of a flexible area of activity of the ACS with a new range of control parameters $(\varphi_2 - \varphi_1) = 2$, are presented in table.4. The developed approach to managing current assets based on the balance sheet mathematical model of the consolidated balance sheet of the ACS is a common part of the unified competitive strategy. The regulatory and flexible area of managing the value of current assets developed on the basis of this model is consistent with the main goal of financial and economic behavior of the subject. This approach creates a reliable state of shareholders' capital for different periods of activity, starting from the formation of the initial to the final consolidated balance sheet of the ACS. An integrated system approach ensures the development of interrelated management decisions for all sections of the balance sheet. The formation of principal approaches to determining working capital based on the Lebesgue measure in the structure of the consolidated balance sheet of the ACS makes it possible to ensure a high level of ratio of income, limited risk and low error in determining the indicators of current assets.

Key words: corporate structure, Lebesgue measure, current assets, mathematical model, formalization, balance sheet.

Постановка проблеми. Властивість гнучкості під час функціонування економічних систем різних типів є найважливішою умовою ефективного ведення бізнесу. Практична складність реалізації даної властивості для господарських об'єднань різних типів полягає у недостатніх дослідженнях даної проблеми. Більше того, публікації з даної теми лежать у сфері дослідження організаційних структур і виробничої-економічної та технічної гнучкості управління. За всієї важливості даних досліджень економічна наука володіє й іншими власними параметрами управління бізнес-системою об'єднаних корпоративних структур (далі – ОКС), які забезпечують гнучке управління господарською діяльністю організації у цілому. У даній роботі способом гнучкого управління бізнес-системою об'єднання будь-якого типу виступає управління оборотними активами. Неможливо уявити формування і майбутнє управління, тим більш гнучке управління, без інтеграції бізнес-процесів і керуючої системи як єдиного цілого для забезпечення гнучкості ОКС. Дослідженню гнучкого управління ОКС, в основі якого лежить управління оборотними активами, що об'єднують усі бізнес-процеси, які відбуваються в організації, і керуючу систему, присвячено дану роботу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Автор [1, с. 1075] визначає, що гнучкість, своєчасність і тактична швидкість розроблення й впровадження заходів щодо вдосконалення управління оборотними активами полягають у тому, що основна частина управлінських рішень реалізується протягом нетривалого періоду часу. При цьому політика управління оборотними активами – це комплекс заходів щодо поліпшення цілої низки фінансових показників і досягнення більш високих результатів господарської діяльності. Ефективність політики управління оборотними активами визначається значною кількістю чинників. При цьому головне завдання ефективного менеджменту – максимально використовувати сформовану кон'юнктуру діючого ринку для розкриття внутрішнього потенціалу підприємства. У дослідженні [2, с. 26] наголошується, що ділова активність організації як спектр видів господарської діяльності, спрямованих на просування і розвиток організації у всіх сферах діяльності, як основний критерій для аналізу використовується показник оборотності оборотного капіталу. Прискорення оборотності оборотних активів веде до зниження їх потреби, а збільшення – до їх зростання. Ефект зростання оборотності призводить до зростання прибутку. У монографії [3, с. 135–158] у результаті узагальнення теоретичних і прикладних аспектів управління оборотними активами запропоновано нові методологічні підходи. Дані методологічні підходи дають змогу визначити оптимальне співвідношення між кількістю виробництва продукції

і споживанням ресурсів на всіх стадіях виробничого процесу. Автор монографії виділяє переваги застосування логістичного підходу в управлінні оборотними активами.

У дослідженні [4, с. 116] методом панельної регресії проведено моделювання процесу взаємозв'язку управління оборотним капіталом і результативності компанії. Вивчено моделі з фіксованими і випадковими ефектами. Автором доведено, що між довжиною фінансового циклу компанії і результативністю її діяльності існує значущий зворотний взаємозв'язок. Виявлено зв'язки між періодами оборотності кредиторської та дебіторської заборгованостей і результативністю діяльності компанії. На думку автора, отримані результати дослідження мають велику практичну цінність для управління і стратегічного розвитку компанії. У роботі [5, с. 42–43] наведено наукове обґрунтування методики і рекомендацій з управління оборотним капіталом під час визначення оптимальної кількості запасів матеріалів, що зберігається на складах. Автори модифікували відомі методи й отримали нові результати, які дають змогу зменшити показники операційного циклу компанії і збільшити оборотність оборотних активів у цілому.

Автор [6, с. 72] стверджує, що на кожному конкретному підприємстві величина оборотних коштів, їх склад і структура залежать від безлічі факторів виробничого, організаційного та економічного характеру, тому тільки за деякого оптимального рівня оборотного капіталу прибуток даного підприємства стає максимальним. При цьому автор доводить, що рівень ефективності використання загальної величини та окремих видів оборотних коштів характеризується певною системою вартісних, натуральних, якісних і кількісних показників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що увага вчених і практиків в економічній сфері діяльності пояснюється абсолютно ясним розумінням виняткової ролі впливу управління оборотними активами на головні підсумки ведення ефективного бізнесу. Однак різноманітність підходів до визначення оборотного капіталу, а також способів структуризації та методів кількісної оцінки його складників негативно відбивається на точності оцінок, виборі моделей та інструментальних засобів для оптимального управління оборотним капіталом.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз управління гнучкими об'єднаннями корпоративних структур бізнесу на основі управління оборотними активами.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі управління індивідумом господарською структурою в умовах некерованого зовнішнього середовища господарювання і внутрішнього керованого середовища за рахунок матеріальної і нематеріальної взаємодії відбувається функціонування ОКС як єдиного комплексу, тому оборотні

активи виступають інструментом пізнання і регуляції практичної господарської діяльності людей. Категорія оборотних коштів використовується передусім для пояснення матеріальних і нематеріальних процесів та операцій. Тільки глибоке осмислення змін та розвитку зовнішніх і внутрішніх економічних процесів дає змогу розкрити сутність, зміст і форму даної категорії. Водночас, будучи співвідносною категорією, оборотні активи характеризують детермінацію зв'язків і розвитку економічних процесів ОКС. Саме співвідносним категоріям притаманні властивості відображення самоорганізації та системності господарської діяльності через зв'язки та розвиток корпоративної структури. Наведені міркування визначають вибір підходу, а також методу для дослідження і практичного управління категорією оборотних активів ОКС. Перераховані властивості категорії оборотних активів ОКС із метою їх управління визначають системний підхід як найбільш ефективний у даних умовах поставленого завдання. Даний загальнотеоретичний підхід ґрунтується на законі про взаємний зв'язок і взаємозумовленості, тому сфера його застосування ефективна для дослідження явищ і процесів незалежно від їхньої природи. Для всього періоду розвитку складних соціально-економічних систем у ринковій економіці філософія їх управління зводилася до логіки системного підходу. Діючі і створювані загальносистемні принципи, гіпотези і аксіоми є головною сутністю системного підходу до управління найрізнішими об'єктами. Головні ознаки системного підходу в економічній діяльності такі:

- управління оборотними активами ОКС проявляється у зв'язках з усіма різними видами діяльності створення нової вартості;
- господарська структура ОКС є системою, в якій усе взаємопов'язано і взаємозумовлено;
- стан простору параметрів та їхніх показників ОКС, які виражають кількісну оцінку господарської діяльності організації як результат внутрішньої і зовнішньої діяльності структурований і є системою вищого порядку;
- взаємодія із зовнішнім середовищем має ознаки та оцінки невизначеності і складно піддається управлінню;
- досліджуваний об'єкт (оборотні активи ОКС) розглядається як підсистема господарської системи ОКС і не може бути автономною щодо всього середовища функціонування господарської системи ОКС;
- облік принципів зв'язків об'єкта (оборотні активи ОКС) з усією господарською системою ОКС має бути враховано як головний пріоритет;
- взаємодія систем загальних і локальних цілей забезпечує цілісність усієї господарської системи ОКС;
- виникнення невідповідностей між загальними цілями ОКС і цілями учасників об'єднання

є джерелами проблем, які потребують негайного вирішення.

Формування та управління оборотними активами на основі головних ознак системного підходу в економічній діяльності у вигляді замкнутої підсистеми управління представлено на рис. 1. На рис. 1 кругообіг оборотних активів забезпечується різними джерелами фінансових коштів, які контролюються і управляються бухгалтерським балансом. Підсистема формування й управління оборотними активами входить у структуру концептуальної моделі формування гнучких об'єднань корпоративних структур бізнесу на основі управління параметром входу – оборотні активи організації. Гнучкість діяльності ОКС багато в чому залежить від ефективності роботи підсистем на рис. 1. При цьому найважливішу роль відіграє оцінка постійного стану самого бухгалтерського балансу. Власне, формування вихідного бухгалтерського балансу ОКС є визначальним етапом для подальшого управління всією господарською діяльністю. Особливе значення має оцінка проміжних станів бухгалтерського балансу з погляду похибки та об'єктивності. Для економіки будь-якої країни і для України зокрема формування гнучких об'єднаних корпоративних структур є найважливішою метою створення сучасних бізнес-систем господарювання на національному та міжнародному ринках. Спосіб інтеграції формування бізнес-процесів і синтезу керуючої інформаційно-аналітичної системи вирішує багато проблем, що виникають під час функціонування створеної бізнес-системи в сучасному ринковому середовищі. Коли проект бізнес-системи виконаний і показники проекту ψ характеризують необоротні активи (основні фонди + нематеріальні активи + довгострокові інвестиції), їх зміна вимагає особливого підходу. Тому показники проекту ψ необхідно вважати протягом певного періоду незмінними. Тоді поняття гнучкості ОКС передбачає, що створена бізнес-система володіє особливим адаптивним характером функціонування за рахунок управління показниками параметра і характеризує оборотні активи (товарно-матеріальні запаси + дебіторська заборгованість + грошові кошти), що є вхідним показником бізнес-системи. Структурна схема концептуальної моделі формування гнучких об'єднань корпоративних структур бізнесу на основі управління параметром входу – оборотні активи організації, прийнята в даному дослідженні, запропонована на рис. 2. Головною особливістю структури концептуальної моделі формування гнучких ОКС бізнесу на основі управління параметром входу, а саме оборотні активи організації є постійні зв'язки від параметра проектування ($\psi = \text{constant}$) до параметрів входу (y) і виходу (σ). Сутність даних зв'язків полягає у створенні такої вартості основного технологічного обладнання,

промислової будівлі та комунікацій, яка дає змогу формувати гнучкі технологічні лінії для переходу випуску з одного виду продукції на інший за мінімальних витрат. Поняття гнучкості ОКС має певні межі адаптивного функціонування, які повинна мати створювана бізнес-система за допомогою створення вартості виробничо-технічних і фінансових ресурсів. Вартість технічних ресурсів повинна бути достатньою для створення спеціальних рішень варіації основного і допоміжного обладнання, а також наявності певних властивостей у виробничих технологічних лініях. При цьому особливе значення має наявність гнучких технологічних процесів, які реалізуються на перерахованому

обладнанні всіх видів. Фінансові ресурси мають іншу сутність. Дана сутність полягає у створенні додаткових грошових (готівкових, безготівкових) ресурсів, які використовуються тільки у спеціальних випадках. Спеціальні випадки виникають, коли колишнє управління наявними фінансовими ресурсами є недостатнім і вимагає залучення додаткових фінансових ресурсів.

Гнучке управління оборотними активами передбачає, що витрачена вартість на технічні, технологічні, організаційні ресурси створила певні умови для гнучкого управління оборотними активами. Оборотні активи (ресурси) з погляду системного підходу (на рис. 2 параметр входу) забезпечу-

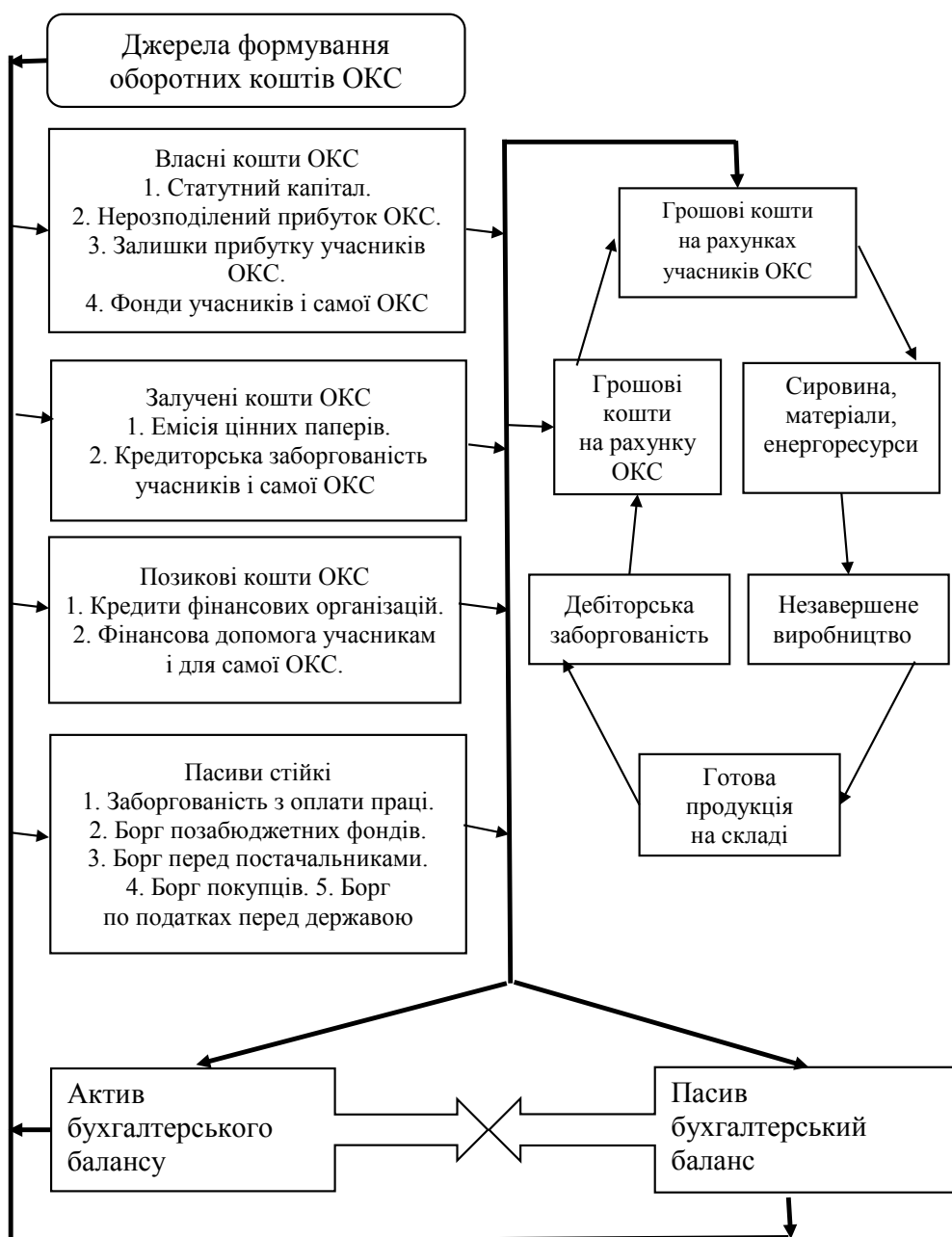


Рис. 1. Формування та управління оборотними активами у вигляді замкнутої підсистеми управління

Джерело: авторська розробка

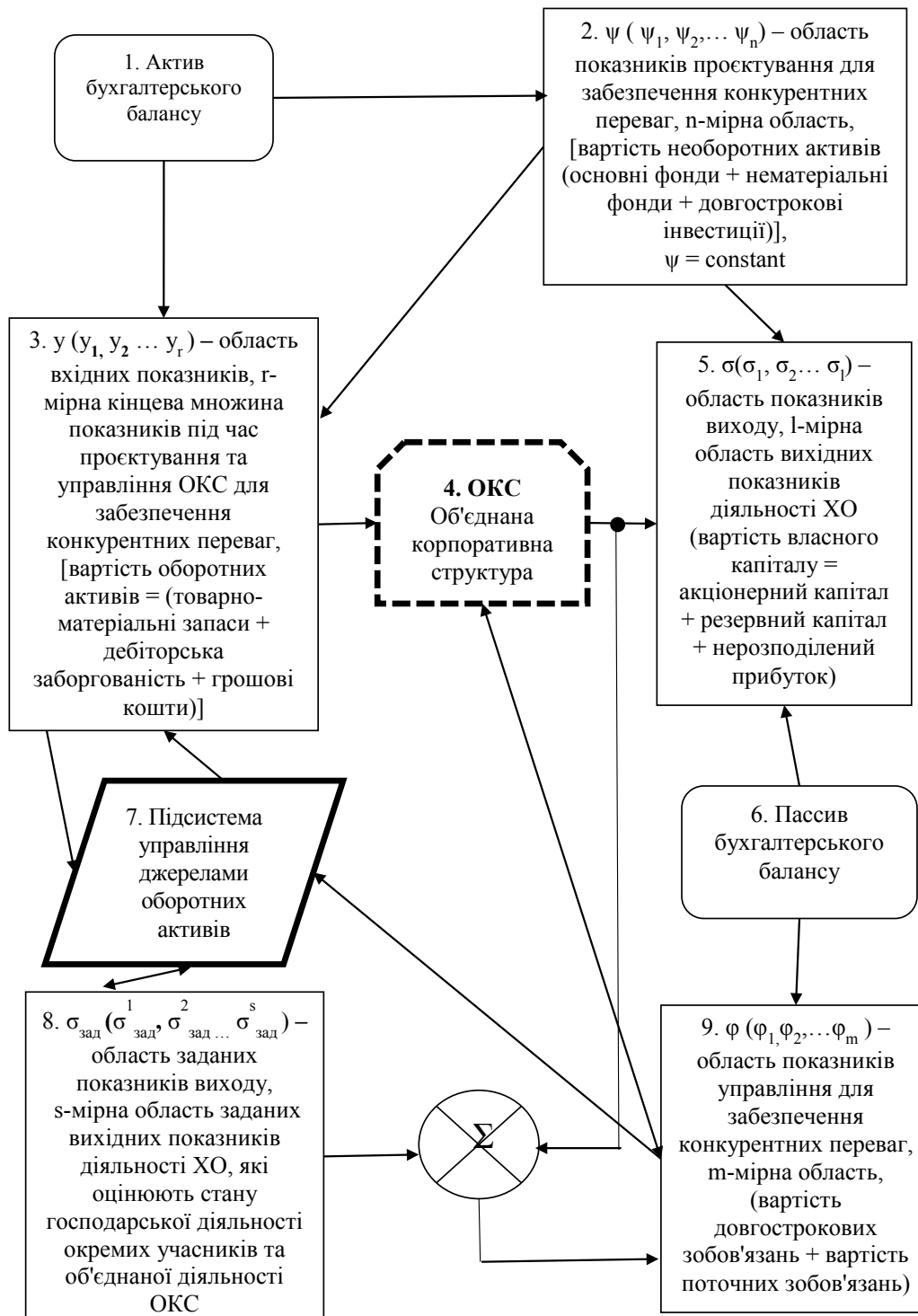


Рис. 2. Структура концептуальної моделі формування гнучких об'єднань корпоративних структур бізнесу на основі управління параметром входу – оборотні активи організації

Джерело: авторська розробка

ють гнучке управління через систему показників. У реальних економічних умовах ринку на етапі формування бізнес-систем ОКС обов'язково потрібна кількісна оцінка формування необхідних і додаткових оборотних ресурсів для гнучкого функціонування. В іншому разі ведення бізнесу за виникнення невизначених умов функціону-

вання стає проблематичним або навіть критичним. У табл. 1 представлено статті консолідованого бухгалтерського балансу, у спрощеній формі відображають фінансові показники ОКС на певний період часу. Статті балансу виражені через параметри, коли показники параметрів формування проєкту постійні (вираз 1).

Таблиця 1

Складники проєкту бізнес-системи господарювання ОКС – вихідний бухгалтерський баланс

Актив бухгалтерського балансу	Пасив бухгалтерського балансу
Необоротні активи – основні фонди + нематеріальні активи + довгострокові інвестиції) – ψ ; $\psi > 0$ – показники проєкту не змінюються, $\psi = \text{constant}$	Власний капітал (акціонерний капітал + резервний капітал + нерозподілений прибуток) – σ ; $\sigma > 0$ – показники виходу;
Оборотні активи (товарно-матеріальні запаси + дебіторська заборгованість + грошові кошти) – y ; $y > 0$ – вхідні показники	Довгострокові та поточні зобов'язання (довгострокові кредити + короткострокові кредити + кредиторська заборгованість + інші поточні зобов'язання) – φ ; $\varphi > 0$ – показники управління

$$\psi + y = \sigma + \varphi \quad (1)$$

На підставі виразу (1) рівняння управління нормативною та гнучкою ОКС

визначене через оборотні активи бухгалтерського балансу відносно y має вираз (2):

$$y = \varphi + \sigma - \psi \quad (2)$$

Виконаний проєкт сформованої нормативної і гнучкої ОКС вимагає визначення такого управління оборотними активами в нових умовах конкурентного середовища, коли значення ψ має бути постійним. Для цього потрібно визначити такі показники параметрів φ і σ , щоб обмеження табл. 2 виконувалися. Усі показники мають вартісні значення. Дану систему вихідних числових даних для проєктування ОКС і управління нормативною діяльністю ОКС наведено в табл. 2.

Нова система за заданих вхідних показників визначає сферу допустимого управління оборотними активами y , яка є функцією від показників параметра виходу σ і визначається виразом (3):

$$y_1 = \sigma_1 - 2; y_2 = \sigma_2 - 1; \sigma_1 > 0, \sigma_2 > 0, y_1 > 0, y_2 > 0; \\ \sigma_n \leq \sigma \leq \sigma_k; \\ \psi_1 = \psi_2 = 3 = \text{constant} \quad (3)$$

На підставі заданих даних (3) потрібно знайти необхідні значення з допустимих областей показників параметра виходу – σ_1 і σ_2 і необхідні значення показників параметра управління оборотними активами з допустимих областей y_1 і y_2 . Система (3) складається з двох виразів, що містять чотири невідомих: $y_1, y_2, \sigma_1, \sigma_2$. Тому можна виділити тільки область значень, наявних 4-х невідомих $y_1, y_2, \sigma_1, \sigma_2$. Заштрихована область на рис. 3 в осях y і σ за діючих обмежень показує допустиму область «L φ, σ (y)», визначену виразом (3). У зв'язку з тим,

що система виразів (3) містить дві змінні управління – σ і y , тоді міра Лебега в допустимій області «L φ, σ (y)» геометрично представлена допустимою площею прямокутника ABCD на рис. 3. Отже, міра Лебега допустимої області може бути інтерпретована як функція параметрів виходу й управління оборотними коштами через площу прямокутника ABCD, представленого на рис. 3. Площа прямокутника і, отже, міра Лебега $\mu [L_{\sigma, \varphi} (y)]$ у допустимій області $[L_{\sigma, \varphi} (y)]$ дорівнює добутку суміжних сторін прямокутника: $S_{ABCD} = AB \times AD$. Визначення площі в загальному вигляді дано у виразі (4):

$$\mu [L_{\sigma, \varphi} (y)] = S_{ABCD} = AB \times AD = \\ = [(\sigma_2 - 1) - (\sigma_1 - 2)] \times (\sigma_2 - 2) \quad (4)$$

остаточно вираз (4) має вираз (5):

$$\mu [L_{\sigma, \varphi} (y)] = \sigma_2^2 - \sigma_2 - \sigma_1 \sigma_2 + 2\sigma_1 - 2 \quad (5)$$

Для знаходження y_1 і y_2 (управління оборотними активами) необхідно скористатися виразом (5) з урахуванням усіх обмежень і вибором значень σ з інтервалу $(\sigma_k - \sigma_n)$. Визначимо $\mu [L_{\sigma, \varphi} (y)] = \mu [L_n \varphi, \sigma (y)]$ як міру нормативної області управління бізнес-системою з виразами (4 і 5) з урахуванням усіх необхідних змін. Із цього випливає висновок, що отримане управління y -скаляра від σ забезпечує керованість роботи бізнес-системи. У табл. 3 наведено значення управління y_1 і y_2 для різних значень міри Лебега. Значення міри Лебега, прийняті у цьому дослідженні: $\mu = 0,1; 1,0; 2,0$. Рівняння (5) визначає безліч значень вартостей: необоротних активів, оборотних активів, власного капіталу, довгострокових і поточних зобов'язань, які задовольняють усім заданим обмеженням. Інтервал і величина завдання міри Лебега також обмежені чинними обмеженнями параметра проєкту $\sigma_n \leq \sigma \leq \sigma_k$ (табл. 3).

Таблиця 2

Вихідні дані для проєктування й управління нормативною діяльністю ОКС-діапазон зміни параметрів управління $(\varphi_2 - \varphi_1) = 1$, (у зв'язку з комерційною таємницею усі значення округлено до цілих значень, млн грош. од.)

Рівняння	φ -параметри управління (довгострокові й поточні зобов'язання), млн грош. од.	ψ – параметр проєкту (необоротні активи), млн грош. од.	σ – вихідні показники (власний капітал), млн грош. од.	y – вхідний параметр (оборотні активи) $y = f(\sigma)$, млн грош. од.
$y_1 = \varphi_1 + \sigma_1 - \psi_1$	$\varphi_1 = 1$	$\psi_1 = 3$	$\sigma_n \leq \sigma \leq \sigma_k$ $\sigma_2 > \sigma_1$ $\sigma > 2$	$y_1 = \sigma_1 - 2$
$y_2 = \varphi_2 + \sigma_2 - \psi_2$	$\varphi_2 = 2$	$\psi_2 = 3$		$y_2 = \sigma_2 - 1$

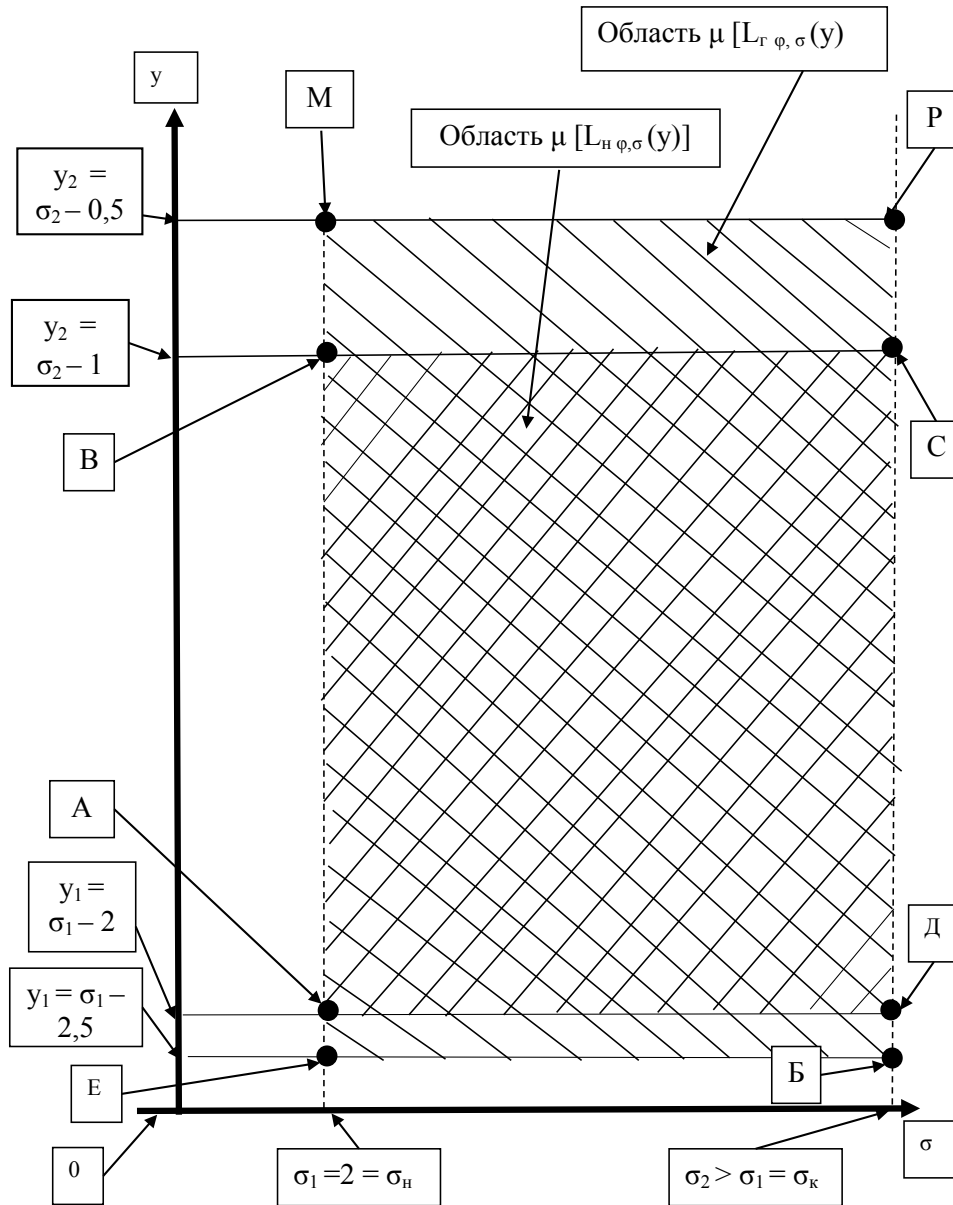


Рис. 3. Допустима область $\mu [L_{n, \phi, \sigma} (y)]$, $\mu [L_{r, \phi, \sigma} (y)]$ у координатних осях y і σ , з обмеженнями виразу табл. 2 і табл. 3

Джерело: авторська розробка

Під гнучким управлінням бізнес-системою (5) розуміється забезпечення заданого діапазону вихідних показників за зміни діапазону показників вхідних параметрів (оборотних активів). У результаті виникнення умов невизначеності ринкового середовища для збереження інтервалу зміни вихідного параметра $\sigma_n \leq \sigma \leq \sigma_k$ знадобилося змінити показники параметра управління ϕ . Новий вибраний діапазон показників параметра ϕ може змінюватися в інтервалі $0,5 \leq \phi \leq 2,5$. Інтервал варіації вихідного параметра залишився без зміни, $\sigma_n \leq \sigma \leq \sigma_k$. Для управління бізнес-системою в області зміни параметра управління збільшений у два рази (умови невизначеності) необхідно визначити нову область допустимої зміни оборотних коштів. Нова область допус-

тимої зміни оборотних коштів, що складається з нормативної і нової областей, визначимо як область гнучкого управління через міру Лебега $\mu [L_{r, \phi, \sigma} (y)]$. На рис. 3 нормативна і нова область управління, яка забезпечує виконання заданих значення вихідних показників $\sigma_n \leq \sigma \leq \sigma_k$, визначена площею прямокутника ЕМРБ. Рівняння, що визначають зміну оборотних коштів у наведено в табл. 4.

Представлений підхід до управління оборотними коштами на основі балансової математичної моделі консолідованого бухгалтерського балансу ОКС є спільною частиною єдиної конкурентної стратегії ДОКС. Нормативна і гнучка галузі управління величиною оборотних коштів, розроблені на основі даної моделі, узгоджуються з основною метою

Таблиця 3

Значення оборотних активів y_1 і y_2 за заданих параметрів σ_1 і σ_2 для різних значень міри Лебега (тільки позитивні значення задовольняють обмеженням $\sigma_1 \geq 2$; $\sigma_2 > \sigma_1$; $y_1 > 0$, $y_2 > 0$)

Рівняння: $\mu = \sigma_2^2 - \sigma_2 - \sigma_1 \sigma_2 + 2\sigma_1 - 2$						
1) Задані значення міри Лебега $\mu = 0,1$						
Задані значення показника, σ_1	2	3	4	5	6	7
Отримані показники, σ_2	2,1	2,3	3,1	4,05	5	6
Отримані показники, y_1	0	1	2	3	4	5
Отримані показники, y_2	1,1	1,3	2,1	3,05	4	5
2) Задані значення Лебега $\mu = 1,0$						
Задані значення показника, σ_1	2	3	4	5	6	7
Отримані показники, σ_2	2,62	3	3,62	4,4	5,3	6,2
Отримані показники, y_1	0	1	2	3	4	5
Отримані показники, y_2	1,62	2	2,62	3,4	4,3	5,2
3) Задані значення Лебега $\mu = 2,0$						
Задані значення показника, σ_1	2	3	4	5	6	7
Отримані показники, σ_2	3	3,4	4	4,7	5,5	6,45
Отримані показники, y_1	0	1	2	3	4	5
Отримані показники, y_2	2	2,4	3	3,7	4,5	5,45

Таблиця 4

Вихідні дані для проєктування або управління гнучкою областю діяльності ОКС із новим діапазоном зміни параметрів управління ($\varphi_2 - \varphi_1$) = 2

Рівняння	φ параметри управління	ψ параметри проєкту	σ вихідні показники	у вхідні параметри
$y_1 = \varphi_1 + \sigma_1 - \psi_1$	$\varphi_1 = 0,5$	$\psi_1 = 3$	$\sigma_n \leq \sigma \leq \sigma_k$ $\sigma_2 > \sigma_1$ $\sigma > 2,5$	$y_1 = \sigma_1 - 2,5$
$y_2 = \varphi_2 + \sigma_2 - \psi_2$	$\varphi_2 = 2,5$	$\psi_2 = 3$		$y_2 = \sigma_2 - 0,5$

фінансово-господарської поведінки суб'єкта. Даний підхід формує надійний стан капіталу акціонерів для різних періодів діяльності – від формування вихідного до кінцевого консолідованого бухгалтерського балансу ОКС. Комплексний системний підхід забезпечує розроблення взаємопов'язаних управлінських рішень по всіх розділах балансу. Формування принципів підходів до визначення оборотних коштів на основі міри Лебега в структурі консолідованого бухгалтерського балансу ОКС дає можливість забезпечити високий рівень співвідношення величин доходів і обмеженого ризику.

Висновки з проведеного дослідження. Уперше розроблено схему формування та управління оборотними активами у вигляді замкнутої системи управління на рис. 1, 2, що має теоретичну цінність.

Визначено допустиму область μ [L_n , φ , σ (y)] – нормативного та μ [L_r , φ , σ (y)] – гнучкого управління в координатних осях y і σ з обмеженнями, представленими в табл. 2–4, на рис. 1–3 за виникнення умов невизначеності, що має практичну значимість.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дербуш Н.М., Красова Е.В. Управление оборотными активами как часть финансовой политики современного предприятия. *Фундаментальные исследования*. 2016. № 12. Ч. 5. С. 1071–1075.

2. Караева С.Е. Оценка деловой активности предприятия на основе показателей оборачиваемости активов. *Научные известия*. 2017. № 7. С. 22–26.

3. Бабенко И.В., Тиньков С.А. Управление оборотными активами: логистический поход : монография. Москва : ИНФРА-М, 2018. С. 135–136.

4. Назарова В.В., Глебов С.П. Взаимосвязь управления оборотным капиталом и результативностью деятельности компании. *Финансы: теория и практика*. 2018. Т. 22. № 4. С. 114–128.

5. Жамбалов Ж.Ч., Головецкий Н.Я. Оборотный капитал на производстве: анализ и эффективное использование. *Вестник Евразийской науки*. 2019. Т. 11. № 2. С. 34–43.

6. Павлюк О.А. Проблемы управления оборотным капиталом компаний. *Синергия наук*. 2019. № 31. С. 68–73.

REFERENCES:

1. Derbush N.M., Krasova E.V. (2016) Upravlenie obrotnymi aktivami kak chast' finansovoy politiki sovremennogo predpriyatiya [Management of working assets as part of the financial policy of the modern enterpris]. *Fundamental'nye issledovaniya*, no. 12 (chast' 5), pp. 1071–1075.

2. Karaeva S.E. (2017) Ocenka delovoj aktivnosti predpriyatiya na osnove pokazatelej oborachivaemosti aktivov [Assessment of business activity of the enterprise based on indicators of turnover of assets] *Nauchnye izvestiya. Kabardino-Balkarskij gosudarstvennyj agrarnyj universitet. Nal'chik*, no. 7, pp. 22–26.

3. Babenko I.V. (2018) Upravlenie oborotnymi aktivami: logisticheskij podhod: monografiya [Management of working assets: logistics approach: monograph]. I.V. Babenko, S.A. Tin'kov. M.: INFRA-M, pp. 135–136.

4. Nazarova V. V., Glebov S. P. (2018) Vzaimosvyaz' upravleniya oborotnym kapitalom i rezul'tativnosti deyatel'nosti kompanii [Management relationship working capital and performance companies]. Finansy: Teoriya i Praktika, vol. 22, no. 4, pp. 114–128.

5. ZHambalov ZH.CH., Goloveckij N.YA. (2019) Oborotnyj kapital na proizvodstve: analiz i effektivnoe ispol'zovanie [Working capital in production: analysis and effective use]. Vestnik Evrazijskoj nauki, vol. 11, no. 2, pp. 34–43.

6. Pavlyuk O. A. (2019) Problemy upravleniya oborotnym kapitalom kompanij [Problems of managing working capital of companies]. Sinergiya Nauk. Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj ekonomicheskij universitet, no. 31, pp. 68–73.

ECONOMIC AND ECOLOGICAL MODELING OF THE STRATEGY OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES FOR PROCESSING OF SECONDARY RAW MATERIALS

ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ З ПЕРЕРОБКИ ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ

UDC 338.242:330.46

<https://doi.org/10.32843/bses.54-36>

Chernousova Zhanna

PhD in Physics and Mathematics,
Associate Professor at the Department
of Mathematical Modeling
for Economic Systems,
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”
Sukmanova Kateryna
Student
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

This article examines the field of municipal solid waste management and recycling of secondary raw materials by the example of Kyiv. Every year, the amount of MSW is growing, but the share that is recycled is not increasing. In general, this area is characterized by its landfill orientation, low level of waste recycling and general waste accumulation. The paper recycling enterprise, its main economic indicators are considered. The model reflecting the relations between the region and the enterprise, taking into account the impact of the enterprise's production activity on the environment, is developed. Strategies for changing the management parameters for the enterprise and the region are proposed. These strategies include credit and price change strategies for secondary raw materials for the enterprise, as well as strategies for changing the ecological tax for the region. The analyzed situation is considered taking into account the scenarios of the economic situation in the country.

Key words: municipal solid waste, environmental tax, hierarchical management, cybernetic system, economic and environmental models.

В цій статті досліджено сферу поводження з твердими побутовими відходами та переробки вторинної сировини на прикладі міста Києва. З кожним роком кількість твердих побутових відходів зростає, але частка, що перероблюється чи спалюється, при цьому не збільшується. Загалом дана сфера характеризується орієнтацією на полігонне захоронення, низьким рівнем залучення відходів у якості вторинної сировини та загальним їх накопиченням. Однією з основних проблем у даній сфері також виступає відсутність системи та культури сортування, а також слабка система оподаткування викидів від виробничої діяльності та відсутність системи заохочення підприємств до більш екологічного виробництва. Із збільшенням твердих побутових відходів виникає потреба у розвитку підприємств з переробки вторинної сировини та у максимізації уже наявних потужностей, що надасть змогу зменшити навантаження на навколишнє середовище регіону. Але відповідно зі зростанням виробничої діяльності регіональне управління має здійснювати контроль за викидами від цієї діяльності для того, щоб не погіршити екологічну ситуацію в регіоні. Розглянуто підприємство з переробки макулатури, його основні економічні показники, залежності між цінами та обсягами сировини, що збирається із різних джерел. Розроблено модель, що відображає відносини між регіоном та підприємством з урахуванням впливу виробничої діяльності підприємства на навколишнє середовище. Запропоновано стратегії зміни параметрів керування для підприємства та регіону, а саме, кредитні стратегії та стратегії зміни ціни на вторинну сировину для підприємства, і стратегії зміни екологічного податку для регіону. Розглянуто досліджувану ситуацію з урахуванням сценаріїв розвитку економічної ситуації в країні, за кожного із яких будуть змінюватись такі чинники як кількість населення, середня заробітна плата та індекс інфляції. Визначено прийнятну комбінацію стратегій для обох сценаріїв розвитку економіки, тобто таку комбінацію, що дозволить максимізувати корисність для регіону та інвестиції в основні фонди та власний прибуток підприємства, а також мінімізувати витрати підприємства на закупівлю вторинної сировини для переробки.

города Киева. С каждым годом количество твердых бытовых отходов растет, но доля, которая перерабатывается, при этом не увеличивается. В общем, данная сфера характеризуется ориентацией на полигонное захоронение, низким уровнем вовлечения отходов в качестве вторичного сырья и общим их накоплением. Рассмотрено предприятие по переработке макулатуры, его основные экономические показатели и разработана модель, отражающая отношения между регионом и предприятием с учетом влияния производственной деятельности предприятия на окружающую среду. Предложены стратегии изменения параметров управления для предприятия и региона, а именно, кредитные стратегии и стратегии изменения цены на вторичное сырье для предприятия, а также стратегии изменения экологического налога для региона. Исследуемая ситуация рассмотрена с учетом сценариев развития экономической ситуации в стране.

Ключевые слова: твердые бытовые отходы, экологический налог, иерархическое управление, кибернетическая система, экономико-экологические модели.

У сучасному світі все більше уваги приділяють проблемам екологічного характеру. У цій статті досліджено сферу поводження з твердими побутовими відходами та переробки вторинної сировини на прикладі міста Києва. З кожним роком кількість твердих побутових відходів зростає, але частка, що перероблюється чи спалюється, при цьому не збільшується. Загалом дана сфера характеризується орієнтацією на полігонне захоронення, низьким рівнем залучення відходів у якості вторинної сировини та загальним їх накопиченням. Однією з основних проблем у даній сфері також виступає відсутність системи та культури сортування, а також слабка система оподаткування викидів від виробничої діяльності та відсутність системи заохочення підприємств до більш екологічного виробництва. Із збільшенням твердих побутових відходів виникає потреба у розвитку підприємств з переробки вторинної сировини та у максимізації уже наявних потужностей, що надасть змогу зменшити навантаження на навколишнє середовище регіону. Але відповідно зі зростанням виробничої діяльності регіональне управління має здійснювати контроль за викидами від цієї діяльності для того, щоб не погіршити екологічну ситуацію в регіоні. Розглянуто підприємство з переробки макулатури, його основні економічні показники, залежності між цінами та обсягами сировини, що збирається із різних джерел. Розроблено модель, що відображає відносини між регіоном та підприємством з урахуванням впливу виробничої діяльності підприємства на навколишнє середовище. Запропоновано стратегії зміни параметрів керування для підприємства та регіону, а саме, кредитні стратегії та стратегії зміни ціни на вторинну сировину для підприємства, і стратегії зміни екологічного податку для регіону. Розглянуто досліджувану ситуацію з урахуванням сценаріїв розвитку економічної ситуації в країні, за кожного із яких будуть змінюватись такі чинники як кількість населення, середня заробітна плата та індекс інфляції. Визначено прийнятну комбінацію стратегій для обох сценаріїв розвитку економіки, тобто таку комбінацію, що дозволить максимізувати корисність для регіону та інвестиції в основні фонди та власний прибуток підприємства, а також мінімізувати витрати підприємства на закупівлю вторинної сировини для переробки.

Ключові слова: тверді побутові відходи, екологічний податок, ієрархічне управління, кибернетична система, економіко-екологічні моделі.

Formulation of the problem. With the approval of the National Waste Management Strategy in Ukraine until 2030, recycling of secondary raw materials and responsible waste management have become extremely urgent problems of our country. The growth in need for recycling enterprises makes it necessary to develop these companies and maximize their existing capacities to reduce the burden on the environment. With the development of such enterprises and the increase in their production activities, the share of emissions into the atmosphere is also increasing. Therefore, regional administration should control emissions in order to ensure a better environmental situation.

Analysis of recent research and publications. The topic of economic and ecological models was explored by such scientists as S.A. Ashmanov [1], O.I. Ponomarenko, M.O. Perestiuk, V.M. Buryum [2]. They considered mathematical modeling of the production process, taking into account the level of environmental pollution. Also, this topic was studied by Moiseev N.N. [3], whose work is devoted to the imposition of fines for environmental pollution by the regional administration of emissions from industrial activities. Among the recent studies, the work of Tadeiev Yu.P. [4] is also worth highlighting. He considers an ecological and economic model of optimal management of linear utility function, and the work of

Subbotina O.V., Tyutik O.V., Martyanov M.S. [5], who considered an integrated approach to the management of secondary resources on the regional level.

Formulation of the goals of the article. The purpose of this article is to model a cybernetic hierarchical system where enterprises and a region are considered. With the help of ecological tax, a region can influence the implementation of a more ecological approach in production by enterprises. It forms hypotheses about possible behavior of these enterprises and the way they choose their own economic strategy of development, taking into account their influence on the environment.

Outline of the main research material. Consider the situation with the management of waste based on the example of the city of Kyiv. Municipal solid waste (MSW) is generated through the consumption of different types of products. The amount of generated waste depends on the number of consumers and the money they spend. The process cannot occur without one of these factors. Manufacturing packaging technology or the technology of products that later become MSW changes with time. In other words, the amount of waste can increase with the same number of people and their income. Therefore, the amount of MSW generated will also be affected by scientific and technological progress. Then, the econometric dependence between the generated amount of MSW, average salary and population can be defined by the production function, which takes into account scientific and technological progress:

$$\Upsilon(t) = DK(t)^\alpha L(t)^\beta e^{\gamma t} \quad (1)$$

where Υ – amount of MSW generated in the city, tons; K – average salary in the city, UAH; L – population of the city, people.

In order to obtain the result, the value of average salary was reduced to 2011 base year prices. Then the function of MSW formation in the city of Kyiv will look as follows:

$$\Upsilon(t) = K(t)^{-0.50} L(t)^{8.71} e^{0.044t - 58.29} \quad (2)$$

The amount of waste paper generated in Kyiv is a certain share of the total amount of waste generated. It is difficult to estimate how the share of waste paper in the morphological composition of MSW will change with time. It is almost impossible to determine

what types of packaging and materials will appear in the future, or how the use of paper products will change. Therefore, for simplification, we will assume that this share is a constant value (for Kyiv it is 13%). The amount of waste paper formed, respectively, is determined by the following formula:

$$\Upsilon_m(t) = q_m \Upsilon(t), \quad 0 \leq q_m \leq 1, \quad (3)$$

where Υ_m – amount of waste paper, tons; q_m – the share of waste paper in the total composition of solid waste, %.

Let us consider private joint-stock company “Kyiv Cardboard and Paper Mill” (KCPM), which specializes in cardboard and paper production. The waste paper is the primary type of raw materials that it uses. The company produces a certain amount of products and gets a gross profit by subtracting production costs and taxes on added value as well as excise duty.

The gross profit of the enterprise can be defined using a multiplicative production function, as the production process cannot be carried out without the simultaneous use of fixed assets of the enterprise and its human resources.

KCPM's production capacity for recycling of waste paper is not fully utilized, although the number of generated waste paper tends to grow. Recycling of waste paper is less expensive in comparison with cellulose processing. It saves electricity and water. Also the price for the equivalent amount of wood is higher than the price of waste paper. Therefore, it is more profitable for KCPM to use waste paper in its production. It accounts for 90% of the raw materials used in this enterprise. Therefore, the production function also includes the resources of secondary raw materials.

In 2018, KCPM received a 7-year loan from the European Bank for Reconstruction and Development in the amount of 10 million euros. This loan is used by the company to modernize its production technology, which allows it to reduce CO₂ emissions to 11000 tons/year and save about 2 million EUR/year on electricity. It will also allow the company to purchase new converter and packaging lines, upgrade equipment, which will contribute to the expansion of their range of products, improve their quality and reduce production costs.

The production function of the gross profit will take into account the factor of disbursed investments,

Table 1

Statistical data for calculation of regression dependence of the amount of MSW in the city of Kyiv

Year	Amount of MSW, thousand tons	Average salary, UAH	Population, thousands of people	Inflation index
2011	278.7	4016.41667	2785.1	1.046
2012	835.8	4610.58333	2814.3	0.998
2013	530.5	5023.83333	2845	1.005
2014	1058.9	5401.25	2868.7	1.249
2015	1128.6	6545.18182	2888	1.433
2016	1236.8	8585.58333	2906.6	1.124
2017	548.4	11134.25	2925.8	1.137

which will influence the scientific and technological advancement of the enterprise. With the help of attracted external funds in the form of credit, KCPM invests in modernization of its technologies.

The inflation index should also be included in this function. It will indicate the purchasing power of the population and will characterize the final actual value of gross profit based on the economic situation in the country. Then the multiplicative function that models the gross profit of an enterprise will look as follows:

$$Q_m(t) = A(I_m)F(\Phi_m, \Lambda_m, M_m) = BI_m(t)^\beta \Phi_m(t)^\varphi \Lambda_m(t)^\theta M_m(t)^\mu h'(t), \quad (4)$$

where Q_m – gross profit, UAH; $A(I_m)$ – a progress multiplier, which determines the efficiency of investments in technological progress; I_m – disbursed investments in the modernization of technological progress of the enterprise, UAH; F – multiplicative production function, Φ_m – fixed assets, UAH; Λ_m – labor resources, people; M_m – volumes of waste paper processed by the enterprise, tons; h – inflation index.

The value of gross profit, disbursed investments and funds was reduced to the 2011 base year prices. Therefore, the gross profit function of KCPM looks as follows:

$$Q_m(t) = I_m^{0.25}(t) \Phi_m^{-0.28}(t) \Lambda_m^{-0.83}(t) M_m^{0.52}(t) h^{2.182}(t) e^{20.78}. \quad (5)$$

The labor resources of the enterprise are calculated taking into account the annual growth rate of employees in the enterprise and change according to the following formula:

$$\Lambda_m(t+1) = \Lambda_m(t)(n_m(t+1)+1), \quad t = 0, 1, \dots, T-1. \quad (6)$$

where $n_m(t+1)$ – annual growth rate of labor resources, %. For simplification, we will consider that this indicator does not depend on time and it will be set at the level of -0.0231.

Gross profit of the enterprise can be divided into several parts. One part is its own profit, which may be used for consumption. The enterprise should choose which part of the gross profit to allocate to its own profit:

$$s_m(t) = \alpha Q_m(t), \quad 0 \leq \alpha(t) \leq 1, \quad (7)$$

where α – share of own profit; s_m – own profit of the enterprise, UAH.

The second part of the gross profit of the enterprise is used for repaying credit obligations. The company

can choose which credit is more advantageous for it: at what interest rate and in what amount. Since it is not specified exactly which scheme the company will pay its loan obligations by, it has been decided to take the scheme of debt amortization in equal installments in the form of simple annuity-intermediate with a term of T years. Then the cost of paying off the loan obligations in each period would be calculated as follows:

$$V_m(t) = IA \frac{IR}{1 - (1 + IR)^{-T}} \quad (8)$$

where V_m – payments on credit obligations, UAH; IA – initial loan amount, UAH; IR – interest rate, %; T – the term, for which the loan was taken, in years.

It is impossible to estimate exactly under which scheme a company is developing the investments received and modernizing its production. Therefore, for the simplification it has been decided that they will be used by the enterprise in equal parts and will accumulative over time.

$$\Delta I_m = \frac{IA}{T}, \quad (9)$$

$$I_m(t+1) = I_m(t) + \Delta I_m, \quad t = 0, 1, \dots, T-1. \quad (10)$$

The third part of the gross profit can be invested in fixed assets. It will equate to gross profit minus part of the enterprise's own profit and part that goes to repay its credit obligations. A change in fixed assets will be defined as an investment in fixed assets, reduced by depreciation costs.

$$Y_m(t) = (1 - \alpha) Q_m(t) - V_m(t), \quad (11)$$

$$\Delta \Phi_m(t) = (1 - \alpha) Q_m(t) - V_m(t) - \psi \Phi_m(t), \quad (12)$$

where Y_m – investments in fixed assets from own funds, UAH; $\Delta \Phi_m$ – change in fixed assets of the enterprise, UAH; ψ – depreciation rate of fixed assets.

The change in emissions from production will be expressed as the amount of emissions that depends on the gross profit of the enterprise, minus the part of emissions that will be reduced as a result of the investments made in the modernization:

$$\Delta \pi_m(t) = \varepsilon Q_m(t) - r_m I_m(t), \quad r_m > 0, \quad (13)$$

where $\Delta \pi_m$ – volume of emissions from production of the enterprise, tons; ε – emissions from 1 UAH of gross profit, tons/UAH (for the KCPM, this indicator is equal to 0,00001299692 tons/UAH); r_m^{-1} – the amount of invested money, which allows to reduce

Table 2

Statistical data for calculating the regression function of gross profit

Year	Gross profit, thousands of UAH	Investments, thousands of UAH	Fixed assets, thousands of UAH	Labor resources, workers	The amount of waste paper, tons
2011	435403	277727	516114	2 032	62 231.00
2012	506685	241682	578940	2 135	160 291.02
2013	412340	199318	641340	2 360	155 994.45
2014	478177	147565	1309270	2 517	169 219.41
2015	1033032	152957	1364081	2 093	173 807.34
2016	1110066	230370	1303531	1 672	152 766.92
2017	1171665	308144	1366332	1 851	173 974.96

CO₂ emitted into the atmosphere by a ton, tons/UAH (for KCPM this indicator is 19486.7 tons/UAH).

During the manufacturing process, the main type of emissions produced by the KCPM is CO₂. To regulate the emissions of this enterprise, the regional administration may set a certain environmental tax rate for the amount of CO₂, that the enterprise has generated. The administration will have an opportunity to collect certain payments from the enterprises in accordance with these rates and changes in the amount of pollution in a given period. The region can form strategies on how the environmental tax rate will change in each period of time. The amount of environmental tax payments to enterprises will look as follows:

$$\omega_m(t) = \Delta\pi_m(t)z(t) = z(t)(\varepsilon Q_m(t) - r_m I_m(t)), \quad (14)$$

where ω_m – environmental tax for pollution, which must be paid by the enterprise, UAH; z – environmental tax rate per 1 ton of CO₂, UAH/ton.

Gross profit in general will look as follows:

$$Q_m(t) = Y_m(t) + V_m(t) + (s_m(t) - \omega_m(t)) + \omega_m(t). \quad (15)$$

Consider the target functions and limitations for the region and the enterprise. Firstly, let us describe the situation from the enterprise side. The first target function reflects the enterprise's intention to minimize the cost of raw materials for the entire period, so the target function is important for the enterprise and is not translated into constraints:

$$\sum_{t=1}^T P(t) \rightarrow \min. \quad (16)$$

The expenses of the enterprise for raw materials will be calculated as the sum of volumes of waste paper that are gathered at the secondary raw material collection points, in sorting tanks and are imported, multiplied by corresponding prices.

$$P(t) = m_1(c_{m1}(t))c_{m1}(t) + m_2(c_{m2}(t))c_{m2}(t) + m_3(c_{m3}(t))(1 + j(t))c_{m3}(t), \quad (17)$$

where P – total cost of waste paper, UAH; m_1 – volume of recycled paper collected at secondary raw material collection points, kg; m_2 – the amount of waste paper that is collected from sorting tanks, kg; m_3 – volume of imported waste paper, kg; c_{m1} – price per 1 kg of waste paper gathered from secondary raw material collection points, UAH; c_{m2} – costs per 1 kg of waste paper collected from sorting tanks, UAH; c_{m3} – price per 1 kg of imported waste paper, UAH; j – rate of import duty per ton of imported raw materials,%. As of today, imported waste paper is not subjected to import duty, which means the import duty rate per ton of imported raw materials will be equal to zero.

The quantity of raw materials, gathered from the collection points and sorted into tanks should aim at the maximum value for the whole period. The enterprise is interested in getting as much waste paper as possible and using the maximum capacity of its production facilities.

$$\sum_{t=1}^T (m_1(c_{m1}(t)) + m_2(c_{m2}(t))) \rightarrow \max. \quad (18)$$

The company is not directly interested in maximizing only the volume of waste paper, which is gathered from collection points and in sorting tanks, because it can cover the shortage from imported raw materials. Therefore, this target function can be converted into a limitation. The amount of waste paper that is gathered at collection points for secondary raw materials and sorted in tanks should not be less than the amount of waste paper collected by such methods for the previous period. The amount of waste paper, which has been formed in 2011-2017, is 5617720 tons, and part of it that has been sorted in tanks and gathered at collection points is 26%, that is 1460602 tons.

$$\sum_{t=1}^T (m_1(c_{m1}(t)) + m_2(c_{m2}(t))) \geq 1460602. \quad (19)$$

An enterprise may aim to maximize the funds invested in fixed assets and the funds it allocates to its own profit. Any business is interested in maximizing its own profit. Therefore, we will leave this criterion as another target function of the enterprise:

$$J_m = \sum_{t=1}^T (Y_m(t) + s_m(t)) \rightarrow \max, \quad (20)$$

$$Y_m(t) + s_m(t) = Q_m(t) - V_m(t), \quad (21)$$

$$J_m = \sum_{t=1}^T (Q_m(t) - V_m(t)) \rightarrow \max. \quad (22)$$

Fixed assets of the enterprise in the last year of the analyzed period should be maximized.

$$\Phi_m(T) \rightarrow \max. \quad (23)$$

In this instance, the company is not very interested in expanding its own capacities, as its existing capacities are not yet fully utilized. In addition, it is already improving its manufacturing process. Therefore, this criterion can be converted into a limitation. Consideration of the analyzed situation begins in 2018. Therefore, at the threshold value, which should not be lower than the value of fixed assets in the last year, we should take the value in 2017. After reducing the 2017th value to the 2011th base year prices, the fixed assets of the company will total 647 370 659 UAH.

$$\Phi_m(T) \geq 647370659. \quad (24)$$

The volumes of collected waste paper must be greater than the company's capacity in each period of time in order for the company to operate at full capacity:

$$\sum_{i=1}^3 m_i(c_{mi}(t)) \geq M(\Phi_m(t)). \quad (25)$$

As investments are made to improve the technological process, manufacturing capacity can also change. In this case, the capacity of the enterprise will depend on the fixed assets of the enterprise. This process can be described as an econometric dependence:

$$M(\Phi_m(t)) = G\Phi_m^\varepsilon(t). \quad (26)$$

Table 3

Statistical data for calculation of regression dependence of waste paper processing capacity

Year	Waste paper processing production capacity, tons.	Fixed assets, thousands of UAH
2012	211650	553 479.92
2016	359556	694 199.74
2018	373500	647 370.66

Table 4

Statistical data for calculation of the dependence between volumes and prices of waste paper at recycling collection points

Year	Price of waste paper, UAH/kg	Amount of waste paper delivered, tons	Inflation index
2011	0.75	3323.1354	1.046
2012	0.8	7308.0036	0.998
2013	1.2	4926.951	1.005
2014	1.1	8621.8038	1.249
2015	1.3	8731.8612	1.433
2016	2.7	12510.7656	1.124
2017	2.4	7432.8528	1.137

where M – production capacity for waste paper processing, tons.

The value of the funds was reduced to base year prices of 2011. Therefore, the function of KCPM waste paper recycling capacity looks like:

$$M(\Phi_m(t)) = \Phi_m^{2.555}(t)e^{-21.49}. \quad (27)$$

Volumes of waste paper gathered at collection points and sorted into tanks should be less than the amount of waste paper produced in a given period:

$$\sum_{i=1}^2 m_i(c_{mi}(t)) \leq Y_m(t). \quad (28)$$

Volumes that are sorted in tanks should not exceed the amount that can be collected in the maximum set number of containers in a given period:

$$m_2(c_{m2}(t)) \leq b_m(t), \quad (29)$$

$$\Delta b_m = \frac{b_{max}}{T}, \quad (30)$$

$$b_m(t+1) = b_m(t) + \Delta b_m, \quad t = 0, 1, \dots, T-1. \quad (31)$$

where b_m – the maximum amount of waste paper that can be collected into sorting containers available in the given period of time, kg; b_{max} – the maximum amount of waste paper that can be collected in sorting containers, if the optimal number of containers is installed, kg.

In August 2019, a pilot project on waste sorting has launched in Kyiv and 2.5 thousand containers have been installed. The maximum number of sorting bins needed in the city is calculated on the basis of research on the necessary number of bins for the city of Vyshhorod. In this study, 200 bins have been installed for a population of 35 000 people covering 80% of the city. Using the population of Kyiv in 2018, the required number of containers has been calculated. Based on the amount of waste paper that fits into one container, the maximum amount of waste

paper that can be placed in this number of tanks can be calculated. According to the calculations, we get:

$$b_{max} = 5780651 \text{ tons}. \quad (32)$$

The amount of waste paper that is gathered at secondary raw materials collection points will depend on the price of waste paper. Statistical information on raw material prices has been reduced to the 2011 base year prices. On its basis, the dependence has been deduced:

$$m_1(c_{m1}(t)) = 8537,4c_{m1} - 1390,6. \quad (33)$$

The price and volumes of waste paper from sorting tanks will also be interconnected. Assuming that the waste is taken out once a week, we will calculate the cost per 1 kg of raw material, collected from the sorting tanks. To do this, we calculate the respective container costs per 1 kg of raw material based on such indicators as the useful life of the container, the price of the container and the container capacity for the particular type of raw material.

Also, the costs of the raw materials collected from the sorting tanks include the salaries of the drivers who transport these materials and the cost of the vehicles, which are used. Having determined the capacity of one vehicle per 10 tons, the number of vehicles and drivers required to transport the raw materials is calculated according to the number of containers, and the cost of the vehicles is calculated according to the amounts collected.

The calculated dependence of volumes of waste paper (in 2019 prices) that are collected in sorting tanks prices will have the following form:

$$m_2(c_{m2}(t)) = 7873,3c_{m2}^{-1,364}. \quad (34)$$

The volumes of imported raw materials will also depend on the price because the higher the price of imported raw materials, the less profitable for domestic enterprises will be to purchase such raw materi-

als, and therefore its volumes will be lower. Then, if the price for imported raw materials is lower, then the amounts of this raw material will be greater. Statistical information on raw material prices was reduced to the 2011 base year prices. On its basis, the dependence was deduced:

$$m_3(c_{m3}(t)) = -10000000c_{m3} + 400000000. \quad (35)$$

Table 5
Statistical data for calculation of dependence between the amounts of imported waste paper and its prices

Year	Amount of waste paper, kg	Price of waste paper, UAH/kg
2014	329400000	5.81777778
2015	336900000	4.84378747
2016	271800000	4.70045622
2017	346400000	5.42378753
2018	392300000	5.24074433

The region will be able to raise money by collecting an environmental tax. At the same time, it will be necessary to figure out how to reduce concentrations of CO₂, as carbon dioxide will accumulate in the atmosphere and affect the environment and climate change in the region. On the one hand, the region benefits from the environmental tax it collects from businesses for their emissions into the atmosphere. On the other hand, the region suffers losses in terms of neutralizing the environmental impact of these emissions. Then the function of the region's utility will look as follows:

$$u_m(t) = (\omega_m(t) - \vartheta \Delta \pi_m(t)), \quad (36)$$

where u – utility function; ϑ – costs for neutralization of the impact of 1 ton of emissions of CO₂ on the environment, UAH/ton (for the considered situation this indicator is 15.02 UAH/ton).

The region is interested in successfully controlling the situation regarding emissions from the production activities of enterprises and getting the maximum benefit from the established system of penalties. Accordingly, this target function is of priority importance for the region and remains a target function:

$$W_m = \sum_{t=1}^T (u_m(t)) e^{-\rho t} \rightarrow \max. \quad (37)$$

where W_m – optimality criterion; ρ – discount rate.

The discount rate in this instance is assumed to be equal to the average bank discount rate (in this instance the indicator is 0.1725).

The amount of waste paper left in landfills, which releases CO₂, will be calculated as the total amount of waste paper generated in the region minus the waste paper used in production at the mill:

$$\Delta M_m(t) = M_{max}(t) - M_m(t), \quad (38)$$

where ΔM_m – amount of waste paper remaining at landfills, tons; M_{max} – the total amount of waste paper that was created during this period, tons.

This has a positive impact on the atmosphere, as the amount of CO₂, which waste paper emits during decomposition in landfills, decreases. Thus, the level of pollution will be measured as the amount of pollution produced by the company, with the exception of a part, which will be assimilated by the environment, and part of the emissions that could have been generated if the waste paper had remained in the landfill:

$$\Delta x_m(t) = (\Delta \pi_m(t) + \sigma_m \Delta M_m(t))(1 - \gamma_m), \quad \gamma_m > 0, \quad (39)$$

where $\Delta x_m(t)$ – the level of pollution, tons; γ_m – rate, at which production waste is assimilated into the environment, tons/year (in this case, the indicator is equal to 0.01 tons/year); σ_m – amount CO₂, which is released into the atmosphere from 1 ton of waste paper per year, tons/year (in this situation, this indicator is equal to 0.04 tons/year).

The regional administration aims to ensure that the level of pollution in the region is not too high, while not restricting the activities of enterprises too much. The level of environmental pollution in each year should strive to minimum.

$$\Delta x_m(t) \rightarrow \min, \quad t = 0, 1, \dots, T - 1. \quad (40)$$

This target function is less of a priority for the region and may become a limitation. The level of pollution at each point in time should not be higher than the value of the pollution level of the emission in the previous year before the period under study (2017). In 2017, the level of carbon dioxide emissions in Kyiv was 5400000 tons:

$$\Delta x_m(t) \leq 5400000, \quad t = 0, 1, \dots, T - 1. \quad (41)$$

Let us consider 2 scenarios of the country's developments, which will affect the situation being considered. The first scenario is characterized by financial crisis. Because of the crisis, there will be changes in the population of the city of Kyiv. Analyzing a similar situation from another period of time (the crisis of 2008), we can see that the balance between the arrivals and departures from the city tends to decrease, but, in general, it will be positive and consequently the number of population in the city will also increase.

The second scenario is characterized by a stable economic situation. Indicators such as average wages and population in Kyiv would follow a similar trend, as in the previous review period from 2011 to 2017. Then, by building trend dependencies for both indicators, we can determine what they will be like in the period under study.

Also, based on the change of the inflation index during the previous crisis, it is possible to calculate the inflation index for the crisis situation and with the help of trend dependencies we can determine its value for a stable economy.

Trend dependencies of population, average wage and inflation index for a stable economy will look as follows:

$$K(t) = 226,98t^2 - 719,41t + 4807,5, \quad (42)$$

Table 6

Changes in the population size, average wage and inflation index from 2018 to 2024 in the context of the crisis

Year	Population, thousands of people	Change in population compared to last year,%	Average salary, UAH	Change in average wages compared to last year,%	Inflation index,%	Change in inflation index compared to last year,%
2018	2934.50		13547.583		109.8	
2019	2958.03	-3.9	18132.89	33.846	114.8	5.00
2020	2980.22	-4.2	18661.56	2.916	119.7	4.89
2021	2993.41	-29.6	20283.57	8.692	111.5	8.6918
2022	3002.10	-24.9	23661.14	16.651	108.7	16.6517
2023	3010.59	-1.8	27161.44	14.7935	104.5	14.7935
2024	3025.87	58.5	29595.94	8.9631	99.94	8.9631

Table 7

Strategies of the enterprise regarding the rate and amount of credit

№ of strategy	Term for which the loan is taken, years	Initial loan amount, EUR	Interest rate,%
Strategy 1	7	10 000 000	6.85
Strategy 2	7	5 000 000	7.41

$$L(t) = -1,5536t^2 + 35,5t + 2750,9, \quad (43)$$

$$h(t) = 14,98\ln(t) + 134,46. \quad (44)$$

The enterprise can choose which credit is more advantageous for it. According to the available offers on rates and loan amounts, the enterprise can form the following strategies for itself.

The tax rate that a region sets in a given period is a factor that it can manage. The region can form strategies for how the rate will change in each period. The first strategy was based on a proposal by the International Monetary Fund. The IMF proposes carbon taxes as an effective tool to reduce emissions of CO₂. The strategy is to gradually increase the tax for developed countries on CO₂ to 75 dollars per ton until 2030, and for developing countries to 25 dollars per ton or 682 UAH/ton. The second strategy was based on existing plans to change the ecological tax in Ukraine. In 2019 the tax rate on CO₂ increased almost 25 times from 0.41 UAH/ton to 10 UAH/ton. The future plan is to increase the tax rate by 5 UAH/ton every year.

Consider 2 strategies of how the price of waste paper may change at secondary raw material collec-

tion points. According to the first strategy, the price may increase in order to encourage the public to turn in the waste paper. Thus strategies for the studied period the price will increase from 2.5 UAH/kg to 4.43 UAH/kg. According to the second strategy, the price may on the contrary decrease in order to compete with imported raw materials, which are cheaper. The price will decrease from 2.5 UAH/kg to 1.33 UAH/kg.

For each combination of strategies, the value of three target functions for the enterprise and the region was calculated, taking into account their limitations, in two economic scenarios. By converting these criteria into an absolute value and comparing them in pairs, the Pareto multitude was created. Based on the principle of guaranteed result, an acceptable strategy combination was chosen for both crisis and stable economic situations. The strategy is a combination of the second credit strategy, the strategy of changing the environmental tax proposed by the IMF, and the strategy of reducing the price of waste paper at the receiving points for recycled materials. Table 8 illustrates changes in gross profit, funds and Table 9 illustrates changes in the amount of emissions and prices of secondary raw materials from year to year

Table 8

Changes in gross profit and funds of the enterprise taking into account the inflation index for the selected strategy for both scenarios

Year	Gross profit, UAH		Fixed assets, UAH	
	Crisis situation	Stable situation	Crisis situation	Stable situation
2018	857 575 717	857 575 717	1 540 489 191	1 540 489 191
2019	1 475 982 743	1 304 990 547	1 433 021 842	1 433 021 842
2020	2 253 972 120	1 686 380 308	1 767 488 794	1 581 439 722
2021	2 612 108 945	2 011 273 967	2 521 896 843	1 843 767 683
2022	3 116 461 432	2 289 814 041	3 029 234 467	2 137 147 037
2023	3 463 131 067	2 521 899 133	3 534 632 438	2 415 363 939
2024	3 626 626 339	2 701 638 328	3 880 847 812	2 651 377 435

Changes in waste paper prices at receiving points, emissions from production, and the inflation index for the selected strategy for both scenarios

Year	Price of waste paper in collection points, UAH/kg		Amount of pollution, ton		Inflation index	
	Crisis situation	Stable situation	Crisis situation	Stable situation	Crisis situation	Stable situation
2018	2.50	2.50	15030	15030	1.098	1.098
2019	2.47	2.47	20083	18447	1.148	1.085
2020	2.55	2.41	23380	19445	1.197	1.068
2021	2.75	2.32	21432	19841	1.115	1.050
2022	2.76	2.19	21419	19947	1.087	1.033
2023	2.70	2.04	20621	19909	1.045	1.015
2024	2.54	1.86	19464	19790	0.999	0.998

for both economic scenarios. The changes are brought to actual values in accordance with inflation indices.

Conclusions from the study. During the study, it has been found that among the existing problems in the processing of secondary raw materials utilization of existing processing facilities and low efficiency of the emissions tax system are of insufficient capacity. A proposed model reflects the relationship between processing enterprises and the region, and suggests strategies for parameters that region and enterprise manage. The calculations have shown that a combination of strategies with a second credit strategy, proposed environmental tax change strategy of the IMF and a strategy to reduce the price of waste paper at recycling points, was favorable for both economic situations. In both economic scenarios, gross profit and fund performance increases. This indicates the economic development of enterprises. In the table, there can be seen that in actual prices, the gross profit of fixed assets of enterprises grow faster in a crisis situation, compared to a stable one because of the inflation index. But in prices consolidated to the base year, these indicators grow faster when the economic situation is stable. Emissions do not exceed the limit value, which indicates a normal environmental situation in the region. The review of the model built for enterprises processing other types of secondary raw materials with due account of their specific features remains a promising direction. It is also recommended to introduce an import duty rate on waste paper at an average rate of 2.2% to limit the volume of imported waste paper. Thus, the model can be recommended for use by the management of the regions, where the enterprises, processing secondary raw materials, are developing.

REFERENCES:

1. Ashmanov S. A. (1984) *Vvedeniye v matematicheskuyu ekonomiku* [Introduction to mathematical economics]. Moscow: Nauka. The main edition of the physical and mathematical literature. (in Russian)
2. Ponomarenko O. I., Perestiuk M.O. & Buryum V.M. (2004) *Modern economic analysis. Vol. 2. Macroeconomics* [Suchasnyy ekonomichnyy analiz. Ch. 2. Makroekonomika]. Kyiv: Higher school. (in Ukrainian)

3. Moiseev N.N. *Matematicheskiye zadachi sistemnogo analiza* [Mathematical problems of system analysis] (1981). Moscow: Nauka. The main edition of the physical and mathematical literature. (in Russian)

4. Tadeiev Yu. P. (2013) *Ekologo-ekonomichna model' optymal'noho keruvannya z liniynoyu funktsiyeyu korysnosti* [Ecological and economic model of optimal management with linear function of usefulness]. *Problems of the economy*, № 2, pp. 284–287. (in Ukrainian)

5. Subbotina E.V., Tyutyk O.V., Martyanov N.S. (2014) *Integrirovannyi podkhod k upravleniyu ispol'zovaniyem vtorichnykh resursov na urovne regiona* [An integrated approach to managing the use of secondary resources at the regional level]. *Perm University Herald. Economy*, № 2(21), pp. 53–63. (in Russian)

6. *Ofitsiyyny sayt Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrayiny* [Official site of the Agency for Infrastructure Development of the Stock Market of Ukraine]. URL: <https://smida.gov.ua/> (accessed 13 May 2020). (in Ukrainian)

7. *Holovne upravlinnya statystyky u m. Kyievi* [Main Department of Statistics in Kyiv]. URL: <http://kiev.ukrstat.gov.ua> (accessed 30 March 2020). (in Ukrainian)

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ашманов С. А. *Введение в математическую экономику*. М. : Наука. Главная редакция физико-математической литературы, 1984. 296 с.
2. Пономаренко О. І., Перестюк М. О., Бурим В. М. *Сучасний економічний аналіз: У 2 ч. Ч. 2. Макроекономіка* : Навч. посіб. К. : Вища шк., 2004. 207 с.
3. *Математические задачи системного анализа*. Моисеев Н.Н. М. : Наука. Главная редакция физико-математической литературы, 1981. 488 с.
4. Тадеєв Ю. П. *Еколого-економічна модель оптимального керування з лінійною функцією корисності*. *Проблеми економіки*. 2013. № 2. С. 284–287.
5. Субботина Е. В., Тютюк О. В., Мартьянов Н. С. *Интегрированный подход к управлению использованием вторичных ресурсов на уровне региона*. *Вестник Пермского университета. Экономика*. 2014. № 2(21). С. 53–63.
6. *Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України*. URL: <https://smida.gov.ua/> (дата звернення 13 травня 2020).
7. *Головне управління статистики у м. Києві*. URL: <http://kiev.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 30 березня 2020).

НОТАТКИ

Наукове видання

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 54

Коректура • *Ю. Никитенко*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Формат 60x84/8. Гарнітура Arimo.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 27,41. Ум. друк. арк. 29,06.

Підписано до друку 26.06.2020. 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.