

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

№ 7(15) / 2018



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
«ІНТЕРНАУКА».**

Серія: «Економічні науки»

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL
«INTERNAUKA».**

Series: «Economic sciences»

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ИНТЕРНАУКА».**

Серия: «Экономические науки»

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

*Свідоцтво
про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
КВ № 22443-12343Р*

№ 7(15)

Київ 2018

ББК 65
УДК 33
М-43



COSMOS IMPACT FACTOR



Повний бібліографічний опис всіх статей Міжнародного наукового журналу «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» представлено в: **НЕБ elibrary.ru; Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Наукова періодика України.**

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах наукових видань та наукометричних базах даних: РИНЦ; Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; Наукова періодика України; JOURNAL FACTOR; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Scientific Indexing Services; Electronic Journals Library; InfoBase Index; International Institute of Organized Research; Open J-Gate; Cosmos Impact Factor; The Journals Impact Factor (JIF); CrossRef.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

Видання включене у Перелік наукових фахових видань України,
відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України
№ 693 від 10 травня 2017 року.

Засновники:

1. Київський кооперативний інститут бізнесу і права.
2. Приватна установа «Науково-дослідний інститут публічного права».
3. Громадська організація «Міжнародна академія освіти і науки».
4. Товариство з обмеженою відповідальністю «Фінансова Рада України».

У журналі опубліковані наукові статті з актуальних проблем економічної науки.

Для наукових працівників, викладачів, студентів економічних спеціальностей, працівників фінансово-кредитних установ та підприємницьких структур й інших зацікавлених осіб.

Матеріали публікуються мовою оригіналу в авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

У відповідності із Законом України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей і матеріалів цієї збірки, посилання на авторів та видання є обов'язковими.

© Автори статей, 2018

© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».
Серія: «Економічні науки», 2018

ISSN 2520-2294 = Internauka. Seria: Ekonomičeskie nauki (Kiev)/Meždunarodnyj naučnyj žurnal "Internauka".
Seria: Ekonomičeskie nauki

Редакція:

Головний редактор: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Заступник головного редактора: **Коваленко Дмитро Іванович** — кандидат економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Заступник головного редактора: **Золковер Андрій Олександрович** — кандидат економічних наук (Київ, Україна)

Секретар: **Колодич Юлія Ігорівна**

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії: **Тарасенко Ірина Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Баланюк Іван Федорович** — доктор економічних наук, професор (Івано-Франківськ, Україна)

Член редакційної колегії: **Бардаш Сергій Володимирович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Бондар Микола Іванович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Вдовенко Наталія Михайлівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Гоблик Володимир Васильович** — доктор економічних наук, кандидат філософських наук, доцент, Заслужений економіст України (Мукачеве, Україна)

Член редакційної колегії: **Гринько Алла Павлівна** — доктор економічних наук, професор (Харків, Україна)

Член редакційної колегії: **Гуцаленко Любов Василівна** — доктор економічних наук, професор (Вінниця, Україна)

Член редакційної колегії: **Дерій Василь Антонович** — доктор економічних наук, професор (Тернопіль, Україна)

Член редакційної колегії: **Дмитренко Ірина Миколаївна** — доктор економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Зеліско Інна Михайлівна** — доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Зось-Кіор Микола Валерійович** — доктор економічних наук, професор (Полтава, Україна)

Член редакційної колегії: **Клочан В'ячеслав Васильович** — доктор економічних наук, професор (Миколаїв, Україна)

Член редакційної колегії: **Копилук Оксана Іванівна** — доктор економічних наук, професор (Львів, Україна)

Член редакційної колегії: **Кравченко Ольга Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Курило Людмила Ізидорівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Лоханова Наталя Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Одеса, Україна)

Член редакційної колегії: **Малік Микола Йосипович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Олійник Олександр Васильович** — доктор економічних наук, професор (Харків, Україна)

Член редакційної колегії: **Осмятченко Володимир Олександрович** — доктор економічних наук, професор (Ірпінь, Україна)

Член редакційної колегії: **Охріменко Ігор Віталійович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Паска Ігор Миколайович** — доктор економічних наук, професор (Біла Церква, Україна)

Член редакційної колегії: **Разумова Катерина Миколаївна** — доктор економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Танклевська Наталія Станіславівна** — доктор економічних наук, професор (Херсон, Україна)

Член редакційної колегії: **Токар Володимир Володимирович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Чижевська Людмила Віталіївна** — доктор економічних наук, професор (Житомир, Україна)

Член редакційної колегії: **Шпак Валентин Аркадійович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Белялов Талят Енверович** — кандидат економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Дудко Павло Миколайович** — кандидат економічних наук (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Peter Bielik** — Dr. hab. (Словацька Республіка)

Член редакційної колегії: **Eva Fichtnerová** — University of South Bohemia in ČeskéBudějovice (Чеська Республіка)

Член редакційної колегії: **József Káposzta** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Henrietta Nagy** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Anna Törő-Dunay** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Mirosław Wasilewski** — Dr. hab., Associate professor WULS-SGGW (Польща)

Член редакційної колегії: **Natalia Wasilewska** — Doctor of Economic Sciences, professor UJK (Польща)

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

- Теребух Андрій Андрійович, Чорненька Надія Василівна**
ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ НА ОСНОВІ ПРОЕКТНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ 9

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

- Божанова Вікторія Юріївна, Кононова Олександра Євгеніївна,
Овсчкіна Олена Андріївна, Шпатакова Оксана Леонідівна**
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ТА ПРИНЦИПИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ
ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ..... 16
- Брінь Павло Володимирович, Прохоренко Олена Вікторівна, Ковшик Валентин Ігорович**
ОРГАНІЗАЦІЯ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ
ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ..... 23
- Васильєв Олег Леонідович**
ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАЛІЗНИЦЬ 31
- Ємельянов Олександр Юрійович**
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ..... 36
- Курило Оксана Богданівна, Петрушка Тетяна Олексіївна, Симак Анастасія Валеріївна**
ВПЛИВ ПРАЦЕЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН НА ПРОЦЕС СТРУКТУРУВАННЯ
ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА 43
- Перезовова Ірина Володимирівна, Даляк Надія Анатоліївна,
Морозова Олена Сергіївна, Перезовова Дарія Дмитрівна**
МАТРИЦЯ КОМЕРЦІЙНОГО АНАЛІЗУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ
ПОСТАЧАЛЬНИЦЬКО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 51
- Самохвал Олеся Олександрівна**
ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ АВСТРІЇ 61

МАРКЕТИНГ

- Разінькова Міла Юріївна**
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСІБ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ 69

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ В ЕКОНОМІЦІ

- Камінський Олег Євгенович**
МЕТОДОЛОГІЯ РОЗРОБКИ ХМАРНИХ СЕРВІСІВ В УМОВАХ ІЄРАРХІЇ ХМАРИ..... 75

ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ

- Камінська Тетяна Григорівна, Красевський Володимир Миколайович**
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ВІДБРАЖЕННЯ ВИТРАТ
В ТОРГІВЛІ НАФТОПРОДУКТАМИ..... 81

ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

- Зарічна Олена Володимирівна**
РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСКОРДОННОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО КЛАСТЕРУ 89

- Зиза Олена Олександрівна, Овсієнко Надія Миколаївна**
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПИВА УКРАЇНИ ТА ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА
СПОЖИВАЧІВ..... 93

- Колесник Тетяна Василівна, Мазур Сергій Анатолійович**
ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕМЛІ В АГРАРНІЙ ЕКОНОМІЦІ 99

- Лойко Дар'я Миколаївна**
ДИНАМІКА ЗМІН У СТРУКТУРІ СПОЖИВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ.....107

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

- Влащенко Наталія Миколаївна**
УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО САНАТОРНО-КУРОРТНОГО
КОМПЛЕКСУ113

- Зінченко Ольга Анатоліївна**
БРЕНД МІСТА: СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ.....119

- Куцаб Пйотр Анджейович**
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРИКОРДОННИХ ТЕРИТОРІЙ 124

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

- Григорян Лиана**
УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ
НА ФИНАНСОВУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ 130

- Коць Ольга Олегівна, Ярошевич Наталя Богуславівна, Корначук Олеся Юріївна**
КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ЗАХОДИ
СТИМУЛЮВАННЯ..... 134

- Писаренко Надія Василівна**
ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ У СТРАХУВАННІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР 140

CONTENTS

ECONOMICS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND NATURE MANAGEMENT

- Terebukh Andriy, Chornenka Nadia**
IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN THE HOTEL BUSINESS ON THE BASIS
OF PROJECT MANAGEMENT 9

ECONOMICS AND ENTERPRISE MANAGEMENT

- Bozhanova Viktoriia, Kononova Oleksandra, Ovechkina Olena, Spatakova Oksana**
QUALITY MANAGEMENT CONCEPTUAL FRAMEWORK AND PRINCIPLES
OF HOUSING AND UTILITY SERVICES FOR CONSUMERS..... 16

- Brin Pavlo, Prokhorenko Olena, Kovshik Valentin**
ORGANIZING OF PERFORMANCE EVALUATION OF LOGISTICS COST MANAGEMENT
INFORMATION SYSTEM..... 23

- Vasiliev Oleg**
SOURCINGS OF INVESTMENT ACTIVITY OF RAILWAYS 31

- Yemelyanov Olexandr**
CONCEPTUAL APPROACHES TO THE EVALUATION OF THE LEVEL OF TECHNICAL
AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF ENTERPRISES 36

- Kurylo Oksana, Petrushka Tetyana, Symak Anastasiya**
THE IMPACT OF LABOUR-SAVING TECHNOLOGICAL CHANGES ON THE PROCESS
OF BUSINESS EXPENDITURE STRUCTURING 43

- Perevozova Iryna, Dalyak Nadiia, Morozova Olena, Perevozova Dariya**
THE MATRIX OF COMMERCIAL ANALYSIS AS A TOOL FOR ESTIMATION OF EFFICIENCY
OF SUPPLY-SALES ACTIVITY OF THE ENTERPRISE..... 51

- Samokhval Olesia**
THE INSTITUTIONAL FRAMEWORK FOR THE ORGANIZATION OF THE STATE REGULATION
MECHANISM FOR AUSTRIAN TOURISM INDUSTRY.....61

MARKETING

- Razinkova Mila**
SOCIAL NETWORKS AS A TYPE OF MARKETING COMMUNICATION SYSTEMS OF MODERN
ENTERPRISES69

MATHEMATICAL METHODS AND MODELS IN ECONOMICS

- Kaminsky Oleg**
METHODOLOGY FOR DEVELOPING CLOUD SERVICES IN A CLOUD HIERARCHY 75

ACCOUNTING AND TAXATION

- Kaminskaya Tatiana, Krayevsky Vladimir**
METHODOLOGICAL BASES OF THE ACCOUNTING-INFORMATIONAL EXPLANATION OF
EXPENDITURE IN PETROLEUM TRADE81

PROBLEMS OF NATIONAL ECONOMY

- Zarichna Olena**
ROLE AND FEATURES OF A CROSS-BORDER BUSINESS CLUSTER..... 89

- Zyza Olena, Ovsienko Nadia**
UKRAINE BEER MARKET STATE REGULATION AND CONSUMER INFORMATION SECURITY ... 93

- Kolesnik Tatyana, Mazur Serhii**
PROBLEMS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE EARTH MARKET IN AGRARIAN
ECONOMY 99

- Loiko Daria**
DYNAMICS OF CHANGES IN THE STRUCTURE OF CONSUMPTION OF HOUSEHOLDS
IN UKRAINE..... 107

REGIONAL ECONOMICS

- Vlashchenko Nataliia**
MANAGEMENT ASPECTS OF DEVELOPMENT OF THE REGIONAL SANATORIUM AND
RESORT ENTERPRISES..... 113

- Zinchenko Olha**
BRAND OF THE CITY: STRUCTURAL COMPONENTS AND PECULIARITIES OF FORMATION 119

- Kutsab Piotr**
METHODOLOGICAL APPROACHES TO EVALUATION OF FINANCIAL PROVISION OF
FUNCTIONING OF BORDER TERRITORIES 124

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

- Grigoryan Liana**
RISK MANAGEMENT IN THE BANKING SYSTEM AND ITS IMPACT ON FINANCIAL STABILITY ... 130

- Kots Olha, Yaroshevych Natalia, Kornachuk Olesia**
INDIVIDUAL CREDITING IN UKRAINE: THE MODERN STATE AND ACTIVITIES
OF STIMULATION..... 134

- Pisarenko Nadiya**
APPLICATION OF ECONOMIC–MATHEMATICAL MODELS IN INSURANCE
OF AGRICULTURAL CULTURES..... 140

Теребух Андрій Андрійович
доктор економічних наук, професор
Національний університет «Львівська політехніка»

Теребух Андрей Андреевич
доктор экономических наук, профессор
Национальный университет «Львовская политехника»

Terebukh Andriy
Doctor of Economic Sciences, Professor
National University «Lviv Polytechnic»

Чорненька Надія Василівна
кандидат географічних наук, доцент кафедри туризму
Національний університет «Львівська політехніка»

Чорненька Надежда Васильевна
кандидат географических наук, доцент кафедры туризма
Национальный университет «Львовская политехника»

Chornenka Nadia
Candidate of Geographical Sciences,
Associate Professor of the Department of Tourism
National University «Lviv Polytechnic»

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4039

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ НА ОСНОВІ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ НА БАЗЕ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN THE HOTEL BUSINESS ON THE BASIS OF PROJECT MANAGEMENT

Анотація. Готельний бізнес – та сфера, де якість обслуговування відіграє головну роль: подібних закладів багато, і якщо клієнту щось не сподобається, він без зусиль знайде готель чи аналогічний заклад розміщення, в якому йому забезпечать належний рівень обслуговування – швидкість сервісу, увагу, професійно підготовлений персонал. Тому власникам такого бізнесу потрібний потужний допоміжний інструментарій для забезпечення конкурентних переваг.

Для успіху готельних послуг у сфері туризму основний акцент слід робити на надійне якісне обслуговування туристів, тому усі інновації повинні бути скеровані на їх залучення і якнайдовше утримування в пункті призначення. Тож необхідно не просто мати готель для отримання прибутку, але й забезпечити управління ним з врахуванням різних аспектів туристичного ринку. Сьогодні сфера обслуговування, і готельне господарство зокрема, вимагає пошуку нових альтернатив прийому, гостинності та адаптації для задоволення потреб гостя через високий попит на поточному ринку, що дозволяє зберігати готельну активність і якість та, як наслідок, досягти бажаного прибутку. Для цього необхідні нові способи започатковувати та розвивати готельний бізнес. І починати треба з вибору проекту, набору тимчасових групових заходів, призначених для створення унікального продукту, послуги або результату. На сьогодні існує необхідність постійних системних досліджень інноваційного розвитку готельних підприємств в силу швидких різнонаправлених змін кон'юнктури ринку, аналізу адаптаційного руху, інфраструктурних підрозділів, засобів розміщення задля виживання і процвітання в готельному бізнесі.

В статті розкрито значення проектного менеджменту в готельному бізнесі та його вплив на впровадження та просування інновацій. Виявлені складові, що впливають на успішне проектування готельного підприємства та досягнення ефективності його функціонування на основі вдалого проектного управління.

Ключові слова: готельні інновації, готельні послуги, проектний менеджмент, інноваційна діяльність, готельна індустрія, готельний бізнес.

Аннотація. Гостиничный бизнес – та сфера, где качество обслуживания играет главную роль: подобных заведений много, и если клиенту что-то не понравится, он без труда найдет отель или аналогичное заведение размещения, в котором ему обеспечат надлежащий уровень обслуживания – скорость сервиса, внимание, профессионально подготовленный персонал. Поэтому владельцам такого бизнеса нужен мощный вспомогательный инструментарий для обеспечения конкурентных преимуществ.

Для успеха гостиничных услуг в сфере туризма основной акцент следует делать на надежное качественное обслуживание туристов, поэтому все инновации должны быть направлены на их привлечение и дольше содержания в пункте назначения. Поэтому необходимо не просто иметь отель для получения прибыли, но и обеспечить управление им с учетом различных аспектов туристического рынка. Сегодня сфера обслуживания, и гостиничное хозяйство в частности, требует поиска новых альтернатив приема, гостеприимства и адаптации для удовлетворения потребностей гостя ввиду высокого спроса на текущем рынке, что позволяет сохранять гостиничную активность и качество и, как следствие, достичь желаемой прибыли. Для этого необходимы новые способы учреждать и развивать гостиничный бизнес. И начинать надо с выбора проекта, набора временных групповых мероприятий, предназначенных для создания уникального продукта, услуги или результата. На сегодня существует необходимость постоянных системных исследований инновационного развития гостиничных предприятий в силу быстрых разнонаправленных изменений конъюнктуры рынка, анализа адаптационного движения, инфраструктурных подразделений, средств размещения для выживания и процветания в гостиничном бизнесе

В статье раскрыто значение проектного менеджмента в гостиничном бизнесе и его влияние на внедрение и продвижение инноваций. Выявленные составляющие, влияющие на проектирование гостиничного предприятия и достижения эффективности функционирования на основе удачного проектного управления.

Ключевые слова: гостиничные инновации, гостиничные услуги, проектный менеджмент, инновационная деятельность, гостиничная индустрия, гостиничный бизнес.

Summary. The hotel business is the area where quality of service plays a major role, there are many such institutions, and if a customer does not like something, he will easily find a hotel or similar establishment where he will be provided with the appropriate level of service – the speed of service, attention, professionally trained staff. Therefore, owners of such business need a powerful auxiliary tools to provide competitive advantages

For the success of hotel services in the field of tourism, the main emphasis should be on reliable high-quality tourist services, so all innovations should be directed towards their attraction and as long as possible at the point of destination. Therefore, it is necessary not only to have a hotel for profit, but also to manage it taking into account various aspects of the tourist market. Today, the service sector and the hotel industry in particular, demand the search for new alternatives for reception, hospitality and adaptation to meet the needs of the guest due to high demand in the current market, which allows you to maintain hotel activity and quality and, as a result, to achieve the desired profit. This requires new ways to start and develop a hotel business. And start with the choice of a project, a set of temporary group events designed to create a unique product, service or result. At present, there is a need for systematic systematic research on the innovative development of hotel enterprises due to rapid diversified changes in the market situation, analysis of the adaptation movement, infrastructure units, facilities for survival and prosperity in the hotel business

The article reveals the importance of project management in the hotel business and its impact on the introduction and promotion of innovations. Identified components that affect the design of the hotel company and achieve operational efficiency on the basis of good project management.

Key words: hotel innovations, hotel services, project management, innovation, hotel industry, hotel business.

Постановка проблеми. Питання інноваційно-го розвитку готельної індустрії розкривають в межах досліджень фундаментальних основ впровадження заходів науково-технічного прогресу, економічної сутності менеджменту готельного під-

приємства, взаємозв'язку готельного бізнесу з суміжними підприємницькими процесами.

Аналіз останніх досліджень. Дослідження питань розвитку готельного господарств та проблем забезпечення конкурентних переваг суб'єктів готельної

індустрії містяться у працях вітчизняних вчених О. В. Басюка [1], Л. В. Бортник [2], М. П. Мальської та І. Г. Пандяка [3], С. В. Скибінського [4], В. Ф. Семенова [5], М. П. Денисенко [6].

Управління проектами в готельному бізнесі має міждисциплінарний характер і базується на теоретичних напрацюваннях і практичному досвіді таких сфер діяльності як економіка, фінанси, інформаційні технології, психологія, туризм, що висвітлено в працях таких науковців як Концевич О. К. [7], Рач В. А. [8], Редько В. Є. [9; 10], та у матеріалах публічних виступів громадських міжнародних організацій [11] та інші.

Мета статті — показати роль проектного управління в розвитку готельного бізнесу та дослідити його вплив на інноваційну діяльність підприємств готельного господарства.

Виклад основного матеріалу. Управління проектами — це застосування знань, навичок та методів ефективного та ефективного виконання проектів. Це стратегічна компетенція для організацій, що дозволяє їм поєднувати результати проекту з бізнес-цілями і, отже, краще конкурувати на своїх ринках. Іншими словами, це сфера управління, яка застосовує знання, навички та методи для розробки заходів, пов'язаних з цілями протягом певного періоду, з певною вартістю та якістю через мобілізацію технічних і людських ресурсів.

Для прибуткової діяльності необхідно досконало управляти виробничо-господарською діяльністю, важливе місце при цьому належить проектному управлінню, а саме, необхідності вирішувати наступні питання:

- як спланувати та скоординувати реалізацію проекту;
- як залучити кошти із зовнішніх джерел фінансування для реалізації проекту;
- як краще розпорядитись власними коштами;
- як досягти максимальних прибутків за мінімальних витрат;
- як створити команду працівників для реалізації проекту;
- як мотивувати персонал до ефективної діяльності;
- як уникнути конфліктів в команді проекту [12].

Проект є тимчасовим в тому сенсі, що він має визначений початок і закінчується в часі, а отже, і певний обсяг, і ресурси. І проект унікальний в тому сенсі, що це не рутинна операція, а конкретний комплекс операцій, спрямованих на досягнення конкретної мети.

Управління проектами може бути застосоване, щоб зберегти ризик невдач на рівні, настільки низькому, наскільки це необхідно протягом життєвого

циклу проекту, одночасно збільшуючи можливості для сприятливих подій проекту. Ризик відмови внаслідок появи загроз зростає з урахуванням наявності невизначеності події та його ймовірності виникнення на всіх етапах проекту.

У традиційному підході у розробці проекту виділяють п'ять груп процесів: ініціація (ідея); планування; виконання; моніторинг та контроль; закриття. Однак, не всі проекти будуть виконувати всі ці етапи, оскільки деякі з них можуть бути закриті раніше, ніж спочатку очікувалося.

Готельний бізнес є тою сферою, де можна зайняти непогану нішу і заробити добрі гроші. Але для цього необхідно підібрати дійсно якісні ідеї малого готельного бізнесу, які мають високу рентабельність. Саме ідеї дозволяють зробити готельне підприємство успішним, побудувати чи відкрити свою малу, але прибуткову справу.

Розглянемо основні нові бізнес-ідеї в сучасному готельному бізнесі.

Міський тип готелю з системою «все включено» з висококласним рівнем обслуговуванням затребуваний для клієнтів, що віддають перевагу оптимальному сервісу. Прикладом готелю такого типу можна назвати Сінгапурський готель Quinsy, який працює за системою «все включено» і був відкритий спеціально для клієнтів бізнес-класу, хоча такий тип готелів може пропонуватися і для звичайних туристів.

Міні-готелі, що належать до економ-класу є порівняно недорогими, з невеликими затишними номерами. Розташовуються в межах транспортних вузлів і призначені, перш за все, для пасажирів, що застрягли, наприклад, в аеропорту у зв'язку з негодою, або з інших причин, а також тих, хто чекає появи вільних квитків. В межах всесвітньо відомого лондонського аеропорту «Хітроу» є кілька таких міні-готелів.

Мобільні готелі з доставкою до призначеного гостем місця поки пропонує готельна мережа Scandic, однак такий варіант поселення виглядає перспективним, оскільки сьогодні мандрівники віддають перевагу відокремленому відпочинку, в той час як організований груповий туризм втрачає колишню популярність.

Для відкриття ретро-готелів, які також мають свій споживчий сегмент, слід дотримуватися всього трьох понять: автентичність, привабливість і дизайн.

Будь-які ідеї повинні бути диктовані для збільшення доходу готелів. У зв'язку з високою конкуренцією готелям доводиться знаходити нові допоміжні статті доходів, при цьому, що існує тенденція збільшення витрат на кожного клієнта. Готелям варто звернути увагу на такі витрати, як: прокат

транспорту, страховка, duty-free і т.д. Подібні пункти є частиною поїздки будь-якого ділового мандрівника, і, на жаль, готелі майже або повністю не беруть у цьому участі.

Готелям бізнес-класу доцільно зайнятися наданням послуг перекладачів, секретарів, консультаціями з правових і бізнес питань, організацією зустрічей. Подібні послуги допомогли б їм створити більш якісне бізнес-портфоліо.

Активний розвиток готельного бізнесу та серйозна конкуренція сприяє появі нових цікавих ідей, що приносить користь не тільки готелям, але й гостям. Основа успіху в гостинності — це бездоганний сервіс, вдала ідея і, таким чином, перемога над конкурентами.

Щоб отримати прибуток від бізнес-операцій готельні підприємства мають добре знати свої можливості для бізнесу, клієнт повинен бути задоволений продуктом, тому постійно розробляти план з врахуванням цілі та розуміння стратегії в цілому. Якщо планування є неефективним або непридатним до реалізації підприємство відчуває величезний ризик виникнення серйозних проблем або навіть закриття підприємства. У готельному бізнесі стратегічне планування дуже важливе, бо маємо вплив сезонності на завантаженість готелів, що спричиняє коливання попиту. Готель, як правило не має місцевої клієнтури, як у випадку з ресторанами, тому коливання попиту може навіть спровокувати закриття готелю, якщо той не має ефективного планування. За допомогою короткострокового та довгострокового планування можна передбачити шкідливі зміни готельної активності та мінімізувати їх.

В даний час стратегічне планування добре відоме і використовується готельними підприємствами, які мають довгострокове бачення зростання та розширення з допомогою прийняття рішень про капітальний бюджет, а також рішення про річний фінансовий бюджет. Концепція стратегічного планування передбачає створення стратегій ефективного розподілу ресурсів, спрямованих на досягнення конкретних цілей у довгостроковій перспективі.

Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища є основною частиною процесу стратегічного планування в організації. Аналіз можливого сценарію розвитку підприємства з допомогою SWOT-аналізу дозволяє визначити прямих конкурентів. Проте аналіз не обмежується прямими конкурентами, що залежить від загального характеру використовуваного аналітичного шаблону.

Конкурентний успіх вимагає покращення якості послуг, а також реалізацію управлінських проектів, які в унікальними та кращими ніж в конкурентів. Це, в свою чергу, сприятиме позитивному грошово-

му потоку, а також збільшенню вартості готельного підприємства.

Планування передбачає як зовнішній, так і внутрішній аналіз. Рекомендується вивчати загрози та можливості через участь гостей готелю, адже групові дослідження збагачують пропозиції щодо планування, сприяють збору даних, аналізу та прийняття рішень.

Отже, планування є інструментом визначення бажаного майбутнього та всіх необхідних заходів для його матеріалізації. План визначає курс дій на майбутнє та пропонує набір взаємозалежних рішень. Важливо встановити зв'язок між областями стратегічних рішень та стратегічними цілями за пріоритетністю відносно ринку. Області прийняття рішень є наборами управлінських рішень щодо операційних ресурсів (людських, технологічних та системних), адже вони впливають на продуктивність системи операцій та досягнення її цілей.

Стратегічний характер операцій зумовлений здатністю до стійкості у довгостроковій перспективі. Доцільно розглядати області прийняття рішень як визначення пріоритетів критеріїв ефективності.

Визначення пріоритетних областей прийняття рішень відіграє важливу роль у фундаментальному взаємозв'язку між цілями і стратегічними областями прийняття рішень, а саме для:

- 1) аналізу областей прийняття рішень з метою виявлення тих, які найбільш реальні до досягнення високих показників діяльності готельного підприємства;
- 2) аналізу сервісного циклу в межах надання як основних, так і додаткових послуг;
- 3) аналіз технологічного потоку послуг з метою виявлення того, які матеріальні ресурси повинні бути доступні в момент надання кожної послуги.

Управлінські рішення в готелях повинні враховувати людський ресурс, що знижує силу контролю і збільшує ступінь мінливості та невизначеності подій. Незважаючи на капіталомістку діяльність, рівень послуг, по суті, залежить від якості людського фактора. Готель не може пропонувати однофокусно широкий спектр послуг, якщо він орієнтований на широкий ринок. Гнучкість послуг і вимоги до їх надання вимагають наявності співробітників з достатньою кваліфікацією, командної роботи, що, в свою чергу, дозволяє зменшити ризики втрати послідовності в обслуговуванні.

Готельна галузь враховує такі стратегічні питання:

- 1) баланс відносин між капіталом і робочою силою;
- 2) розсіювання установ в декількох країнах, тобто функціонування готельних ланцюгів;

- 3) професіоналізація управлінських процесів;
- 4) множинність ініціатив з нерухомості, що підтримують готельні організації;
- 5) короткий життєвий цикл інноваційних ідей;
- 6) привабливість для підприємців як новий бізнес;
- 7) виняткові відносини між попитом, пропозицією та технологією;

Готельне підприємство характеризувався інвестиціями у нерухомість, які потребують високого рівня управлінських знань.

Управлінські контракти, разом з франчайзингом, спільними підприємствами, являють собою режим входу на ринок і залежать від рівня ресурсного забезпечення, зобов'язань акціонерів, ринкових ризиків, а також бажаного ступеня контролю.

Конкурентоспроможність готельного підприємства обумовлює продукування ним конкурентоспроможних послуг та вимагає від їх менеджерів постійного моніторингу потреб клієнтів, оскільки їх зміна спричиняє потребу в проектуванні нових послуг [13].

Щоб забезпечити контроль над проектом від початку до кінця, менеджер проекту використовує декілька прийомів, серед яких виділяються наступні:

- планування проекту;
- аналіз додаткової вартості;
- управління ризиками проекту;
- графік виконання;
- можливості покращення процесу.

Проект дозволяє оптимізувати використання ресурсів: часу, грошей, людей, простору тощо.

Управління проектом часто відповідає індивідууму, якому належить керувати проектом. Менеджер проекту працює над підтримкою прогресу та прогресивним взаємозв'язком різних учасників проекту, щоб зменшити ризик невдачі проекту та може нести будь-який тягар відповідальності за свою роботу.

Розглянемо критерії, які слід брати до уваги в проектному менеджменті готелю.

1. Місцезнаходження, яку повинне бути обране шляхом дослідження ринку, що підтверджує, де реалізовуватимуться умови, найбільш сприятливі для проекту.

2. Дизайн проекту: це питання розгляду середовища, в якому необхідно реалізувати готель та характеристики ринку, які він має намір задовольнити. Основними аспектами дизайну готелю є:

- визначення рівня готелю: розкіш, простий і т.д.
- пропозиція готелю: спрямована на відпочинок на узбережжі, бізнес, туризм тощо.
- фізичні характеристики: кількість номерного фонду, стиль, ландшафтне вирішення тощо.
- пристосування для реалізації додаткових та супутніх послуг: басейни, ресторани тощо.

- середні ціни: посилання на ставки аналогічних конкурентів, вивчений попит та прогнозовані експлуатаційні витрати.
- рівень зайнятості: оціночна кількість зайнятих у даній сфері протягом місяців року, днів тижня, згідно з дослідженнями ринку.

3. Мета бізнесу: бачення майбутнього підприємства, визначення цілей у довгостроковій перспективі; керівні принципи, які будуть визначені як пріоритети, такі як терміни та норми рентабельності інвестицій, кадрова політика, можливі розширення і т.д.

4. Критичні та успішні чинники: якість або характеристики фізичних засобів, додаткові послуги, які будуть надаватися господарством, використані технології, робочі процеси, якість обслуговування, дозвілля, гастрономія тощо.

5. Операційні характеристики: складаються з всіх аспектів, обраних для проекту готелю з урахуванням конструктивних характеристик, обладнання та технологічних стандартів.

Усі ці критерії об'єднуються і реалізуються на етапах проекту: проект перед проектною економічною реалізацією та виконавчий проект.

Попередній проект передбачає попередній дизайн готелю, що дозволяє оцінити інвестиції та проектувати готель в експлуатацію, оцінюючи доходи та витрати, що дозволяє оцінити фінансовий результат. Зрозуміло, що попередній проект включає всі концепції та керівні принципи, встановлені процесом планування. Попередній проект, як правило, переробляється більше одного разу, прагнучи краще пристосувати його до економіко-фінансових параметрів, змінюючи кількість номерного фонду або будь-яку іншу характеристику підприємства.

Проект техніко-економічного обґрунтування стосується прибутковості інвестицій, адже необхідно переконатись у тому, що заявка принесе прибуток інвесторам. Це мета економічного обґрунтування: перевірити, чи зможе підприємство виплатити інвестиції, які планується реалізувати. Можна сказати, що готель є прибутковим, якщо він має здатність генерувати ресурси, які перевершують інвестиції, здійснені в ній. Проект техніко-економічного обґрунтування зазвичай вимагається фінансовими установами при розгляді заяв про надання кредитів.

Виконавчий проект — це фізична реалізація підприємства, сукупність дій, що ведуть до побудови підприємства. На цьому етапі все береться від архітектурних та інженерних проектів, розвивається вся діяльність з підрядних робіт та виконання будівельних робіт, аж до придбання та монтажу устаткування, фізичного та фінансового спостереження, найму

та підготовки співробітників команди, планування та реалізації кампанії запуску готелю аж до його реального функціонування.

Виконавчий проект використовує фізичні і фінансові графіки, а також весь процес моніторингу та контролю за діяльністю, пов'язаною з реалізацією готелю.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Реалізація проекту полягає у перетворенні мрії в реальність, підтвердженою досягненням економічного успі-

ху готелю, задоволенням очікувань підприємця. Проектний менеджмент готелю ґрунтується на методології планування та операційних факторах та концепціях, тому кожне готельне підприємство зобов'язане планувати свою поточну та стратегічну діяльність, розробляючи послуги для гостей, оптимізувати витрати, а також створювати конкурентні переваги на ринку. Весь перелік робіт комплексно можна організувати і полегшити його виконання шляхом упровадження проектного менеджменту в готельному підприємстві.

Література

1. Басюк О. В. Аналіз світового досвіду функціонування готельних ланцюгів [Електронний режим] / О. В. Басюк // Глобальні та національні проблеми економіки. Наукове електронне фахове видання Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомилинського. — Миколаїв, 2015. — Вип. 5. — Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-5-2015>.
2. Бортник Л. В. Організаційні та економічні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 — економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Л. В. Бортник. — Одеса: Одеський національний економічний університет, 2014. — 21 с. <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3690/>
3. Пандяк І. Г. Основи формування механізму конкурентних переваг в управлінні якістю готельних послуг / І. Г. Пандяк, М. П. Мальська, О. М. Гаталяк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2007. — № 579: Проблеми економіки та управління. — С. 516–519. /Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/34143>.
4. Скибінський С. В. Маркетинг готельних послуг. / С. В. Скибінський, Л. О. Іванова, О. Ф. Моргун О. Ф. — Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2000 — 246 с.
5. Семенов В. Ф. Франчайзинг як метод організації і розвитку готельного бізнесу / В. Ф. Семенов, Л. В. Бортник // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2013. — Вип. 2(1). — С. 68–75. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_2%281%29_12.
6. Денисенко М. П. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму / М. П. Денисенко, Н. М. Терещенко // Наук. пр. МАУП. — 2014. — Вип.1(40). — С. 134–138.
7. Концевич О. К. Застосування проектного підходу в управлінні підприємством, як важлива складова його успішного функціонування [Електронний ресурс]. — О. К. Концевич, А. Ю. Дернова. — 2015. — Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76279>.
8. Рач В. А. Управління проектами: практичні аспекти реалізації стратегій регіонального розвитку: навч. посіб. / В. А. Рач, О. В. Россошанська, О. М. Медведєва; за ред. В. А. Рача. — К.: «К.І.С.», 2010. — 276 с.
9. Редько В. Є. Особливості методології проектного менеджменту в туристичному бізнесі / Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. — 2016. — Вип. 6. — С. 114–122. — Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/redko2.htm.
10. Редько В. Є. Проектний підхід до управління розвитком туризму / В. Є. Редько // Наук. вісн. Херсон, держ. ун-ту. Сер. «Екон. науки». — 2014. — Вип. 7. — Ч. 3. — С. 167–170.
11. 2015 International Tourism Results and Prospects for 2016. UNWTO presentation [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2016_hqjk.pdf.
12. Управління проектами: навчальний посібник / Уклад.: Л. Є. Довгань, Г. А. Мохонько, І. П. Малик. — К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. — 420 с.
13. Скорина Т. М. Аналіз і проектування асортименту послуг готельних підприємств / Т. М. Скорина // Наука, освіта, суспільство очима молодих вчених: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених (12 трав. 2016 р.). — Рівне: НУВГП, 2016. — С. 56–57.

References

1. Basyuk O.V. Analiz svitovoho dosvidu funktsionuvannya hotel'nykh lantsyuhiv [Elektronnyy rezhym] / O.V. Basyuk // Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky. Naukove elektronne fakhove vydannya Mykolayivs'koho natsional'noho universytetu im. V.O. Sukhomlyns'koho. — Mykolayiv, 2015. — Vyp. 5. — Rezhym dostupu: <http://global-national.in.ua/issue-5-2015>.
2. Bortnyk L.V. Orhanizatsiyni ta ekonomichni zasady zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv hotel'noho biznesu: avtoreferat dysertatsiyi na zdobuttya naukovooho stupenya kandydata ekonomichnykh nauk za spetsial'nisty 08.00.04 — ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy (za vydamy ekonomichnoyi diyal'nosti) / L.V. Bortnyk. — Odesa: Odes'kyy natsional'nyy ekonomichnyy universytet, 2014. — 21 s. <http://dSPACE.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3690/>
3. Pandyak I.H. Osnovy formuvannya mekhanizmu konkurentnykh perevah v upravlinni yakisty hotel'nykh posluh / I.H. Pandyak, M.P. Mal's'ka, O.M. Hatalyak // Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politekhnika». — 2007. — № 579: Problemy ekonomiky ta upravlinnya. — S. 516–519. /Rezhym dostupu: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/34143>.
4. Skybins'kyy S.V. Marketynh hotel'nykh posluh. / S.V. Skybins'kyy, L.O. Ivanova, O.F. Morhun O.F. — L'viv: Vydavnytstvo L'vivs'koyi komertsiyanoi akademiyi, 2000 — 246 s.
5. Semenov V.F. Franchayzynh yak metod orhanizatsiyi i rozvytku hotel'noho biznesu / V.F. Semenov, L.V. Bortnyk // Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'. — 2013. — Vyp. 2(1). — S. 68–75. — Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_2%281%29_12.
6. Denysenko M.P. Formuvannya systemy upravlinnya yakisty posluh u sferi turyzmu / M.P. Denysenko, N.M. Tereshchenko // Nauk. pr. MAUP. — 2014. — Vyp.1(40). — S. 134–138.
7. Kontsevych O.K. Zastosuvannya proektnoho pidkhotu v upravlinni pidpryyemstvom, yak vazhlyva skladova yoho uspishnoho funktsionuvannya [Elektronnyy resurs]. — O.K. Kontsevych, A. YU. Dernova. — 2015. — Rezhym dostupu: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76279>.
8. Rach V.A. Upravlinnya proektamy: praktychni aspekty realizatsiyi stratehiy rehional'noho rozvytku: navch. posib. / V.A. Rach, O.V. Rossoshans'ka, O.M. Medvedyeva; za red. V.A. Racha. — K.: «K.I.S.», 2010. — 276 s.
9. Red'ko V.YE. Osoblyvosti metodolohiyi proektnoho menedzhmentu v turystychnomu biznesi / Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seriya: Menedzhment innovatsiy. — 2016. — Vyp. 6. — C. 114–122. — Rezhym dostupu: http://tourlib.net/statti_ukr/redko2.htm.
10. Red'ko V.YE. Proektnyy pidkhid do upravlinnya rozvytkom turyzmu / V.YE. Red'ko // Nauk. visn. Kherson, derzh. un-tu. Ser. «Ekon. nauky». — 2014. — Vyp. 7. — CH. 3. — S. 167–170.
11. 2015 International Tourism Results and Prospects for 2016. UNWTO presentation [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2016_hqjk.pdf.
12. Upravlinnya proektamy: navchal'nyy posibnyk / Uklad.: L.YE. Dovhan', H.A. Mokhon'ko, I.P. Malyk. — K.: KPI im. Ihorya Sikors'koho, 2017. — 420 s.
13. Skoryna T.M. Analiz i proektuvannya asortymentu posluh hotel'nykh pidpryyemstv / T.M. Skoryna // Nauka, osvita, suspil'stvo ochyma molodykh vchenykh: materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. molodykh vchenykh (12 trav. 2016 r.). — Rivne: NUVHP, 2016. — S. 56–57.

Божанова Вікторія Юріївна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту, управління проектами і логістики
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»*

Божанова Виктория Юрьевна

*доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры менеджмента, управления проектами и логистики
ГВУЗ «Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры»*

Bozhanova Viktoriia

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Management,
Project Management and Logistics
Prydniprov's'ka State Academy of Civil Engineering and Architecture*

Кононова Олександра Євгеніївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»*

Кононова Александра Евгеньевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры учета, экономики и управления персоналом предприятия
ГВУЗ «Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры»*

Kononova Oleksandra

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting, Economics
and Human Resources Management of Enterprise
Prydniprov's'ka State Academy of Civil Engineering and Architecture*

Овечкіна Олена Андріївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і підприємництва
Східноукраїнський національний університет імені В. Даля*

Овечкина Елена Андреевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики и предпринимательства
Восточноукраинский национальный университет имени В. Даля*

Ovchikina Olena

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economic and Entrepreneurship
East-Ukrainian National University named after V. Dal*

Шпатакова Оксана Леонідівна

*асистент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»*

Шпатакова Оксана Леонидовна

*ассистент кафедры учета, экономики и управления персоналом предприятия
ГВУЗ «Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры»*

Spatakova Oksana

*Assistant of the Department of Accounting, Economics
and Human Resources Management of Enterprise
Prydniprov's'ka State Academy of Civil Engineering and Architecture*

**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ТА ПРИНЦИПИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ
ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ**
**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И ПРИНЦИПЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА
ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**
**QUALITY MANAGEMENT CONCEPTUAL FRAMEWORK AND PRINCIPLES
OF HOUSING AND UTILITY SERVICES FOR CONSUMERS**

Анотація. В статті виконано аналіз сучасних проблем сфери ЖКГ в Україні, основні з них: невідповідність житлово-комунальних послуг європейському рівню якості при стрімко зростаючих тарифах, неможливість споживачами оцінити якість самих ресурсів, що постачаються, слабе інформаційне забезпечення послуг на інтернет-сайтах підприємств-постачальників, а також нерозвинена тарифно-розрахункова система. Як результат – зростання заборгованості за ЖКП. Це дало змогу встановити відсутність достатньо наукових та практичних розробок, присвячених дослідженню менеджменту якості ЖКП для споживачів. Аналіз інфографіки інтернет-ресурсів дозволив встановити, що найбільш висока заборгованість серед областей-донорів, що забезпечують наповнення бюджету майже всієї країни. Найбільш трудова частина населення країни не в змозі сплатити вчасно ЖКП через занадто високі тарифи при низькій їх якості та відсутності зручної інформаційної системи їх сплати. Удосконалено концептуальні основи та принципи менеджменту якості ЖКП для споживачів через інституціоналізацію ЖКГ. Концептуальні основи полягають в наступному: менеджмент якості ЖКП – ефективний інструмент підвищення якісного рівня життя для споживачів; основна функція інституту ЖКГ – підвищення їх доступності для споживачів й державне забезпечення соціально-незахищених верств споживачів субсидіями. Удосконалені принципи: задоволеність потреб споживачів ЖКП на основі використання постачальниками наявних ресурсів; відповідність ЖКП встановленим законодавством вимогам; науковість вирішення проблеми; доступність ЖКП для всіх категорій споживачів; прозорість в нарахуванні сум до сплати ЖКП; зручність інформаційного забезпечення користувачів; можливість вибору населенням способів сплати ЖКП з пільговими низькими банківськими комісіями; відсутність бюрократичних бар'єрів у сфері ЖКГ; державна політика стимулювання інвестицій у енергозберігаючі заходи. Побудована та обґрунтована концептуальна модель менеджменту якості ЖКП. Реалізація концептуальних основ та принципів дозволить підвищити якість життєвого рівня споживачів, знизить заборгованості за ЖКП.

Ключові слова: менеджмент якості, житлово-комунальне господарство, житлово-комунальні послуги, заборгованість, споживачі, концептуальні основи, принципи, інформаційне забезпечення.

Аннотация. Проанализированы основные современные проблемы и установлены причины роста задолженности по оплате жилищно-коммунальных услуг, особенно среди областей-доноров Украины. Усовершенствованы концептуальные основы и принципы менеджмента качества ЖКУ для потребителей путем их институционализации. Построена и обоснована концептуальная модель менеджмента качества ЖКУ.

Ключевые слова: менеджмент качества, жилищно-коммунальное хозяйство, жилищно-коммунальные услуги, задолженность, потребители, концептуальные основы, принципы, информационное обеспечение.

Summary. The article investigates the main modern problems and the reasons for the indebtedness for payment of housing and utility services, especially among the donor regions of Ukraine. Also the article determines the quality management conceptual framework and principles of housing and utility services for consumers by their institutionalization. The quality management conceptual model of housing and utility services has been constructed and justified.

Key words: quality management, housing and utility services, public utilities, debt, consumers, conceptual framework, principles, information support.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день в Україні склалася ситуація, при якій утруднене забезпечення якісного рівня послуг житлово-комунального господарства (ЖКГ). Досі рівень якості послуг ЖКГ відповідає рівню радянських часів, проте тарифи зросли у десятки разів. Існуюча політика держави й надалі спрямована на зростання тарифів до європейського рівня (через умови кредитування МВФ), незважаючи на проблеми, що виникли у фінансово-матеріальному стані продавців і покупців житлово-комунальних послуг (ЖКП). Для продавців ЖКП якість послуг залишається на низькому рівні: фізично зношені системи водопостачання, електромереж та газопостачання тощо. Споживачі самостійно не можуть оцінити якість послуг, що надаються, мають значні фінансові труднощі через розрахунки за тарифами, стикаються з організаційними проблемами щодо отримання субсидій й втратою вільного часу через черги. Процес оплати ЖКП супроводжується різким зниженням платоспроможності споживачів при збільшенні та податків в країні, які на 10 % вище, ніж у Європі та всьому світі. За даними PricewaterhouseCoopers та World Bank Group, що опубліковані в Forbes, Україна є країною, де податки є надвеликими в світі протягом останніх 30 років — 52,2 % [4]. В свою чергу держава застосовує каральні заходи, в разі несплати ЖКП: відключення від постачання, що може призвести до того, що споживачі на власний ризик вигадують будь-які небезпечні заходи, щоб уникнути цієї проблеми. Практика показує, що відключення від постачання газу призводить до того, що споживачі незаконно використовують газові балони в багатоповерхівках, що призводить до вибухів та містить загрозу для життя всього під'їзду. З 2019 року держава планує наступний каральний захід: застосування практики нарахування пені за несвоєчасну сплату, при цьому не несе відповідальності за діяльність підприємств-постачальників ЖКП, які є природним монополістами.

Крім того, слабе місто займає інформаційно-фінансове забезпечення послуг ЖКГ при нарахуванні сум та їх сплати. Сьогодні більшість споживачів, особливо платоспроможних, віддають перевагу сплати товарів та послуг через мережу Інтернет, але інформаційні та фінансові інтернет-сайти постачальницьких підприємств неможливо зістикувати, аккаунти домогосподарств-споживачів найчастіше не мають можливості ведення тарифно-розрахункової системи. Користувачі інтернет-сайтів незадоволені також потребою вибору банків (за принципом найдешевшої комісії). Розбіжність комісійної ставки банки

пояснюють це тим, що підприємства-постачальники житлово-комунальних послуг (ЖКП) не укладають з ними угоди для пільгового стягнення комісій на сплату. Отже, навіть у платоспроможних користувачів Інтернету виникають затримки щодо оплати послуг ЖКГ. Несвоєчасна сплата ЖКП виникає також внаслідок того, що підприємства-постачальники іноді практикують надіслання споживачам авансових квитанцій з вигаданими сумами за ще невиконані послуги, що посилює психологічно негативний настрій та навіть відмову від платежів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження проблем якості ЖКП присвячено багато наукових праць вітчизняних та закордонних фахівців з теорії та практики під різною призматикою проблеми. Так, в науковій праці Бубенка П. Т. та Драпези Я. В. розроблена концептуальна модель тарифного регулювання, що містить окремі аспекти зацікавленості в якості наданих послуг [3]. В дисертаційній роботі Куц Я. В. представлений удосконалений механізм державно-громадського контролю в системі державного регулювання якості надання ЖКП населенню [7]. В роботі Базарної О. В. запропонована модель організаційної складової організаційно-економічного механізму публічного регіонального управління ЖКГ [2]. Питання підвищення якості ЖКП через зменшення обсягів дебіторської заборгованості підприємств галузі розглянуто в роботі Полуянова В. П. та Попович Н. С. [10]. Розробці концептуальних основ управління ЖКГ присвячені окремі розробки Авер'янова В. Б., Ковбасюка Ю. В., Оболенського О. Ю., Перинської Н. І. Романюка С. А., Рубцова В. П., Скрипнюка О. В., Шемшученко Ю. С., та інших [5; 8; 12]. Робота Потапчика О. О. спрямована на формування механізму якості послуг житлово-комунального господарства [13]. Однак, залишається не вирішеним питання інформаційно-фінансового забезпечення ЖКП, актуальність якого підсилюється незацікавленістю підприємств-постачальників зробити систему нарахування сум та їх сплати прозорою.

Формулювання цілей статті. Виходячи з викладеного вище, ціль цього даного наукового дослідження полягає у розробці концептуальних основ та принципів менеджменту якості житлово-комунальних послуг для споживачів.

Виклад основного матеріалу. В червні 2018 року вийшла чергова редакція Закону України про ЖКП, в якій відзначено, що виконавець комунальної послуги за індивідуальним договором забезпечує відповідність кількісних та якісних характеристик послуги встановленим нормативам [1]. На практиці індивідуальні договори майже не укладаються:

фактичні характеристики зазвичай не відповідають нормативним; періодично спостерігаються зриви в поставках ЖКП, а постачальницькі підприємства на практиці не несуть відповідальності; посилюється зношеність мережевої інфраструктури постачання, яка періодично виходить з робочого стану. На тлі такого кризисного стану ЖКГ політика держави спрямована на все частіше зростання тарифів при низькій якості послуг. Таким чином, Закон України про ЖКП на практиці не працює, адже держава не захищає інтереси споживачів, а незадоволеність останніх все більш зростає. Крім того, сама розрахунково-фінансова система на інтернет-ресурсах постачальницьких підприємств не налаштована та не зручна для користувачів, вже не говорячи про доцільність використання мобільних додатки до смартфонів з прозорою інформаційною та розрахунково-фінансовою системою.

Звертаючись до Інфографіки інтернет-видання «Прочерк», яке використовує й узагальнює багато Укрстату, можна визначити області з найвищою заборгованістю за ЖКП у 2017 році, це: Дніпропетровська (з великим відривом), Харківська, м. Київ, Донецька, Одеська, Київська та Запорізька. Субсидії в цих областях є середньостатистичними по країні [11]. Інший інтернет-портал «Діло» навів інфографіку про дотаційні та донорські регіони України. Донорами виступили області: Дніпропетровська (з великим відривом), Запорізька, Київська, Полтавська та Донецька [6]. За даними он-лайн опитування Інтернет-портала «Комунальна Україна», станом на 07.07.2018 р. на питання: «Що перешкоджає вам вчасно платити по рахунках за послуги ЖКГ?», респонденти відповіли: занадто високі тарифи — 53 %; нічого, я завжди вчасно плачу — 17 %; низька якість послуг або їх повна відсутність — 14 %; регулярне підвищення квартирної плати — 7 %; бездіяльність ЖЕКУ — 5 % тощо [10]. Занадто великі тарифи провокують заборгованість за ЖКП найбільша у населення областей-донорів. Значна частка населення областей-реципієнтів також відзначає, що не в змозі сплатити вчасно ЖКП через занадто високі тарифи при низькій їх якості. При цьому практичне все населення країни згодне з тим, що не має часу або змоги розібратись в нарахуванні сум, витримувати довгі черги й незручний режим роботи банків, пошти тощо. Незважаючи на це, питання: «Чи є незрозумілим для вас алгоритм нарахування сум для сплати ЖКП?» найчастіше взагалі відсутнє при онлайн-опитуваннях. Зважаючи на сказане, виникає необхідність вдосконалення концептуальних основ та принципів менеджменту якості ЖКП для споживачів.

Аналіз ситуації, що склалася на ринку ЖКП дозволив сформулювати наукову гіпотезу досліджень процесу управління ЖКГ, що має базуватися на використанні теоретичних положень: сучасної економічної теорії (мікро- й макроекономіки, інституціоналізму), маркетингу, прикладних економічних досліджень тощо для формулювання й подальшого вдосконалення основних принципів менеджменту якості ЖКП для споживачів й забезпечить отримання вигод всіма учасниками процесу виробництва, постачання й використання послуг ЖКГ. Враховуючи сказане, концептуальні основи менеджменту якості ЖКП для споживачів полягатимуть в наступному:

1. За своєю сутністю менеджмент якості ЖКП, базуючись на інструкціях й державних стандартах якості надання послуг, міжнародних стандартах якості ISO 9000, врахуванні вимог споживачів, має стати ефективним інструментом: підвищення рівня життя населення країни; формування інституційно-економічних й соціально-психологічних умов комфортного мешкання громадян — споживачів комунальних послуг.

2. Функціональний зміст інституту ЖКГ має бути спрямований на: а) підвищення доступності для споживачів ЖКП б) державне забезпечення субсидіями соціально-незахищених верств населення; в) реалізацію сучасної інтерактивної моделі розрахунків за надані послуги; г) забезпечення можливості зворотного зв'язку споживачів з постачальниками послуг.

Отже, менеджмент якості послуг має містити не лише фінансову складову (основна мета якої полягає у скороченні дебіторської заборгованості покупців послуг), але й інформаційно-сервісну складову, наявність якої підкріплює якість ЖКП згідно моделі п'яти рівнів продукту та концепції удосконалення виробництва (Kotler and Keller, 2003; A. Kinnander and P. Gröndahl, 1999; E. Koss and D. A. Lewis, 1993) [14–16]. Тобто, це має бути досконала послуга з високим рівнем якості послуги, що забезпечує її більшу цінність в очах споживача. Концептуальні основи вдосконалення менеджменту якості ЖКП дозволяють сформулювати його основні принципи, що полягають у наступному:

- задоволеність потреб споживачів ЖКП на основі використання постачальниками наявних ресурсів;
- відповідність ЖКП встановленим законодавством вимогам (перед усім санітарно-епідеміологічним нормам);
- науковість вирішення проблеми надання якісних ЖКП, що вимагає застосування: по-перше, макроекономічної теорії, за якою частка витрат домогосподарств на споживання ЖКП не має перевищувати певного рівня, отже, деформувати

- сукупний споживацький попит; по-друге, мікроекономічної теорії, яка визначає, що набір ЖКП має за мінімальної вартості давати максимальне задоволення попиту; інституціональної економічної теорії, що підкреслює значущість соціальних, правових, економічних інститутів в процесі прийняття рішень державою, постачальниками й споживачами ЖКП, тощо;
- доступність ЖКП для всіх категорій споживачів (вартість ЖКП має кореспондуватися з купівельною спроможністю населення та вимагати-
 - ме створення розвиненої субсидіарної системи погашення заборгованостей);
 - прозорість в нарахуванні сум до сплати ЖКП (особливо рахунків за опалення);
 - зручність інформаційного забезпечення користувачів (інтернет-ресурси постачальницьких підприємств мають бути доступними для користування населенням — платником);
 - можливість вибору населенням способів сплати ЖКП з пільговими низькими банківськими комісіями;



Рис. 1. Концептуальна модель і принципи менеджменту якості ЖКП

- відсутність бюрократичних бар'єрів у сфері ЖКГ;
- державна політика стимулювання інвестицій у енергозберігаючі заходи (утеплення стін, встановлення герметичних металопластикових вікон, лічильників тощо).

Все вище викладене дозволило побудувати та обґрунтувати концептуальну модель менеджменту якості ЖКП (рис. 1).

Висновки та перспективи подальших досліджень.
Вищевикладений матеріал дозволяє визначити,

що розвиток менеджменту якості ЖКП вимагає побудови відповідного управлінського механізму, спрямованого передусім на задоволення інтересів споживачів — платників послуг, для чого в практиці господарської діяльності житлово-комунальних підприємств необхідно втілити вище сформульовані основні принципи. Подальші дослідження у цьому напрямку можуть бути пов'язані з розробкою прикладного інструментарію оцінки ефективності й результативності прийняття відповідних рішень державою, надавачами й споживачами ЖКП.

Література

1. Закон України про житлово-комунальні послуги: Від 09 червня 2018 р., № 2189–19 / Україна. Закон // Відомості Верховної Ради. — 2018. — № 1. — ст. 1. — (із змінами, внесеними згідно із Законом № 2454-VIII від 07.06.2018).
2. Базарна О. В. Організаційна складова механізму публічного регіонального управління житлово-комунальним господарством / О. В. Базарна // Науково-практичний журнал «Економіка та держава», 2018. — № 4. — С. 126–130.
3. Бубенко П. Т. Розробка комбінованого підходу до тарифного регулювання в житлово-комунальному господарстві / П. Т. Бубенко, Я. В. Драпеза // Бізнес Інформ. — 2016. — № 10. — С. 117–122.
4. В каких постсоветских странах самые высокие налоги [Електронний ресурс] / Інтернет-видання «Forbes». — 08.04.2016. — Режим доступу: https://forbes.kz/finances/finance/stavka_po_polnoy_2/. — Заголовок з екрану.
5. Демократичні засади державного управління та адміністративне право [Текст]: монографія / Ю. С. Шемшученко, В. Б. Авер'янов, О. В. Скрипнюк [та ін.]; за заг. ред. В. Б. Авер'янова; Нац. акад. наук України, Інст держави і права ім. В. М. Корецького. — К.: Юрид. думка, 2010. — 496 с.
6. Кто кого кормит: самые дотационные регионы Украины [Электронный ресурс] / Інтернет-портал «Дело». — 20.09.2016. — Режим доступу: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/samye-dotacionnye-regiony-ukrainy-proektu-bjudzheta-na-2017-322789/>. — Заголовок з екрана.
7. Куц Я. В. Механізми державного регулювання житлово-комунальних послуг в Україні: дис. канд. наук з держ. управління: 25.00.02 / Я. В. Куц // Чернівці, 2018. — 220 с.
8. Оболенський О. Ю. Публічне управління: цивілізаційний тренд, наукова теорія і напрям освіти. Публічне управління: шляхи розвитку: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю (Київ, 26 листоп. 2014 р.): у 2 т. / За наук. ред. Ю. В. Ковбасюка, С. А. Романюка, О. Ю. Оболенського. — К.: НАДУ, 2014. — Т. 1. — 150 с. (С. 3–10).
9. Опросы [Электронный ресурс] / Інтернет-портал «Коммунальная Украина». — 07.07.2018. — Режим доступу: <http://jkg-portal.com.ua/ru/questionnaire>. — Заголовок з екрана.
10. Полуянов В. П. Питання підвищення якості житлово-комунальних послуг як резерву урегулювання обсягів дебіторської заборгованості галузі / В. П. Полуянов, Н. С. Попович // Вісник Хмельницького національного університету 2011, № 2, Т. 1. — С. 227–234.
11. Послуги ЖКГ: ситуація з боргами населення в 2017 році (інфографіка) [Електронний ресурс] / Інтернет-видання «Прочерк». — 11.01.2018. — Режим доступу: <http://procherk.info/news/7-cherkassy/59436-poslugi-zhkg-situatsija-z-borgami-naselelnja-v-2017-rotsi-infografika>. — Заголовок з екрану.
12. Рубцов В. П. Державне управління та державні установи / В. П. Рубцов, Н. І. Перинська // К.: видавництво Університет Україна, 2008. — 439 с.
13. Потапчик О. О. Формування механізму якістю послуг житлово-комунального господарства / О. О. Потапчик // Фундаментальные и прикладные исследования в практиках ведущих научных школ. — 2015. — № 3 (9). — 171–174 с. URL: fund-issled-intern.esrae.ru/9-136.
14. Kotler, Philip. Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. — 14th ed. Available at: http://iaear.weebly.com/uploads/2/6/2/5/26257106/marketing_management_by_philip_kotler_14th_edition_compressed2.pdf
15. Mark, Rogers. The Definition and Measurement of Productivity Melbourne Institute Working Paper No. 9, 1998. — Available at: <https://melbourneinstitute.unimelb.edu.au/downloads/working-paper-series/wp1998n09.pdf>
16. Stefan, Tangen. Understanding the concept of productivity Proceedings of the 7th Asia Pacific Industrial Engineering and Management Systems Conference, Taipei, 2002. — Available at: http://www.aipa.ca/wp-content/uploads/2013/11/pap_Tangen2002-UnderstandingTheConceptOfProductivity.pdf

References

1. Zakon Ukrainy pro zhytlovo-komunaljni poslughy: Vid 09 chervnja 2018 r., # 2189–19 / Ukraina. Zakon // Vidomosti Verkhovnoji Rady. — 2018. — # 1. — st. 1. — (iz zminamy, vneseny my zghidno iz Zakonom # 2454-VIII vid 07.06.2018).
2. Bazarna O. V. Orghanizacijna skladova mekhanizmu publichnogho reghionalnogho upravlinnja zhytlovo-komunalnym ghospodarstvom / O. V. Bazarna // Naukovo-praktychnyj zhurnal «Ekononika ta derzhava», 2018. — # 4. — S. 126–130.
3. Bubenko P. T. Rozrobka kombinovanogho pidkhotu do taryfnogho reghuljuvannja v zhytlovo-komunalnomu ghospodarstvi / P. T. Bubenko, Ja. V. Drapeza // Biznes Inform. — 2016. — # 10. — S. 117–122.
4. V kakykh postsovetskykh stranakh samye vysokye nalogy [Elektronnyj resurs] / Internet-vydannja «Forbes». — 08.04.2016. — Rezhym dostupu: https://forbes.kz/finances/finance/stavka_po_polnoy_2/. — Zaghovok z ekranu.
5. Demokratychni zasady derzhavnogho upravlinnja ta administratyvne pravo [Tekst]: monoghrafija / Ju. S. Shemshuchenko, V. B. Aver'janov, O. V. Skrypnjuk [ta in.]; za zagh. red. V. B. Aver'janova; Nac. akad. nauk Ukrainy, In t der zhavy i prava im. V. M. Koreckogho. — K.: Juryd. dumka, 2010. — 496 s.
6. Kto kogho kormyt: samye dotacyonnye reghiony Ukrayny [Elektronnyj resurs] / Ynternet-portal «Delo». — 20.09.2016. — Rezhym dostupa: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/samye-dotacionnye-regiony-ukrainy-po-proektu-bjudzheta-na-2017-322789/>. — Zaghovok s ekranu.
7. Kuc Ja. V. Mekhanizmy derzhavnogho reghuljuvannja zhytlovo-komunalnykh poslugh v Ukraini: dys. kand. nauk z derzh. upravlinnja: 25.00.02 / Ja. V. Kuc // Chernihiv, 2018. — 220 s.
8. Obolenskyj O. Ju. Publichne upravlinnja: cyvilizacijnyj trend, naukova teorija i naprjam osvity. Publichne upravlinnja: shljakhy rozvytku: materialy nauk.-prakt. konf. za mizhnar. uchastju (Kyjiv, 26 lystop. 2014 r.): u 2 t. / Za nauk. red. Ju. V. Kovbasjuka, S. A. Romanjuka, O. Ju. Obolenskogho. — K.: NADU, 2014. — T. 1. — 150 s. (S. 3–10).
9. Oprosy [Elektronnyj resurs] / Ynternet-portal «Kommunalnaja Ukrayna». — 07.07.2018. — Rezhym dostupa: <http://jkg-portal.com.ua/ru/questionnaire>. — Zaghovok s ekranu.
10. Polujanov V. P. Pytannja pidvyshhennja yakosti zhytlovo-komunalnykh poslugh jak rezervu ureghuljuvannja obsjaghiv debitorskoji zaborghovanosti ghaluzi / V. P. Polujanov, N. S. Popovych // Visnyk Khmelnyckogho nacionalnogho universytetu 2011, # 2, T. 1. — S. 227–234.
11. Poslughy ZhKGh: sytuacija z borghamy naselennja v 2017 roci (infoghrafika) [Elektronnyj resurs] / Internet-vydannja «Procherk». — 11.01.2018. — Rezhym dostupu: <http://procherk.info/news/7-cherkassy/59436-poslugi-zhkg-situatsija-z-borgami-naselennja-v-2017-rotsi-infoghrafika>. — Zaghovok z ekranu.
12. Rubcov V. P. Derzhavne upravlinnja ta derzhavni ustanovy / V. P. Rubcov, N. I. Perynsjka // K.: vydavnytvo Universytet Ukrainy, 2008. — 439 s.
13. Potapchuk O. O. Formuvannja mekhanizmu yakistiu poslugh zhytlovo-komunalnoho gospodarstva / O. O. Potapchuk // Fundamentalnye y prykladnye yssledovanyia v praktykakh veduchykh nauchnykh shkool. — 2015. — № 3 (9). — 171–174 s. URL: fund-issled-intern.esrae.ru/9-136.
14. Kotler, Philip. Marketing management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller. — 14th ed. Available at: http://iaear.weebly.com/uploads/2/6/2/5/26257106/marketing_management_by_philip_kotler_14th_edition_compressed2.pdf
15. Mark, Rogers. The Definition and Measurement of Productivity Melbourne Institute Working Paper No. 9, 1998. — Available at: <https://melbourneinstitute.unimelb.edu.au/downloads/working-paper-series/wp1998n09.pdf>
16. Stefan, Tangen. Understanding the concept of productivity Proceedings of the 7th Asia Pacific Industrial Engineering and Management Systems Conference, Taipei, 2002. — Available at: http://www.aipa.ca/wp-content/uploads/2013/11/pap_Tangen2002-UnderstandingTheConceptOfProductivity.pdf

Брінь Павло Володимирович
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та оподаткування
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Брінь Павел Владимирович
кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и налогообложения
Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»

Brin Pavlo
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Management and Taxation Department
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

Прохоренко Олена Вікторівна
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та оподаткування
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Прохоренко Елена Викторовна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и налогообложения
Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»

Prokhorenko Olena
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Management and Taxation Department
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

Ковшик Валентин Ігорович
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри менеджменту та оподаткування
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Ковшик Валентин Игоревич
кандидат экономических наук,
старший преподаватель кафедры менеджмента и налогообложения
Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»

Kovshik Valentin
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer of Management and Taxation Department
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4042

ОРГАНІЗАЦІЯ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ

ОРГАНИЗАЦИЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ЗАТРАТАМИ

ORGANIZING OF PERFORMANCE EVALUATION OF LOGISTICS COST MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM

Анотація. Стаття присвячена питанням організації оцінки результативності роботи інформаційних систем підприємств у сфері управління логістичними витратами. Розглянуто існуючі підходи до визначення економічної ефективності процесів комп'ютеризації та автоматизації функцій управління в різних напрямках діяльності підприємства та можливості їх застосування до управління логістичними витратами. Проаналізовано сучасні моделі, концепції та методи використання якісних показників для характеристики інформаційних систем. Визначені ключові особливості управління логістичними витратами з точки зору можливостей оцінки результативності відповідної інформаційної системи. Охарактеризовано позитивний ефект від використання інформаційних систем в цій сфері. Визначено пріоритетні напрямки оцінювання їх результативності. Розроблено практичні рекомендації щодо вибору показників результативності, а також способів проведення оцінки. Акцентується увага на необхідності всебічного розгляду інформаційної системи управління логістичними витратами, включаючи її характеристику як програмно-апаратного комплексу, оцінки взаємодії персоналу з системою, визначення впливу її використання на фінансові результати діяльності підприємства, а також залучення експертів для проведення заходів щодо оцінки. Пропонується поєднання розрахунку економічного ефекту від використання інформаційної системи для обліку, аналізу та прогнозування логістичних витрат, оцінки впровадження та модернізації інформаційних технологій як інвестиційного проекту та використання групи якісних показників, що характеризують задоволеність користувачів та якість інформаційної системи. В результаті дослідження розроблено узагальнюючу схему оцінки результативності інформаційних систем управління логістичними витратами з урахуванням потреб оперативного та стратегічного менеджменту.

Ключові слова: результативність інформаційної системи, управління логістичними витратами, логістика, оцінка ефективності, інформаційні технології, витрати.

Аннотация. Статья посвящена вопросам организации оценки результативности работы информационных систем предприятий в сфере управления логистическими затратами. Рассмотрены существующие подходы к определению экономической эффективности процессов компьютеризации и автоматизации функций управления в различных направлениях деятельности предприятия и возможности их применения к управлению логистическими затратами. Проанализированы современные модели, концепции и методы использования качественных показателей для характеристики информационных систем. Определены ключевые особенности управления логистическими затратами с точки зрения возможностей оценки результативности соответствующей информационной системы. Охарактеризован положительный эффект от использования информационных систем в этой сфере. Определены приоритетные направления оценки их результативности. Разработаны практические рекомендации по выбору показателей результативности, а также способов проведения оценки. Акцентируется внимание на необходимости всестороннего рассмотрения информационной системы управления логистическими затратами, включая ее характеристику как программно-аппаратного комплекса, оценке взаимодействия персонала с системой, определение влияния ее использования на финансовые результаты деятельности предприятия, а также привлечении экспертов для проведения мероприятий по оценке. Предлагается сочетание расчета экономического эффекта от использования информационной системы для учета, анализа и прогнозирования логистических затрат, оценки внедрения и модернизации информационных технологий как инвестиционного проекта и использования группы качественных показателей, характеризующих удовлетворенность пользователей и качество информационной системы. В результате исследования разработана обобщающая схема оценки результативности информационных систем управления логистическими затратами с учетом потребностей оперативного и стратегического менеджмента.

Ключевые слова: результативность информационной системы, управление логистическими затратами, логистика, оценка эффективности, информационные технологии, затраты.

Summary. The article is devoted to the issues of organizing of information systems performance evaluation in the field of logistics costs management. Existing approaches to determining the economic efficiency of computerization and automation of management functions in different enterprise activity directions and the possibility of their application to the management of logistics costs are considered. Modern models, concepts and methods of using qualitative indicators for the characterization of information systems are analyzed. The key features of logistics costs management from the point of view of the possibilities of corresponding information system effectiveness evaluating are determined. The positive effects of the use of information systems in this sphere are characterized. The article defines the priority directions of an estimation of their productivity. Practical recommendations on the selection of performance indicators, as well as the methods for conducting the assessment, were developed. Attention is focused on the need for a comprehensive review of the information system for managing logistics costs, including its description as a hardware and software complex, assessing the interaction of personnel with the system, determining the impact of its use on the financial performance of the enterprise, and attracting experts for evaluation activities. A combination of calculation of the economic effect from the use of the information system for accounting, analysis and forecasting of logistics costs, assessment of the implementation and modernization of information technologies as an investment project and the use of a group of quality indicators characterizing user satisfaction and the quality of the information system is proposed. As a result of the research, a generalizing scheme for assessing the effectiveness of information systems for managing logistics costs has been developed, taking into account the needs of operational and strategic management.

Key words: information system performance, management of logistics costs, logistics, performance evaluation, information technologies, costs.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день логістика є одним з ключових напрямків діяльності підприємства. Вона охоплює велику кількість процесів, пов'язаних з переміщенням, зберіганням, обліком матеріальних та нематеріальних активів: готової продукції, напівфабрикатів, сировини та матеріалів тощо. Зважаючи на це, логістична діяльність супроводжується значними обсягами витрат. На сучасних підприємствах управління логістичними витратами передбачає активне використання комп'ютерних та інформаційних технологій і систем. Зокрема йдеться про комп'ютерні бази даних, комунікаційні мережі, системи обліку та інвентаризації товарно-матеріальних запасів, системи відстеження автотранспорту тощо.

Використання складних інтегрованих систем обробки, зберігання та передачі інформації потребує значних вкладень матеріальних та грошових ресурсів на впровадження, налаштування, а також навчання персоналу. Водночас, ефективне керування складним комплексом інформаційної системи (ІС) управління логістичними витратами передбачає регулярну оцінку її результативності, що у випадку підприємств є достатньо складним та важливим завданням менеджменту. Основною складністю у визначенні успішності та економічної ефективності ІС управління логістичними витратами є багатогранність та багатокомпонентність такої системи. При цьому показники, які використовуються для оцінки, мають враховувати не тільки фінансові результати діяльності підприємства в контексті використання інформаційної системи або результати інвестицій у її впровадження, але й якісні характеристики,

які формують повну картину процесу використання такої системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання застосування якісних та кількісних методів оцінки ІС підприємства розглядалися в працях багатьох провідних науковців: В. ДеЛон, Е. Мак-Лін [1], Дж. Естевес [2], Р. Ваезі, А. Міллз, У. Чін [3], К. Бах, С. Белардо [4], М. Верескун [5], В. Євдокимов, Ю. Довгаль [6], В. Муравський, Н. Хома [7] та інші. Більшість із цих робіт стосуються ІС управління підприємствами або ІС управління окремими бізнес-процесами, серед яких маркетингова діяльність, управління персоналом, бухгалтерський облік та інші види діяльності підприємств і організацій, що передбачають роботу з великими обсягами інформації. Незважаючи на це, концепції, ідеї, методи та інструментарій оцінки ефективності цих ІС можуть бути застосовані й до ІС управління логістичними витратами. Розглянемо детальніше основні напрямки оцінки результативності ІС на підприємствах, які описані в науковій літературі.

Однією з найбільш відомих в цій сфері є модель ДеЛона і Мак-Ліна [1, с. 10–24], яка оперує поняттям успіху ІС. Ця модель включає в себе декілька факторів, які впливають на результати використання ІС: якість системи, якість інформації, якість сервісу, задоволеність користувача, процес використання. При цьому оцінюється вплив успішності цієї системи на окремого користувача та організації в цілому, які автори в останніх своїх роботах об'єднали в поняття чистої вигоди («net benefits»). Це модель є однією з найпоширеніших основ для створення системи оцінки ІС підприємств [8, с. 172]. Проте

вона не визначає з точки зору яких стейкхолдерів має відбуватися оцінка. Безпосередні користувачі комп'ютерних технологій, менеджери, акціонери, робітники, адміністратори можуть мати своє бачення якості системи якості інформації та загальної успішності ІС.

С. Мардіана та ін. [8, с. 174] пропонують інтеграцію моделі ДеЛона і Мак-Ліна з моделями прийняття технологій (англ. technology acceptance models, ТАМ) та окремими показниками, які характеризують сприйняття ІС користувачами, визначають наміри користувачів та оцінюють корисність ІС з їх точки зору. Загалом, орієнтація на визначення суб'єктивної оцінки успішності та результативності процесу взаємодії з комп'ютерними технологіями безпосередньо користувачами є одним з найбільш популярних напрямків оцінювання ІС на сьогоднішній день [3, с. 510; 8, с. 172; 9, с. 30]. Її використання разом з експертною оцінкою може бути значно вагомим для процесів управління підприємствами та прийняття ефективних рішень.

Значна кількість авторів [5; 6; 7; 10] велику увагу приділяє економічній та фінансовій складовій результативності ІС. Так, Д. Марченко в роботі, присвяченій автоматизації бухгалтерського обліку, вказує [10, с. 250] на необхідність оцінки економічної ефективності ІС суб'єктів господарювання через оцінку зменшення витрат на виконання функцій управління та визначення економічних наслідків впровадження та реалізації прийнятих рішень, отриманих внаслідок використання цих систем, що складає непрямий ефект.

В. Муравський та Н. Хома [7], аналізуючи підходи до визначення ефективності ІС управління персоналом підприємства, розглядають сукупність підходів та методів, що характерні для аналізу інвестиційної діяльності. Вони також пропонують використовувати методи фінансового, ймовірного та якісного аналізу. Зокрема йдеться про такі показники як термін окупності інвестицій в ІС, рентабельність інвестицій, загальну вартість, сукупний економічний ефект, показники життєвого циклу ІС тощо.

В. Євдокимов та Ю. Довгаль вважають [6, с. 78], що для оцінювання використання сучасних комп'ютерних та інформаційних технологій в сфері автоматизації бухгалтерського обліку доцільним є використання наступних показників: експлуатаційні витрати, витрати на впровадження та середньозважена вартість капіталу підприємства, яка є мірою ризику підприємства в ході використання ІС. Таким чином, вони також спираються переважно на фінансові результати використання певних технологій

в сфері управління підприємствами, хоча при цьому вони також визначають необхідність використання непрямих чинників, які впливають на економічний ефект впровадження комп'ютерних систем, наприклад, підвищення рівня професійної підготовки персоналу, або достовірність інформації. В роботі [6] зазначається, що використання в оцінці технічних характеристик ІС (кількість обробленої інформації, швидкість процесора тощо) майже не має цінності для менеджменту. Таке твердження, на нашу думку, є дискусійним, оскільки технічні характеристики прямим чином впливають на вартість встановлення та експлуатації обладнання, а також так званий користувацький досвід (англ. user experience).

Отже, у сучасних наукових публікаціях з теми дослідження наявний широкий діапазон підходів, методів та інструментів оцінки ІС з точки зору їх успішності, результативності та ефективності. Здебільшого вони зводяться до використання двох шляхів: визначення економічного ефекту та показників, які характеризують результати інвестування, або ж до визначення якісних показників, які характеризують процеси взаємодії персоналу з елементами ІС та інформацією. Водночас, наведені вище підходи не враховують особливостей діяльності з управління логістичними витратами, що і зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є узагальнення сучасних підходів до оцінки результативності ІС управління логістичними витратами, а також розробка практичних рекомендацій щодо організації такої оцінки. Виходячи із поставленої мети, можна сформулювати наступні завдання:

- дослідити та проаналізувати існуючі підходи та концепції щодо оцінки результативності ІС;
- визначити особливості управління логістичними витратами, які впливають на процес оцінки;
- визначити перелік ключових напрямків оцінювання результативності ІС управління витратами в логістиці;
- розробити практичні рекомендації з урахуванням визначених напрямків та особливостей управління витратами в цій сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. ІС управління логістичними витратами розглядається у даному дослідженні як сукупність технічних і комп'ютерних засобів обробки, передачі, зберігання та аналізу інформації щодо витрат, а також спеціального програмного забезпечення для обліку та контролю за їх обсягами [11, с. 210]. До складу ІС доцільно включати також і спеціалізований персонал, що займається аналізом, плануванням та обліком цих витрат. ІС управління логістичними

витратами підприємства охоплює логістику постачання, логістику виробництва та логістику збуту, тобто весь внутрішній шлях матеріального потоку та супутньої інформації. Вона забезпечує циркуляцію інформації про обсяги відповідних витрат між базою даних, аналітичним центром, менеджментом логістики та логістичними підрозділами, які виконують окремі функції з транспортування, складування, управління запасами, обробки замовлень, адміністрування логістичної діяльності тощо [11, с. 211].

Особливістю ІС управління логістичними витратами у загальному випадку має бути висока частка автоматизації процесів обліку, формування оперативних звітів, планування та прогнозування витрат, виконання елементів аналізу, моніторингу логістичних потоків. При цьому значна роль у результативності системи відіграється процесом взаємодії людини з комп'ютерним інтерфейсом. Впровадження ІС управління логістичними витратами призводить до багатьох ефектів [6, с. 78; 11, с. 210; 12, с. 237]:

- підвищення продуктивності праці,
- скорочення обсягів витрат,
- пришвидшення документообігу,
- підвищення точності планування та прогнозування витрат,
- підвищення ефективності та прискорення прийняття рішень,
- удосконалення системи оперативного контролю за виникненням логістичних витрат на всій довжині ланцюга постачання.

При цьому варто зазначити, що робота ІС не може бути однозначно оцінена виключно економічними показниками, про що свідчать результати аналізу наукових джерел та роботи реальних ІС на підприємствах. Доцільним є використання комплексного підходу до оцінки ІС управління логістичними витратами, який би врахував сукупність якісних та кількісних характеристик [1; 6, с. 78; 7]. Нефінансові показники є важливими, оскільки дозволяють оцінити вплив соціальних організаційних та культурних особливостей персоналу на взаємодію з ІС [9]. З цього можна зробити висновок щодо доцільності використання трьох напрямків оцінки одночасно: оцінка економічного ефекту, оцінка результатів впровадження як інвестиційного проекту, оцінка якості взаємодії з ІС.

Оцінка економічного ефекту є достатньо простим та потрібним для процесу прийняття управлінських рішень методом визначення результативності певної системи. Як вже зазначалося вище, економічний ефект в даному випадку досягається, перш за все, за рахунок скорочення витрат на оплату праці, пов'язаної з обліком та аналізом логістичних витрат,

зменшення логістичних витрат через вдосконалення управлінських процесів, а також скорочення витрат внаслідок підвищення швидкості оперативного реагування на зміни середовища у ланцюгу постачання.

Використання показників ефективності впровадження, що базуються на оцінці цього процесу як інвестиційного проекту, є зазвичай складним завданням, оскільки через високу розгалуженість ІС управління логістичними витратами, а також її багатокомпонентність, неможливо точно визначити вплив окремих елементів такої системи на прибутки компанії, а також на стан її активів. Проте невелику кількість найбільш важливих показників, таких як рентабельність інвестицій, строк окупності та чиста поточна вартість (NPV) цілком можливо застосувати, на нашу думку, в рамках запропонованого підходу.

Очевидно, що використання цих показників є найбільш доцільним у випадку, коли ІС впроваджена в діяльність підприємства нещодавно або коли відбувалися певні зміни у її складі, наприклад оновлення парку комп'ютерної техніки. У випадку виникнення труднощів з визначенням результатів інвестиційного проекту з впровадження чи модернізації відповідного обладнання можна рекомендувати метод експертної оцінки для встановлення ступеня впливу ІС на результати підприємства.

Виходячи з розглянутої моделі ДеЛона і Мак-Ліна [1], важливою характеристикою роботи складної ІС є перш за все якість всіх процесів, які відбуваються при взаємодії елементів системи. Визначення якості при цьому має базуватися на об'єктивних показниках. Наприклад, для виміру якості документообігу можна рекомендувати використання таких характеристик, як кількість оброблених документів, кількість помилок, скорочення витрат за рахунок переходу на електронні носії, скорочення витрат робочого часу персоналом на обробку документації. Ці показники можуть бути виражені у грошовій формі, тобто може бути визначений економічний ефект, і у підсумку вони мають слугувати для експертної оцінки якості ІС.

При оцінці якості ІС варто розрізняти якість, власне, технічного забезпечення її роботи та якість інформації яка отримується на виході [8]. Ступінь розвитку комп'ютерних та інформаційних технологій в рамках підприємства можна визначити, враховуючи моральне застаріння техніки, а також її відповідну залишкову вартість. Якість інформації визначається її достовірністю, відповідністю поставленим цілям. Крім того, якість процесів у ІС може бути оцінена за допомогою класичних методів інформатики, наприклад визначенням складності алгоритмів.

Оцінка задоволеності користувачів ІС управління логістичними витратами може виконуватися за допомогою експертних методів на базі якісних характеристик суб'єктивного сприйняття [7, 9]: за результатами опитування, анонімного анкетування, спостереження за користувачами. Варто зазначити, що задоволеність споживачів формується значною мірою якістю ІС [8], розглянутою вище, в поєднанні з попереднім досвідом та індивідуальними особливостями. Суттєве значення для суб'єктивної оцінки роботи з ІС має точність інформації та її відповідність потребам управління. Ці взаємозв'язки мають бути детально досліджені менеджерами в ході аналізу отриманих результатів щодо конкретної ІС, що становить найбільший інтерес з точки зору процесів організації роботи персоналу в сфері управління логістичними витратами.

У загальному вигляді складові оцінки результативності ІС управління логістичними витратами відповідно до запропонованих рекомендацій мож-

на проілюструвати наступною спрощеною схемою (рис. 1).

Наведена на рис. 1 схема окреслює основні напрямки оцінки ІС управління логістичними витратами, відповідно до розроблених вище рекомендацій. Її перевагою є простота використання запропонованих показників, можливість оперативного застосування результатів оцінки для прийняття рішень сфері управління витратами та врахування особливостей діяльності підприємства в цій сфері.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Таким чином, у статті було проведено аналіз основних методів та підходів до оцінки результативності та ефективності ІС управління логістичними витратами та розроблено практичні рекомендації щодо організації такої оцінки, які дозволяють врахувати ключові напрямки оцінки, що є необхідними для ефективного прийняття рішень в цій сфері. Пропонується використання сукупності визначення економічного



Рис. 1. Схема оцінки результативності ІС управління логістичними витратами

Джерело: розроблено авторами на основі [1, с. 24; 4, с. 78; 7, с. 73; 9]

ефекту, показників, що характеризують результати інвестування у впровадження та модернізацію конкретної ІС, а також експертної оцінки ступеню якості ІС з точки зору її експлуатації персоналом підприємства. Подальші дослідження в цій сфері мають бути спрямовані на деталізацію запропонованих показників, дослідження особливостей

використання наведених рекомендацій у випадках реальних ІС на підприємствах, розробку конкретних алгоритмів реалізації оцінки з урахуванням особливостей технічного оснащення підприємств та дослідження її впливу на процеси прийняття стратегічних та оперативних рішень в сфері управління логістичними витратами.

Література

1. DeLone W. H. The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update / W. H. DeLone, E. R. McLean // *Journal of management information systems*. — 2003. — Vol. 19, № 4. — P. 9–30.
2. Esteves J. Information Systems effectiveness / J. Esteves. — Lisbon: Instituto Superior Técnico, Taguspark. September, 2007. — 14 p.
3. Vaezi R. User Satisfaction Research in Information Systems: Historical Roots and Approaches. / R. Vaezi, A. Mills, W. Chin, H. Zafar // *CAIS*. — 2016. — Vol. 38. — P. 501–532.
4. Bach C. Factor analysis in measuring information systems effectiveness / C. Bach, S. Belardo, H. Bajwa[et al.]. // *Proceedings of the 2011 ASEE Northeast Section Annual Conference, University of Hartford* — 2011. — P. 1–9.
5. Верескун М. В. Методи оцінки ефективності впровадження інформаційних систем на промислових підприємствах / М. В. Верескун // *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. — 2015. — № 1 (1). — С. 21–26.
6. Євдокимов В. В. Ефективність впровадження комп'ютерної системи бухгалтерського обліку у корпораціях / В. В. Євдокимов, Ю. Д. Довгаль // *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. — 2010. — № 1 (16). — С. 76–87.
7. Муравський В. Ефективність інформаційних систем управління персоналом підприємств / В. Муравський, Н. Хома // *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. — 2017. — № 21. — С. 71–76.
8. Mardiana S. DeLone–McLean information system success model revisited: the separation of intention to use and the integration of technology acceptance models / S. Mardiana, J. H. Tjakraatmadja, A. Aprianingsih // *International Journal of Economics and Financial Issues*. — 2015. — Vol. 5, № 1S. — P. 172–182.
9. Kaplan B. Qualitative research methods for evaluating computer information systems / B. Kaplan, J. A. Maxwell // *Evaluating the organizational impact of healthcare information systems*. — Springer, 2005. — P. 30–55.
10. Марченко Д. М. Автоматизація бухгалтерського обліку як джерело зростання його ефективності / Д. М. Марченко // *Актуальні проблеми економіки*. — 2009. — № 6. — С. 96.
11. Ковшик В. І. Інформаційні технології в контексті управління логістичними витратами промислових підприємств / В. І. Ковшик // *Вісник ХНУ. Економічні науки*. — 2015. — № 4 (1). — С. 208–212.
12. Ладанюк А. П. Автоматизоване управління бізнес-процесами в комп'ютерно-інтегрованих структурах підприємства / А. П. Ладанюк, Л. О. Власенко // *Автоматика. Автоматизация. Электротехнические комплексы и системы*. — 2004. — С. 237–240.

References

1. DeLone, W. H. and McLean, E. R. (2003) 'The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update', *Journal of management information systems*, 19(4), pp. 9–30.
2. Esteves, J. (2007) *Information Systems effectiveness*. Lisbon: Instituto Superior Técnico, Taguspark. September.
3. Vaezi, R. et al. (2016) *User Satisfaction Research in Information Systems: Historical Roots and Approaches*. CAIS, vol. 38, pp. 501–532.
4. Bach, C. et al. (2011) *Factor analysis in measuring information systems effectiveness*. Proceedings of the 2011 ASEE Northeast Section Annual Conference, University of Hartford, pp. 1–9.
5. Vereskun, M. V. (2015) *Metody otsinky efektyvnosti vprovadzheniya informatsiinykh system na promyslovykh pidpriemstvakh*, *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti*, (1), pp. 21–26.
6. Yevdokymov, V. and Dovhal, Yu. (2010) *Efektivnist vprovadzheniya kompiuternoi systemy bukhgalterskoho obliku u korporatsiiah*. *Problemy teorii ta metodologii bukhgalterskoho obliku, kontroliu i analizu*, (1 (16)), pp. 76–87.

7. Muravskiy, V. and Khoma, N. (2017) Efektyvnist informatsiinykh system upravlinnia personalom pidpryiemstv. Rehionalni aspekty rozvytku produktyvnykh syl Ukrainy, (21), pp. 71–76.
8. Mardiana, S., Tjakraatmadja, J. H. and Aprianingsih, A. (2015) DeLone–McLean information system success model revisited: the separation of intention to use-use and the integration of technology acceptance models. International Journal of Economics and Financial Issues, 5(1S), pp. 172–182.
9. Kaplan, B. and Maxwell, J. A. (2005) Qualitative research methods for evaluating computer information systems, in Evaluating the organizational impact of healthcare information systems. Springer, pp. 30–55.
10. Marchenko, D. M. (2009) Avtomatyzatsiia bukhhalterskoho obliku yak dzhereło zrostannia yoho efektyvnosti. Aktualni problemy ekonomiky, (6), p. 96.
11. Kovshik, V. I. (2015) Informatsiini tekhnolohii v konteksti upravlinnia lohistychnymy vytratamy promyslovykh pidpryiemstv, Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky, (4 (1)), pp. 208–212.
12. Ladaniuk, A. P. and Vlasenko, L. O. (2004) Avtomatyzovane upravlinnia biznes-protsesamy v kompiuterno-intehrovanykh strukturakh pidpryiemstva, Avtomatyka. Avtomatika. Avtomatizaciya. Elektrotehnycheskie kompleksi i sistemy, pp. 237–240.

Васильєв Олег Леонідович
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Український державний університет залізничного транспорту

Васильев Олег Леонидович
кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и администрирования
Украинская государственная академия железнодорожного транспорта
Vasiliev Oleg
PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of Management and Administration
Ukrainian State University of Railway Transport

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-3978

**ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ЗАЛІЗНИЦЬ**
**ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ**
SOURCINGS OF INVESTMENT ACTIVITY OF RAILWAYS

Анотація. Визначено, що інвестиційна політика на залізничному транспорті України повинна бути направлена на розвиток основної діяльності, оновлення інфраструктури та модернізацію рухомого складу. При цьому потреби у фінансових вкладеннях є більшими, ніж можливості Укрзалізниці, що обумовлює необхідність пошуку додаткових інвестиційних джерел. У зв'язку з цим напрямками вдосконалення інвестиційної політики в сучасних умовах є визначення пріоритетів інвестиційної діяльності та пошук джерел фінансування інвестиційних програм. Визначено, що джерелами інвестиційних ресурсів для залізничної галузі можуть бути внутрішні власні кошти, зовнішні позикові та залучені кошти. Отримання ресурсів з різних джерел дозволить збільшити обсяги інвестування коштів в залізничний транспорт. Залучення внутрішніх інвестицій потребує збільшення тарифів на перевезення, скорочення витрат, а також оптимальної амортизаційної політики. Отримання позик є традиційним джерелом фінансування інвестиційних проектів. Однак довгострокове кредитування залізничної галузі не знайшло широкого впровадження, через її низьку інвестиційну привабливість, зокрема, високу фондоємність транспортних проектів та значні терміни їх окупності. Досліджено, що перспективним джерелом інвестицій, яке дає можливість оновити рухомий склад, є лізинг. В умовах реформування економіки України лізинг можна розглядати, як ефективний вид фінансування капітальних вкладень, та, як форму реалізації промислової продукції. Для залізничної галузі необхідно реалізувати лізингові схеми за участю держави. Розглянуто можливість застосування випуску облігаційних позик в якості джерела фінансових ресурсів, що є актуальним в умовах економічної нестабільності, фінансових криз і розбалансованості грошового ринку.

Ключові слова: залізничний транспорт, інвестиції, інвестиційна діяльність, лізинг, облігації

Аннотация. Определено, что инвестиционная политика на железнодорожном транспорте Украины должна быть направлена на развитие основной деятельности, обновление инфраструктуры и модернизацию подвижного состава. При этом потребности в финансовых вложениях являются большими, чем возможности Укрзализныци, что обуславливает необходимость поиска дополнительных инвестиционных источников. В связи с этим направлениями совершенствования инвестиционной политики в современных условиях является определение приоритетов инвестиционной деятельности и поиск источников финансирования инвестиционных программ. Определено, что источниками инвестиционных ресурсов для железнодорожной отрасли могут быть внутренние собственные средства, внешние заемные и привлеченные средства.

Получение ресурсов из различных источников позволит увеличить объемы инвестирования средств в железнодорожный транспорт. Привлечение внутренних инвестиций требует увеличения тарифов на перевозки, сокращения расходов, а также оптимальной амортизационной политики. Получение займов является традиционным источником финансирования инвестиционных проектов. Однако долгосрочное кредитование железнодорожной отрасли не нашло широкого применения, из-за ее низкой инвестиционной привлекательности, в частности, высокой фондоемкости транспортных проектов и значительных сроков их окупаемости. Доказано, что перспективным источником инвестиций, который дает возможность обновить подвижной состав, является лизинг. В условиях реформирования экономики Украины лизинг можно рассматривать как эффективный вид финансирования капитальных вложений, и, как форму реализации промышленной продукции. Для железнодорожной отрасли необходимо реализовывать лизинговые схемы с участием государства. Рассмотрена возможность применения выпуска облигационных займов в качестве источника финансовых ресурсов, что является актуальным в условиях экономической нестабильности, финансовых кризисов и разбалансированности денежного рынка.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, инвестиции, инвестиционная деятельность, лизинг, облигации.

Summary. It is determined that the investment policy on rail transport in Ukraine should be directed to the development of core activities, the renewal of infrastructure and the modernization of rolling stock. At the same time, the need for financial investments is greater than that of Ukrzaliznytsia, which makes it necessary to search for additional investment sources. In connection with this area of improving investment policy in modern conditions is to determine the priorities for investment activities and to find sources of financing investment programs. It is determined that the sources of investment resources for the railway industry may be internal own funds, external borrowed funds and attracted funds. Obtaining resources from various sources will increase the amount of investment in rail transport. The attraction of domestic investments requires an increase in transportation tariffs, cost reductions, and an optimal depreciation policy. Obtaining loans is a traditional source of financing for investment projects. However, long-term lending to the railway industry has not found wide application, due to its low investment attractiveness, in particular, high capital intensity of transport projects and significant payback periods. It is proved that leasing is a promising source of investment, which makes it possible to update the rolling stock. In conditions of reforming the economy of Ukraine, leasing can be considered as an effective type of financing of capital investments, and as a form of selling industrial products. For the railway industry, it is necessary to implement leasing schemes with the participation of the state. The possibility of using the issue of bonded loans as a source of financial resources is considered, which is relevant in the context of economic instability, financial crises and the imbalance of the money market.

Key words: railway transport, investment, investment activity, leasing, bonds.

Постановка проблеми. Залізничний транспорт на сьогодні є однією з базових галузей економіки України, що забезпечує внутрішні та зовнішні транспортно-економічні зв'язки країни, а також потреби підприємств і населення в перевезеннях. Відтак належна й високоефективна діяльність залізничного транспорту, як частини єдиної транспортної системи країни, здатна сприяти нормальному функціонуванню всіх галузей суспільного виробництва, соціальному й економічному розвитку та зміцненню обороноздатності держави, міжнародному співробітництву України.

Однак сучасний стан функціонування залізничного транспорту характеризується високим ступенем фізичного та морального зношення основних фондів, що зумовлює нагальну потребу в їх оновленні. Тому активізація інвестиційної діяльності, яка включає залучення й ефективне використання фінансових ресурсів, підвищення інвестиційної привабливості залізниць та формування ефективної інвестиційної політики має актуальне значення для підвищення рівня економічного потенціалу залізничного транспорту.

Інвестиційні аспекти розвитку залізничного транспорту досліджено у працях вітчизняних науковців, зокрема Дейнеки О. Г., Позднякової Л. О., Диканя В. Л., Зубенко В. О., Макаренка М. В., Ільчука В. П., Сича Є. М., Сергієнка М. М., Левченка О. В., Цветова Ю. М., Чеховської М., Андреевої О. В., Богомолової Н. І., Дегтярьової Я. [1–9] та ін. Однак значна потреба у додаткових фінансових ресурсах на оновлення основних фондів залізниць вимагає пошуку шляхів удосконалення управління інвестиціями.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Визначення оптимальних джерел фінансування інвестиційних проектів на залізничному транспорті.

Виклад основного матеріалу. Інвестиційна політика на залізничному транспорті України в першу чергу повинна бути направлена на розвиток основної діяльності, оновлення інфраструктури та модернізацію рухомого складу. При цьому потреби у фінансових вкладеннях в майбутньому будуть більшими, ніж можливості Укрзалізниці, що обумовить пошук додаткових інвестиційних джерел.

У зв'язку з цим слід зазначити, що напрями вдосконалення інвестиційної політики в сучасних умовах — це, по-перше, визначення пріоритетів інвестиційної діяльності, а по-друге — визначення джерел фінансування інвестиційних програм.

Проблемою для розвитку залізничного транспорту є його низька інвестиційна привабливість, зокрема, висока фондоемність транспортних проектів, значні терміни їх окупності.

В статті 10 Закону України «Про інвестиційну діяльність» визначені джерела фінансування інвестиційної діяльності, а саме:

- «власні фінансові ресурси інвестора (прибуток, амортизаційні відрахування, відшкодування збитків від аварій, стихійного лиха, грошові нагромадження і заощадження громадян, юридичних осіб тощо);
- позичкові фінансові кошти інвестора (облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити);
- залучені фінансові кошти інвестора (кошти, одержані від продажу акцій, пайові та інші внески громадян і юридичних осіб);
- бюджетні інвестиційні асигнування;
- безоплатні та благодійні внески, пожертвування організацій, підприємств і громадян» [10].

Узагальнюючи вищесказане ми можемо визначити джерела інвестиційних ресурсів залізничної галузі, які можна поділити на внутрішні власні кошти і зовнішні позикові та залучені кошти.

Внутрішні власні кошти містять в собі: прибуток; амортизаційні відрахування; відшкодування збитків від аварій, стихійного лиха; грошові нагромадження і заощадження громадян, юридичних осіб.

До зовнішніх позикових та залучених коштів можна віднести: облігаційні позики; банківські та бюджетні кредити; внески громадян і юридичних осіб; бюджетні інвестиційні асигнування; безоплатні та благодійні внески; пожертвування організацій, підприємств і громадян.

Таким чином, отримання ресурсів з різних джерел дозволить збільшити обсяги інвестування коштів в залізничний транспорт.

Однак залучення внутрішніх інвестицій потребує збільшення тарифів на перевезення, скорочення витрат, а також оптимальної амортизаційної політики.

На можливі інвестиції в галузь впливає також інвестиційний клімат. Це чинник, який обумовлює стимулювання економічного розвитку, перш за все, за рахунок внутрішніх ресурсів суспільства, а по-друге за рахунок іноземних інвестицій. Він визначається такими чинниками: рівнем інфляції; податковим режимом; станом ринку капіталу; рівнем процентних ставок та державних зобов'язань.

Сукупність усіх цих чинників визначає рівень інвестиційної привабливості галузі для потенційних національних і закордонних інвесторів.

Недержавні інвестори у зв'язку з несприятливим інвестиційним кліматом в Україні поводяться стримано щодо вкладень в українську економіку. Незважаючи на зростання обсягів капітальних вкладень, розміри наявних галузевих інвестицій у технічне переоснащення залізничного транспорту недостатні. Загальний ступінь фізичного опрацювання та морального старіння основних фондів галузі становить 58 %, у тому числі рухомого складу — 64 % [6].

Одним із традиційних джерел фінансування інвестиційних проектів є отримання позик. Однак довгострокове кредитування залізничної галузі не знайшло широкого впровадження через такі причини:

- банківська система України є для цього ще слабкою;
- великими залишаються ризики неповернення кредитів; існує дефіцит клієнтів, який визначає залежність банків від великих позичальників;
- систему гарантій довгострокових інвестицій не тільки не розроблено, але навіть не сформульовано концепцію її створення;
- більшість інвестиційних проектів банки вважають досить ризикованими;
- в більшості випадків вартість кредитних ресурсів є непомірно високою.

Ще одним джерелом, яке дає можливість оновити рухомий склад, є лізинг — один із найпрогресивніших шляхів матеріально — технічного забезпечення виробництва. Під лізингом розуміють оренду машин і обладнання на строк 3–5 років і більше з метою її виробничого використання при збереженні прав власності на них за орендодавцем на весь строк оренди. Для залізничної галузі необхідно реалізовувати лізингові схеми за участю держави. Тільки власними коштами Укрзалізниці забезпечити оновлення і відтворення основних фондів, а також впровадження швидкісного та високошвидкісного рухомого складу неможливо [11].

В умовах реформування економіки України лізинг можна розглядати, з одного боку, як ефективний вид фінансування капітальних вкладень, а з іншого боку — як форму реалізації промислової продукції.

Необхідно відзначити той факт, що застосування лізингового механізму допоможе відновлювати весь спектр техніки на залізничному транспорті. Сьогодні на залізничному транспорті України лізинг ще не набув широкого поширення, що зумовлено наступними причинами:

- надання банками переваги рентабельним підприємствам;
- великий строк окупності транспортного устаткування;
- велика ставка банківського кредиту;
- велика капіталомісткість транспортної галузі.

Для прискорення розвитку лізингу в транспортному секторі необхідно розробити програми організації — економічних заходів щодо стимулювання і державної підтримки лізингу в Україні.

Ще одним перспективним джерелом фінансових ресурсів є випуск облігаційних позик. Треба сказати, що облігації історично використовувалися для залучення засобів у інвестиційні програми залізниць. Будучи через забезпечення надійним економічним інструментом, облігація традиційно знаходила на ринку своїх «солідних» покупців, виконуючи тим самим функцію позики грошей для фінансування довгострокових інвестиційних програм.

Залізнична галузь України вже використала такий механізм запозичення. Так, у серпні 2009 р. залізниця України емітували облігації на загальну суму 1 млрд грн. з прибутковістю 24 % річних і строком на два роки.

Оцінюючи цей випуск, слід зазначити, що термін випуску достатньо малий, а прибутковість висока. Облігація як інструмент довгострокового запозичення завжди відрізнялася довгим терміном, відносно

невеликою прибутковістю, але високим рівнем надійності за рахунок забезпечення активами. Саме ці доданки робили даний інструмент привабливим, дозволяли залучати засоби на довгий термін і недорого, що якраз і необхідне для фінансування інвестиційних програм. А в умовах економічної нестабільності, фінансових криз, що часто повторюються, і розбалансованості грошового ринку, облігація як інструмент інвестування стає особливо актуальною і такою, що має попит на ринку.

Для реалізації великомасштабних інвестиційних проектів у рамках стратегічного розвитку національної економіки важливим джерелом фінансування залишаються державні інвестиції. В умовах макроекономічної нестабільності дане джерело грає особливо важливу роль через обмеженість інших, хоча всіх задач по реальному інвестуванню галузі за його рахунок вирішити не можна.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Економічне регулювання процесів розширеного відтворення, оновлення матеріально-технічної бази залізничного транспорту є основоположними при виробленні принципів галузевої інвестиційної політики.

В умовах постійного дефіциту внутрішніх інвестиційних ресурсів галузі особливу увагу слід приділяти вибору напрямків інвестування та оцінці їх економічної ефективності.

Література

1. Дейнека, О. Г. Інноваційно-інвестиційні підходи до розвитку галузі залізничного транспорту / О. Г. Дейнека // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2008. — № 22. — с. 54–55.
2. Позднякова, Л. О. Шляхи підвищення інвестиційної привабливості залізниць України / Л. О. Позднякова, І. В. Моцная // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2008. — № 22 — с. 74–75.
3. Дикань, В. Л. Забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту / В. Л. Дикань, В. О. Зубенко. — Х.: УкрДАЗТ. — 2008. — 193 с.
4. Сич, Є. М. Інноваційно-інвестиційний розвиток залізничного транспорту / Є. М. Сич, В. П. Ільчук. — К.: Логос. — 2001. — 256 с.
5. Проблеми та основні напрями реформування залізничного транспорту України / Ю. М. Цветов, М. В. Макаренко, М. Ю. Цветов та ін. — К.: КУЕТ. — 2007. — 222 с.
6. Сергієнко, М. М. Управління інвестиціями у сфері локомотивного господарства / М. М. Сергієнко, О. В. Левченко // Залізничний транспорт України. — 2005. — № 3. — с. 20–23.
7. Чеховська, М. Інвестиційні та інноваційні напрями подальшого розвитку залізничного транспорту / М. Чеховська // Економіст. — 2009. — № 11. — с. 57–59.
8. Андреева О. В. Управління інвестиційними процесами підприємств залізничного транспорту в умовах динамізації економічних циклів: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Андреева Олена Володимирівна. — К. — 2013. — 197 с.
9. Богомоллова Н. І. Підходи до фінансування інвестиційної діяльності залізниць / Н. І. Богомоллова, Я. Дегтярьова // Збір. наук. пр. ДЕГУТ. — 2012. — Вип. 19. — С. 154–160.
10. Закон України «Про інвестиційну діяльність», Київ, 18 вересня 1991р., № 1560-ХІІ / Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 47.

11. Васильєв О. Л., Лук'янова О. М. Фінансовий лізинг як найефективніша форма залучення інвестицій в залізничну галузь / Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2015. — № 50. — С. 289–292.

References

1. Dejneka, O. Gh. Innovacijno-investycijni pidkhody do rozvytku ghaluzi zaliznychnogho transportu / O. Gh. Dejneka // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. — 2008. — № 22. — s. 54–55.
2. Pozdnjakova, L. O. Shhljakhy pidvyshhennja investycijnoji pryvablyvosti zaliznycj Ukrainy / L. O. Pozdnjakova, I. V. Mocnaja // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. — 2008. — № 22 — s. 74–75.
3. Dykanj, V. L. Zabezpechennja efektyvnosti innovacijnoji dijalnosti pidpryjemstv zaliznychnogho transportu / V. L. Dykanj, V. O. Zubenko. — Kh.: UkrDAZT. — 2008. — 193 s.
4. Sych, Je. M. Innovacijno-investycijnyj rozvytok zaliznychnogho transportu / Je. M. Sych, V. P. Iljchuk. — K.: Loghos. — 2001. — 256 s.
5. Problemy ta osnovni naprjamy reformuvannja zaliznychnogho transportu Ukrainy / Ju. M. Cvjetov, M. V. Makarenko, M. Ju. Cvjetov ta in. — K.: KUET. — 2007. — 222 s.
6. Serghijenko, M. M. Upravlinnja investycijamy u sferi lokomotyvnoho ghospodarstva / M. M. Serghijenko, O. V. Levchenko // Zaliznychnyj transport Ukrainy. — 2005. — № 3. — s. 20–23.
7. Chekhovsjka, M. Investycijni ta innovacijni naprjamy podalshogho rozvytku zaliznychnogho transportu / M. Chekhovsjka // Ekonomist — 2009. — № 11. — s. 57–59.
8. Andrjejeva O. V. Upravlinnja investycijnymy procesamy pidpryjemstv zaliznychnogho transportu v umovakh dynamizaciji ekonomichnykh cyklyv: dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Andrjejeva Olena Volodymyrivna. — K. — 2013. — 197 s.
9. Boghomolova N. I. Pidkhody do finansuvannja investycijnoji dijalnosti zaliznycj / N. I. Boghomolova, Ja. Deghtjarjova // Zbir. nauk. pr. DETUT. — 2012. — Vyp. 19. — S. 154–160.
10. Zakon Ukrainy «Pro investycijnu dijalnistj», Kyjiv, 18 veresnja 1991r., № 1560-XII // Vidomosti Verkhovnoji Rady Ukrainy. — 1991. — № 47.
11. Vasylijev O. L., Luk'janova O. M. Finansovyj lizyngh jak naj'efektyvnisha forma zaluchennja investycij v zaliznychnu ghaluzj / Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. — 2015. — № 50. — S. 289–292.

Ємельянов Олександр Юрійович
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»

Ємельянов Александр Юрьевич
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»

Yemelyanov Olexandr
PhD, Associate Professor of the Department of
Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4029

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНИВАНИЮ УРОВНЯ ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

CONCEPTUAL APPROACHES TO THE EVALUATION OF THE LEVEL OF TECHNICAL AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

Анотація. Одним з ключових завдань, які постають перед підприємствами України, є підвищення конкурентоспроможності їх продукції. Своєю чергою, таке підвищення потребує реалізації комплексу науково обґрунтованих заходів, серед яких важливе місце займає впровадження на підприємствах прогресивних видів техніки та технологій. Проте, розроблення заходів з оновлення техніко-технологічної бази підприємств потребує попереднього оцінювання наявного рівня їх техніко-технологічного розвитку. У даній статті визначено сутність техніко-технологічного розвитку підприємств як одного з видів їх економічного розвитку. Виділено основні чинники, які впливають на темпи техніко-технологічного розвитку підприємств, та з'ясовано його основні закономірності. Визначено особливості організації інформаційного забезпечення процесу оцінювання рівня техніко-технологічного розвитку підприємств. Запропоновано показники такого оцінювання та розроблено методичні засади їх застосування. Зокрема, запропоновано показник оцінювання рівня прогресивності технологічних процесів на підприємстві як за окремим видом продукції, який воно виготовляє, так і за усією сукупністю видів продукції підприємства. Виділено головні техніко-економічні характеристики технологічного процесу, які впливають на рівень його прогресивності. Зокрема, до цих характеристик віднесено норми витрат ресурсів, якість готової продукції та ефективний термін експлуатації устаткування. Запропоновано методичні засади порівняння альтернативних варіантів певного технологічного процесу. Показано, що на результати такого порівняння суттєвий вплив справляють ціни на виробничі ресурси. З'ясовано взаємозв'язок між рівнем техніко-технологічного розвитку підприємств та конкурентоспроможністю їх продукції. Використання запропонованих підходів до оцінювання рівня техніко-технологічного розвитку підприємств у практиці їх діяльності дасть змогу підвищити ступінь обґрунтованості рішень з розроблення заходів з технічного переозброєння підприємств.

Ключові слова: підприємство, техніко-технологічний розвиток, конкурентоспроможність, прогресивність технології.

Аннотация. Одна из ключевых задач, которые возникают перед предприятиями Украины, заключается в повышении конкурентоспособности их продукции. В свою очередь, такое повышение требует реализации комплекса научно обоснованных мероприятий, среди которых важное место занимает внедрение на предприятиях прогрессивных видов

техники и технологий. Вместе с тем, разработка мероприятий по обновлению технико-технологической базы предприятий требует предварительного оценивания существующего уровня их технико-технологического развития. В данной статье определена суть технико-технологического развития предприятий как одного из видов их экономического развития. Выделены основные факторы, влияющие на темпы технико-технологического развития предприятий, а также выяснены его основные закономерности. Определены особенности организации информационного обеспечения процесса оценивания уровня технико-технологического развития предприятий. Предложены показатели такого оценивания и разработаны методические основы их применения. В частности, предложен показатель оценки уровня прогрессивности технологических процессов на предприятии как по отдельному виду продукции, который оно изготавливает, так и по всей совокупности видов продукции предприятия. Выделены главные технико-экономические характеристики технологического процесса, влияющие на уровень его прогрессивности. В частности, к этим характеристикам отнесены нормы расходов ресурсов, качество готовой продукции и эффективный срок эксплуатации оборудования. Предложены методические основы сравнения альтернативных вариантов определенного технологического процесса. Показано, что на результаты такого сравнения существенное влияние оказывают цены на производственные ресурсы. Выяснена взаимосвязь между уровнем технико-технологического развития предприятий и конкурентоспособностью их продукции. Использование предложенных подходов к оценке уровня технико-технологического развития предприятий в практике их деятельности позволит увеличить степень обоснованности решений по разработке мероприятий, предусматривающих техническое перевооружение предприятий.

Ключевые слова: предприятие, технико-технологическое развитие, конкурентоспособность, прогрессивность технологий.

Summary. One of the key challenges faced by Ukrainian enterprises is to increase the competitiveness of their products. Such an increase requires the implementation of a set of scientifically sound measures in enterprises, including advanced technologies and equipment. However, the development of measures to update the technical and technological basis of enterprises requires a preliminary evaluation of the level of their technical and technological development. This paper outlines the essence of technical and technological development of enterprises as one of the types of the economic development. The main factors that influence the pace of technical and technological development of enterprises are highlighted, and their characteristics are determined. The specificity of organizing information support of the process of evaluation of the level of technical and technological development of enterprises is described. The indicators of such evaluation are suggested and the methodological principles of their application are introduced. In particular, we present the evaluation indicator for the level of enterprise technological advancement both for a particular type of products, which enterprise produces, and for all product types. The main technical and economic characteristics of the technological process that influence the level of its advancement are highlighted. In particular, these characteristics include the norms for consumption of resources, quality of products and effective lifetime of the equipment. The methodological foundations of comparing alternative variants of a certain technological process are viewed. It is revealed that the cost of productive inputs has a significant impact on the results of such a comparison. The correlation between the level of technical and technological development of enterprises and the competitiveness of their products is determined. The implementation of the approaches to the evaluation of the level of technical and technological development of enterprises will increase the degree of validity of decisions on developing measures for the technical re-equipment of enterprises.

Key words: enterprise, technical and technological development, competitiveness, technological advancement.

Постановка проблеми. На теперішній час економічне зростання розвинутих країн світу забезпечується значною мірою завдяки широкомасштабному впровадженню у діяльність підприємств різноманітних нововведень, серед яких важливе місце посідають нові види техніки та технологій. У той же час, в Україні рівень впровадження у виробництво технічних та технологічних нововведень залишається низьким, а значна частка основних засобів є фізично та морально застарілими. Внаслідок цього конкурентоспроможність багатьох вітчизняних підприємств є низькою, що обумовлює недостатній рівень ефективності їх

господарської діяльності. Для того, щоб виправити цю ситуацію, необхідними є розроблення та реалізація програм оновлення техніко-технологічної бази підприємств України, що потребує попереднього оцінювання наявного рівня їх техніко-технологічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання дослідження закономірностей техніко-технологічного розвитку підприємств знаходяться у центрі уваги багатьох науковців. Зокрема, розгляд сутності економічного розвитку підприємств та напрямів їх інноваційного розвитку здійснено у працях Л. С. Запасної [1], В. С. Найдюк [2], Л. І. Федулової [3].

Питання планування та моделювання економічного розвитку підприємств розглядали такі науковці, як Н. Т. Мала, О. В. Грабельська [4], Л. А. Некрасова, А. В. Хрїстова [5] та ін. У працях таких науковців, як Г. Чаліскан [6], М. Піва, Е. Сантареллі, М. Вівареллі [7] та ін. проведено дослідження технологічних змін, що відбуваються в економіці. Стосовно оцінювання рівня розвитку підприємства, то плідні результати вирішення цього завдання отримано такими науковцями, як С. П. Дунда [8], Л. О. Жилінська [9], В. Ю. Самуляк [10, 11], Р. В. Фещур [10, 11], С. Ю. Шишковський [11] та ін. Проте, питання оцінювання рівня техніко-технологічного розвитку підприємств на теперішній час не є повністю вирішеним. Зокрема, існує потреба у розробленні системи показників такого оцінювання та методичних засад їх обчислення та використання.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення концептуальних підходів до оцінювання наявного рівня техніко-технологічного розвитку підприємств. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких завдань: з'ясувати сутність техніко-технологічного розвитку підприємств та виявити чинники, які впливають на його рівень; розробити методичні засади та побудувати систему показників оцінювання техніко-технологічного розвитку підприємств; встановити взаємозв'язок між рівнем техніко-технологічного розвитку підприємств та конкурентоспроможністю їх продукції.

Виклад основного матеріалу. Під економічним розвитком підприємства доцільно розуміти процес поступових незворотних змін у його внутрішньому середовищі, який призводить до зміни величини фінансово-економічних результатів господарської діяльності підприємства. При цьому у разі, якщо відбувається зростання цих результатів, то розвиток слід визнати прогресивним, а у випадку їх скорочення — регресивним. У подальшому буде розглядатися лише прогресивний тип економічного розвитку підприємств.

Залежно від складових внутрішнього середовища підприємства, внаслідок зміни яких відбувається його економічний розвиток, можна виділити декілька різновидів цього розвитку, зокрема: організаційний (який зумовлений вдосконаленням організації діяльності підприємства), людський (який зумовлений підвищенням якості людських ресурсів підприємства), продуктовий (який зумовлений покращенням якості продукції, яку виготовляє підприємство). Важливим різновидом економічного розвитку підприємства є також і його техніко-технологічний розвиток, який зумовлений впровадженням на підприємстві нових прогресивних видів

техніки та технологій, що призводить до зростання величини фінансово-економічних результатів його господарської діяльності.

На темпи та масштаби техніко-технологічного розвитку підприємств впливає значна кількість різноманітних чинників, які можна поділити на зовнішні та внутрішні. Своєю чергою, до зовнішніх чинників техніко-технологічного розвитку підприємств можна віднести: попит на їх продукцію; рівень цін на цю продукцію, а також на ті види виробничих ресурсів, економія яких відбудеться завдяки впровадженню на підприємствах нових видів техніки та технологій; темпи науково-технічного прогресу у галузях, які беруть участь у створенні цих видів техніки та технологій; ціни на них; рівень кредитного відсотка тощо.

Стосовно внутрішніх чинників, які справляють вплив на темпи та масштаби техніко-технологічного розвитку підприємств, то до них доцільно віднести: наявні норми витрат ресурсів підприємства у розрахунку на одиницю певних видів його продукції; наявний рівень якості цієї продукції; витрати та втрати підприємства внаслідок фізичного зношення активної частини основних засобів; технологічна та вікова структура цих засобів тощо.

Загалом, розглядаючи техніко-технологічний розвиток підприємства потрібно виділяти два випадки: коли внаслідок такого розвитку рівень якості продукції підприємства не зміниться та коли відбудеться така зміна. Також доцільно виділяти ще два різновиди техніко-технологічного розвитку підприємства, а саме: коли цей розвиток передбачає заміну або поліпшення існуючого на підприємстві устаткування та коли купується нове устаткування без припинення експлуатації старого обладнання.

При обґрунтуванні заходів з техніко-технологічного розвитку підприємства важливе значення має встановлення критеріїв доцільності реалізації цих заходів та вибору найкращого з них (якщо існує декілька альтернативних варіантів їх здійснення). З цією метою нами пропонується застосовувати показник надприбутку, який можна обчислити за допомогою такої формули:

$$П_n = П - К \cdot Н, \quad (1)$$

де $П_n$ — величина надприбутку, грошових одиниць; $П$ — величина фактичного прибутку, грошових одиниць; $К$ — величина інвестицій, вкладення яких обумовило отримання цього прибутку, грошових одиниць; $Н$ — норма прибутковості інвестицій, частки одиниці.

Якщо підприємство планує впровадити у свою діяльність нову техніку та існують декілька варіантів її впровадження, що відрізняються собівартістю

одиниці продукції та її питомою капіталомісткістю, але якість кінцевої продукції за усіма варіантами є однаковою, то критерій вибору найкращого варіанту можна формалізувати у вигляді такої формули:

$$P_{ni} = u - c_i - \kappa_i \cdot H, \quad (2)$$

де P_{ni} — величина надприбутку на одиницю продукції за i -тим варіантом впровадження нової техніки, грошових одиниць; u — ціна одиниці продукції, яку планується виготовляти, без непрямих податків, грошових одиниць; c_i , κ_i — відповідно собівартість одиниці продукції та її питома капіталомісткість за i -тим варіантом, грошових одиниць.

Оскільки в даному випадку ціна одиниці продукції за усіма варіантами впровадження нової техніки є однаковою, то критерій максимуму питомого надприбутку є еквівалентним критерію мінімуму питомих приведених витрат на виготовлення продукції, тобто мінімуму виразу $c_i + \kappa_i \cdot H$. Якщо ж за варіантами впровадження нової техніки якість продукції відрізняється, то формула питомих приведених витрат підлягає коригуванню. Одним із способів такого коригування може бути представлення цієї формули у такому вигляді:

$$B_{nki} = c_i + \kappa_i \cdot H - \Delta u_i, \quad (3)$$

де B_{nki} — величина питомих приведених витрат, скоригована на якість продукції за i -тим варіантом впровадження нової техніки, грошових одиниць; Δu_i — надбавка до ціни, зумовлена більш високим рівнем якості продукції за i -тим варіантом впровадження нової техніки порівняно із тим варіантом її впровадження, за яким рівень якості продукції є найнижчим.

Зрештою, слід відзначити, що у випадку, коли техніко-технологічний розвиток підприємства передбачає заміну наявного на підприємстві устаткування на нове, критерій доцільності такої заміни може бути формалізовано у вигляді нерівності

$$P_{нов} > P_{ф} + A, \quad (4)$$

де $P_{нов}$ — очікувана величина надприбутку від впровадження нової техніки, грошових одиниць; $P_{ф}$ — фактична величина прибутку, яку підприємство отримує від використання старої техніки, грошових одиниць; A — величина амортизаційних відрахувань за старою технікою, грошових одиниць.

Необхідно відмітити, що описані вище критерії вибору найкращих варіантів впровадження на підприємстві нових видів техніки та технології та доцільності такого впровадження можуть бути використані і при здійсненні узагальнюючої оцінки наявного рівня техніко-технологічного розвитку підприємства. Проте, для такого оцінювання необ-

хідно спочатку сформувані масив вихідної інформації, який повинен включати чотири основні блоки, а саме: 1) інформацію про чинники внутрішнього середовища досліджуваного підприємства, які справляють вплив на темпи та масштаби його техніко-технологічного розвитку; 2) інформацію про чинники внутрішнього середовища підприємств-конкурентів, які справляють вплив на темпи та масштаби їх техніко-технологічного розвитку; 3) інформацію про техніко-економічні параметри найбільш передових видів техніки і технології, які можуть бути впроваджені на досліджуваному підприємстві; 4) інформацію про інші чинники зовнішнього середовища, які справляють вплив на темпи та масштаби техніко-технологічного розвитку досліджуваного підприємства (перелік основних таких чинників наведено вище).

Однією з найважливіших властивостей рівня техніко-технологічного розвитку підприємств є його відносний характер. Ця властивість виявляється, зокрема, у тому, що оцінювання рівня техніко-технологічного розвитку підприємства повинно виконуватися відносно певного еталону. Таким еталоном може виступати: 1) середнє за галуззю значення певного показника; 2) значення цього показника у найбільш передового підприємства галузі; 3) значення показника за найбільш прогресивним новим варіантом техніки (технології), який могли б ввести у дію підприємства даної галузі (хоча на цей час він ще не застосовується). При цьому відносні показники оцінювання наявного рівня техніко-технологічного розвитку певного підприємства можна поділити на часткові, загальні, узагальнюючі та інтегральні.

Часткові показники розраховуються за окремими техніко-економічними характеристиками технологічного процесу, які впливають на рівень його прогресивності, за кожним видом продукції підприємства (або за окремим видом техніки чи технології). Зокрема, до цих характеристик доцільно віднести норми витрат ресурсів, якість готової продукції та ефективний термін експлуатації устаткування. Тоді можна виділити три типи часткових показників наявного рівня техніко-технологічного розвитку підприємства, а саме:

1) показники рівня витрат виробничих ресурсів, що обчислюються за такою загальною формулою:

$$P_e = H_{ee} / H_{ed}; \quad (5)$$

2) показники рівня якості продукції, що обчислюються за такою загальною формулою:

$$P_a = \Delta P_{\partial} / \Delta P_e; \quad (6)$$

3) показники довговічності техніки (технології), яка застосовується. Ці показники обчислюються за такою загальною формулою:

$$P_m = T_\theta / T_e, \quad (7)$$

де $H_{\theta e}$, $H_{\theta \theta}$ — відповідно еталонна та фактична норми витрат певного виду виробничих ресурсів на виготовлення одиниці певного виду продукції, натуральних одиниць; ΔC_θ , ΔC_e — відповідно фактична та еталонна надбавки до ціни продукції, що враховують її якість, грошових одиниць; T_θ , T_e — відповідно фактична та еталонна тривалості експлуатації певної техніки (технології), років.

Стосовно загальних показників оцінювання рівня техніко-технологічного розвитку підприємства, то вони відповідають показникам (5) та (6), проте, обчислюються за усією сукупністю видів продукції, яку виготовляє досліджуване підприємство. Зокрема, загальний показник витрат певного виду виробничих ресурсів підприємства доцільно обчислювати за такою формулою:

$$P_{\text{вз}} = \sum_{i=1}^n P_j \cdot \alpha_j, \quad (8)$$

де $P_{\text{вз}}$ — загальний показник рівня витрат певного виду виробничих ресурсів підприємства, частки одиниць; n — кількість видів продукції, для виготовлення яких застосовується цей вид виробничих ресурсів; $P_{\text{вж}}$ — частковий показник витрат даного виробничих ресурсів підприємства за j -тим видом його продукції, частки одиниць; α_j — частка обсягів збуту j -того виду продукції у загальному вартісному обсязі збуту усіх видів продукції підприємства, для виготовлення яких застосовується даний вид виробничих ресурсів, частки одиниць.

На відміну від загальних показників оцінювання рівня техніко-технологічного рівня підприємства, узагальнюючі показники такого оцінювання враховують усі поточні та інвестиційні витрати на виготовлення певного виду продукції:

$$P_{yj} = B_{\text{нkej}} / B_{\text{вндj}}, \quad (9)$$

де P_{yj} — узагальнюючий показник оцінювання рівня техніко-технологічного рівня підприємства за j -тим видом його продукції, частки одиниць; $B_{\text{нkej}}$, $B_{\text{вндj}}$ — відповідно еталонне та фактичне значення питомих приведених витрат, скориговані на відмінність у якості продукції (див. формулу (3)), за j -тим видом продукції, грошових одиниць.

Зрештою, інтегральні показники оцінювання рівня техніко-технологічного рівня підприємства слід обчислювати за усією сукупністю видів його продукції. За аналогією з формулою (8) інтегральний показник можна розрахувати як зважену суму загальних показників, при цьому вагами виступатимуть частки кожного виду продукції підприємства у сукупному вартісному обсязі збуту його продукції у звітному періоді.

У випадку, якщо внаслідок проведеного оцінювання рівень техніко-технологічного розвитку підприємства за певними видами продукції або за усіма її видами виявиться низьким, слід розглянути можливість оновлення техніко-технологічної бази досліджуваного підприємства. Головною умовою доцільності такого оновлення є виконання наведеної вище нерівності (4). При цьому у разі наявності декількох альтернативних варіантів оновлення техніко-технологічної бази підприємства вибір кращого варіанту доцільно здійснювати за критерієм мінімуму наведеного вище показника питомих приведених витрат, скоригованих на рівень якості продукції.

Вище вже зазначався відносний характер рівня техніко-технологічного розвитку підприємств, що відображається в необхідності використання певних еталонів для його оцінювання. Проте, існує і інша причина відносного характеру рівня техніко-технологічного розвитку підприємств, а саме — нестабільність цін на виробничі ресурси. Дійсно, техніко-технологічний розвиток значною мірою має ресурсозберігаючий характер, тобто у процесі такого розвитку за деякими видами виробничих ресурсів може відбуватися скорочення їх питомих витрат. Однак, економічний ефект від такого скорочення значною мірою залежить від поточних цін на відповідні виробничі ресурси: якщо, для прикладу, ціни на ці ресурси суттєво впадуть, то рівень техніко-технологічного розвитку одного підприємства відносно іншого може змінитися. Разом з тим, за умови, якщо одне підприємство переважає інше за усіма частковими показниками техніко-технологічного рівня, то така перевага залишиться і за узагальнюючими показниками за будь-якої зміни цін на виробничі ресурси. Ці міркування слід враховувати і при виборі найкращого варіанту оновлення техніко-технологічної бази підприємств.

Певний інтерес становить також питання взаємозв'язку між рівнем техніко-технологічного розвитку підприємств та конкурентоспроможністю їх продукції. Для встановлення цього взаємозв'язку доцільно використати такий показник оцінювання конкурентоспроможності певної продукції:

$$P_k = \frac{u - B_n}{u}, \quad (10)$$

де P_k — рівень конкурентоспроможності певного виду продукції підприємства, частки одиниць; u — ціна даної продукції без непрямих податків, грошових одиниць; B_n — питоми приведені витрати (без коригування на рівень якості продукції) за даним видом продукції, грошових одиниць.

Отже, запропонований показник оцінювання конкурентоспроможності певної продукції являє собою частку надприбутку у ціні певної продукції. Відзначимо, що в умовах досконалої конкуренції частки ринку збуту певної продукції у підприємств-конкурентів повинні бути прямо пропорційними значенням показника (10). При цьому на значення цього показника значною мірою впливає рівень техніко-технологічного розвитку підприємства. Зокрема, це зумовлено тим, що значення показника (10) залежить від величини питомих приведених витрат, які, своєю чергою, залежать від рівня техніко-технологічного розвитку підприємства.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Оцінювання наявного рівня техніко-технологічного розвитку підприємств є необхідною умовою подальшого розроблення програми оновлення їх техніко-технологічної бази. З цією метою можуть бути використані запропоновані у даній статті показники оцінювання техніко-технологічного розвитку

підприємств, які поділено на часткові, загальні, узагальнюючі та інтегральні. Ці показники враховують відносний характер техніко-технологічного розвитку, що відображається в необхідності використання певних еталонів для його оцінювання. Проте, існує і інша причина відносного характеру рівня техніко-технологічного розвитку підприємств, а саме — нестабільність цін на виробничі ресурси. Також у роботі було обґрунтовано наявність тісного взаємозв'язку між рівнем техніко-технологічного розвитку підприємств та конкурентоспроможністю їх продукції. Використання запропонованих підходів до оцінювання рівня техніко-технологічного розвитку підприємств у практиці їх діяльності дасть змогу підвищити ступінь обґрунтованості рішень з розроблення заходів з технічного переозброєння підприємств. Подальші дослідження у даному напрямі потребують більш ретельного врахування чинника інвестиційного ризику при обґрунтуванні програм технічного переозброєння підприємств.

Література

1. Запасна Л. С. Економічна сутність розвитку підприємства / Л. С. Запасна // *Культура народів Причорномор'я*. — 2006. — № 96. — С. 33–37.
2. Найдюк В. С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств / В. С. Найдюк // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. — 2013. — № 4. — С. 251–263.
3. Федулова Л. І. Інноваційний вектор розвитку промисловості України / Л. І. Федулова // *Економіка України*. — 2013. — № 4. — С. 15–23.
4. Мала Н. Т. Економічний розвиток підприємства: планування та моделювання / Н. Т. Мала, О. В. Грабельська // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». — Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2012. — № 739. — С. 22–28.
5. Некрасова Л. А. Формування ресурсозберігаючої моделі розвитку підприємства / Л. А. Некрасова, А. В. Хрїстова // *Економіка: реалії часу*. — 2017. — № 2 (30). — С. 79–84.
6. Caliscan H. K. Technological change and economic growth / H. K. Caliscan // *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. — 2015, Vol. 195, P. 649–654, DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.06.174. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815036538>
7. Piva M. The Skill Bias Effect of Technological and Organisational Change: Evidence and Policy Implications / M. Piva, E. Santarelli, M. Vivarelli // *IZA Discussion Paper*. — 2003. — No. 934, 36 P. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=473591
8. Дунда С. П. Методики оцінки розвитку підприємств / С. П. Дунда // *Управління сучасним підприємством: матеріали IX-ї Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 25–26 квітня 2013 р.: тези доп.* — К.: НУХТ, 2013. — С. 18–20. — Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/8913>
9. Жилінська Л. О. Сучасні підходи до оцінки рівня розвитку промислових підприємств / Л. О. Жилінська // *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. — 2015. — Вип. 1(1). — С. 41–46. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Траєiv_2015_1_%281_%29__8
10. Самуляк В. Ю. Оцінювання рівня розвитку підприємств / В. Ю. Самуляк, Р. В. Фещур // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Логістика». — Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2008. — № 633. — С. 627–636.
11. Фещур Р. В. Непрямий метод оцінювання рівня розвитку підприємств / Р. В. Фещур, В. Ю. Самуляк, С. Ю. Шишковський // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». — Львів: Вид-во Львівська політехніка, 2012. — № 727 — С. 286–291.

References

1. Zapasna, L.S. (2006). Ekonomichna sutnist rozvytku pidpryyemstva. *Kultura narodov Prychernomorya*, 96, 33–37.
2. Najdyuk, V.S. (2013). Sutnist' ta peredumovy innovacijnogo rozvytku pidpry'yemstv. *Markety'ng i menedzhment innovacij* 4, 251–263.
3. Fedulova, L.I. (2013). Innovacijnyj vektor rozvytku promyslovosti Ukrayiny. *Ekonomika Ukrayiny*, 4, 15–23.
4. Mala, N.T.; Grabelska, O.V. (2012). Ekonomichnyj rozvytok pidpryyemstva: planuvannya ta modelyuvannya. *Visnyk Nacionalnogo universytetu «Lvivska politexnika»*. Seriya: «Menedzhment ta pidpryyemnyctvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku», Lviv: Vyd-vo Lvivskoyi politexniki, 739, 22–28.
5. Nekrasova, L.A.; Xristova, A.V. (2017) Formuvannya resursozberigayuchoyi modeli rozvytku pidpryyemstva *Ekonomika: realiyi chasu*, 2 (30), 79–84.
6. Caliscan, H.K. (2015). Technological change and economic growth. *Procedia — Social and Behavioral Sciences*, 195, 649–654. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.06.174. Available online: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815036538>
7. Piva, M.; Vivarelli, M. (2003). The Skill Bias Effect of Technological and Organisational Change: Evidence and Policy Implications. *IZA Discussion Paper*, 934, 36 P. Available online: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=473591
8. Dunda, S. P. (2013). *Metodyky ocinky rozvytku pidpryyemstv. Upravlinnya suchasnym pidpryyemstvom: materialy IX-i Mizhnar. nauk.-prakt. konf., Kyiv, 25–26 kvitnya 2013, tezy dop.* — K.: NUXT, 18–20. — Rezhym dostupu: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/8913>
9. Zhylynska, L. O. (2015). Suchasni pidxody do ocink rivnya rozvytku promyslovyx pidpryyemstv. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoyi vlasnosti*, 1(1), S. 41–46. — Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv_2015_1_%281_%29__8
10. Samulyak, V. Yu.; Feshhur, R.V. (2008). Ocinyuvannya rivnya rozvytku pidpryyemstv. *Visnyk Nacionalnogo universytetu «Lvivska politexnika»*, Seriya: «Logistyka», Lviv: Vyd-vo Lvivskoyi politexniki, 633, 627–636.
11. Feshhur, R.V.; Samulyak, V. Yu.; Shyshkovskiy, S. Yu. (2012). Nepryamyj metod ocinyuvannya rivnya rozvytku pidpryyemstv. *Visnyk Nacionalnogo universytetu «Lvivska politexnika»*, Seriya: «Menedzhment ta pidpryyemnyctvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku», Lviv: Vyd-vo Lvivska politexnika, 727, 286–291.

Курило Оксана Богданівна
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів
Національний університет «Львівська політехніка»

Курило Оксана Богдановна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры финансов
Национальный университет «Львовская политехника»

Kurylo Oksana
PhD, Associate Professor of the Department of Finance
Lviv Polytechnic National University

Петрушка Тетяна Олексіївна
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»

Петрушка Татьяна Алексеевна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»

Petrushka Tetiana
PhD, Associate Professor of the Department of
Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University

Симак Анастасія Валеріївна
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»

Сымак Анастасия Валерьевна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»

Symak Anastasiya
PhD, Associate Professor of the Department of
Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4028

**ВПЛИВ ПРАЦЕЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН
НА ПРОЦЕС СТРУКТУРУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА
ВЛИЯНИЕ ТРУДОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ
НА ПРОЦЕСС СТРУКТУРИРОВАНИЯ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ
THE IMPACT OF LABOUR-SAVING TECHNOLOGICAL CHANGES
ON THE PROCESS OF BUSINESS EXPENDITURE STRUCTURING**

Анотація. На теперішній час прибутковість багатьох підприємств України є низькою, а деякі підприємства є збитковими. Важливим напрямом підвищення ефективності господарської діяльності вітчизняних підприємств є вдосконалення механізму управління їх витратами. Складовою цього механізму є процес структурування витрат підприємств, який, своєю чергою, значною мірою визначається техніко-економічними параметрами технологічних процесів, що застосовуються. У зв'язку з цим, зміни технологій, зокрема працезберігаючі технологічні зміни, можуть суттєво вплинути на структуру витрат підприємств. У даній статті було досліджено закономірності такого впливу. Зокрема, визначено сутність та основні складові процесу структурування витрат підприємства. З'ясовано місце, яке займають техніко-технологічні чинники у загальній сукупності чинників формування витрат підприємства. Подано групування видів працезберігаючих технологічних змін та визначено основні закономірності таких змін. Встановлено, що впровадження працезберігаючих технологій суттєво впливає на співвідношення між поточними та інвестиційними витратами підприємств. Здійснено поділ поточних витрат підприємства на виробництво одиниці його продукції залежно від рівня її капіталомісткості. Зокрема, виділено витрати, які не залежать від зміни цього рівня; витрати, які зменшуються із збільшенням питомої капіталомісткості; витрати, які зростають із збільшенням капіталомісткості продукції. Побудовано аналітичні вирази, за допомогою яких можна оцінити вплив працезберігаючих технологічних змін на зміну структури операційних витрат підприємств. Розроблено метод вибору найкращого варіанту працезберігаючих технологічних змін. Отримані у даній статті результати можуть бути використані у практиці роботи менеджерів та фахівців підприємств при розробленні ними проектів механізації та автоматизації виробничих процесів.

Ключові слова: працезберігаюча технологічна зміна, витрати підприємства, структурування, вибір технології.

Аннотация. В нынешнее время прибыльность многих предприятий Украины низкая, а некоторые предприятия убыточные. Важное направление повышения эффективности хозяйственной деятельности отечественных предприятий заключается в совершенствовании механизма управления их расходами. Составной частью этого механизма является процесс структурирования затрат предприятий, который, в свою очередь, в значительной степени определяется технико-экономическими параметрами используемых технологических процессов. В связи с этим замены технологий, в частности трудосберегающие технологические изменения, могут существенно повлиять на структуру затрат предприятия. В данной статье были исследованы закономерности такого влияния. В частности, была определена суть и основные составляющие процесса структурирования затрат предприятия. Определено место, которое занимают технико-технологические факторы в общей совокупности факторов формирования расходов предприятия. Представлена группировка видов трудосберегающих технологических изменений и определены основные закономерности этих изменений. Установлено, что внедрение трудосберегающих технологий существенно влияет на соотношение между текущими и инвестиционными расходами предприятий. Осуществлено разделение текущих расходов предприятия на производство единицы его продукции в зависимости от уровня ее капиталоемкости. В частности, были выделены расходы, которые не зависят от этого уровня; расходы, которые уменьшаются при увеличении удельной капиталоемкости; расходы, которые возрастают при увеличении капиталоемкости продукции. Построены аналитические выражения, с помощью которых можно оценить влияние трудосберегающих технологических изменений на изменение структуры операционных затрат предприятий. Разработан метод выбора наилучшего варианта трудосберегающих технологических изменений. Полученные в этой статье результаты могут быть использованы в практике работы менеджеров и специалистов предприятий при разработке ими проектов механизации и автоматизации производственных процессов.

Ключевые слова: трудосберегающее технологическое изменение, расходы предприятия, структурирование, выбор технологии.

Summary. At present, the profitability of many Ukrainian enterprises is low, and some enterprises are unprofitable. The improvement of cost management plays an important role in increasing efficiency of domestic enterprises. This mechanism includes the process of business expenditure structuring, which, in turn, is largely determined by the technical and economic parameters of applied technological processes. In this regard, the change of technologies, including labour-saving technological changes, can significantly affect the structure of business expenditure. This paper outlines the features of such impact. In particular, the essence and main components of the process of business expenditure structuring are determined. The role of technical and technological factors in the totality of factors of business expenditure structuring is determined. Grouping of types of labour-saving technological changes is presented and the main characteristics of such changes are defined. It has been revealed that the implementation of labour-saving technologies significantly affects the ratio of current and investment expenditures of enterprises. The current enterprise expenditure is divided per a unit of production depending on the level of its capital intensity. In particular, we allocated the costs that do not depend on changes of this level; costs that decrease with the increase of specific capital intensity; costs that increase with the increase in the capital intensity of products. Analytical expressions were constructed, by means of which it is possible to estimate the impact of labour-saving technological changes on the change of the structure of operating business expenditure. The method of choosing the optimal labour-saving technological change is developed. The findings can be used by enterprise managers and experts in developing projects on mechanization and automation of production processes.

Key words: labour-saving technological changes, business expenditure, structuring, the choice of technology.

Постановка проблеми. Важливим індикатором діяльності підприємств є структура їх витрат. Своєю чергою, ця структура може змінюватися під впливом багатьох чинників, серед яких важливе місце займають технологічні зміни, які відбуваються в економіці. Одним з різновидів таких змін є працевзберігаючі технологічні зміни, за яких відбувається зменшення витрат праці на виготовлення одиниці продукції. Загальною тенденцією науково-технічного прогресу у багатьох країнах світу є зростання масштабів впровадження працевзберігаючих технологічних процесів. В Україні ця тенденція менш виражена, проте, можна спрогнозувати її посилення, зокрема у зв'язку із наявним трендом зростання мінімальної та середньої заробітної плати. За таких умов постає необхідність оцінити міру впливу працевзберігаючих технологічних змін на структуру витрат підприємств, оскільки від цієї структури значною мірою залежить рівень прибутковості та конкурентоспроможності продукції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання визначення сутності витрат підприємства та методів управління ними розглядалися багатьма науковцями, зокрема, такими, як О. Андросенко [1], Т. Дідоренко [2], Л. Голубовський [3], Г. Колісник [4], Г. Партин [5], О. Косинська [6], О. Омельченко [7] та ін. Разом з тим, питання оцінювання впливу технологічних змін на процес структурування витрат підприємств на теперішній час не є остаточно вирішеним, хоча закономірностям технологічних змін і присвячено значну кількість наукових праць. Зокрема, особливості технологічних змін було досліджено такими науковцями, як О. Ємельянов [8, 9], Н. Хрітоненко, Ю. Яценко [10], М. Піва, М. Вивареллі [11, 12] та ін. Отже, постає необхідність з'ясувати механізм впливу технологічних змін в економіці, передусім тих змін, що обумовлюють скорочення витрат праці на виготовлення продукції, на процес структурування витрат підприємств.

Постановка завдання. Метою цієї статті є оцінювання впливу працевзберігаючих технологічних змін на процес структурування витрат підприємства. Досягнення поставленої мети потребувало вирішення таких основних завдань: визначити сутність та основні складові процесу структурування витрат підприємства; провести групування видів працевзберігаючих технологічних змін та визначити основні закономірності таких змін; розробити методичні засади оцінювання впливу працевзберігаючих технологічних змін на процес структурування витрат підприємств.

Виклад основного матеріалу. Структурування витрат підприємства являє собою процес упоряд-

кування складу та співвідношення між окремими їх елементами завдяки реалізації функцій та використання методів управління витратами. Внаслідок цього забезпечується зростання фінансових результатів господарської діяльності підприємства. При цьому до основних складових процесу структурування витрат слід віднести такі:

1. Індикатори структурування витрат, що являють собою сукупність показників, за допомогою яких можливо оцінити ефективність наявної на підприємстві системи управління витратами.

2. Напрями структурування витрат, які містять перелік заходів з раціоналізації величини і структури витрат підприємства.

3. Параметри структурування витрат, що являють собою сукупність відповідних показників, зміна яких безпосередньо впливає на зміну величини та структури витрат підприємства. Для прикладу, основними параметрами структурування тих витрат, що пов'язані із матеріальним забезпеченням господарської діяльності підприємства в короткостроковому періоді, є фізичні обсяги виробничих запасів і поставок матеріалів, а також інтервали часу між поставками.

4. Інструменти структурування витрат, тобто сукупність певних засобів, за допомогою яких можливо привести значення параметрів структурування витрат до бажаного їх рівня.

5. Показники, які характеризують об'єкти структурування витрат, — це такі індикатори господарської діяльності підприємства, зміна яких може статися завдяки зміні значень відповідних параметрів структурування витрат. При цьому, окрім безпосередньо самих витрат, об'єктами структурування можуть виступати також дохід та активи підприємства.

6. Критерії ефективності процесу структурування витрат, що являють собою індикатори господарської діяльності підприємства, зміна яких у кінцевому рахунку складає головну мету структурування витрат. Цими показниками, зокрема, можуть бути ринкова вартість підприємства, його чистий прибуток, прибутковість продукції тощо.

Складність структурування витрат підприємства обумовлена, серед іншого, тим, що на величину витрат справляє вплив значна кількість різноманітних чинників. Ці чинники можливо поділити на:

- внутрішні, на які підприємство може безпосередньо впливати і які, своєю чергою, можна поділити на: продуктові (фізичні обсяги виробництва продукції, її номенклатура); ресурсні (існуючі на підприємстві обсяги виробничих, фінансових та інформаційних ресурсів); техніко-технологічні

(зокрема, норми витрат матеріальних ресурсів та енергії, продуктивність устаткування, виробіток робітників, трудомісткість продукції); організаційно-управлінські (рівень організування процесів виробництва продукції, її збуту, постачання матеріалів тощо);

- зовнішні, вплив підприємства на які є суттєво обмеженим або взагалі неможливим. Ці чинники, своєю чергою, поділяються на: ціннові (ціни на виробничі та фінансові ресурси, які купляє або якими користується підприємство); науково-технічні (зокрема, до них належать споживчі властивості відповідних виробничих ресурсів); правові (зокрема, законодавчо встановлений рівень певних видів витрат підприємства, зокрема обов'язкових платежів, які включаються у собівартість продукції).

Загалом, можливо встановити взаємозв'язок між перерахованими групами внутрішніми чинниками, які впливають на величину витрат підприємства. Цей взаємозв'язок представлено на рис 1. З цього рисунку можна побачити, що продуктові та техніко-технологічні чинники безпосередньо впливають на витрати підприємства, але вони практично не впливають на інші чинники їх формування. У той же час, ресурсні та організаційно-управлінські чинники впливають на величину витрат як безпосередньо, так і опосередковано (через дію на техніко-технологічні та продуктові чинники).

Техніко-технологічні чинники формування витрат підприємств значною мірою піддаються впливу технологічних змін. Своєю чергою, одним з найпоширеніших видів технологічних змін є працевбе-

рігаючі зміни. Відзначимо, що у подальшому під працевбе-рігаючими технологічними змінами будуть розумітися такі зміни у технології виготовлення певної продукції, за яких зменшуються витрати часу на виготовлення одиниці цієї продукції. Отже, необхідною ознакою працевбе-рігаючих технологічних змін є зменшення витрат часу на виготовлення одиниці продукції. Проте, необхідно відзначити, що наявність цієї ознаки не завжди означає, що відбулися певні зміни у технології виготовлення продукції. Можлива ситуація, за якої скорочення витрат часу було зумовлено підвищенням майстерності робітників.

Загалом завдання моделювання впливу працевбе-рігаючих технологічних змін на витрати підприємства є доволі складним. Це обумовлено, насамперед, значною кількістю видів таких змін, які можуть бути поділені за такими ознаками:

- 1) за впливом на натуральні обсяги виготовлення продукції (зміни, внаслідок яких натуральні обсяги виробництва продукції залишаються на попередньому рівні; зміни, що обумовлюють зміну натуральних обсягів виробництва продукції);
- 2) за способом здійснення змін (зміни, що відбуваються без виведення з експлуатації наявного устаткування; зміни, що супроводжуються виведенням з експлуатації наявного устаткування);
- 3) за впливом на величину амортизаційних відрахувань (зміни, внаслідок яких величина амортизаційних відрахувань залишається на попередньому рівні; зміни, що обумовлюють зміну величини амортизаційних відрахувань);
- 4) за впливом на величину витрат на паливо та енергію для експлуатації устаткування (зміни, вна-

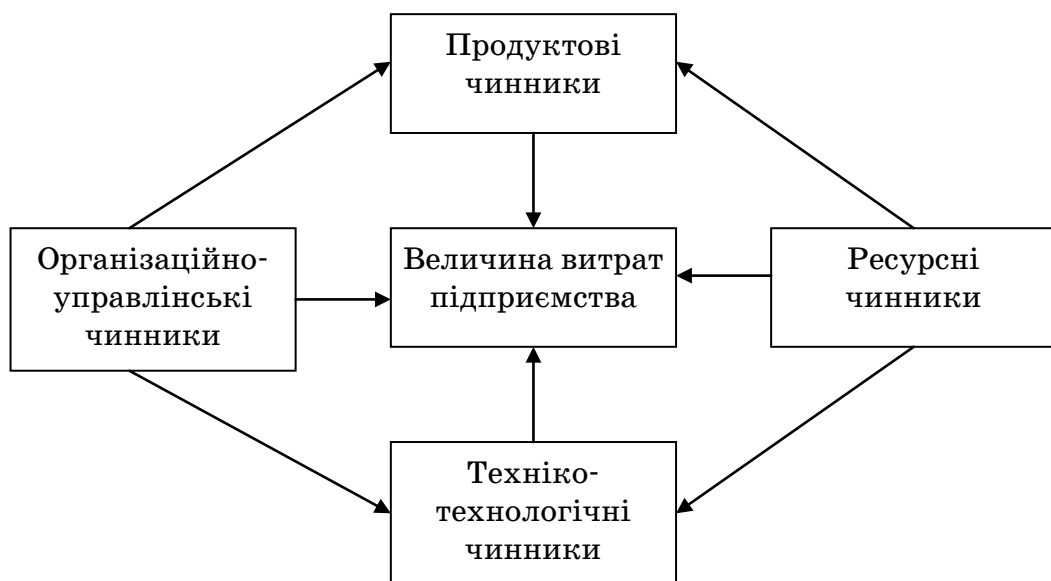


Рис. 1. Взаємозв'язок між внутрішніми чинниками, які впливають на величину витрат підприємства

Джерело: розроблено авторами

лідок яких величина витрат на паливо та енергію для експлуатації устаткування залишається на попередньому рівні; зміни, що обумовлюють зміну величини витрат на паливо та енергію для експлуатації устаткування);

- 5) за впливом на рівень оплати праці (зміни, внаслідок яких величина витрат на оплату праці (зокрема, у розрахунку на одиницю часу) залишається на попередньому рівні; зміни, що обумовлюють зміну величини витрат на оплату праці (зокрема, у розрахунку на одиницю часу));
- 6) за впливом на якість продукції (зміни, внаслідок яких якість продукції залишається на попередньому рівні; зміни, що обумовлюють зміну якості продукції).

Необхідно відзначити, що у переважній більшості випадків впровадження працезберігаючих технологій вимагає проведення певних технічних вдосконалень. Ці вдосконалень, своєю чергою, потребують вкладення інвестицій. При цьому доцільно виділити такі два випадки:

- 1) коли впровадження технічних вдосконалень не потребує виведення з експлуатації наявного устаткування. Зокрема, цей випадок може статися, коли підприємство проводить модернізацію свого устаткування. За таких умов підприємство буде зацікавлене у впровадженні працезберігаючих технологій, якщо приріст його прибутку внаслідок такого впровадження буде вищим за мінімально припустиму для власників фірми величину прибутку. Своєю чергою, мінімально припустима величина прибутку визначатиметься як результат множення обсягу інвестицій у модернізацію устаткування на мінімально припустиму прибутковість інвестицій:

$$K \cdot E < \Delta\Pi, \quad (1)$$

де K — обсяг інвестицій у впровадження працезберігаючої технології; E — мінімально припустима прибутковість інвестицій у частках одиниці; $\Delta\Pi$ — приріст прибутку підприємства внаслідок впровадження працезберігаючої технології;

- 2) коли перехід до працезберігаючої технології потребує заміни наявного у підприємства устаткування на нове. При цьому часто виникає ситуація, коли за наявним устаткуванням не було завершено його амортизацію. За таких умов підприємство буде зацікавлене у впровадженні працезберігаючих технологій, якщо приріст його прибутку буде не лише вищим за мінімально припустиму величину прибутку, але й покривати втрати від неповної амортизації наявного устаткування:

$$K \cdot E + A < \Delta\Pi, \quad (2)$$

де A — річні втрати підприємства від неповної амортизації наявного устаткування внаслідок його заміни.

При впровадженні на підприємстві працезберігаючих технологій може також відбутися зростання величини амортизаційних відрахувань та витрат, пов'язаних із експлуатацією устаткування. Зокрема, зростання величини амортизаційних відрахувань може статися, якщо нове устаткування коштуватиме дорожче, ніж старе. Стосовно зростання витрат на експлуатацію устаткування, то таке зростання відбудеться, зокрема, якщо нове устаткування потребуватиме більше палива та енергії, ніж старе. Також можливою є ситуація, коли впровадження працезберігаючих технологій обумовлює збільшення рівня оплати праці робітників, зокрема, якщо при цьому підвищуються вимоги до їх кваліфікації.

Можлива ситуація, за якої впровадження працезберігаючих технологій не призводить до змін таких показників, як річні натуральні обсяги виготовлення певної продукції, витрати на оплату праці за годину роботи працівників та величина амортизаційних відрахувань на увесь обсяг продукції, проте, обумовлює збільшення витрат на паливо та енергію. Тоді критерій доцільності такого впровадження може бути поданий у вигляді нерівності

$$k \cdot E + a < Z_n \cdot (H_{v0} - H_{v1}) - e_{ne}, \quad (3)$$

де k , a — відповідно обсяг інвестицій у впровадження працезберігаючої технології та втрати підприємства від неповної амортизації наявного устаткування у розрахунку на одиницю продукції; Z_n — рівень оплати праці (разом з нарахуваннями на обов'язкове державне соціальне страхування) за одну годину роботи працівника; H_{v0} , H_{v1} — норма часу на одиницю продукції відповідно до та після впровадження на підприємстві працезберігаючої технології; e_{ne} — приріст витрат на паливо та енергію після впровадження на підприємстві працезберігаючої технології у розрахунку на одиницю продукції.

Як впливає з викладеного вище, впровадження технологічних змін, які призводять до економії поточних витрат підприємств на оплату праці, потребує вкладення додаткових інвестиційних (капітальних) витрат. Інакше кажучи, впровадження працезберігаючих технологій закономірно призводить до зміни (зменшення) співвідношення між поточними та інвестиційними витратами підприємства. Отже, підприємство, впроваджуючи певний технологічний процес, повинно раціоналізувати співвідношення між своїми поточними та інвестиційними витратами.

Розглянемо більш докладно закономірності визначення найкращого співвідношення між поточними

та інвестиційними витратами підприємства при впровадженні нових працезберігаючих технологій виготовлення продукції. Перш за все, з метою такої оптимізації потрібно виокремити три групи поточних витрат на виробництво одиниці продукції залежно від рівня її капіталомісткості, а саме: витрати, що не залежать від зміни цього рівня; витрати, які зменшуються при збільшенні питомої капіталомісткості продукції (зокрема, це питомі витрати на оплату праці); витрати, що зростають при збільшенні капіталомісткості продукції (зокрема, питомі амортизаційні відрахування). Якщо питомі амортизаційні відрахування є пропорційними рівню питомої капіталомісткості, оптимізувати цей рівень можливо за допомогою критерію мінімуму питомих приведених витрат на виробництво продукції:

$$ППВ(\kappa) = B_1 + B_2(\kappa) + (E + E_a) \cdot \kappa \rightarrow \min, \quad (4)$$

де $ППВ(\kappa)$ — питомі приведені витрати на виготовлення продукції як функція від її питомої капіталомісткості κ ; B_1 — питомі витрати на виготовлення продукції, величина яких не залежить від капіталомісткості продукції; $B_2(\kappa)$ — питомі витрати, величина яких безпосередньо визначається рівнем капіталомісткості продукції; E_a — норма амортизаційних відрахувань у частках одиниці.

Необхідно відмітити, що залежність $B_2(\kappa)$ у формулі (4) може мати різний вигляд; одним з можливих різновидів її специфікації є такий:

$$B_2(\kappa) = \frac{A}{\kappa^\alpha}, \quad (5)$$

де A, α — параметри залежності, що визначаються з використанням кореляційно-регресійного аналізу.

Якщо залежність $B_2(\kappa)$ матиме вигляд (5), то цільова функція (4) набуде такого виду:

$$ППВ(\kappa) = B_1 + \frac{A}{\kappa^\alpha} + (E + E_a) \cdot \kappa \rightarrow \min. \quad (6)$$

Похідну функції (6) можна подати в такому вигляді:

$$ППВ'(\kappa) = -\alpha \times \frac{A}{\kappa^{\alpha+1}} + E + E_a. \quad (7)$$

Якщо прирівняти вираз (7) до нуля, то знайдемо вираз для визначення оптимального рівня капіталомісткості продукції:

$$k_{opt} = \alpha^{-1} \sqrt[\alpha]{\frac{\alpha \times A}{E + E_a}}, \quad (8)$$

де k_{opt} — оптимальний рівень питомої капіталомісткості продукції.

Необхідно відзначити, що впровадження на підприємстві працезберігаючих технологій викликає зміну не лише співвідношення між поточними та інвестиційними витратами, але й структури опера-

ційних витрат. Для дослідження закономірностей змін структури операційних витрат підприємства внаслідок впровадження ним працезберігаючих технологій доцільно подати показник такої структури, що має вигляд:

$$\beta = \frac{B_{nz} + H_v \cdot Z_n \cdot O}{B_n + e_s \cdot O}, \quad (9)$$

де β — співвідношення між витратами на оплату праці (разом з нарахуваннями на обов'язкове державне соціальне страхування) та іншими видами операційних витрат підприємства за певним видом його продукції, частки одиниці; B_{nz} — постійні витрати підприємства на оплату праці працівників у розрахунку на увесь обсяг певної продукції; H_v — норма часу на виготовлення одиниці продукції, годин; Z_n — рівень оплати праці (разом з нарахуваннями на обов'язкове державне соціальне страхування) за одну годину роботи працівника; O — натуральний обсяг виготовлення продукції; B_n — величина постійних витрат на увесь обсяг продукції, окрім витрат на оплату праці; e_s — змінні витрати у розрахунку на одиницю продукції окрім витрат на оплату праці.

За таких умов показник зміни структури операційних витрат підприємства внаслідок працезберігаючих технологічних змін на ньому може бути поданий у вигляді такої формули:

$$\Delta\beta = \beta_1 - \beta_0 = \frac{B_{nz1} + H_{v1} \cdot Z_{n1} \cdot O_1}{B_{n1} + e_{s1} \cdot O_1} - \frac{B_{nz0} + H_{v0} \cdot Z_{n0} \cdot O_0}{B_{n0} + e_{s0} \cdot O_0}, \quad (10)$$

де $\Delta\beta$ — показник зміни структури операційних витрат підприємства внаслідок працезберігаючих технологічних змін на ньому, частки одиниці, а індекси «1» та «0» відносяться до значень показників відповідно після та до впровадження на підприємстві працезберігаючих технологій.

З формули (10) випливає, зокрема, те, що у випадку незмінності натуральних обсягів виготовлення продукції після впровадження на підприємстві працезберігаючих технологій співвідношення між витратами на оплату праці включно з відрахуваннями на державне соціальне страхування та іншими видами операційних витрат у переважній більшості випадків зменшиться. Проте, у разі збільшення натуральних обсягів виготовлення продукції після впровадження підприємством працезберігаючих технологій частка витрат на оплату праці може навіть зрости. Для цього у структурі операційних витрат підприємства до такого впровадження значну частку повинні займати постійні витрати та змінні витрати на оплату праці працівників.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Проведене дослідження показало, що працезберіга-

ючі технологічні зміни справляють суттєвий вплив як на співвідношення між поточними та інвестиційними витратами підприємств, так і на структуру їх операційних витрат. При цьому у процесі структурування витрат важливо враховувати вид технологічних змін та можливості вибору найкращого варіанту працезберігаючої технології. При здійсненні такого вибору слід виокремлювати декілька видів поточних витрат підприємства на виробництво продукції залежно від рівня її капіталомісткості, зокрема: витрати, які не залежать від зміни цього

рівня; витрати, які зменшуються із збільшенням питомої капіталомісткості та витрати, які зростають із збільшенням капіталомісткості продукції. Отримані у даній статті результати можуть бути використані у практиці роботи менеджерів та фахівців підприємств при розробленні ними проектів механізації та автоматизації виробничих процесів. Подальші дослідження у даному напрямі потребують з'ясування впливу зміни цін на виробничі та фінансові ресурси на ефективність впровадження на підприємстві працезберігаючих технологій.

Література

1. Андросенко О. О. Економічна сутність витрат виробництва та їх роль у системі управління діяльністю промислових підприємств / О. О. Андросенко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. — 2016. — Вип. 15. — С. 122–126. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2016_15_28.
2. Дідоренко Т. В. Сутність витрат як об'єкта бухгалтерського обліку / Т. В. Дідоренко // Молодий вчений. — 2015. — № 1(1). — С. 78–81. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_1_281_29_19.
3. Голубовський Л. Аналіз сучасних методів управління витратами / Л. Голубовський // Галицький економічний вісник. — 2010. — № 1(26). — С. 187–192.
4. Колісник Г. М. Складові системи управління витратами підприємницьких структур [Електронний ресурс] / Г. М. Колісник // Економічний вісник університету. ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний ун-т ім. Г. Сковороди». — 2011. — Вип. 17/2. — С. 66–69. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.uk.x-pdf.ru/5ekonomika/1711469-1-udk-65-336-kolisnik-kandidat-ekonomichnih-nauk-docent-kafedri-obliku-auditu-zakarpatskogo-derzhavnogo-universitetu.php>.
5. Партин Г. О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій: [монографія] / Г. О. Партин. — К.: УБС НБУ, 2008. — 219 с.
6. Косинська О. В. Оптимізація витрат як засіб підвищення прибутковості підприємств / О. В. Косинська // Формування ринкових відносин в Україні. — 2011. — № 7. — С. 106–110. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2011_7_25.
7. Омельниченко О. С. Напрями оптимізації витрат в системі управління [Електронний ресурс] / О. С. Омельниченко // Ефективна економіка: Електрон. наук. фахове вид. — 2016. — № 4. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4901>.
8. Ємельянов О. Ю. Структурування витрат підприємства у процесі планування заходів з його технічного розвитку / О. Ю. Ємельянов, О. Б. Курило, А. В. Симак // Бізнес Інформ. — 2015. — № 11. — С. 226–231. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2015_11_37.
9. Yemelyanov O. Assessment of the technological changes impact on the sustainability of state security system of Ukraine / O. Yemelyanov, A. Symak, T. Petrushka, R. Lesyk, L. Lesyk // Sustainability 2018, Vol. 10 (4), P. 1186. DOI: <https://doi.org/10.3390/su10041186>. Available online: <http://www.mdpi.com/2071-1050/10/4/1186>.
10. Hritonenko N. Modeling of Technological Change. In Mathematical Modeling in Economics, Ecology and the Environment / N. Hritonenko, Y. Yatsenko // Applied Optimization; Springer: Boston, MA, USA. — 2013. — Vol. 3. — P. 53–78. ISBN978-1-4419-4821-1. Available online: <https://www.twirpx.com/file/1357668/>.
11. Piva M. Technological change and employment: Is Europe ready for the challenge? / M. Piva, M. Vivarelli // Eurasian. Bus. Rev. — 2018. — Vol. 8. — P. 13–32. DOI: 10.1007/s40821-017-0100-x. Available online: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs40821-017-0100-x>.
12. Piva M. Is Innovation Destroying Jobs? Firm-Level Evidence from the EU / M. Piva, M. Vivarelli // Sustainability. — 2018. — Vol. 10 (4). — P. 1279. DOI: 10.3390/su10041279. Available online: <http://www.mdpi.com/2071-1050/10/4/1279>.

References

1. Androsenko, O. O. (2016). Ekonomichna sutnist vytrat vyrobnyctva ta yix rol u systemi upravlinnya diyalnistyu promyslovyx pidpryyemstv. Naukovyj visnyk Mizhnarodnogo gumanitarnogo universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment, 15, 122–126. — Rezhy'm dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2016_15_28.
2. Didorenko, T. V. (2015). Sutnist vytrat yak obyektu buxgalterskogo obliku. Molodyj vchenyj, 1(1), 78–81. — Rezhy'm dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_1_%281%29__19.
3. Golubovskij, L. (2010). Analiz suchasnyx metodiv upravlinnya vytratamy. Galyczkij ekonomichnyj visnyk, 1(26), 187–192.
4. Kolisnyk, H.M. (2011). Components of cost management of business organizations. Ekonomichnyj visnyk universytetu DVNZ Pereiaslav-Khmelnytskyj, derzhavnyj pedohahichnyj un-t im. H. Skovorody, 17/2, 66–69. Rezhy'm dostupu do resursu <http://www.uk.x-pdf.ru/5ekonomika/1711469-1-udk-65-336-kolisnik-kandidat-ekonomichnih-nauk-docent-kafedri-obliku-auditu-zakarpatskogo-derzhavnogo-universitetu.php>
5. Partyn, G.O. (2008). Upravlinnya vytratamy pidpryyemstva: konceptualni zasady, metody ta instrumentarij: [monografiya], K.: UBS NBU, 219 s.
6. Kosynska, O. V. (2011). Optyimizaciya vytrat yak zasib pidvyshhennya prybutkovosti pidpryyemstv. Formuvannya rynkovyx vidnosyn v Ukraini, 7, 106–110. — Rezhy'm dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2011_7_25
7. Omelnychenko, O. S. (2016). Napriamy optymizatsii vytrat v systemi upravlinnia. Elektronne naukove fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika», (4). — Rezhy'm dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4901>.
8. Yemelyanov, O. Yu. Strukturuvannya vy'trat pidpryyemstva u procesi planuvannya zaxodiv z jogo texnichnogo rozvy'tku / O. Yu. Yemel'yanov, O. B. Kury'lo, A. V. Sy'mak // Biznes Inform. — 2015. — # 11. — S. 226–231. — Rezhy'm dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2015_11_37
9. Yemelyanov, O.; Symak, A.; Petrushka, T.; Lesyk, R.; Lesyk, L. (2018). Assessment of the technological changes impact on the sustainability of state security system of Ukraine. Sustainability, 10(4), 1186. DOI: <https://doi.org/10.3390/su10041186>. Available online: <http://www.mdpi.com/2071-1050/10/4/1186>
10. Hritonenko, N.; Yatsenko, Y. (2013). Modeling of Technological Change. In Mathematical Modeling in Economics, Ecology and the Environment. Applied Optimization; Springer: Boston, MA, USA, 3, 53–78. ISBN978-1-4419-4821-1. Available online: <https://www.twirpx.com/file/1357668/>
11. Piva, M.; Vivarelli, M. (2018). Technological change and employment: Is Europe ready for the challenge? Eurasian. Bus. Rev., 8, 13–32. DOI: 10.1007/s40821-017-0100-x. Available online: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs40821-017-0100-x>
12. Piva, M.; Vivarelli, M. (2018). Is Innovation Destroying Jobs? Firm-Level Evidence from the EU / M. Piva, M. Vivarelli // Sustainability, 10 (4), 1279. DOI: 10.3390/su10041279. Available online: <http://www.mdpi.com/2071-1050/10/4/1279>

Перезовова Ірина Володимирівна

*доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри маркетингу і контролінгу
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

Перезовова Ирина Владимировна

*доктор экономических наук, доцент,
заведующая кафедрой маркетинга и контроллинга
Ивано-Франковский национальный технический
университет нефти и газа*

Perevozova Iryna

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Marketing and Controlling
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

Даляк Надія Анатоліївна

*асистент кафедри маркетингу і контролінгу
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

Даляк Надежда Анатольевна

*ассистент кафедры маркетинга и контроллинга
Ивано-Франковский национальный технический
университет нефти и газа*

Dalyak Nadiia

*Assistant of the Department of Marketing and Controlling
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

Морозова Олена Сергіївна

*здобувач кафедри маркетингу і контролінгу
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

Морозова Елена Сергеевна

*соискатель кафедры маркетинга и контроллинга
Ивано-Франковского национального технического
университета нефти и газа*

Morozova Olena

*Aspirant of the Department of Marketing and Controlling of the
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

Перезовова Дарія Дмитрівна

*студентка кафедри маркетингу і контролінгу
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

Перезовова Дарья Дмитриевна

*студентка кафедры маркетинга и контроллинга
Ивано-Франковского национального технического
университета нефти и газа*

Perevozova Dariya

*Student of the Department of Marketing and Controlling of the
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-3988

МАТРИЦЯ КОМЕРЦІЙНОГО АНАЛІЗУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОСТАЧАЛЬНИЦЬКО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

МАТРИЦА КОММЕРЧЕСКОГО АНАЛИЗА КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СНАБЖЕНЧЕСКО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

THE MATRIX OF COMMERCIAL ANALYSIS AS A TOOL FOR ESTIMATION OF EFFICIENCY OF SUPPLY-SALES ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Анотація. Одним з найбільш проблемних місць організації управління діяльності підприємства є адекватне реагування управлінських процесів на зміну умов функціонування та підвищення ефективності постачальницько-збутових заходів, що актуалізує зацікавленість товаровиробників до процесів матеріального постачання виробництва та збуту виготовленої продукції як важливих функціональних складових діяльності підприємства. В цьому контексті, значна увага приділяється проблемам оптимізації процесу просування товарів від виробника до споживача: результати господарської діяльності багато в чому залежать від того, наскільки правильно обрані канали розподілу товарів, форми і методи їхнього збуту, від широти асортименту і якості наданих підприємством послуг, пов'язаних із реалізацією продукції.

В ході дослідження використовувалися системний та статистичний аналіз – для оцінки стану й перспектив розвитку процесів постачання та збуту підприємства оптової торгівлі; методи економіко-математичного моделювання – для конструювання показників ефективності постачальницько-збутової діяльності та розробки економіко-математичної моделі оцінювання реагування результатів діяльності підприємства на зміну умов функціонування.

Розроблено матрицю комерційного аналізу як інструменту оцінки ефективності постачальницько-збутової діяльності підприємства, що відображає витрати та доходи в приватних і соціальних цінах та передбачає аналіз ринку будь-якої продукції через визначення основних показників, на базі яких можна здійснити кінцевий аналіз щодо економічних наслідків проведення постачальницько-збутової політики.

Завдяки цьому забезпечується можливість виявлення переваг та недоліків у збутовій системі будь-якого підприємства або сектору, оскільки при визначенні критеріїв оцінки постачальницько-збутової політики підприємства, перш за все, необхідно враховувати вплив та наслідки цієї політики на конкурентоспроможність продукції, її позиціонування на ринку, реалізацію експортних можливостей галузі, і найважливіше – розрахунок та потребу в ресурсах для втілення наміченого.

Ключові слова: матриця комерційного аналізу, постачальницько-збутова діяльність підприємств, ефективність регулювання збутової політики підприємства оптово-роздрібною торгівлі, економіко-математична модель, реагування результатів діяльності, приватні ціни, соціальні ціни.

Аннотация. Одним из самых проблемных мест организации управления деятельности предприятия является адекватное реагирование управленческих процессов на изменение условий функционирования и повышения эффективности снабженческо-сбытовых мероприятий, что актуализирует интерес товаропроизводителей к процессам материального снабжения производства и сбыта произведенной продукции как важных функциональных составляющих деятельности предприятия. В этом контексте, значительное внимание уделяется проблемам оптимизации процесса продвижения товаров от производителя к потребителю: результаты хозяйственной деятельности во многом зависят от того, насколько правильно выбраны каналы распределения товаров, формы и методы их сбыта, от широты ассортимента и качества предоставляемых предприятием услуг, связанных с реализацией продукции.

В ходе исследования использовались системный и статистический анализ – для оценки состояния и перспектив развития процессов снабжения и сбыта предприятия оптовой торговли; методы экономико-математического моделирования – для конструирования показателей эффективности снабженческо-сбытовой деятельности и разработки экономико-математической модели оценки реагирования результатов деятельности предприятия на изменение условий функционирования.

Разработано матрицу коммерческого анализа как инструмента оценки эффективности снабженческо-сбытовой деятельности предприятия, отражающую расходы и доходы в частных и социальных ценах и которая предусматривает анализ рынка любой продукции через определение основных показателей, на базе которых можно осуществить конечный анализ по экономическим последствиям проведения снабженческо-сбытовой политики. Благодаря этому обеспечивается возможность выявления преимуществ и недостатков в сбытовой системе любого предприятия или сектора, поскольку при определении критериев оценки снабженческо-сбытовой политики предприятия, прежде всего, необходимо учитывать влияние и последствия этой политики на конкурентоспособность продукции, ее позиционирование на рынке, реализацию экспортных возможностей отрасли, и самое важное – расчет и потребность в ресурсах для реализации намеченного.

Ключевые слова: матрица коммерческого анализа, снабженческо-сбытовая деятельность предприятий, эффективность регулирования сбытовой политики предприятия оптовой торговли, экономико-математическая модель, реагирования результатов деятельности, частные цены, социальные цены.

Summary. One of the most problematic places in the organization of enterprise management is the adequate response of management processes to changing operating conditions and improving the efficiency of supply and marketing activities, which actualizes the interest of commodity producers in the processes of material supply of production and marketing of manufactured products as important functional components of the enterprise. In this context, considerable attention is paid to the problems of optimizing the process of promotion of goods from producer to consumer: the results of economic activity largely depend on how well the distribution channels of goods, the forms and methods of their sale, on the breadth of the assortment and the quality of services provided by the enterprise related to sale of products.

In the course of the study, a systematic and statistical analysis was used to assess the state and prospects for the development of supply and distribution processes for the wholesale trade enterprise; methods of economic and mathematical modeling – for designing indicators of the efficiency of supply and marketing activities and developing an economic and mathematical model for assessing the response of the enterprise's performance to changes in operating conditions.

The matrix of commercial analysis is developed as a tool for assessing the efficiency of the company's supply and marketing activities, reflecting costs and incomes in private and social prices, and which provides for the analysis of the market for any product through the definition of key indicators on the basis of which it is possible to carry out a final analysis on the economic consequences of the supply-and-marketing policy. Due to this, it is possible to identify advantages and disadvantages in the marketing system of any enterprise or sector, since in determining the criteria for assessing the supply and marketing policy of an enterprise, it is first of all necessary to take into account the impact and consequences of this policy on product competitiveness, its positioning in the market, and most importantly – the calculation and the need for resources to implement the intended.

Key words: matrix of commercial analysis, supply and marketing activity of enterprises, efficiency of wholesale trade policy regulation, economic-mathematical model, performance response, private prices, social prices.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. З переходом України до ринкової економіки дещо змінився характер постачальницько-збутової політики підприємств, яка спрямована не на пряме регулювання всієї господарської діяльності, а на коригування певних економічних процесів у рамках ринкових відносин. Тому сучасні підходи щодо визначення ефективності регулювання збутової політики та конкурентоспроможності фірми повинні включати комплекс показників, які характеризують сутність та результативність в усіх її сферах. Необхідно правильно обрати критерії оцінки ефективності регулювання не лише ринкових процесів, а й всієї виробничої системи, від чого залежатиме інтенсивність її розвитку та конкурентних переваг. І таким інструментом покликана стати методологія побудови та розрахунку матриці комерційного аналізу (МКА).

Тому актуальним є дослідження зміни характеру постачальницько-збутової політики підприємств у спрямуванні не на пряме регулювання всієї господарської діяльності, а на коригування певних економічних процесів у рамках ринкових відносин. Саме вони вимагають при визначенні ефективності регулювання збутової політики та конкурентоспроможності врахування комплексу показників, які характеризують сутність та результативність діяльності підприємства в усіх сферах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Вагомий внесок у розвиток теоретично-практичного забезпечення організації, управління постачальницько-збутовою діяльністю підприємства зробили вітчизняні та зарубіжні науковці та практики, зокрема І. Аренкова, Р. Багієва, Є. Барвінська,

П. Березівський, О. Гаджинський, Ф. Горбонос, М. Долинська, Т. Дудар, Ю. Єлізаров, В. Зіновчук, А. Кальченко, О. Карий, Ф. Котлер, Дж. Коул, О. Крайник, Є. Крикавський, О. Кузьмін, В. Липчук, М. Мних, Ю. Огерчук, А. Павленко, М. Пархомець, Н. Поліщук, С. Поперечний, М. Портер, Х-К. Пфоль, П. Саблук, І. В. Сороки, А. Старостіна, Т. Циганкова, Г. Черевко, В. Шебанін, А. Юданов та ін. Однак, зміна характеру постачальницько-збутової політики підприємств у спрямуванні не на пряме регулювання всієї господарської діяльності, а на коригування певних економічних процесів у рамках ринкових відносин, вимагають при визначенні ефективності регулювання збутової політики та конкурентоспроможності врахування комплексу показників, які характеризують сутність та результативність діяльності підприємства в усіх сферах.

Узагальнення основних напрямків розвитку теоретично-практичного забезпечення організації, управління постачальницько-збутовою діяльністю підприємства в ресурсах світової наукової періодики, визначено:

- неоднорідність наукових підходів авторів до понять «збутова діяльність» і «збут» [1–3];
- необхідність постачальницько-збутової діяльності як важливої складової зовнішньоекономічної діяльності підприємства [4–7];
- стратегічне планування збуту [8–10].

Зокрема, роботи [1, 2] присвячені трактуванню понять «збутова діяльність» і «збут» та визначенню відмінностей цих категорій. В роботі [3] ототожнено ці поняття і визначено збутову діяльність як сукупність дій, що виконуються з того моменту, як продукт в тій формі, в якій його буде використано, надходить до комерційного підприємства чи кінцевого виробника, й до того моменту, коли споживач купує його.

Авторами [4] визначено, що збутова діяльність в умовах ринкової орієнтації є однією з функцій маркетингу і припускає пряму залежність від зовнішнього середовища. Однак не можна не врахувати економічну та політичну стійкість країни, стабільність законодавчої бази, соціальну сферу, а також учасників ринкових відносин. Тому важливим критерієм ефективності діяльності підприємства вважається його внутрішнє середовище. Альтернативний варіант вирішення проблеми викладений в [5–7], що передбачає зміну характеру постачальницько-збутової політики підприємств у спрямуванні не на пряме регулювання всієї господарської діяльності, а на коригування певних економічних процесів у рамках ринкових відносин.

Підхід авторів робіт [8–10] полягає у необхідності врахування комплексу показників, які характеризу-

ють сутність та результативність діяльності підприємства в усіх сферах, при визначенні ефективності регулювання збутової політики та конкурентоспроможності. Цей складний процес здійснюється маркетологами та менеджерами підприємства для створення і реалізації ефективних маркетингових стратегій.

Таким чином, результати аналізу дозволяють зробити висновок про те, що незважаючи на широкий спектр рішень, що приймаються у сфері постачальницько-збутової політики підприємства, ще не розроблено дієвого інструменту оцінки ефективності постачальницько-збутової діяльності підприємства.

Формулювання цілей статті. Мета роботи полягає у розробленні дієвого інструменту оцінки ефективності постачальницько-збутової діяльності підприємств оптово-роздрібною торгівлі для підвищення ефективності такої діяльності та покращення реагування менеджменту на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі задачі:

1. Провести оцінку реагування управлінських процесів на зміну умов функціонування та підвищення ефективності постачальницько-збутових заходів підприємства з використанням методів економетричного моделювання.

2. Розробити матрицю комерційного аналізу товару через визначення основних показників, на базі яких можна здійснити кінцевий аналіз щодо економічних наслідків проведення постачальницько-збутової політики підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Діяльність досліджуваного підприємства оптово-роздрібною торгівлі, що розглядається, пов'язана з реалізацією продукції кінцевому споживачеві, що є завершальним етапом її просування зі сфери виробництва.

Постачальницько-збутова діяльність охоплює планування обсягів реалізації товарів з урахуванням прогнозованого рівня прибутку; пошук і вибір найкращого партнера — постачальника або покупця; проведення торгів, враховуючи встановлення ціни, відповідної якості товару та інтенсивності попиту; виявлення та активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції та збільшити прибуток від реалізації. Мета збутової діяльності підприємства оптової торгівлі полягає у виявленні та задоволенні потреб споживачів у необхідній продукції з отриманням від цього максимального економічного результату та соціального ефекту для всіх учасників системи. Тому формування системи управління збутовою діяльністю необхідно прово-

дити з урахуванням системного підходу та з метою створення цілісної моделі, яка б уможливила економічний розвиток підприємства, створила передумови для збільшення обсягів збуту і підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку.

Одним з найбільш проблемних місць є відсутність дієвого інструментарію оцінки ефективності постачальницько-збутової діяльності, який би визначав слабкі місця систему управління, реалізовував цілі й стратегії збуту, орієнтовані на потреби кінцевого споживача.

Предметом роздрібної торгівлі є не тільки продаж товарів, а й торговельне обслуговування та надання додаткових послуг покупцям. Для покупців торговельне обслуговування визначається іміджем компанії, зручністю та мінімальними витратами часу на здійснення покупки. Надавані послуги супроводжуються купівлею товарів і, крім того, після продажним сервісним обслуговуванням реалізованих товарів. Отже, процес роздрібної торгівлі складається з цілеспрямованої продажу товарів, обслуговування покупців, торгових і після продажних послуг.

Припустимо, що між прибутком досліджуваного підприємства (Y) та обсягом реалізованих товарів (X_1) і обсягом наданих послуг (X_2) існує деяка стохастична залежність:

$$Y = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_1^2 + a_3 X_2 + a_4 X_2^2 \quad (1)$$

де a_0, a_1, a_2, a_3, a_4 — невідомі параметри регресії (константи), які передбачають зменшення суми квадратів відхилень між фактичним значенням Y і вирівняним.

Вихідні дані поквартально за 2014–2016 рр. наведені в табл. 1.

Для прийнятої математичної моделі система нормальних рівнянь буде мати вигляд:

$$\begin{cases} a_0 n + a_1 \sum x_{1i} + a_2 \sum x_{1i}^2 + a_3 \sum x_{2i} + a_4 \sum x_{2i}^2 = \sum y_i, \\ a_0 \sum x_{1i} + a_1 \sum x_{1i}^2 + a_2 \sum x_{1i}^3 + a_3 \sum x_{1i} x_{2i} + a_4 \sum x_{1i} x_{2i}^2 = \sum x_{1i} y_i, \\ a_0 \sum x_{1i}^2 + a_1 \sum x_{1i}^3 + a_2 \sum x_{1i}^4 + a_3 \sum x_{1i}^2 x_{2i} + a_4 \sum x_{1i}^2 x_{2i}^2 = \sum x_{1i}^2 y_i, \\ a_0 \sum x_{2i} + a_1 \sum x_{1i} x_{2i} + a_2 \sum x_{1i}^2 x_{2i} + a_3 \sum x_{2i}^2 + a_4 \sum x_{2i}^3 = \sum x_{2i} y_i, \\ a_0 \sum x_{1i}^2 + a_1 \sum x_{1i} x_{2i}^2 + a_2 \sum x_{1i}^2 x_{2i}^2 + a_3 \sum x_{2i}^2 + a_4 \sum x_{2i}^4 = \sum x_{2i}^2 y_i. \end{cases} \quad (2)$$

З даної системи рівнянь слід знайти параметри a_0, a_1, a_2, a_3, a_4 .

Для розрахунку параметрів скористаємось вбудованою функцією MSEXCEL «Аналіз даних — Регресія». Результати розрахунку наведені в табл. 2.

Відповідно економетрична модель стохастичної залежності показника Y від факторів X_1 та X_2 має вигляд:

$$Y = -6694,011 + 19,590 X_1 - 0,005 X_1^2 - 29,510 X_2 + 0,017 X_2^2 \quad (3)$$

Для оцінки адекватності прийнятої математичної моделі експериментальним даним використовуємо критерій Фішера. В досліджуваному випадку розрахункове значення $F_p = 25,64$ більше від табличного $F_m (P=95\%; k_1=4; k_2=9) = 3,63$, отже знайдена економетрична модель адекватна вихідним даним і може використовуватися для подальшого прогнозування.

Динаміка обсягу реалізованої продукції показує, що для його прогнозування на наступні періоди найкраще використати поліноміальну модель 6-го степеня, так як вона характеризується найвищим коефіцієнтом детермінації (рис. 1).

Таким чином, у першому кварталі 2018 р. обсяг реалізованих товарів становитиме 1982,4 тис. грн., у другому — 2032,37 тис. грн.

Таблиця 1

Вихідні дані для побудови економетричної моделі

№ п/п	Чистий прибуток Y , тис. грн.	Обсяг реалізованих товарів X_1 , тис. грн.	Обсяг наданих послуг X_2 , тис. грн.
1 кв. 2015	315,4	1542	736
2 кв. 2015	355,4	1568	791
3 кв. 2015	418,5	1597	804
4 кв. 2015	453,7	1614	929
1 кв. 2016	595,2	1635	940
2 кв. 2016	698,5	1647	968
3 кв. 2016	876,2	1648	1019
4 кв. 2016	1823,2	1674	1063
1 кв. 2017	1484,5	1690	1066
2 кв. 2017	1508,6	1707	1067
3 кв. 2017	1519,8	1713	1096
4 кв. 2017	1513	1737	1024
Сума	13457,00	22381,00	12591,00

Таблиця 2

Результати розрахунку

Висновок підсумків							
Регресійна статистика							
Множинний R			0,9631				
R-квадрат			0,9276				
Нормований R-квадрат			0,8915				
Стандартна помилка			196,7657				
Спостереження			13,0000				
Дисперсійний аналіз	df	SS	MS	F	Значимість F		
Регресія	4,0000	3970523,1791	992630,7948	25,6383	0,0001		
Залишок	8,0000	309733,9932	38716,7491	-	-		
Всього	12,0000	4280257,1723	-	-	-		
Коефіцієнти		Стандартна помилка	t-статистика	P-значення	Нижні 95 %	Верхні 95 %	
Y-пересічення		-6694,0113	11422,9511	-0,5860	0,5740	-33035,38	19647,3612
Змінна X ₁		19,5901	11,8360	1,6551	0,1365	-7,7038	46,8840
Змінна X ₂		-29,5099	9,9672	-2,9607	0,0181	-52,4942	-6,5256
Змінна X ₁ ²		-0,0045	0,0027	-1,6344	0,1408	-0,0108	0,0018
Змінна X ₂ ²		0,0170	0,0053	3,1900	0,0128	0,0047	0,0293

Для прогнозування обсягу наданих послуг використовуємо степеневу модель, оскільки вона показує найвищий коефіцієнт детермінації при заданій динаміці даних (рис. 2).

Отже, обсяг наданих послуг досліджуваного підприємства у першому кварталі 2018 року становитиме 1193,86 тис. грн., у другому — 1203,86 тис. грн.

Відповідно, підставивши прогнозовані значення обсягів реалізованої продукції та наданих послуг

у знайдену економетричну модель, знаходимо прогнозовані значення прибутку досліджуваного підприємства на 1–2 квартали 2018 р.:

$$Y_1 = -6694,011 + 19,590 \cdot 1982,4 - 0,005 \cdot 1982,4^2 - 29,510 \cdot 1193,86 + 0,017 \cdot 1193,86^2 = 1490,94,$$

$$Y_2 = -6694,011 + 19,590 \cdot 2032,37 - 0,005 \cdot 2032,37^2 - 29,510 \cdot 1203,86 + 0,017 \cdot 1203,86^2 = 1579,3.$$

Для визначення критичних точок знайдемо частинні похідні:

Обсяг реалізованих товарів, тис. грн.

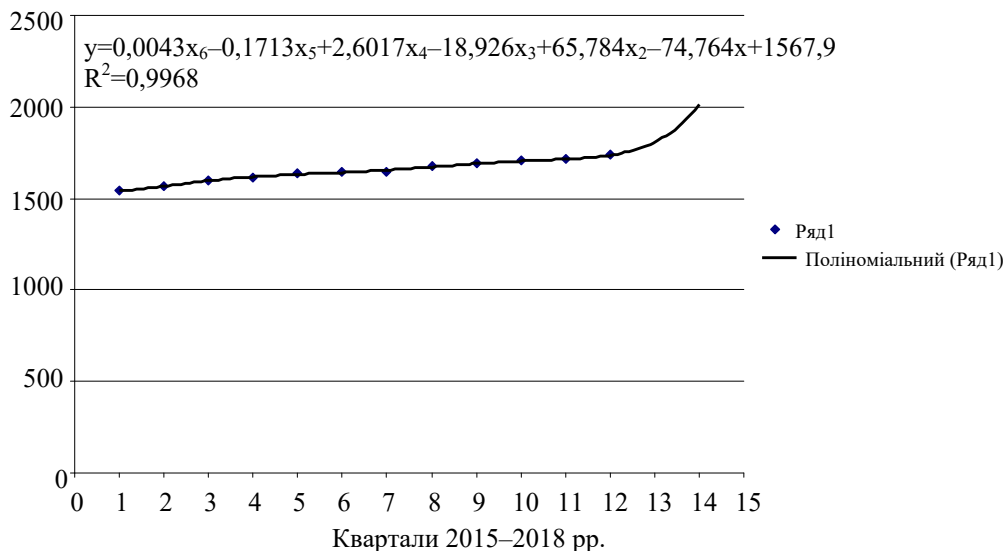


Рис. 1. Прогнозування обсягу реалізованих товарів досліджуваного підприємства на 1–2 квартали 2018 р.

$$\frac{\partial Y}{\partial X_1} = 19,59 - 2 \cdot 0,005X_1 = 0,$$

$$\frac{\partial Y}{\partial X_2} = -29,510 + 2 \cdot 0,017X_2 = 0.$$

Звідси знайдемо критичні точки: $X_1=2181,66$, $X_2=866,97$.

Досліджуємо критичну точку, для чого будемо визначник другого порядку:

$$D = \begin{vmatrix} \frac{\partial^2 Y}{\partial X_1^2} & \frac{\partial^2 Y}{\partial X_1 \partial X_2} \\ \frac{\partial^2 Y}{\partial X_2 \partial X_1} & \frac{\partial^2 Y}{\partial X_2^2} \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} -0,01 & 0 \\ 0 & -0,034 \end{vmatrix} = 0,01 \cdot 0,034 = 0,00034 > 0.$$

Оскільки $D > 0$, то критична точка є точкою екстремуму, причому це точка максимуму, тому що

$$\frac{\partial^2 Y}{\partial X_1^2} < 0.$$

$$Y_{\max} = -6694,011 + 19,590 \cdot 2181,66 - 0,005 \cdot 2181,66^2 - 29,510 \cdot 866,97 + 0,017 \cdot 866,97^2 = 1883,34.$$

Отже, досліджуване підприємство може мати максимальний прибуток $Y=1883,34$ тис. грн. при значеннях факторів обсягу реалізованої продукції $X_1=2181,66$ і обсягу наданих послуг $X_2=866,97$.

При визначенні критеріїв оцінки постачальницько-збутової політики досліджуваного підприємства, перш за все, необхідно враховувати вплив та її наслідки на конкурентоспроможність продукції. Крім того, важливо дослідити позиціонування товарів на ринку, реалізацію експортних можливостей галузі,

і найважливіше — розрахунок та потребу в ресурсах для втілення наміченого.

Головна ідея, що використовується в МКА — це співставлення та порівняння приватних і соціальних цін для постачальницької продукції, матеріалів та комплектуючих і звичайно для вже готової кінцевої продукції.

Приватні ціни відображають поточну ситуацію в галузі, у той час як соціальні ціни — це ціни без врахування будь-яких ринкових націнок.

На практиці МКА, представлена у вигляді табл. 3, яка відображає витрати та доходи в приватних і соціальних цінах. Ціни на внутрішні витрати визначаються самим досліджуваним підприємством. І, навпаки, ціни на торговельні витрати визначаються ринком.

Табл. 3 містить формули, в яких:

a_{ij} для ($j=1$ до k) — технічні коефіцієнти для торговельних ресурсів при реалізації і товару;

a_{ij} для ($j=k+1$ до n) — технічні коефіцієнти для українських ресурсів при реалізації і товару;

P^* — ціна продукції, оцінена як приватна ($=p$) або соціальна ($=s$);

P_j^* — ціна торговельного ресурсу j , оцінена як приватна ($=p$) або соціальна ($=s$);

V_j^* — ціна українського ресурсу j , оцінена як приватна ($=p$) або соціальна ($=s$);

I — відображає трансферт випуску продукції;

J — відображає трансферт ресурсів;

$D=A-B-C$ — відображає чистий приватний прибуток;

$H=E-F-G$ — відображає чистий соціальний прибуток;

Обсяг наданих послуг, тис. грн.

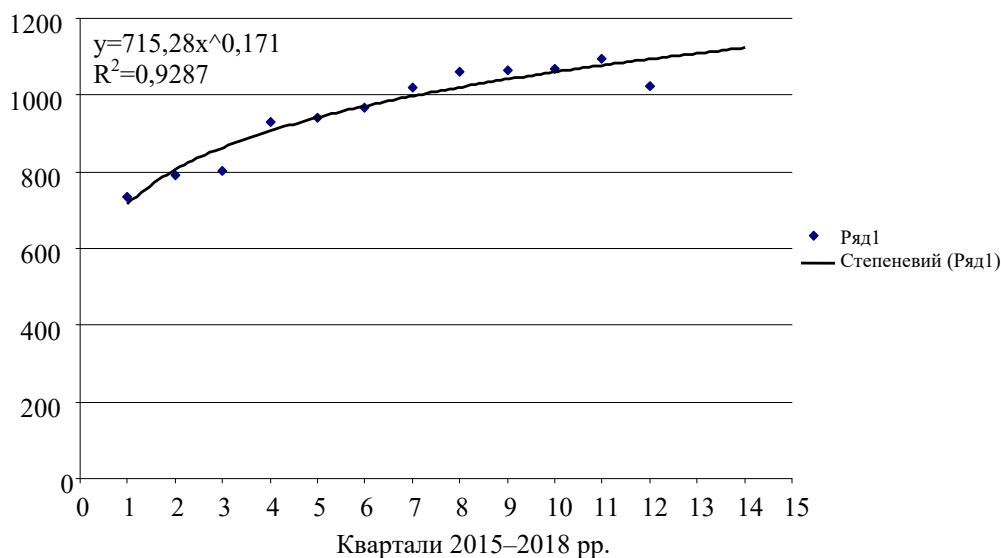


Рис. 2. Прогнозування обсягу наданих послуг досліджуваного підприємства на 1–2 квартали 2018 р.

$L=G-H-I-J-K$ — відображає чисті трансфери (надходження).

Структура МКА дозволяє здійснювати подвійний розрахунок в табл. 3. Різниця між доходами та витратами у приватних цінах відображують прибутковість системи збуту в умовах діючого ринку. Різниця між значеннями у приватних і соціальних цінах визначає вплив політики місцевої влади та збої ринкового механізму.

Тобто, перша стрічка матриці дозволяє розрахувати приватний прибуток D , який визначається як різниця між доходом A та сумою витрат ($B+C$). За допомогою другої стрічки матриці розраховують соціальний прибуток, який відображає соціальні альтернативні витрати. Соціальний прибуток є показником ефективності та конкурентних переваг. Соціальний прибуток (H) розраховують як різницю між с доходом E та сумою витрат ($F+G$). А розрахунки саме третьої стрічки матриці відображають чисті трансфери від зміни постачальницько-збутової політики.

Різниця між доходами, витратами та прибутком як у приватних, так і соціальних цінах, може мати як від'ємне, так і додатне значення. За умови, коли показники $I<0$, $J>0$ та $K>0$ це свідчить, про погіршення ситуації.

Також за допомогою МКА можна розрахувати декілька додаткових показників, що допомагають визначити ефективність постачальницько-збутової політики досліджуваного підприємства:

– Коефіцієнт прибутковості (PC , від англ. *Profitability Coefficient*) показує вплив всіх трансфертів (змін) на прибуток. Індекс розраховується, як відношення приватного прибутку до соціального:

$$PC = \frac{P_i^p - \sum a_{ij} P_j^p - \sum a_{ij} V_j^p}{P_i^s - \sum a_{ij} P_j^s - \sum a_{ij} V_j^s}. \quad (4)$$

– Коефіцієнт суспільної вартості внутрішніх ресурсів (DRC , від англ. *Domestic Resource Cost*) показує ефективність використання внутрішніх факторів у аналізі системи збуту. DRC порівнює вартість внутрішніх ресурсів, розраховану в соціальних цінах (в чисельнику), до доданої вартості розрахованої також в соціальних цінах (в знаменнику). Використання соціальних цін в розрахунку коефіцієнта DRC дає можливість визначити, чи дають залучені до реалізації продукції ресурси (напр. знижки, акції) позитивну віддачу. Цей показник широко використовується як індикатор конкурентоспроможності продукції, товару. Якщо, $0 < DRC < 1$ вказує на порівняльну перевагу — альтернативна вартість залучених внутрішніх ресурсів менша за відповідну суспільну вигоду (додану вартість), тобто збут продукції конкурентоспроможний. Для $DRC > 1$ — це свідчить, що досліджуване підприємство має деякі недоліки у просуванні аналізованого товару. Якщо DRC менший за 0, то в такому випадку доходів недостатньо навіть для того, щоб покрити вартість вхідних ресурсів, не кажучи вже про вартість внутрішніх ресурсів. В цьому випадку, просування даного товару абсолютно неконкурентоспроможне:

$$DRC = \frac{\sum a_{ij} V_j^s}{P_i^s - \sum a_{ij} P_j^s}. \quad (5)$$

– Коефіцієнт співвідношення приватних витрат та переваг (PCR , від англ. *Private Cost Ratio*) у розрахунках майже повністю збігається із DRC . Різниця полягає лише в тому, що для PCR використовуються значення для приватних цін:

$$PCR = \frac{\sum a_{ij} V_j^p}{P_i^p - \sum a_{ij} P_j^p}. \quad (6)$$

Таблиця 3

Матриця комерційного аналізу досліджуваного підприємства

Показник	Доходи	Витрати		Прибуток
		Торгівельні витрати	Витрати на внутрішні фактори виробництва	
Приватні ціни	$A = P_i^p$	$B = \begin{matrix} k, \\ \sum_{j=1} a_{ij} P_j^p, \end{matrix}$	$C = \begin{matrix} n, \\ \sum_{j=k+1} a_{ij} V_j^p, \end{matrix}$	$D=A-B-C$
Соціальні ціни	$E = P_i^s$	$F = \begin{matrix} k, \\ \sum_{j=1} a_{ij} P_j^s, \end{matrix}$	$G = \begin{matrix} n, \\ \sum_{j=k+1} a_{ij} V_j^s, \end{matrix}$	$H=E-F-G$
Трансферт	$I=A-E$	$J=B-F$	$K=C-G$	$L=G-H-I-J-K$

– Коефіцієнт суспільних витрат та вигод (*SCB*, від англ. *Social Cost Benefitratio*). *SCB* розраховується як співвідношення суми витрат на ринкові та внутрішні ресурси до доходу від реалізації даної продукції, товару:

$$SCB = \frac{\sum a_{ij} P_j^s + \sum a_{ij} V_j^s}{P_i^s} \quad (7)$$

Показник *SCB* завжди більший за 0. Якщо *SCB* менший за (більший за) 1, то це вказує на те, що сукупна вартість залучених ресурсів менша за (більша за) дохід, і виробництво, таким чином, — (не-) конкурентоспроможне. На відміну від *DRC*, *SCB* не розрізняє неконкурентоспроможний збут, який не здатний покрити альтернативну вартість внутрішніх ресурсів (*DRC* > 1) від неконкурентоспроможного, що не може покрити вартість ринкових ресурсів (*DRC* < 0). Проте *SCB* не чутливий до помилок у класифікації ресурсів на внутрішні та ринкові.

– Номінальний коефіцієнт захисту (*NPR*, від англ. *Nominal Protection Rate*). *NPR* більше 1 вказує на невидимий номінальний захист чи надану субсидію виробникові, і невидимий номінальний податок коли (*NPR*) — менше 1:

$$NPR = \frac{P_i^p}{P_i^s} \quad (8)$$

– Ефективний коефіцієнт захисту (*EPR*, від англ. *Effective Protection Rate*). *EPR* більше 1 вказує на наявний захист доданої вартості виробника, та ступінь оподаткування доданої вартості виробника, коли *EPR* менше 1:

$$EPR = \frac{P_i^p - \sum a_{ij} P_j^p}{P_i^s - \sum a_{ij} P_j^s} \quad (9)$$

Загалом, вищенаведена методика передбачає аналіз ринку будь-якої продукції, товару через визначення основних показників, на базі яких можна здійснити кінцевий аналіз щодо економічних наслідків проведення постачальницько-збутової політики підприємства.

SWOT-аналіз результатів досліджень:

Strengths. Матриця комерційного аналізу відображає витрати та доходи в приватних і соціальних цінах.

Структура МКА дозволяє здійснювати подвійний розрахунок: прибутковість системи збуту в умовах діючого ринку, вплив політики місцевої влади та збої ринкового механізму.

За допомогою МКА можна розрахувати декілька додаткових показників, що допомагають визначити ефективність постачальницько-збутової політики.

Weaknesses. Акцент у постачальницько-збутовій діяльності виключно на продаж товарів без торговельного обслуговування та надання додаткових послуг покупцям.

Відсутність чіткої законодавчої бази, яка б регулювала діяльність та пропорційність приватних та соціальних цін

Брак фінансових ресурсів, недостатній прибуток.

Opportunities. Методику МКА можна використовувати не лише для певного типу продукції чи товару, а й для сукупності підприємств, що функціонують в досліджуваній галузі не лише на території України, а й за її межами.

Threats. Нестабільність ситуації в країні та можливі зміни у законодавчій базі (інфляція, безробіття тощо).

Кількісне і якісне зростання конкурентів на цільових сегментах, їх активна конкурентна позиція.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведена оцінка реагування управлінських процесів на зміну умов функціонування та підвищення ефективності постачальницько-збутових заходів досліджуваного підприємства з використанням методів економетричного моделювання та прогнозування. Вона свідчить про потребу особливої уваги до аналізу ефективності збутової діяльності, внаслідок чого розглянуто комплекс ключових показників, які відображають основні напрямки оцінки стану та динаміки збутової діяльності. Досліджено, що між прибутком досліджуваного підприємства (*Y*) та обсягом реалізованих товарів (*X₁*) і обсягом наданих послуг (*X₂*) існує стохастична залежність, описана формулою $Y = -6694,011 + 19,590 X_1 - 0,005 X_1^2 - 29,510 X_2 + 0,017 X_2^2$. Для прогнозування обсягу реалізованих товарів на наступні періоди використано поліноміальну модель 6-го степеня $Y = 0,0043x_6 - 0,1713x_5 + 2,6017x_4 - 18,926x_3 + 65,784x_2 - 74,764x + 1567,9$. Для прогнозування обсягу наданих послуг використано степеневу модель $y = 715,28x^{0,171}$. На основі прогнозованих даних розраховано максимальний прибуток, який може мати досліджуваний будмаркет $Y = 1883,34$ тис. грн. при значеннях факторів обсягу реалізованої продукції $X_1 = 2181,66$ і обсягу наданих послуг $X_2 = 866,97$.

На основі співставлення та порівняння приватних і соціальних цін для постачальницької продукції, матеріалів та комплектуючих і звичайно для вже готової кінцевої продукції побудовано матрицю комерційного аналізу. Встановлено, що ціни на внутрішні витрати визначаються самим досліджуваним підприємством. І, навпаки, ціни на торговельні витрати визначаються ринком. Різниця між доходами та витратами

у приватних цінах відображують прибутковість системи збуту в умовах діючого ринку. Різниця між значеннями у приватних і соціальних цінах визначає вплив політики місцевої влади та збої ринкового механізму. Досліджено, що за допомогою МКА можна розрахувати декілька додаткових показників, що допомагають визначити ефективність постачальницько-збутової політики: коефіцієнт прибутковості, коефіцієнт суспільної вартості внутрішніх ресурсів, коефіцієнт співвідношення приватних витрат та переваг, коефіцієнт суспільних витрат та вигод, номінальний та ефективний коефіцієнти захисту.

Отже, вважаємо, що застосування на практиці МКА-аналізу є економічно обґрунтованим, оскільки, дає можливість виявити всі переваги та недоліки у збутовій системі будь-якого підприємства або сектору. Так як при визначенні критеріїв оцінки постачальницько-збутової політики досліджуваного підприємства, перш за все, необхідно враховувати вплив та наслідки цієї політики на конкурентоспроможність продукції та/або товару, їх позиціонування на ринку, реалізацію експортних можливостей, і найважливіше, — розрахунок та потребу в ресурсах для втілення наміченого.

Література

1. Гамалій В. Ф. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств / Гамалій В. Ф., Романчик С. А., Фабрика І. В. — URL: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf)
2. Сеншин О. С. Теоретичний аналіз понять «збут» та «збутова діяльність» / О. С. Сеншин, Ю. П. Харковець // Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону. 2011. с. 132–134. URL: <http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/21235/19F.pdf>
3. Бурцев В. В. Внутренний контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования / Бурцев В. В. // Менеджмент в России и за рубежом. — 2007. — № 6. — С. 145–151.
4. Ланкастер Д. Организация сбыта / Д. Ланкастер, Д. М. Джоббер; пер. с англ. Мн., 2003. — 384 с.
5. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта / К. Браун. М., 2003. — 382 с.
6. Вертоградов В. Управление продажами / В. Вертоградов. 2-е изд. СПб.: Питер, 2005. — 240 с: ил. — (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
7. Яковлев А. А. Сбытовая деятельность торгового предприятия: понятие и сущность / А. А. Яковлев // Управление продажами. — 2009. — № 03 (46). — С. 134–141.
8. Ф. Котлер. Основы маркетинга. Краткий курс.: [пер. с англ.] / Ф. Котлер. М.: Издательский дом «Вильямс». — 2005. — 656 с.
9. Kaplan R. Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System / R. Kaplan, D. Norton // Harvard Business Review. — 1996. — Vol. 70. — No 1. — P. 75–85.
10. Loret K. What Is Marketing Strategy Planning? URL: <http://smallbusiness.chron.com/marketing-strategy-planning-628.html>. http://pidruchniki.ws/10810806/marketinghttp://pidruchniki.ws/12810419/marketinghttp://www.lib.ua-/http://pidruchniki.ws/1926060150057/marketing/marketingove_planuvannyahttp://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2009_3/21.pdf

References

1. Hamalij, V., Romanchuk, S., Fabrika, I. (2012). Modern problems of marketing policy of Ukrainian enterprises, [Online], vol. 8, available at: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf)
2. Senshyn, O. (2011). Theoretical analysis of the concepts of «sales» and «sales activity. Aktual'ni problemy ekonomichnoho i sotsial'noho rozvytku rehionu, [Online], vol. 6, available at: <http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/21235/19F.pdf>
3. Burcev, V. (2007). Internal control marketing activities of enterprises in modern conditions of managing. Management in Russia and Abroad, vol. 05 (43), pp. 139–145.
4. Lankaster, D. (2003). Prodzahy u upravlenye prodazhamy [Selling & Sales Management], YuNYTY-DANA, Moscow, Russia.
5. Braun, K. (2003). Prakticheskoe posobie po stimulirovaniju sbyta [Practical Guide to stimulate sales], Moscow, Russia.
6. Vertogradov, V. (2005). Upravlenie prodazhami [Sales management], St. Piter, Russia.
7. Jakovlev, A. (2009). Sales activities of commercial enterprises: concept and essence. Upravlenie prodazhami, vol. 03 (46), pp. 134–141.
8. Kotler, F. (2005). Osnovy marketinga. [Marketing Essentials], Izdatel'skij dom «Vil'jams», Moscow, Russia.
9. Kaplan, R. (2005). Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System. Harvard Business Review, Vol. 70, No 1, 75–85.
10. Loret, K. What Is Marketing Strategy Planning? available at: <http://smallbusiness.chron.com/marketing-strategy-planning-628.html>. http://pidruchniki.ws/10810806/marketinghttp://pidruchniki.ws/12810419/marketinghttp://www.lib.ua-/http://pidruchniki.ws/1926060150057/marketing/marketingove_planuvannyahttp://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2009_3/21.pdf

Самохвал Олеся Олександрівна

кандидат педагогічних наук,

докторант кафедри інноваційних та інформаційних технологій в освіті

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

Самохвал Олеся Александровна

кандидат педагогических наук,

докторант кафедры инновационных и информационных технологий в образовании

Винницкий государственный педагогический университет имени Михаила Коцюбинского

Samokhval Olesia

PhD, Postdoctoral Student of the

Department of Innovation and Information Technologies in Education

Vinnitsya Mykhailo Kotsiubynsky State Pedagogical University

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-3996

ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ АВСТРІЇ

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ АВСТРИИ

THE INSTITUTIONAL FRAMEWORK FOR THE ORGANIZATION OF THE STATE REGULATION MECHANISM FOR AUSTRIAN TOURISM INDUSTRY

Анотація. У статті розглядається організаційно-правові засади державного управління туристичної галузі Австрії. Проаналізовано особливості реалізації державної політики розвитку туристичної галузі, яка здійснюється на федеральному та земельному рівнях. Розглянуто сутність та специфіку державної політики управління туризмом, проаналізовано ефективність її використання в окреслених напрямках, а саме: економічний, маркетинговий та фінансовий. Визначено основні напрями діяльності ключових федеральних та земельних органів влади та організацій для розвитку туризму в країні.

З'ясовано, що система регулювання туристичної галузі Австрії має складну структуру, яка базується на співпраці державних установ, соціальних партнерів та громадських об'єднань, яким надаються державні гарантії для здійснення своєї діяльності, які закріплені на законодавчому рівні, а також значна автономія земель, що дозволяє краще зорієнтуватися у потребах та проблемах туристичної галузі на регіональному рівні та прийняти відповідні міри для їх вирішення. Виокремлено основні принципи механізму державного регулювання туристичної галузі Австрії, які передбачають сприяння туристичній діяльності та створення сприятливих умов для її розвитку; надання державних гарантій щодо позик і субсидій; підтримку пріоритетних напрямів розвитку туризму в державі та за її межами; промоутерську діяльність, спрямовану на створення позитивного та привабливого іміджу країни на міжнародному туристичному ринку; захист прав туристів і підтримку туроператорів, турагентів і їх об'єднань.

Визначено можливості використання позитивного досвіду державного регулювання туристичної галузі Австрії для України та сформульовано пропозиції для розвитку національної туристичної галузі.

Ключові слова: державне регулювання, туристична галузь, організаційно-правові засади, туризм Австрії, державна політика.

Аннотация. В статье рассматриваются организационно-правовые основы государственного управления туристической отрасли Австрии. Проанализированы особенности реализации государственной политики развития туристической отрасли, осуществляемой на федеральном и земельном уровнях. Рассмотрены сущность и специфика государственной политики управления туризмом, проанализирована эффективность ее использования в определенных направлениях,

а именно: экономическом, маркетинговом и финансовом. Определены основные направления деятельности ключевых федеральных и земельных органов власти и организаций для развития туризма в стране.

Определено, что система регулирования туристической отрасли Австрии имеет сложную структуру, основанную на сотрудничестве государственных учреждений, социальных партнеров и общественных объединений, которым предоставляются государственные гарантии для осуществления своей деятельности, закреплённых на законодательном уровне, а также значительная автономия земель, что позволяет лучше сориентироваться в потребностях и проблемах туристической отрасли на региональном уровне и принять соответствующие меры для их решения. Выделены основные принципы механизма государственного регулирования туристической отрасли Австрии, которые предусматривают содействие туристической деятельности и создание благоприятных условий для ее развития; предоставление государственных гарантий займов и субсидий; поддержку приоритетных направлений развития туризма в стране и за ее пределами; промоутерскую деятельность, направленную на создание положительного и привлекательного имиджа страны на международном туристическом рынке; защита прав туристов и поддержку туроператоров, турагентов и их объединений.

Определены возможности использования положительного опыта государственного регулирования туристической отрасли Австрии для Украины и сформулированы предложения для развития национальной туристической отрасли.

Ключевые слова: государственное регулирование, туристическая отрасль, организационно-правовые основы, туризм Австрии, государственная политика.

Summary. The article deals with the organizational and legal basis of the state administration of the Austrian tourism industry. The peculiarities of providing the state policy for tourism industry development carried out at federal and land levels, are analyzed. The backgrounds and specificity of the state policy in tourism management are considered, efficiency of its implementation in the specified directions, namely: economic, marketing and financial, is analyzed. The main directions of key federal and state authorities and organizations' activities for the development of Austrian tourism are determined.

It has been estimated that Austrian tourism industry' regulation system has a complex structure based on the cooperation of state institutions with social partners and public associations provided with state guarantees for the implementation of their activities within the legislative framework, as well as significant autonomy of the lands, that provides with the better orientation to the needs and problems of the tourism industry at the regional level and allows to take appropriate measures for their solution. The basic principles of the state regulation mechanism of Austrian tourist industry used for promotion of tourist activity and creation of favorable conditions for its development, provision of state guarantees on loans and subsidies, support of priority directions of tourism development within the state and abroad, promoting activity aimed at creating a positive and attractive image of the country on the international tourist market, protection of tourists' rights and support of tour operators, travel agents and their associations, are defined.

The possibilities of using the positive experience of the state regulation of Austrian tourism industry for Ukraine and proposals for the development of the national tourism industry are formulated.

Key words: state regulation, tourism industry, organizational and legal principles, tourism of Austria, state policy.

Постановка проблеми. Успішне функціонування туристичної галузі в країнах Західної Європи залежить від цілеспрямованої політики держави, яка створює сприятливі умови для розвитку матеріально-технічної бази туризму та забезпечує галузь висококваліфікованими кадрами, здатними змінюватись і пристосовуватись до умов, які виникають під впливом глобалізаційних процесів у сучасному суспільстві та світовій економіці.

Як відомо, туризм є важливою складовою успішного розвитку австрійської економіки. За даними Торгово-економічної палати Австрії (нім. *Wirtschaftskammer Österreich*), прибутки від туристичної галузі в загальному обсязі ВВП за підсумками 2017 року становлять 15,9 % (58,8 млрд. Євро).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Туризм в Австрії розпочав своє становлення як про-

відна економічна галузь ще у XVIII ст. З того часу питаннями розбудови туристичної галузі країни займались не лише державні органи, але й наукова спільнота. Наукові праці А. Брусатті [5], Е. Смералія [13], Р. Хахтмана [8] та інші розкривають сутність та особливості становлення туристичної галузі Австрії, аналізуючи історичні процеси та чинники впливу на розвиток туризму як в окремих регіонах, так і в країні в цілому. Державне регулювання туристичної галузі Австрії, особливості його формування та аналіз сучасного стану розкрито у дослідженнях Й. Баумгартнера [4], С. Кайновскі [4], Х. Пітлік [4], П. Келлера [9], Х. Мюлера [10], Х. Смекаль [12], К. Зохера [12] та інші.

Формулювання цілей статті. Сучасні реалії функціонування національної туристичної галузі дають підстави стверджувати, що Україна, маючи значний

потенціал туристично-рекреаційних ресурсів та перспективи розвитку туристичної індустрії, демонструє низьку її економічну ефективність. Причиною цього є, насамперед, відсутність державної інституційної вертикалі і недосконалість нормативно-правової бази регулювання туристичної галузі.

На сьогоднішній день в Україні не створено єдиного відомчого органу, який би формував законодавчу основу для розвитку туризму та визначав би пріоритетні напрями розвитку однієї з найбільш прибуткових галузей національної економіки. Все ж останнім часом національний уряд приймає виважені рішення для вирішення означених проблем, що свідчить про усвідомлення перспективи розвитку туризму в Україні. Так, постановою Кабінету міністрів України № 168 від 16 березня 2017 р. Уряд схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, якою передбачено запровадження інституту саморегулювних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації), удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів, розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних, тощо [2].

Отже, враховуючи інституційну та законодавчу нестановленість туристичної галузі України та намагання держави вирішити означені проблеми, вважаємо за необхідне проаналізувати інституційний та нормативно-правовий механізми функціонування туристичної галузі у розвинених туристичних країнах, зокрема Австрії, визначити особливості її структури державного управління туристичної галузі для можливої екстраполяції позитивного досвіду для України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Австрія належить до числа найбільш економічно розвинутих країн Західної Європи. Будучи федеративною республікою, до складу якої входять 9 федеративних земель, повноваження щодо державного регулювання туристичної галузі на законодавчому рівні чітко розподілені між федеральними та місцевими (земельними) органами влади. Австрія — це гірськолижна держава, в якій Альпи разом із передгір'ям становлять 70 % усієї території держави, тому значна увага державних органів влади зосереджена на розвиток альпійського туризму в країні.

Як у більшості німецькомовних країн Західної Європи, в Австрії відсутнє окреме законодавство туристичної галузі (спеціального закону або кодексу). Туристична галузь є інтегрованою складовою частиною економіки країни. Правове регулювання справами з туризму здійснюється федеральним парламентом, урядом і його окремими відомствами, а також належать до компетенцій федеративних

земель відповідно § 10–15 Федеративного Закону Австрії (нім. *Bundesverfassungsgesetz*) з поправками від 01.08.2016 р. [6].

Згідно головного закону Австрії, дев'ять федеральних земель, які утворюють Федеральну Республіку Австрія, мають законодавчі та виконавчі повноваження в справах туристичної галузі. Як вже наголошувалось, туристична галузь Австрії — це типовий міждисциплінарний сектор, до якого застосовуються як федеральні, так і європейські закони, які імплементуються та можуть зазнавати деяких корективів (кожна земля має право приймати постанови, які необхідні для покращення економічного та соціального становища на окремих територіях) [3].

У 2006 році австрійським Парламентом був створений Парламентський комітет у справах туризму, який досліджує міжнародний та національний стан розвитку туристичної галузі з подальшим визначенням директив для просування туристичного продукту як в середині країни, так і на міжнародному рівні.

На національному рівні політикою в галузі туризму в Австрії займаються федеральний парламент (нім. *Österreichisches Parlament*), федеральні міністерства та їх окремі підрозділи, зокрема: Федеральне Міністерство економіки, науки та досліджень (нім. *Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft*), Федеральне Міністерство економіки, сім'ї та молоді (нім. *Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend*), Торгово-промислова палата Австрії (нім. *Wirtschaftskammer Österreich*), Австрійський національний туристичний офіс (нім. *Österreich Werbung*), Австрійський банк розвитку туризму (нім. *Österreichische Hotel- und Tourismusbank*), Відділ статистики та досліджень (нім. *Touristische Forschung und Statistik*), а також соціальні та приватні організації, які задіяні у процес регулювання туризму в країні.

Як вже наголошувалось раніше, управління туристичної галузі Австрії передбачає чіткий поділ повноважень між федеральними та місцевими органами влади. Так, на місцевому рівні справами туристичної галузі займаються парламенти та уряди федеральних земель (нім. *Landesregierungen*), та їх департаменти в справах туризму, які створені у кожній окремій федеральній землі, зокрема: Бургенланд — Відділ у справах туризму (нім. *Hauptreferat Tourismus*), Каринтія — Відомче управління федеральної землі (нім. *Landesamtsdirektion*), Нижня Австрія — Відділ у справах економіки, спорту та туризму (нім. *Wirtschaft, Sport und Tourismus Abteilung*), Верхня Австрія — Економічний відділ (нім. *Wirtschaft Abteilung*), Зальцбург — Відділ у справах економіки, туризму та громади (нім.

Wirtschaft, Tourismus und Gemeinden Abteilung), Штирія — Відділ у справах економіки, спорту та туризму (нім. *Wirtschaft, Tourismus, Sport Abteilung*), Тіроль — Відділ у справах туризму (нім. *Tourismus Abteilung*), Форарльберг — Економічний відділ (нім. *Wirtschaft Abteilung*), Відень — Віденське туристичне об'єднання (нім. *Wiener Tourismusverband*). Місцеві організації, які зацікавлені чи задіяні в діяльності туристичної галузі також приймають активну участь у процесі управління (див. рис. 1).

Основна мета Федерального міністерства економіки, науки та досліджень полягає в підтримці структурних змін за рахунок форсування досліджень,

технологій та інновацій. Завдання Міністерства виконуються окремими центрами та підрозділами, які зосереджені на таких напрямках роботи: наука і вища освіта; дослідження; економічна політика, інновації та технології; політика зовнішньої торгівлі та європейської інтеграції, політика ведення бізнесу; туризм і історичні об'єкти; енергетика та гірничодобувна промисловість [1].

Варто наголосити, що відділ туризму та історичних цінностей (нім. *Sektion für Tourismus und Historische Objekte*), який сформовано при міністерстві економіки, науки та досліджень відіграє роль: національного інформаційного центру туризму

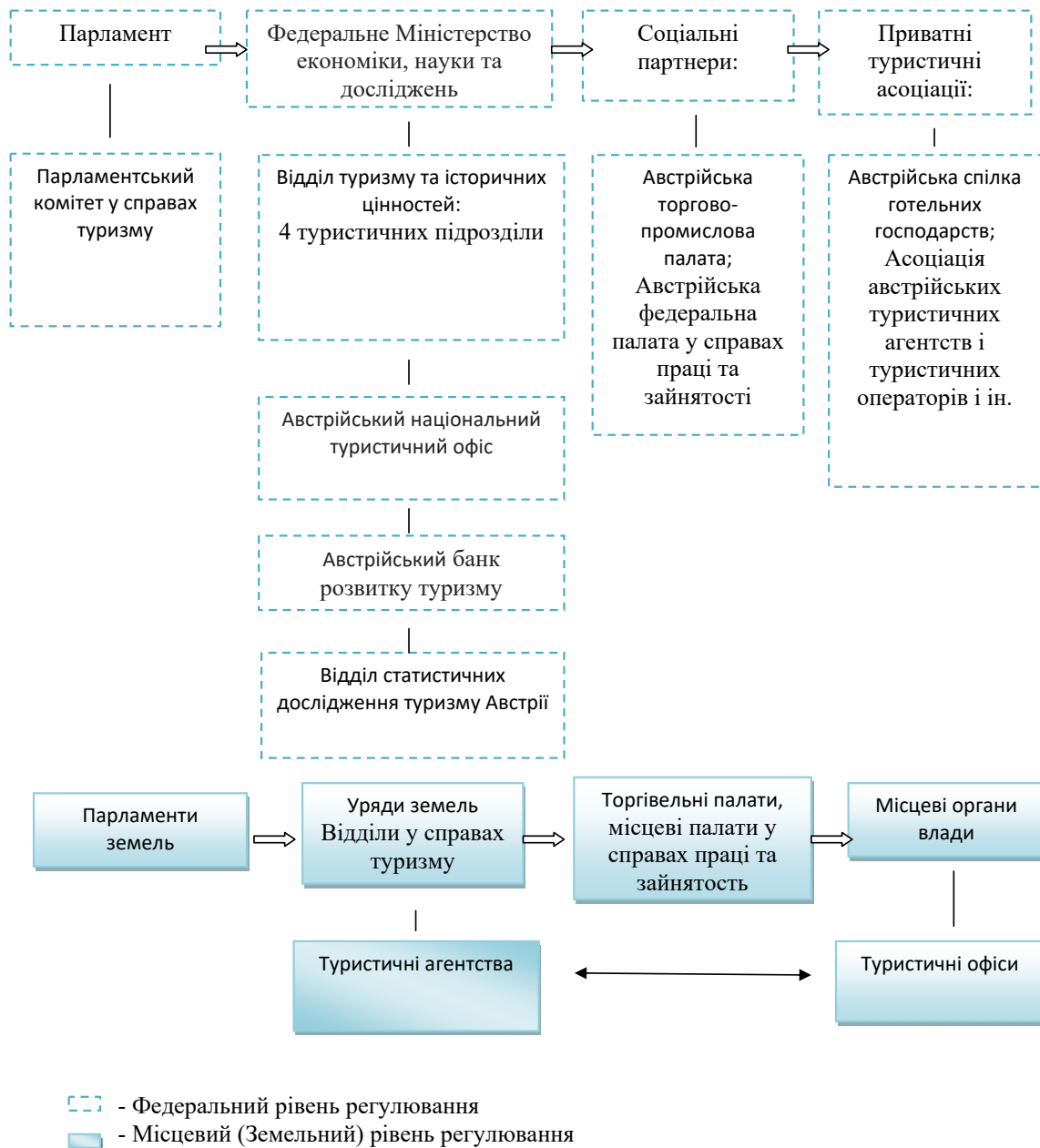


Рис. 1. Система державного регулювання туристичної галузі Австрії

Джерело: систематизовано автором

та рекреації; координаційного центру для осіб та організацій національного та міжнародного рівня, залучених у туристичну діяльність; представництва федеральних інтересів в Австрійському національному туристичному офісі, який розробляє та імплементує національну маркетингову стратегію туризму.

Окрім цього, відділ туризму та історичних цінностей реалізовує діяльність в туристичній галузі за чотирма основними напрямками:

1. Політика в туристичній галузі: загальні питання політики туризму і стратегії розвитку туризму в країні; стратегічні дослідження; загальні статистичні питання туризму; координаційна діяльність в туристичній галузі, якщо це не перешкоджає діям інших відділів; аналіз стану діяльності Австрійського національного туристичного офісу.

2. Аналіз стану міжнародного туризму: аналіз стратегічних напрямів політики міжнародного туризму; аналіз діяльності міжнародних організацій та установ у туристичній сфері, австрійського представництва при Європейському Союзі в справах туризму; посилення співпраці в туристичній сфері діяльності.

3. Координаційна та промоутерська діяльність: координація контактів між діловими партнерами в сфері туризму; інформування та управління знаннями щодо тенденції в туристичній галузі, інновації та надійність (наприклад, зміна клімату, енергетика, навколишнє середовище, мобільність, навчання, доступність); загальна для усіх земель PR- стратегія та імпульсні проекти; єдина державна цінова політика; кризове управління туристичною галуззю; незалежна комісія з арбітражу при Федеральному міністерству економіки, науки і досліджень.

4. Підтримка та співпраця: фінансування туризму в цілому; сприяння кредитуванню сільського господарства та сфери туризму; просування національного продукту на території ЄС; сприяння державної підтримки та інвестування країн Євросоюзу в розвиток національного туристичного продукту [11].

Таким чином охоплено основні сфери, які регулюють діяльність туристичної галузі, а саме: економічна, маркетингова та фінансова.

Відповідно до законодавчих і виконавчих ініціатив розвитку туризму Австрії та враховуючи горизонтальний характер державного управління туристичної галузі, співробітництво в даній сфері має важливе значення. На федеральному рівні, міністерство економіки, науки та досліджень співпрацює з іншими міністерствами по кожному конкретному випадку. Дев'ять федеральних земель, в законодавчій базі яких знаходиться відповідальність за туристичну галузь Австрії приймають активну участь в так званій

«Стратегічній групі» задля подальшої розробки та виконання національної стратегії розвитку туризму.

Так, у лютому 2010 році Міністр Федерального уряду Австрії, який відповідає за стан та розвиток туристичної галузі, анонсував стратегію «Нові можливості туризму», яка характеризується тісною та стратегічною координацією питань розвитку та підтримки туристичної галузі органами влади на національному та регіональному рівнях, тобто посилює співпрацю федеральних відомств з місцевими органами влади [11].

Як національна організація, Австрійський національний туристичний офіс (далі АНТО) у співпраці з австрійськими партнерами у туристичній галузі відповідає за збереження та зміцнення конкурентоспроможності Австрії як туристичної країни. Таким чином, АНТО здійснює серйозний внесок у збільшення частки Австрії на міжнародному туристичному ринку.

З 1955 р. основною метою організації (заснована під назвою «Австрійська рекламна організація з туризму», у 1989 р. перейменована на «Австрійський національний туристичний офіс») є створення іміджу Австрії як країни з безмежними туристичними можливостями [16].

Першочерговими завданнями АНТО є:

- просування бренду «Відпустка в Австрії»: бренд виділяє Австрію серед інших туристичних країн і додає емоційного забарвлення перебуванню в Австрії;
- врахування найперспективніших для австрійського туризму міжнародних ринків за допомогою інноваційних, сучасних маркетингових засобів;
- партнерство з австрійськими туристичними підприємствами.

Як правило, усі заходи організації фінансуються за рахунок бюджетних коштів АНТО. При цьому наявні пропозиції та сервісні послуги в однаковій мірі надаються всім учасникам туристичної сфери. Під час проведення маркетингових заходів, в яких партнери з туризму можуть брати участь, презентуючи власні, конкретні товари та послуги, АНТО бере на себе базове фінансування, яке, за необхідності, дофінансовується внесками партнерів-учасників.

Необхідно зазначити, що кожного року АНТО проводить у всьому світі більше 1.500 маркетингових заходів. Діапазон діяльності коливається від класичної реклами Австрії як туристичної країни з використанням засобів масової інформації, випуском тематичних проспектів, організацією виставок і торговельних платформ, до співпраці з місцевими туроператорами і турагентствами, організації тренінгів для представників туристичного та виставкового бізнесу.

Також АНТО здійснює інформаційну підтримку туристів із допомогою інформаційного сервісного центру АНТО та Інтернет-порталу *www.austria.info*. На цій найбільшій австрійській туристичній Інтернет-платформі представлено інформацію та туристичні пропозиції всієї Австрії, які зорієнтовані на потенційних гостей країни (на 20 мовах) [16].

Важливу фінансову підтримку туристичної галузі Австрії здійснює Австрійський банк розвитку туризму, який був заснований у 1947 році.

Австрійський банк розвитку туризму гарантує фінансування державних та приватних проектів спрямованих на розвиток туристичної галузі держави, створює основу фінансової співпраці між федеративним урядом та місцевими органами влади. Метою фінансової установи є фінансування необхідних проектів з урахуванням структури та особливостей розвитку туристичної галузі в межах окремої землі, тим самим створюючи індивідуальні пакети підтримки конкретних ініціатив і пропозиції того чи іншого регіону Австрії. Тісна співпраця між компетентними державними органами та Австрійським банком розвитку туризму сприяє економічному засвоєнню державних коштів, які виділяються на розвиток туристичної галузі у регіонах, а також спрощує доступ приватних компаній туристичної сфери діяльності до джерел фінансування власних проектів [7].

Кожного року (до 2016 р.) віце-канцлер, міністр туристичної галузі Райнхольд Міттерленер за участі Австрійського банку розвитку туризму проводили конференцію з залученням зацікавлених осіб та компаній, на якій були представлені та розглядалися ініціативи і проекти розвитку туризму в Австрії. Проекти, які були визнані інноваційними та економічно вигідними для держави, отримували статус «пілотних» та всебічну державну та фінансову підтримку в їх реалізації [7].

Необхідно наголосити, що Австрійський уряд і зацікавлені державні та недержавні організації постійно працюють над вдосконаленням інноваційного та інформаційного забезпечення туристичної галузі держави. Так, 20 вересня 2016 року, за ініціативи Федерального уряду, Австрійського банку розвитку туризму, Австрійської торгово-промислової палати, федерального економічного відділу у справах туризму та дозвілля, Австрійського спілки готельних господарств та інших громадських організацій було презентовано *Crowdfunding-Portal* [14]. Це туристичний портал, на якому можна ознайомитися з останніми міжнародними та національними новинами, тематичними блогами сфери туризму. Значимую подією є те, що платформа дає можливість

зацікавленим сторонам в галузі туризму (підприємцям, підприємцям-початківцям, партнерам по фінансуванню, промоутерам, та інше) у будь-який час подавати до розгляду власні проекти та ініціативи, які в найкоротший термін будуть розглянуті та отримують відповідну резолюцію [14].

Таким чином, з відкриттям туристичного порталу Австрії, проведення щорічних конференцій з ініціативними групами осіб втратило свою необхідність.

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших досліджень. Отже, система регулювання туристичної галузі та професійної підготовки майбутніх фахівців туристичної галузі Австрії має складну структуру, яка базується на співпраці державних установ, соціальних партнерів та громадських об'єднань, яким надаються державні гарантії для здійснення своєї діяльності, які закріплені на законодавчому рівні, а також значна автономія земель, що дозволяє краще зорієнтуватись у потребах та проблемах туристичної галузі на регіональному рівні та прийняти відповідні міри для їх вирішення.

Аналіз сучасного стану та особливостей державного регулювання туристичної галузі Австрії уможливив виокремити основні принципи його механізму, а саме:

- сприяння туристичної діяльності та створення сприятливих умов для її розвитку;
- державні гарантії щодо позик і субсидій, які надаються комерційними банками на розвиток туристичних проектів;
- визначення та підтримка пріоритетних напрямків розвитку туризму в державі та за її межами;
- промоутерська діяльність, спрямована на створення позитивного та привабливого іміджу країни на міжнародному туристичному ринку;
- захист прав туристів і підтримка турагентів, турагентів і їх об'єднань.

Успішність Австрії як провідного туристичного центру Західної Європи, який щороку демонструє збільшення туристичних потоків у країну (2010 р. — 22.004 (000), 2016 р. — 28.121 (000) (+ 5.2.%) [15]) та ретельний аналіз системи державного регулювання туризму дає змогу окреслити основні напрями реформування туристичної галузі в Україні, що знаходиться на шляху розбудови країни як привабливої для туризму, зокрема:

1. Побудова вертикалі державного регулювання туристичної галузі з чітко окресленими нормативно-правовими рамками їх функціонування.

2. Створення національного відомства у справах туризму як координаційного центру з питань реалізації державної політики в галузі туризму, співпраці з соціальними партнерами та місцевими органами

влади для успішного розвитку національного туризму, реалізації маркетингових проектів просування України на світовий туристичний ринок.

3. Створення державного інформативного центру для популяризації національного туристичного продукту, а також представлення України як туристично привабливої країни у світі.

4. Популяризація України як країни з значним туристично-рекреаційним потенціалом на світових маркетингових заходах з туризму, що дасть змогу збільшити не лише туристичні потоки, але й залучити інвестиційні надходження в державу.

Результати дослідження системи державного регулювання туристичної галузі Австрії свідчать, що розвиток туристичної галузі потребує зважених управлінських рішень органів виконавчої влади не

лише на загальнодержавному, а й на регіональному рівнях. Водночас, реалізація туристичної політики в країні потребує співпраці державних інституцій з недержавними (зацікавленими) організаціями для прийняття збалансованих та узгоджених кроків задля вдосконалення механізмів реформування туристичної галузі з урахуванням як загальнодержавних, так і місцевих потреб туристичної сфери діяльності.

Перспективи подальших наукових досліджень вбачаємо у аналізі державних програм розвитку туризму в німецькомовних країнах Західної Європи, зокрема Австрії; визначення пріоритетних напрямів розвитку туризму в провідних європейських країнах, а також механізмів реалізації державної політики в процесі модернізації туристичної галузі.

Література

1. Научный портал «4Science» [Електронний ресурс]. — Австрийское федеральное министерство науки, исследований и промышленности. — Режим доступа: <https://4science.ru/finsources/Avstriiskoe-federalnoe-ministerstvo-nauki-issledovaniy-i-promishlennosti> — Мова рос.
2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс]. — Постанова Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168 / Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. — Режим доступа: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501> — Мова укр.
3. Annual tourism report: Österreich [Електронний ресурс]. — European Commission. — 2015. — Режим доступа: <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/content/annual-report-tourism-2014-austria> — Мова англ.
4. Baumgartner J., Kaniovski S., Pitlik H. Allmähliche Erholung nach schwerer Rezession — Mittelfristige Prognose der Österreichischen Wirtschaft bis 2014 [Електронний ресурс]. — WIFO-Monatsberichte, 2010, 83(1), S. 47–59. — Режим доступа: http://www.wifo.ac.at/www/jsp/index.jsp?fid=23923&id=38125&typeid=8&display_mode=2. — Мова нім.
5. Brusatti A. 100 Jahre Österreichischer Fremdenverkehr. Historische Entwicklung 1884–1984. Wien, 1984. — 191 S.
6. Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort [Електронний ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bmwf.gv.at/> — Мова нім.
7. Bundesrecht konsolidiert: Bundes-Verfassungsgesetz Art. 10, tagesaktuelle Fassung. [Електронний ресурс]. — Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort. — Режим доступа: <https://www.ris.bka.gv.at/Norm-Dokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000138&Artikel=10&Paragraf=&Anlage=&Uebergangsrrech> — Мова нім.
8. Nachtmann R. Tourismus-Geschichte / Grundkurs Neue Geschichte, UTB2866, Göttingen, 2007. — 190 S.
9. Keller P. Towards an Innovation-Oriented Tourism Policy: A New Agenda? / Erich Schmidt-Verlag, Berlin, 2006. — S. 55–70.
10. Müller H. Qualitätsorientiertes Tourismus-Management / Verlag Paul Haupt, Bern–Stuttgart–Wien, 2000. — 231 S.
11. Potentiale erkennen [Електронний ресурс]. — Tourismusbank. Österreichische Hotel- und Tourismusbank, Wien. 2016, 20 S.. — Режим доступа: http://www.oeht.at/fileadmin/user_upload/Dokumente/Downloads/OEHT-Taetigkeitsbericht_2016.pdf?rnd=0.93011251517024 — Мова нім.
12. Smekal Ch., Socher K. Tourismuspolitik zur Unterstützung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung: Probleme und Aussichten / Sustainability: Reconsidered and Redesigned, Band 1, Ito, Innsbruck, 1996. — S. 310–315.
13. Smeral E. The Impact of the Financial and Economic Crisis on European Tourism [Електронний ресурс]. — Journal of Travel Research, August 2009, 48(1), S. 3–13. — Режим доступа: <http://jtr.sagepub.com/cgi/content/abstract/48/1/3>. — Мова англ.
14. Umweltbundesamt: Zehnter Umweltkontrollbericht [Електронний ресурс]. — Umweltsituation in Österreich. Reports, Bd. REP-0410. Umweltbundesamt. Wien, 2013. — 288 S. — Режим доступа: http://www.bmwf.gv.at/Tourismus/TourismusInOesterreich/Document/Organisationshandbuch%20Mai%202016_Barrierefrei.pdf — Мова нім.

15. UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition [Електронний ресурс]. — World Tourism Organisation. — Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> — Мова англ.

16. We4Tourism [Електронний ресурс]. — Die Tourismusplattform für Österreich. — Режим доступу: <https://www.we4tourism.at/> — Мова нім.

17. Österreich Werbung [Електронний ресурс]. — Austrian National Tourist Office. — Режим доступу: <https://www.austriatourism.com/oesterreich-werbung/> — Мова нім.

References

1. Nauchnyiy portal «4Science» [Elektronnyiy resurs]. — Avstriyskoe federalnoe ministerstvo nauki, issledovaniy i promyshlennosti. — Rejim dostupa: <https://4science.ru/finsources/Avstriyskoe-federalnoe-ministerstvo-nauki-issledovaniy-i-promyshlennosti>) — Мова рос.

2. Pro skhvalennja Strateghiji rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [Elektronnyj resurs]. — Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 16 bereznja 2017 r. # 168 // Jedyynyj veb-portal orghaniv vykonavchoji vlady Ukrainy. — Rezhym dostupu: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501> — Мова ukr.

3. Annual tourism report: Österreich [Elektronnyj resurs]. — European Commission. — 2015. — Rezhym dostupu: <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/content/annual-report-tourism-2014-austria> — Мова angl.

4. Baumgartner J., Kaniovski S., Pitlik H. Allmähliche Erholung nach schwerer Rezession — Mittelfristige Prognose der Österreichischen Wirtschaft bis 2014 [Elektronnyj resurs]. — WIFO-Monatsberichte, 2010, 83(1), S. 47–59. — Rezhym dostupu: http://www.wifo.ac.at/www/jsp/index.jsp?fid=23923&id=38125&typeid=8&display_mode=2. — Мова нім.

5. Brusatti A. 100 Jahre Österreichischer Fremdenverkehr. Historische Entwicklung 1884–1984. Wien, 1984. — 191 S.

6. Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.bmwf.gv.at/> — Мова нім.

7. Bundesrecht konsolidiert: Bundes-Verfassungsgesetz Art. 10, tagesaktuelle Fassung [Elektronnyj resurs]. — Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort. — Rezhym dostupu: <https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000138&Artikel=10&Paragraf=&Anlage=&Uebergangsch> — Мова нім.

8. Hachtmann R. Tourismus-Geschichte / Grundkurs Neue Geschichte, UTB2866, Göttingen, 2007. — 190 S.

9. Keller P. Towards an Innovation-Oriented Tourism Policy: A New Agenda? / Erich Schmidt-Verlag, Berlin, 2006, S. 55–70.

10. Müller H. Qualitätsorientiertes Tourismus-Management / Verlag Paul Haupt, Bern–Stuttgart–Wien, 2000. — 231 S.

11. Potentiale erkennen [Elektronnyj resurs]. — Tourismusbank. Österreichische Hotel- und Tourismusbank, Wien. — 2016. — 20 S. — Rezhym dostupu: http://www.oehrt.at/fileadmin/user_upload/Dokumente/Downloads/OEHT-Taetigkeitsbericht_2016.pdf?rnd=0.93011251517024 — Мова нім.

12. Smekal Ch., Socher K. Tourismuspolitik zur Unterstützung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung: Probleme und Aussichten / Sustainability: Reconsidered and Redesigned, Band 1, Ito, Innsbruck, 1996. — S. 310–315.

13. Smeral E. The Impact of the Financial and Economic Crisis on European Tourism [Elektronnyj resurs]. — Journal of Travel Research, August 2009, 48(1), S. 3–13. — Rezhym dostupu: <http://jtr.sagepub.com/cgi/content/abstract/48/1/3>. — Мова angl.

14. Umweltbundesamt: Zehnter Umweltkontrollbericht [Elektronnyj resurs]. — Umweltsituation in Österreich. Reports, Bd. REP-0410. Umweltbundesamt. Wien, 2013. — 288 S. — Rezhym dostupu: http://www.bmwf.gv.at/Tourismus/TourismusInOesterreich/Documents/Organisationshandbuch%20Mai%202016_Barrierefrei.pdf — Мова нім.

15. UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition [Elektronnyj resurs]. — World Tourism Organisation. — Rezhym dostupu: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> — Мова angl.

16. We4Tourism [Elektronnyj resurs]. — Die Tourismusplattform für Österreich. — Режим доступу: <https://www.we4tourism.at/> — Мова нім.

17. Österreich Werbung [Elektronnyj resurs]: Austrian National Tourist Office. — Rezhym dostupu: <https://www.austriatourism.com/oesterreich-werbung/> — Мова нім.

Разинькова Міла Юріївна

кандидат економічних наук, викладач

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Разинькова Мила Юрьевна

кандидат экономических наук, преподаватель

Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця

Razinkova Mila

PhD in Economics, Lecturer

Kharkiv National University of Economics named after Semen Kuznets

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-3968

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСІБ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

SOCIAL NETWORKS AS A TYPE OF MARKETING COMMUNICATION SYSTEMS OF MODERN ENTERPRISES

Анотація. В статті досліджено значення соціальних мереж як засобу системи маркетингових комунікацій сучасних підприємств. Встановлено, що маркетингові комунікації об'єднують: життєвий цикл товару, а саме універсальність наукової концепції ринку і базових елементів, попит і пропозиція, однакові канали комунікації; одна і та сама система чинників зовнішнього середовища; а також інструменти маркетингу, сегментація ринку та адаптація на ринку, реклама і однакова ціль просування на ринку. Подані інструменти просування товару на ринках такі: комунікації в прямому маркетингу та комунікації в процесі персональних продажів, реклама, стимулювання продажів, зв'язки в громадськості. Але при використанні цих широковідомих інструментів необхідно враховувати специфіку ринків. Вдало поєднані перераховані вище засоби комунікації утворюють комплекс, що стимулює просування товару на ринках. Наведена послідовність розробки та впровадження маркетингової політики сучасної компанії на ринку. Проаналізовані види маркетингових стратегій, серед яких: стратегія низьких витрат, стратегія диференціації та стратегія концентрації. Наведені основні засоби виведення товару на іноземний ринок через вплив на групи потенційних клієнтів, серед яких: стимулювання збуту, реклама, особисті зустрічі з клієнтами, комунікації в прямому маркетингу, образний імідж, зв'язки з громадськості. З'ясовано, що головною перевагою їх є практична відсутність кордонів у маркетинговій діяльності (широке охоплення цільової аудиторії та можливе залучення відвідувачів незалежно від їх територіальної приналежності), сегментування споживачів, можливість вибору цільової аудиторії з високим ступенем точності, відносно низька вартість рекламного контакту, наявність зворотного зв'язку з цільовою аудиторією, що дозволяє швидко реагувати на зауваження потенційних клієнтів та здійснювати оперативну реакцію на рекламу.

Ключові слова: зв'язки з громадськості, підприємство, маркетингові комунікації, СММ.

Аннотация. В статье исследовано значение социальных сетей как средства системы маркетинговых коммуникаций современных предприятий. Установлено, что маркетинговые коммуникации объединяют: жизненный цикл товара, а именно универсальность научной концепции рынка и базовых элементов, спрос и предложение, одинаковые каналы коммуникации; одна и та же система факторов внешней среды; а также инструменты маркетинга, сегментация рынка и адаптация на рынке, реклама и одинаковая цель продвижения на рынке. Представленные инструменты продвижения товара на рынках такие, как: коммуникации в прямом маркетинге и коммуникации в процессе персональных продаж, реклама, стимулирование продаж, связи в общественности. Но при использовании этих широко известных инструментов необходимо учитывать специфику рынков. Удачно сочетающиеся вышеперечисленные средства коммуникации образуют

комплекс, стимулирующий продвижения товара на рынках. Приведенная последовательность разработки и внедрения маркетинговой политики современной компании на рынке. Проанализированы виды маркетинговых стратегий, среди которых: стратегия низких издержек, стратегия дифференциации и стратегия концентрации. Приведены основные средства выведения товара на иностранный рынок через воздействие на группы потенциальных клиентов, среди которых: стимулирование сбыта, реклама, личные встречи с клиентами, коммуникации в прямом маркетинге, образный имидж, связи с общественностью. Выяснено, что главным преимуществом их является практическое отсутствие границ в маркетинговой деятельности (широкий охвата целевой аудитории и возможность привлечения посетителей не зависимо от их территориальной принадлежности), сегментация потребителей, возможность выбора целевой аудитории с высокой степенью точности, относительно низкая стоимость рекламного контакта, обратная связь с целевой аудиторией, что позволяет быстро реагировать на замечания потенциальных клиентов и осуществлять оперативную реакцию на рекламу.

Ключевые слова: связи с общественностью, предприятие, маркетинговые коммуникации, СММ.

Summary. The article examines the importance of social networks as a means of marketing communications systems of modern enterprises. It is established that marketing communications combine: the life cycle of a product, namely, the universality of the scientific concept of the market and the basic elements, supply and demand, the same channels of communication; one and the same system of factors of the environment; as well as marketing tools, market segmentation and market adaptation, advertising and the same goal of market promotion. The offered tools for promoting products on the markets are: communication in direct marketing and communication in the process of personal sales, advertising, sales promotion, public relations. But using these well-known tools is necessary to take into account the specifics of the markets. Fortunately, the above mentioned means of communication form a complex that stimulates the movement of goods in the markets. The sequence of development and implementation of marketing policy of a modern company in the market is presented. The types of marketing strategies analyzed, among them: low cost strategy, strategy of differentiation and strategy of concentration. The main means of bringing the product to the foreign market are due to the influence on the groups of potential clients, among which: sales promotion, advertising, personal meetings with clients, direct marketing communications, imaginative image, public relations. It is revealed that their main advantage is the practical absence of borders in marketing activities (wide reach of the target audience and the possible attraction of visitors irrespective of their territorial affiliation), segmentation of consumers, the possibility of choosing a target audience with a high degree of accuracy, relatively low cost of an advertising contact, availability Feedback with the target audience, which allows you to quickly respond to the comments of potential customers and to respond promptly to advertising.

Key words: public relations, enterprise, marketing communications, SMM.

Постановка проблеми в загальному вигляді. У теперішніх умовах, коли активно розвиваються різні ринки, перед власниками сучасних компаній висувається вимога щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності компанії, зокрема за рахунок підвищення показників прибутковості та дохідності. Ці показники результативності діяльності у сфері маркетингових комунікацій залежать від ефективної реалізації маркетингової діяльності, основними завданнями якої є максимізація прибутку та рентабельність маркетингових інвестицій. Тому на сьогодні надзвичайно актуальним є дослідження соціальних мереж як засобу системи маркетингових комунікацій сучасних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання маркетингових комунікацій досліджували такі провідні науковці, як Дубовик Т. В. [1], Лебеденко М. С. [2], Павловський Д. В. [3], Хмарська І. А. [6] та інші. Проте, на сьогодні дуже важливо дослідити значення соціальних мереж як засобу системи маркетингових комунікацій сучасних підприємств, що зумовило вибір теми даної статті.

Формулювання цілей статті. Мета статті — дослідити значення соціальних мереж як засобу системи маркетингових комунікацій сучасних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кожній маркетинговій комунікації властиві власні та унікальні характеристики. Так і маркетинговим комунікаціям через СММ притаманні певні характеристики. Наприклад, для реклами у соціальних мережах характерно масове охоплення території, здатність до переконання, можливість експресивно та ефектно презентувати товар, суспільний характер, ефект монологу. Для PR-кампаній у соціальних мережах характерно: значна достовірність інформації в сприйнятті споживача, значне охоплення аудиторії, тривалий ефект, доповнюваність реклами. Щодо персонального продажу, то для цього виду комунікації властиві персональний характер, живе спілкування, більша порівняно з іншими витратність.

Термін «комунікація» (від лат. *communico* — робити спільним, пов'язувати, повідомляти), який було введено в широкий науковий обіг на початку ХХ століття, отримав соціальне звучання, обумовлене

його використання у різних сферах соціально-гуманітарного знання: філософії, психології, соціології, культурології, лінгвістики та ін. Серед перших, хто звернувся до цієї проблеми був німецький філософ К. Ясперс, який у комунікації вбачав шлях до людського існування [8].

Маркетингова комунікація є елементом взаємозв'язку між компанією і клієнтами, за допомогою якої відбувається продаж, просування і рекламування продукції.

Головне завдання маркетингових комунікацій — максимальне поширення інформації про компанію серед потенційних клієнтів і формування позитивної думки про неї.

Маркетингова комунікація — це розповсюдження інформації за допомогою спеціалізованого набору інструментів для просування товарів і досягнення маркетингових цілей на ринку.

Маркетингові комунікації об'єднують: життєвий цикл товару, а саме універсальність наукової концепції ринку і базових елементів, попит і пропозиція, однакові канали комунікації; одна і та сама система чинників зовнішнього середовища; а також інструменти маркетингу, сегментація ринку та адаптація на ринку, реклама і однакова ціль просування на ринку.

Інструменти просування товару на ринках такі: комунікації в прямому маркетингу та комунікації в процесі персональних продажів, реклама, стимулювання продажів, зв'язки в громадськості. Але при використанні цих широковідомих інструментів необхідно враховувати специфіку ринків. Вдало поєднані перераховані вище засоби комунікації утворюють комплекс, що стимулює просування товару на ринках.

Сукупність прийомів та способів передачі інформації про товари та підприємства, метою яких є їх просування на ринку є методами маркетингової комунікації. Відповідно до каналів передачі їх можна поділити на безпосередні та опосередковані. Особисті зустрічі, а саме презентації, виставки, переговори належать до безпосередніх, а дизайн товарів, реклама і стимулювання продажів відносять до опосередкованих.

До основних засобів маркетингових комунікацій належать:

I. Реклама виступає будь-якою оплачуваною формою непрямой пропозиції переконань, продукції чи послуг.

Реклама в традиційному маркетингу включає такі елементи: реклама у друкованих засобах масової інформації; реклама в галузевих газетах та журналах; реклама на телебаченні; поштова реклама; друкована (поліграфічна) реклама; реклама на радіо; зовнішня реклама; реклама в довідниках «Жовті

сторінки»; а реклама через СММ: банерна реклама на великих порталах, контекстна реклама, медійно-контекстна реклама, геоконтекстна реклама, веб-сайт; анімаційна банерна реклама, спливаючі вікна, флеш-реклама; реклама сайту компанії за допомогою електронної пошти, розсилка спаму або індивідуальних листів — банерна та контекстна реклами; розміщення рекламних файлів на спеціальних веб-ресурсах (подкаст-терміналах); контекстна та банерна реклами з використанням пошукових систем, порталів, каталогів, конференцій, списків розсилок; реєстрація сайту в пошукових системах та каталогах, електронна дошка оголошень [2].

II. Стимулювання збуту — різноманітні короткотермінові заохочувальні акції, спрямовані на стимулювання покупки чи апробування товару або послуги.

Стимулювання збуту в традиційному маркетингу складає поширення зразків товару на пробу для споживачів, надання знижок за певних умов покупки, винагороди постійним клієнтам та проведення конкурсів та лотерей, а через СММ — демонстраційні версії на сайті компанії (залежно від специфіки товару), пробні безкоштовні зразки товару, надання знижок за певних умов покупки, нагороди постійним клієнтам веб-ресурсу компанії, відкриття доступу до певних матеріалів сайту, участь у партнерських програмах та проведення конкурсів та лотерей на сайті компанії [2].

III. Паблік рілейшнз — наука і мистецтво налагодження взаєморозуміння та доброзичливості між особою, фірмою і владою, що ґрунтується на повній, достовірній та своєчасній інформації.

PR в традиційному маркетингу включає такі елементи: організація й проведення прес-конференцій, брифінгів; написання та розміщення прес-релізів; участь у написанні або написання статей, репортажів та інших інформаційних матеріалів; видання фірмового журналу, газети, корпоративного бюлетеня; організація «днів відкритих дверей», проведення спеціальних заходів на виставках; участь/реалізація спонсорських проектів компанії, а у СММ: організація зустрічей з користувачами, відео-конференцій, робота з дискусіями, форумами, чатами, організація прес-конференцій; розміщення та організація прес-релізів на сторінках корпоративних сайтів і спеціальних новинних видань, просування веб-сайту в пошукових системах; публікації матеріалів і новин у електронних представництвах засобів масової інформації, на спеціалізованих і тематичних сайтах; просування сайту на форумах, блогах, розміщення реклами в новинних розсилках; створення і підтримка (регулярне оновлення інформації) сайту компанії, розсилка новин; проведення маркетингових заходів з їх активним

висвітленням в Інтернеті; участь/реалізація спонсорських проектів компанії в мережі Інтернет [2].

IV. Персональний (особистий) продаж — безпосередня взаємодія з одним або кількома потенційними покупцями з метою організації презентацій, відповідей на питання та одержання замовлень.

V. Прямий маркетинг — передбачає застосування поштового чи телефонного зв'язку, факсу, мережі Інтернет, емейлу та інших непрямих інструментів зв'язку.

VI. Комплекс маркетингових комунікацій виступає комплексом заходів інформатизації, спрямований на переконання споживачів розшукувати та купляти продукцію підприємства, а також на стимулювання попиту. Для досягнення успіху комунікаційні заходи повинні носити комплексний характер, провадитись регулярно, що сприятиме закріпленню у свідомості споживачів та формуванню позитивного сприйняття ними інформації.

Кожному із засобів просування товарів на ринку притаманні свої унікальні характеристики, які треба враховувати при формуванні системи маркетингових комунікацій. Ці характеристики можуть бути позитивними, а можуть свідчити і про певні недоліки цієї складової СМК [6].

1. Реклама: експресивний характер, можливість ефектно представити товар, саму фірму, масове охоплення аудиторії, можливість багаторазового звернення, здатність до умовляння, переконання, суспільний характер (передбачено, що рекламований товар є законний і прийнятий суспільством), знеособленість (порівняно з персональним продажем); здатна лише на монолог, а не на діалог з аудиторією, деякі її види потребують великих асигнувань (теле-реклама), інші — значно дешевші (газетна реклама).

2. «Паблік рилейшнз»: висока достовірність інформації в очах споживачів, оскільки її подають у вигляді новини, а не рекламного оголошення, широке охоплення аудиторії, довготривалий ефект, зміст інформації фірма не завжди контролює, найчастіше доповнює рекламу.

3. Персональний продаж: особистісний характер, безпосереднє, живе спілкування з аудиторією у формі діалогу, спонукання до зворотного реагування, найбільша вартість серед усіх засобів просування (у розрахунку на один контакт).

4. Стимулювання збуту: привабливість заходів стимулювання збуту в очах споживачів, спонукання до здійснення купівлі, імпульсивний характер, короткотривалий ефект — для формування стійкої відданості певній марці товару ці заходи непридатні, ефективно поєднання з рекламою.

Тому метою маркетингової діяльності є забезпечення стабільного розвитку та прибутковості

діяльності сучасного підприємства за допомогою впровадження ефективної політики маркетингу, алгоритм розробки якої зображено на рис. 1.

За М. Портером [4] виділяється три види маркетингових стратегій: стратегія низьких витрат, стратегія диференціації та стратегія концентрації. Стратегія низьких цін полягає в економії ресурсів та удосконаленні технологій управління.

За допомогою диференціації виокремлюють продукцію виробництва від конкурентів, яка відбувається таким чином [7]: підвищення якості виготовленої продукції; отримання права інтелектуальної власності на застосування технології виробництва продукції, тобто наявність патенту; надійність продукції при її використанні, що забезпечується передусім її якістю; поряд з реалізацією продукції надавати клієнтам допоміжні послуги, що не надаються іншими компаніями-конкурентами.

Досліджено, що важливого значення у сучасних умовах для підприємства набуває і використання нових технологічних процесів та ресурсів, зокрема, електронне інформування, електронне конструювання, ретаргетинг, застосування мобільних додатків та онлайн-аналітики. Необхідними до впровадження є інноваційні напрями інтернет-збуту, а саме через: блоги, соціальні мережі, тематичні форуми, пошукові системи та сайти, купівля посилань, контекстна реклама, лінкбайтинг, RSS та ін. Соціальні мережі сьогодні стали повноцінним каналом (інструментом) маркетингових комунікацій, як реклама на телебаченні або участь у профільній виставці. Це означає, що, використовуючи соціальні мережі, підприємства задля підвищення своєї конкурентоспроможності повинні вільно користуватись таким каналом та можуть ефективно вирішувати такі маркетингові завдання [3]: «почути» свого споживача і оперативно відреагувати на його звернення; швидко отримувати та використовувати пропозиції щодо вдосконалення товарів та послуг, при чому безкоштовно; за короткий час віддалено збирати первинну інформацію.

Особливо актуальною для сучасної компанії є маркетингова стратегія диверсифікації, що характеризується виробництвом і реалізацією нових видів продукції та виходом на нові ринки збуту. Залежно від виду диверсифікації розрізняють [7]: стратегію горизонтальної диверсифікації, яка передбачає вихід на нові ринки збуту з існуючими товарами, стратегію вертикальної диверсифікації, що характеризується виробництвом нових товарів, які технологічно пов'язані з уже існуючими товарами, стратегію конгломеративної диверсифікації, що потребує значних капіталовкладень і витрат та є характерною лише для великих компаній.

Застосування соціальних мереж у маркетинговій комунікаційній діяльності дозволяє підприємству [1, с. 163]: цілеспрямовано впливати на цільову аудиторію, вибирати майданчики, де аудиторія більшою мірою представлена і визначені найбільш відповідні способи комунікації з нею, вибудовувати довгострокові відносини зі споживачами, управляти іміджем і репутацією, підвищувати і стимулювати обсяги продажу, створити й популяризувати джерело оперативної інформації для існуючих і потенційних споживачів, привернути увагу великої кількості потенційних клієнтів до бренду чи продукту під приватною торговою маркою підприємства із чіткою прив'язкою до цільової аудиторії за різними ознаками (вік, стать, інтереси, статус тощо), одержувати зворотний зв'язок від аудиторії й безпосередньо спілкуватися із споживачами, формувати та підвищити лояльність споживачів, нейтралізувати негативну інформацію про бренд в Інтернеті, збільшити якісний трафік на корпоративний сайт або інтернет-магазин.

Ефективна програма маркетингової комунікації, яка здійснюється поетапно, включає в себе: визначення цільової контактної аудиторії, з'ясування

мети комунікації, створення звернення, вибір каналів комунікації, визначення загального бюджету, виділеного на комунікації, прийняття рішення про змішані способи просування, оцінка результатів просування, управління комплексними маркетинговими комунікаціями та координація цього процесу [5].

У підсумку зазначимо, що основними засобами виведення товару на іноземний ринок через вплив на групи потенційних клієнтів є наступні методи медіа-маркетингу: стимулювання збуту, реклама, особисті зустрічі з клієнтами, комунікації в прямому маркетингу, образний імідж, зв'язки з громадськістю.

Використання цих інструментів підбирається маркетологами відносно до потреб комунікаційної політики окремої компанії, хоча спершу невідомо, що саме забезпечить успіх у даній сфері. За допомогою мережі каналів підприємству можна простежити зміну показників, що впливають на конкурентоспроможність, і, в результаті, розробити програму засобів їх покращення [9].

У соціальній мережі кожним джерелом є зареєстрований користувач з певним обсягом особистої інформації, що дає змогу практично безпомилково визначити достовірність отриманих даних;

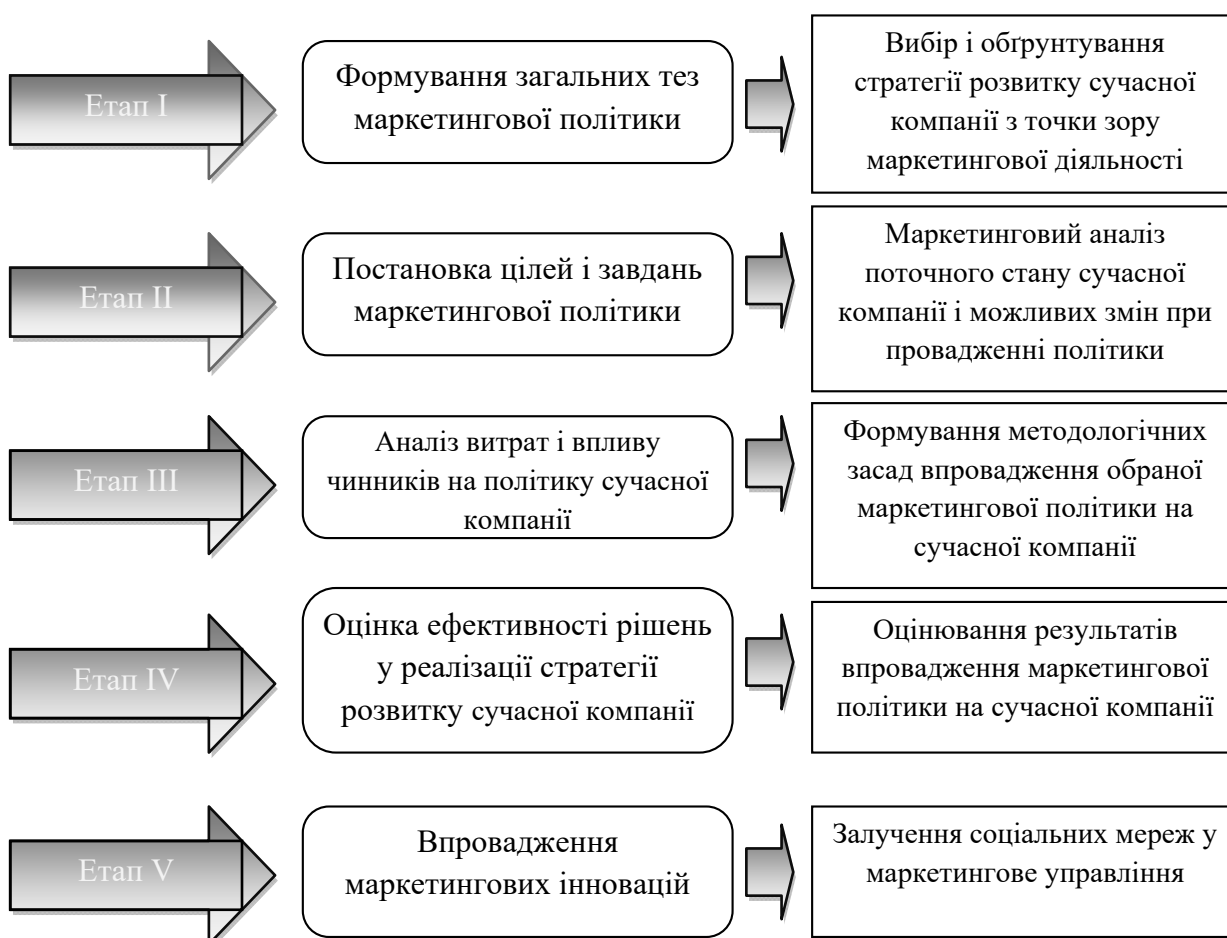


Рис. 1. Послідовність розробки та впровадження маркетингової політики сучасної компанії на ринку

Джерело: власна розробка автора

проводити опитування та дослідження вибіркової цільової аудиторії; локалізувати негатив.

Традиційні комунікаційні засоби просування продуктів, зокрема, реклама, паблік рилейшнз та стимулювання збуту відбуваються в традиційному полі та у полі СММ по-різному. Якщо дивитися на PR, то традиційно він відбувається шляхом проведення нарад, конференцій та брифінгів, написанні статей, виданні фірмових брошур тощо, а через СММ — через відеоконференції, розміщення прес-релізів на сторінках соціальних мереж тощо.

Маркетинг у соціальних мережах включає виявлення та надання пропозицій щодо найбільш ефективних методів роботи з клієнтами. Найпопулярнішими є створення спільноти бренду (представництво компаній у соцмережах), активна діяльність блогосфери, репутаційного менеджменту, персонального брендингу, а також індивідуальне СММ-просування.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, дослідивши значення соціальних мереж як засобу системи маркетингових комунікацій сучасних підприємств можна зробити висновок, що головною перевагою їх є практична відсутність кордонів у маркетинговій діяльності (широке охоплення цільової аудиторії та можливе залучення відвідувачів незалежно від їх територіальної приналежності), сегментування споживачів, можливість вибору цільової аудиторії з високим ступенем точності, відносно низька вартість рекламного контакту, наявність зворотного зв'язку з цільовою аудиторією, що дозволяє швидко реагувати на зауваження потенційних клієнтів та здійснювати оперативну реакцію на рекламу.

Перспективами подальших розвідок у даному напрямі буде напрацювання заходів з впровадження СММ на підприємствах.

Література

1. Дубовик Т. В. Маркетингова комунікаційна діяльність торговельного підприємства в соціальних мережах [Електронний ресурс] / Т. В. Дубовик // Актуальні проблеми економіки. — 2012. — № 5. — С. 161–168.
2. Лебеденко М. С. Веб-ресурс як ефективний інструмент маркетингових комунікацій [Електронний ресурс] / М. С. Лебеденко, І. В. Лученко. — Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_2_1/178-182.pdf
3. Павловський Д. В. Соціальні мережі у маркетингових комунікаціях молокопереробних підприємств / Д. В. Павловський. // Економіка. Управління. Інновації. — 2013. — № 2. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_62
4. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с.
5. Продвижение бренда в соцсетях: опыт крупнейших компаний мира [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.companion.ua/articles/content?id=147578>
6. Хмарська І. А. Сутність та значення комплексу маркетингових комунікацій підприємств [Текст] / І. А. Хмарська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2011. — № 6, т. 2. — С. 114–119.
7. Чи варто займатися SMM? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://andrey.lviv.ua/blog/osnovu-sotsialnogo-marketyngu>
8. Communication Theory. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://communicationtheory.org/uses-and-gratification-theory/>
9. Zyman S. The End of Marketing As We Know It, HarperBusiness, New York 1999. — 272 p.

References

1. Dubovyk T. V. Marketynghova komunikacijna dijalnijstj torghovelnjogho pidpryjemstva v socialjnykh merezhakh [Elektronnyj resurs] / T. V. Dubovyk // Aktualni problemy ekonomiky. — 2012. — # 5. — S. 161–168.
2. Lebedenko M. S. Veb-resurs jak efektyvnij instrument marketynghovykh komunikacij [Elektronnyj resurs] / M. S. Lebedenko, I. V. Luchenko. — Rezhym dostupu: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_2_1/178-182.pdf
3. Pavlovsjkyj D. V. Socialni merezhi u marketynghovykh komunikacijakh molokopererobnykh pidpryjemstv / D. V. Pavlovsjkyj // Ekonomika. Upravlinnja. Innovaciji. — 2013. — # 2. [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_62
4. Porter M. Konkurentnoe preimushchestvo: kak dostich vysokogo rezultata i obespechit ego ustoychivost / M. Porter. — M.: Alpina Biznes Buks, 2005. — 715 s.
5. Prodvizhenie brenda v sotssetyakh: opyt krupnejshikh kompanij mira [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupa: <http://www.companion.ua/articles/content?id=147578>
6. Khmarsjka I. A. Sutnistj ta znachennja kompleksu marketynghovykh komunikacij pidpryjemstv [Tekst] / I. A. Khmarsjka // Visnyk Khmeljnycjogho nacionalnogo univertsytetu. Ekonomichni nauky. — 2011. — # 6, t. 2. — S. 114–119.
7. Chy varto zajmatsja SMM? [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <http://andrey.lviv.ua/blog/osnovu-sotsialnogo-marketyngu>
8. Communication Theory. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://communicationtheory.org/uses-and-gratification-theory/>
9. Zyman S. The End of Marketing As We Know It, HarperBusiness, New York 1999. — 272 p.

Камінський Олег Євгенович

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри інформаційного менеджменту

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Каминский Олег Евгеньевич

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры информационного менеджмента

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

Kaminsky Oleg

PhD in Enterprise Economics, Associate Professor,

Associate Professor of Information Management Department

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4038

МЕТОДОЛОГІЯ РОЗРОБКИ ХМАРНИХ СЕРВІСІВ В УМОВАХ ІЄРАРХІЇ ХМАРИ

МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ В УСЛОВИЯХ ИЕРАРХИИ ОБЛАКА

METHODOLOGY FOR DEVELOPING CLOUD SERVICES IN A CLOUD HIERARCHY

Анотація. Парадигма хмарних обчислень та пов'язані з нею технології набувають популярності серед підприємств ІТ-галузі через те, що вони дозволяють використовувати дорогі технології за низькою ціною. В даний час хмарні сервіси найчастіше розробляються на базі моделі PaaS, яка впроваджена багатьма провайдерами. У літературі ми знаходимо деякі наукові дослідження, що описують структури та архітектури для розробки хмарного програмного забезпечення, однак бракує загальної методології, яка охоплювала б весь життєвий цикл розробки хмарних сервісів. Багато розробників програмного забезпечення намагаються використовувати переваги хмарних обчислень і хочуть отримати доступ до хмарних середовищ за низькою вартістю та легким доступом. Багато проблем виникає при розробці та впровадженні хмарних платформ відносно моделей програмування в хмарі, архітектури хмарних сервісів, API та послуг, які вони надають. Процеси створення і використання хмарних сервісів мають свою економічну складову, вони характеризуються витратами праці і коштів з одного боку, і отриманням прямого або непрямого прибутку – з іншого. Складність сучасних хмар визначає необхідність звернення до методів економіко-математичного моделювання. Метою статті є розробка теоретико-методологічних підходів та створення бази для нової моделі розробки програмного забезпечення хмарних сервісів, яка може задовольнити вимоги користувачів щодо якості та вартості послуг, та враховує багаторівневу структуру хмарного середовища. Сутність цього підходу полягає у систематизації даних щодо функціональної придатності різних структурних елементів хмарних сервісів, у визначенні наборів можливих платформ та елементів і в порівняльному їх аналізі з погляду тривірневої ієрархії хмари для оцінювання проектів розробки хмарних сервісів.

Ключові слова: інформаційні технології, хмарні обчислення, хмарні сервіси, моделі, хмарні платформи, системний аналіз.

Аннотация. Парадигма облачных вычислений и связанные с ней технологии приобретают популярность среди предприятий ИТ-отрасли из-за того, что они позволяют использовать дорогостоящие технологии по низкой цене. В настоящее время облачные сервисы чаще всего разрабатываются на основе модели PaaS, которая внедрена многими провайдерами. В литературе мы находим некоторые научные исследования, описывающие структуры и архитектуры

для разработки облачного программного обеспечения, но не хватает общей методологии, которая охватывала бы весь жизненный цикл разработки облачных сервисов. Многие разработчики программного обеспечения пытаются использовать преимущества облачных вычислений и хотят получить доступ к облачным средам по низкой стоимости и легким доступом. Много проблем возникает при разработке и внедрении облачных платформ относительно моделей программирования в облаке, архитектуры облачных сервисов, API и услуг, которые они предоставляют. Процессы создания и использования облачных сервисов имеют свою экономическую составляющую, они характеризуются затратами труда и средств с одной стороны, и получением прямого или косвенного дохода – с другой. Сложность современных облаков определяет необходимость обращения к методам экономико-математического моделирования. Целью статьи является разработка теоретико-методологических подходов и создания базы для новой модели разработки программного обеспечения облачных сервисов, которая может удовлетворить требования пользователей к качеству и стоимости услуг, и учитывает многоуровневую структуру облачного среды. Суть этого подхода заключается в систематизации данных о функциональной пригодности различных структурных элементов облачных сервисов, в определении наборов возможных платформ и элементов и в сравнительном их анализе с точки зрения трехуровневой иерархии облака для оценки проектов разработки облачных сервисов.

Ключевые слова: информационные технологии, облачные вычисления, облачные сервисы, модели, облачные платформы, системный анализ.

Summary. The paradigm of cloud computing and its associated technology is gaining momentum among IT companies because they allow you to use expensive technology at a low cost. Nowadays, cloud applications are developed in Platforms as a Service following the PaaS architecture imposed by several providers. We find in the literature some works describing frameworks and architectures for cloud software development, but there is a lack of a generic methodology which covers the whole application development lifecycle. Many software developers trying to get the benefits of cloud computing and want to access the cloud environments at low cost and easy access. Many issues are encountering in development and deployment of these platforms regarding programming models, application architecture, APIs and services it provided. The processes of development and using cloud services have their own economic component, they are characterized by labor costs and funds on the one hand, and the receipt of direct or indirect income – on the other. The complexity of modern clouds determines the need to apply methods of economic and mathematical modeling. The purpose of the article is to develop theoretical and methodological approaches and create a basis for a new model of software development for cloud services that can meet the requirements of users regarding the quality and cost of services, and takes into account the multi-level structure of cloud environments. The essence of this approach is to systematize the data on the functional suitability of the various structural elements of cloud services, to determine the sets of possible platforms and elements, and in their comparative analysis in terms of the three-tier hierarchy of the cloud for the evaluation of cloud service development projects.

Key words: information technologies, cloud computing, cloud services, models, cloud platforms.

Постановка проблеми. Хмарні технології забезпечують доступ до інформаційних ресурсів (обчислювальних потужностей, IT-інфраструктури, сховищ даних, операційних систем, мереж, програмного забезпечення та середовищ розробки) в якості послуги, за допомогою інтернет-технологій, і на основі аналізу попиту серед споживачів [1–2]. Використовуючи хмарні сервіси, користувачі можуть зберігати свої дані на серверах і отримувати доступ до своїх даних з будь-якого місця через Інтернет. Користувач не повинен турбуватися про технічний стан системи або помилки жорсткого диска. Хмарні обчислення надають хмарні сервіси всім, скрізь і в будь-який час за низькою ціною та масштабованістю [3]. Парадигма хмарних обчислень та пов'язані з нею технології набувають популярності серед підприємств IT-галузі саме через те, що вони дозволяють використовувати дорогі технології за низькою ціною.

Хмарні обчислення надають безліч переваг для розробки програмного забезпечення [4], зокрема завдяки масштабованості та гнучкому розподілу ресурсів, без необхідності турбуватися про базову інфраструктуру чи налаштування середовища розробки. Іншою перевагою цієї нової парадигми програмного забезпечення є те, що компанії та організації можуть створювати масові розподілені програмні системи шляхом динамічного поєднання різних хмарних сервісів. Середовище хмарних обчислень складається з трьох основних шарів, тобто програмного забезпечення як сервіс (SaaS), платформа як служба (PaaS) та інфраструктура як сервіс (IaaS) [5].

Але у контексті хмарних обчислень хмарні провайдери за моделлю PaaS встановлюють жорстку архітектуру для розробки програмного забезпечення, а також вимагають від розробників підготовки IT-професіоналів, оскільки їм потрібні технічні

знання (наприклад, для Google App Engine, користувачеві потрібно освоїти мову програмування Java або Python).

Існуючі моделі процесів розробки програмного забезпечення не є достатньою для виконання вимог хмарного середовища. Необхідно розробити нові практики та моделі розробки програмного забезпечення хмарних сервісів для врахування нових тенденцій розвитку хмарних технологій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В даний час існують різні моделі розробки програмного забезпечення, які є доступними та використовуються різними постачальниками для виконання вимог хмарного середовища [6]. В роботі [7] представлено новий методологічний підхід, для полегшення процесу розробки програмного забезпечення, використовуючи хмарну платформу але не враховуючи архітектуру хмарного середовища. Дослідники Guha R., та Al-Dabass D., в роботі [8] проаналізували та розширили існуючу Agile-методологію, доповнили її функціями хмарного провайдера та адаптували запропоновану модель для процесу розробки хмарних сервісів. Але дослідники зосередили свою увагу лише на конкретному хмарному провайдеру, а також на його конкретній моделі програмного забезпечення та архітектури.

Вчені K. Tang та J. M. Zhang у дослідженні [7] запропонували новий підхід до розробки хмарних додатків. Вони запропонували архітектуру життєвого циклу розробки хмарних додатків, в якій розробник сервісу зосереджує свою увагу лише на розробці самого сервісу, а не на проблемах хмарного середовища. Запропонований підхід має узагальнену структуру для різних хмарних платформ, які надають підтримку та платформи для розробки додатків. Оскільки кожна платформа має свої прикладні архітектури та моделі програмування, відповідно їх API та бізнес-моделі мають свої переваги та обмеження. Запропонована архітектура дозволила вирішити проблему відмінності між різнорідними хмарними платформами. Без врахування обмежень API та додаткових витрат розробник сервісів може створювати та розгортати нові хмарні сервіси або переносити існуючі програмні додатки (додатки CRM, корпоративні системи) в хмару. Також в роботі було досліджено переваги та недоліки моделей IaaS та PaaS та акцентовано увагу на питаннях архітектурного та програмного рівнів, таких як масштабованість та залежність від провайдера. Переваги та недоліки розробки хмарних сервісів на рівні підприємства були класифіковані. Однак, запропонований підхід орієнтований на програмні додатки, і автома-

тизовані інструменти розробки мають обмежене використання. Запропонована модель була розроблена лише на теоретичній основі, математичні та аналітичні результати відсутні.

Підбиваючи підсумок, можна заявити, що на теперішній час немає єдиного наукового дослідження, що описує всі практики та моделі розробки програмного забезпечення хмарних сервісів з врахуванням ієрархії хмарного середовища та економічних чинників.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розробка теоретико-методологічних підходів та створення бази для нової моделі розробки програмного забезпечення хмарних сервісів, яка може задовольнити вимоги користувачів щодо якості та вартості послуг, та враховує багаторівневу структуру хмарного середовища.

Основний матеріал дослідження. Часто при побудові сервісу потрібно зробити вибір не одного структурного елемента сервісу та технології, а деякої сукупності різних взаємозв'язаних елементів та технологій. Як ми знаємо, хмарні обчислення визначаються за їхніми рівнями та моделями доставки сервісу (SaaS, PaaS та IaaS). Наприклад, для створення хмарного сервісу потрібно вибрати такі структурні елементи, як засіб розробки (мови c#, java, go, elixir, javascript тощо), інфраструктуру (сервери, засоби комутації, засоби віртуалізації тощо), систему управління базами та сховищами даних (MySQL, MS SQL, Redis, MongoDB, Oracle, PostgreSQL тощо). Тобто необхідно прийняти рішення відразу на кількох рівнях хмарної структури:

$$\{ \langle E^u, F^u, R^u \rangle \}, u = \overline{1, nl}, \quad (1)$$

де u — номер рівня хмарної моделі;

nl — кількість рівнів (IaaS, PaaS, SaaS).

$E = \{E_i\}, i = \overline{1, n}$ — множина структурних елементів хмарного сервісу, який розробляється (n — кількість таких елементів);

$F = \{F_j\}, j = \overline{1, m}$ — множина функцій сервісу (m — кількість усіх функцій);

$R = \{r_{ij}\}, i = \overline{1, n}, j = \overline{1, m}$ — матриця, яка визначає реалізацію елементом E_i функції F_j .

Структурні елементи хмарного сервісу на різних рівнях хмари можуть бути несумісні між собою, наприклад, деякі системи управління базами даних можуть працювати тільки в рамках якоїсь однієї операційної системи, яка встановлена на віртуальних машинах. Для визначення можливості спільного використання елементів сервісу різних рівнів пропонується використовувувати матриці сумісності:

$$\{c^{ug}\}, u = \overline{1, nl}, g = \overline{1, nl}, u \neq g; \quad (2)$$

$$c^{ug} = \{c_{ij}^{ug}\}, i = \overline{1, n_u}, g = \overline{1, n_g},$$

$$c_{ij}^{ug} = \begin{cases} 1, \text{якщо платформи } s_i^u \text{ та } s_j^g \text{ є сумісними} \\ 0, \text{в інших випадках} \end{cases}$$

Отже, матриці сумісності характеризують сумісність кожного елементу певного рівня хмари з усіма платформами, елементами та технологіями інших рівнів. Рис. 1 ілюструє завдання вибору сукупності елементів та технологій. Пунктирні лінії показують відносини сумісності між системами.

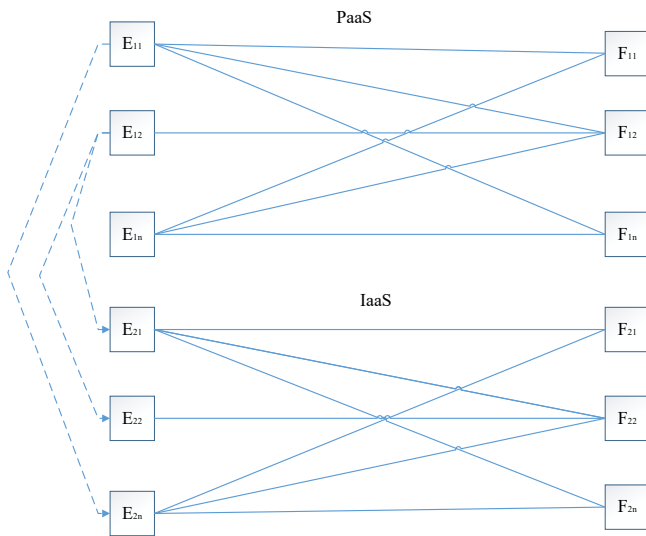


Рис. 1. Граф вихідних даних для систем з двох рівнів (PaaS та IaaS).

Відповідно, табл. 1–3 містять матриці сумісності різних рівнів.

У деяких випадках за розвинутої відкритої архітектури хмари для розглянутого хмарного сервісу може мати значення тільки сумісність груп елементів сервісу сусідніх рівнів, тоді кількість матриць сумісності може бути зменшена. Для прийняття рішення в умовах ієрархії хмари можна скористатися одним зі способів: або зібрати в єдину матрицю всі можливі поєднання структурних елементів усіх рівнів, або провадити аналіз в кілька етапів. Але перший варіант може призвести до надмірного збільшення матриці R , однак можливі й ситуації, коли подібного не станеться, наприклад, якщо потрібно вибрати СУБД (Oracle чи Mongo DB) або операційну систему. На відміну від великої кількості платформ для розробки та мов програмування, кількість СУБД і операційних систем обмежена.

Отже, для побудови єдиної матриці необхідно:

- 1) об'єднати стовпці матриць усіх рівнів, що являють множину функцій $F' = F^1 \cap F^2 \cap \dots \cap F^{nl}$;
- 2) додати рядки для всіх можливих комбінацій елементів структури всіх рівнів: $E' = \{(e_{i1}^1, e_{i2}^2, \dots, e_{inl}^{nl}) | C_{iu,ig}^{ug} = 1, \forall u, g = \overline{1, nl}\}$, тобто відбираються такі комбінації структурних елементів хмарних сервісів, для яких усі компоненти сумісні між собою.

В інших випадках необхідно провадити аналіз в кілька етапів, виключаючи структурні елементи,

Таблиця 1

Матриця сумісності елементів сервісу першого та другого рівнів хмари (IaaS та PaaS)

	Елемент 21	Елемент 22	Елемент 23	Елемент 24
Елемент 11	1	1	0	0
Елемент 12	1	1	1	1
Елемент 13	0	1	1	1

Таблиця 2

Матриця сумісності елементів сервісу першого та третього рівнів хмари (IaaS та SaaS)

	Елемент 31	Елемент 32	Елемент 23
Елемент 11	1	0	0
Елемент 12	1	1	1
Елемент 13	1	1	1

Таблиця 3

Матриця сумісності елементів сервісу другого та третього рівнів хмари (SaaS та PaaS)

	Елемент 21	Елемент 22	Елемент 23	Елемент 24
Елемент 31	1	1	1	1
Елемент 32	1	1	0	1
Елемент 33	1	1	1	1

які не відповідають вимогам користувача на кожному з рівнів.

Отже, на кожному рівні провадиться вибір елементів або платформ для розробки, які найбільш задовольняють вимоги користувача (відповідно до стандартної методики системного аналізу). Далі з відібраних систем кожного рівня формується єдина матриця R' , як це описано раніше. З декартового добутку відібраних структурних елементів сервісу відкидаються ті, які не відповідають умовам сумісності C^{12} , C^{13} , C^{23} .

Для запропонованого прикладу будемо відбирати структурні елементи на кожному рівні за розрахованими матрицями поглинання U^1 , U^2 , U^3 . Виберемо порогові значення $\varepsilon_u^1 = 0,77$, $\varepsilon_u^2 = 0,77$, $\varepsilon_u^3 = 0,77$ (у загальному випадку порогові значення для різних рівнів можуть бути різні).

Для першого рівня: $U_{01}^1 = 0,77$, $U_{02}^1 = 1$, $U_{03}^1 = 0,77$; оскільки $U_{01}^1 \geq \varepsilon_u^1$, $U_{02}^1 \geq \varepsilon_u^1$, $U_{03}^1 \geq \varepsilon_u^1$, то вибираємо елементи $E'_1 = \{\text{елемент 11, елемент 12, елемент 13}\}$.

Для другого рівня: $U_{01}^2 = 1$, $U_{02}^2 = 0,5$, $U_{03}^2 = 1$, $U_{04}^2 = 0,5$; відповідно до граничного значення $\varepsilon_u^2 = 0,77$ відбираємо елементи $E'_2 = \{\text{елемент 21, елемент 23}\}$.

Для третього рівня: $U_{01}^3 = 1$, $U_{02}^3 = 0,5$, $U_{03}^3 = 0,5$. Відповідно до граничного значення $\varepsilon_u^3 = 0,67$ вибираємо елемент $E'_3 = \{\text{елемент 31}\}$.

З декартового добутку $E^1 \times E^2 \times E^3$ відкидаються елементи, які не відповідають умовам сумісності:

$$E'' = \left\{ (e_{i1}^1, e_{i2}^2, \dots, e_{inl}^{nl}) \mid C_{iu,ig}^{ug} = 1, \forall u, g = \overline{1, nl} \right\}$$

У результаті дістаємо таку підмножину декартового добутку, яка задовольняє умови сумісності:

(елемент 11, елемент 21, елемент 31)

(елемент 12, елемент 21, елемент 31)

(елемент 12, елемент 23, елемент 31)

(елемент 13, елемент 23, елемент 31).

Множина функцій трьох рівнів об'єднується:

$$F' = F^1 \cap F^2 \cap \dots \cap F^{nl}.$$

Запропоновану схему можна модифікувати. Для того щоб під час проведення аналізу на окремих рівнях уникнути оптимізації за кожним з них, незалежно від інших можна зв'язати результати аналізу на

кожному рівні. Після відбору структурних елементів хмарного сервісу на першому рівні SaaS (відповідно до стандартної методики аналізу складних систем) множина елементів другого рівня модифікується, відкидаються елементи, які не сумісні хоча б з одним з відібраних на першому рівні: $E^{2'} = \{e_i^2 \mid \exists e_j^1, c_{ji}^{12} = 1\}$. Далі за стандартною методикою провадиться аналіз структурних елементів, що належать до другого рівня. А потім результати аналізу першого і другого рівнів разом з відповідними матрицями сумісності використовуються для скорочення множини елементів третього рівня: $E^{3'} = \{e_i^3 \mid \exists e_j^1, c_{ji}^{13} = 1 \mid \exists e_k^2, c_{ki}^{23} = 1\}$.

Доповнений і вдосконалений метод аналізу складних систем може використовуватися для вибору елементів і побудови проектів хмарних сервісів на всіх рівнях хмар.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Особливістю хмарних сервісів є їх слабка структурованість в порівнянні з традиційними інформаційними системами, а також свобода користувачів і розробників в плані кількісного і якісного розвитку системи. Процеси створення і використання хмарних сервісів мають свою економічну складову, вони характеризуються витратами праці і коштів з одного боку, і отриманням прямого або непрямого прибутку — з іншого. Складність сучасних хмар визначає необхідність звернення до методів економіко-математичного моделювання. В статті була розроблена нова модель формування структури хмарного сервісу на основі методів аналізу складних систем. Сутність цього підходу полягає у систематизації даних щодо функціональної придатності різних структурних елементів хмарних сервісів, у визначенні наборів можливих платформ та елементів і в порівняльному їх аналізі з погляду трирівневої ієрархії хмари. Подальші дослідження мають стосуватися вдосконалення моделі шляхом встановлення залежності між функціями хмарного сервісу та групування даних функцій. Розглянуті методи та моделі можуть використовуватися в різних областях економіки та управління для оцінювання проектів розробки хмарних сервісів.

Література

1. M. Uddin, J. Memon, R. Alsaqour, A. Shah and M. Z. A. Rozan, «Mobile Agent Based Multi-Layer Security Framework for Cloud Data Centers» / *Indian Journal of Science and Technology*. — том 8. — № 12. — 2015. — с. 1–10.
2. Waqas A., Mahessar A. W., Mahmood N., Bhatti Z., Karbasi M. i Shah A., «Transaction Management Techniques and Practices In Current Cloud Computing Environments: A Survey» / *International Journal of Database Management Systems*. — том 7. — № 1. — 2015. — с. 41–59.
3. Shah M., Shah A. S. та Ijaz I., «Implementation of User Authentication as a Service for Cloud Network» / *International Journal of Grid and Distributed Computing (IJGDC)*. — том 9. — № 10. — 2016. — с. 197–210.
4. Uddin M., Rahman A. A., Shah A. та Memon J. «Virtualization Implementation Approach for Data Centers to Maximize Performance» / *Asian Network for Scientific Information (ANSINET)*. — том 5. — № 2. — 2012. — с. 45–57.
5. Chhabra B., Verma D. i Taneja B. «Software Engineering Issues from the Cloud Application Perspective» / *International Journal of Information Technology and Knowledge Management*. — 2010. — том 2, 2. — с. 669–673.
6. Ali M. F., Bashar A. та Shah A., «SmartCrowd: Novel Approach to Big Crowd Management using Mobile Cloud Computing» / *2015 International Conference on Cloud Computing (ICCC)*. — 2015. — с. 1–4.
7. Tang K., Zhang J. M. and Feng C. H., «Application Centric Lifecycle Framework in Cloud» / *International Conference on e-Business Engineering*. — том 0. — 2011. — с. 329–334.
8. Guha R., та Al-Dabass D., «Impact of Web 2.0 and Cloud Computing Platform on Software Engineering» / *International Symposium on Electronic System Design*. — 2010. — с. 213–318.

References

1. M. Uddin, J. Memon, R. Alsaqour, A. Shah and M. Z. A. Rozan, «Mobile Agent Based Multi-Layer Security Framework for Cloud Data Centers» / *Indian Journal of Science and Technology*. — том. 8. — # 12. — 2015. — s. 1–10.
2. Waqas A., Mahessar A. W., Mahmood N., Bhatti Z., Karbasi M. i Shah A., «Transaction Management Techniques and Practices In Current Cloud Computing Environments: A Survey» / *International Journal of Database Management Systems*. — том. 7. — # 1. — 2015. — s. 41–59.
3. Shah M., Shah A. S. and Ijaz I., «Implementation of User Authentication as a Service for Cloud Network» / *International Journal of Grid and Distributed Computing (IJGDC)*. — том. 9. — #10. — 2016. — s. 197–210.
4. Uddin M., Rahman A. A., Shah A. and Memon J., «Virtualization Implementation Approach for Data Centers to Maximize Performance» / *Asian Network for Scientific Information (ANSINET)*. — том. 5. — # 2. — 2012. — s. 45–57.
5. Chhabra B., Verma D. i Taneja B. «Software Engineering Issues from the Cloud Application Perspective» / *International Journal of Information Technology and Knowledge Management*. — 2010. — том. 2, 2. — s. 669–673.
6. Ali M. F., Bashar A. and Shah A., «SmartCrowd: Novel Approach to Big Crowd Management using Mobile Cloud Computing» / *2015 International Conference on Cloud Computing (ICCC)*. — 2015. — s. 1–4.
7. Tang K., Zhang J. M. and Feng C. H., «Application Centric Lifecycle Framework in Cloud» / *International Conference on e-Business Engineering*. — том. 0. — 2011. — s. 329–334.
8. Guha R., та Al-Dabass D., «Impact of Web 2.0 and Cloud Computing Platform on Software Engineering» / *International Symposium on Electronic System Design*. — 2010. — s. 213–318.

Камінська Тетяна Григорівна

*доктор економічних наук, професор, ректор
Київський кооперативний інститут бізнесу і права*

Каминская Татьяна Григорьевна

*доктор экономических наук, профессор, ректор
Киевский кооперативный институт бизнеса и права*

Kaminskaya Tatiana

*Doctor of Economics, Professor, Rector
Kiev Cooperative Institute of Business and Law*

Краєвський Володимир Миколайович

*доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри обліково-аналітичних баз знань
Університет державної фіскальної служби України*

Краевский Владимир Николаевич

*доктор экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой учетно-аналитических баз знаний
Университет государственной фискальной службы Украины*

Krayevsky Vladimir

*Doctor of Economics, Associate Professor,
Head of the Department of Accounting and Analytical Knowledge Base
University of the State Fiscal Service*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4023

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ВИТРАТ В ТОРГІВЛІ НАФТОПРОДУКТАМИ

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННОГО ОТРАЖЕНИЯ ЗАТРАТ В ТОРГОВЛЕ НЕФТЕПРОДУКТАМИ

METHODOLOGICAL BASES OF THE ACCOUNTING-INFORMATIONAL EXPLANATION OF EXPENDITURE IN PETROLEUM TRADE

Анотація. У статті досліджено витрати як економічну категорію, а також методологічні підходи до обліково-інформаційного їх відображення в торгівлі нафтопродуктами. Витрати – виражений у вартісній формі процес споживання всіх видів ресурсів. Підходи відображення витрат: бухгалтерський (фінансовий), управлінський та податковий). Методи їх визначення: за першою подією, касовий (найобгрунтованіший), нарахування (найдостовірніший). Витрати підлягають управлінню через планування, облік, аналіз, регулювання їх загального рівня та складу. Управління витратами реалізується за допомогою керуючої і керованої підсистем. Суб'єктами управління є керівники, менеджери, провідні спеціалісти як відокремлених підрозділів, так і самого підприємства. Об'єкти управління витратами: явища, процеси та операції, що можуть виникнути під час здійснення діяльності підприємства, і які аналізуються з точки зору споживання (витрачання) усіх видів ресурсів, тобто здійснення витрат. Предметом управління виступають безпосередньо самі витрати. Основним завданням створення обліково-інформаційного забезпечення управління витратами є своєчасна підготовка та надання управлінському персоналу інформації для прийняття рішень оперативного, тактичного і стратегічного характеру щодо витратних процесів, які визначають безперервність та ефективність діяльності підприємства. Метою функціонування обліково-інформаційного забезпечення управління витратами є вирішення задач оперативного, тактичного та стратегічного

спрямування трьох однойменних рівнів менеджменту, які передбачають створення власної, інтегрованої у загальну управлінську інформаційну систему, підсистеми обліково-інформаційного забезпечення управління з чітко ідентифікованими за підпорядкуванням інформаційними потоками. Для диференціації цих рівнів слід виділяти «інформаційні рубежі (пороги)», на яких збиратися інформація, яка надалі може одержуватися тільки за запитом. При організації функціонування обліково-інформаційних потоків за рівнями управління потрібно застосовувати розроблену систему показників величини витрат й формувати обліково-інформаційне забезпечення управління ними, за допомогою якого здійснювати подальший аналіз витрат з метою підвищення ефективності діяльності підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами.

Ключові слова: витрати, собівартість, обліково-інформаційна система, торгівля, нафтопродукти.

Аннотация. В статье исследовано расходы как экономическую категорию, а также методологические подходы к учетно-информационного их отображения в торговле нефтепродуктами. Расходы – выраженный в стоимостной форме процесс потребления всех видов ресурсов. Подходы отражения расходов: бухгалтерский (финансовый), управленческий и налоговый). Методы их определения: по первому событию, кассовый (обоснованный), начисления (самый достоверный). Расходы подлежат управлению через планирование, учет, анализ, регулирование их общего уровня и состава. Управление затратами реализуется с помощью управляющей и управляемой подсистем. Субъектами управления являются руководители, менеджеры, ведущие специалисты как обособленных подразделений, так и самого предприятия. Объекты управления затратами: явления, процессы и операции, которые могут возникнуть при осуществлении деятельности предприятия, и которые анализируются с точки зрения потребления (расходования) всех видов ресурсов, то есть осуществление расходов. Предметом управления выступают непосредственно сами расходы. Основной задачей создания учетно-информационного обеспечения управления затратами является своевременная подготовка и предоставление управленческому персоналу информации для принятия решений оперативного, тактического и стратегического характера по расходных процессов, которые определяют бесперебойность и эффективность деятельности предприятия. Целью функционирования учетно-информационного обеспечения управления затратами является решение задач оперативного, тактического и стратегического направления трех одноименных уровней менеджмента, которые предусматривают создание собственной, интегрированной в общую управленческую информационную систему, подсистемы учетно-информационного обеспечения управления по четко идентифицированным по подчинению информационными потоками. Для дифференциации этих уровней следует выделять «информационные рубежи (пороги)», на которых собираться информация, которая в дальнейшем может получаться только по запросу. При организации функционирования учетно-информационных потоков по уровням управления необходимо применять разработанную систему показателей величины расходов и формировать учетно-информационное обеспечение управления ими, с помощью которого осуществлять дальнейший анализ затрат с целью повышения эффективности деятельности предприятий, занимающихся торговлей нефтепродуктами.

Ключевые слова: затраты, себестоимость, учетно-информационная система, торговля, нефтепродукты.

Summary. In the article, expenses are investigated as an economic category, as well as methodological approaches to their accounting and information display in the trade in petroleum products. Expenditures are a process of consumption of all types of resources expressed in a value form. Approaches to reflecting costs: accounting (financial), management and tax). Methods for determining them: for the first event, cash (justified), accrual (the most reliable). Expenses are subject to management through planning, accounting, analysis, regulation of their overall level and composition. Cost management is implemented using a managed and managed subsystem. The subjects of management are managers, managers, leading specialists of both separate subdivisions, and the enterprise itself. Objects of cost management: phenomena, processes and operations that may arise in the course of carrying out the activities of an enterprise, and which are analyzed from the point of view of consumption (expenditure) of all types of resources, that is, the implementation of expenditures. The subject of management is directly the costs themselves. The main task of creation of accounting and information support for cost management is the timely preparation and provision of information to management personnel for the adoption of operational, tactical and strategic decisions on expenditure processes that determine the continuity and efficiency of the enterprise. The purpose of the accounting information management of costs management is to solve the tasks of the operational, tactical and strategic direction of the three same management levels, which provide for the creation of an information management information subsystem, integrated into the general management information system, in accordance with clearly defined information flows. To differentiate these levels, it is necessary to allocate «information boundaries (thresholds)» on which to collect information, which in the future can be obtained only on request. When organizing the operation of accounting information flows by management levels, it is necessary to apply the developed system of indicators of the magnitude of expenditures and to create accounting and information support for their management, through which to carry out further cost analysis in order to increase the efficiency of enterprises engaged in the trade in petroleum products.

Key words: expenses, cost, accounting and information system, trade, petroleum products.

Постановка проблеми. В ринкових умовах господарювання основними мотивами діяльності підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами є забезпечення зростання їх прибутковості, підвищення конкурентоздатності продукції, збільшення обсягів її виробництва. Потенційні можливості реалізації цих завдань часто обмежені величиною здійснюваних витрат. Дослідження показують, що підвищення економічної ефективності діяльності таких бізнесових суб'єктів при найменших витратах, економія всіх видів ресурсів залежать від того, як підприємства вирішують питання управління витратами, що, в свою чергу, передбачає пошук способів оптимізації їх рівня.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвитку теорії та практики організації і удосконалення процесу управління витратами підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами сприяють праці таких економістів як С. В. Бардаша [4; 5; 7], В. М. Гордієнка [9], М. Г. Грецака [9], О. С. Коцюби [9], В. М. Панасюка [8], В. К. Савчука [3; 4; 10] та інших науковців. Однак, залишаються недостатньо вивченими і потребують подальшої розробки теоретичні та методичні аспекти щодо залежності їх результативності від процесу ефективного управління витратами на основі використання переваг інтегрованої обліково-інформаційної системи управління.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Поглибити та узагальнити методологічні основи побудови ефективної системи управління витратами підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами, в тому числі за рахунок поліпшення обліково-інформаційного забезпечення менеджменту.

Виклад основного матеріалу. Методологічний фаховий доробок стосовно обліку і аналізу витрат, їх важливості у формуванні кінцевих результатів діяльності господарюючих суб'єктів, залежності таких результатів від процесу ефективного управління витратами, в тому числі на основі якісного обліково-інформаційного забезпечення управління викликає жваві дискусії наукової спільноти. Особливо це стосується підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами, оскільки існуючі теоретико-методичні положення даної спрямованості в своїй основі не достатньо уніфіковані, і не завжди, в повній мірі, відображують особливості галузі. А тому, витратний механізм підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами потребує всебічного вивчення та подальшого розвитку з метою удосконалення процесу управління витратами для забезпечення підвищення ефективності їх діяльності.

Проаналізувавши погляди різних вчених відносно досліджуваного поняття, можна сформулювати

наступне узагальнююче визначення: витрати — це виражений у вартісній формі процес споживання матеріальних, трудових, фінансових і інших видів ресурсів для досягнення цілей підприємства, внаслідок чого зменшуються його потенційні вигоди та капітал (за виключенням зміни капіталу за рішенням власників).

Разом з тим, необхідно відмітити, що поряд з терміном «витрати» часто у вітчизняній літературі зустрічається терміни «затрати», «видатки», а в російськомовних джерелах «расходы», «издержки», «затраты», «потери», «убытки».

Стоїмо на позиціях, що різниця між поняттями «витрати» і «затрати» існує (витрати виражають в грошовій формі вартість спожитих ресурсів, а затрати характеризують тільки процес їх зменшення і лише згодом можуть бути включені у витрати), термін «видатки» використовується переважно у сфері державних фінансових ресурсів. Терміни: «расходы», «затраты», «издержки», які зустрічаються в російській економічній літературі, мають певні відмінності, проте, є дуже близькими за змістом та синонімічними.

Однак наведені вище визначення витрат, а також дискусійні моменти відносно чіткості «витратних» термінів невідображають в повній мірі економічний зміст категорії «витрати». Детальне вивчення сутності та розуміння вагомості цього поняття можливе, на нашу думку, тільки при дослідженні значення витрат та моменту їх виникнення в процесі життєдіяльності бізнесових суб'єктів, включаючи аналітичну оцінку залежності величини показників ефективності господарювання від рівня витрат та обліково-інформаційного забезпечення управлінських процесів щодо них в підприємствах, що займаються торгівлею нафтопродуктами.

Виходячи із зазначеного важливо звернути увагу на наступні вихідні положення [10, с. 142–194]: 1) під витратами виробництва слід розуміти сукупність витрат, пов'язаних із виготовленням і реалізацією продукції або наданням послуг; 2) як економічна категорія витрати виробництва характеризують суспільні відносини у сфері ефективності господарювання; 3) ефективність здійснюваної діяльності найчастіше доцільно визначати і оцінювати за спільним для всіх ланок економіки принципом і єдиним критерієм — зіставлення результатів і витрат виробництва; 4) у забезпеченні ефективності господарювання витрати виробництва повинні виступати носіями наступних функцій: облікової, нормативної, регулюючої, оцінюючої та інших.

Узагальнення поглядів різних вчених щодо поняття «витрати» [4; 5; 7], багатоаспектність їх ролі

і функцій в управлінні економічними процесами господарюючих суб'єктів, слугують підставою та науково-методологічною основою для їх класифікації, багатоаспектність якої, в свою чергу, дозволяє не тільки оцінити понесені витрати, а й встановити додаткові шляхи підвищення ефективності як безпосередньо витрат, так і всієї діяльності підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами.

«Витрати» як складна економічна категорія спонукали до становлення індивідуально-відокремлених підходів відносно їх визначення та обліку в межах досліджуваних підприємств, а також правильного відображення на основі вибору одного із методів визнання доходів і витрат. Ці підходи сформувався в процесі поділу обліку. Серед них виділяють: бухгалтерський (фінансовий), управлінський та податковий підходи. Кожний з перелічених підходів сфокусований на витратах як об'єкті з огляду на завдання, призначення, нормативно-правове регулювання, організацію процедури проведення та інші чинники відповідно фінансового, управлінського обліку та оподаткування.

В бухгалтерському обліку (йдеться про фінансовий облік як складову бухгалтерського обліку) Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» (далі П(С)БО 16), затверджений наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318, визначає методологічні принципи визнання витрат, їх склад та формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства і розкриття такої інформації у фінансовій звітності. Синтетичний та аналітичний облік витрат ведеться підприємством згідно Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій та Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджених Наказом Міністерства фінансів України «Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування» від 30 листопада 1999 р. № 291, зареєстровано в Міністерстві юстиції України 21 грудня 1999 р. за № 892/4185 [2].

Управлінський підхід щодо визначення та обліку витрат — це підхід в межах управлінського обліку як системи управління витратами і прибутком підприємства. Зміст цього підходу базується на наступних функціях управлінського обліку відносно витрат: 1) реєстрація витрат та надання аналітичної звітності; 2) оцінка величини витрат за носіями (відповідними видами продукції, робіт, послуг) та місцями виникнення (центрами відповідальності); 3) управління собівартістю з метою прийняття рішень по ціні,

асортименту та технології виробництва; 4) аналіз витрат та результатів діяльності по окремих видах продукції та сегментах для прийняття управлінських рішень в короткостроковому та довгостроковому періодах [10, с. 142–194]. Також необхідно наголосити на відсутності нормативно-правового регулювання обліку витрат при цьому підході, адже необхідність та порядок ведення управлінського обліку визначається керівництвом підприємства самостійно.

Податковий підхід ставить власні вимоги щодо процесів формування витрат суб'єктів господарювання. Основним його завданням стосовно витрат є обчислення величини прибутку, що оподатковується та розміру безпосередньо податку на прибуток. Теоретико-методологічною базою визнання та визначення витрат в даному аспекті до 31.12.2010 року був Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 28 грудня 1994 р. № 334/94-ВР, у редакції від 22 травня 1997 р. № 283/97-ВР, а з 01.01.2011 року Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI із змінами і доповненнями та інші нормативно-правові акти.

В згаданих податкових документах бракує чіткості поясненню терміна «собівартість», також не в повному обсязі розкрито зміст її елементів. Спроби гармонізувати податкове нормативно-правове забезпечення та теоретико-методологічні основи (принципи) визнання і складу витрат, а також механізм формування та надання інформації про них, закладені в П(С)БО 16 «Витрати», залишаються не досить вдалимими. Використовувані в податковому підході поняття «валові витрати» (до 31.12.2010 р.) та «витрати» (з 01.01.2011 р.), встановлюють порядок їх визначення та застосування виключно для (під час) підрахунку податку на прибуток.

Що стосується наявності різних методів визначення фінансових результатів (касовий, нарахування, за першою подією), то їх існування обумовлене необхідністю правильно і точно відображати витрати підприємства.

Суть методу нарахування полягає в тому, що доходи та витрати відображаються в реєстрах бухгалтерському обліку і фінансових звітах підприємств у момент виникнення (у тих звітних періодах, в яких вони мали місце), при цьому не важливо, коли відбулася оплата (перерахування чи надходження) грошових коштів. Юридично застосування цього методу закріплене в статті 4 (основні принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності: принцип нарахування та відповідності доходів і витрат) Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV, а також Податковому кодексу України

від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI. На останньому необхідно зупинитися докладніше.

Податковим кодексом встановлено, що для обчислення фінансового результату співставляються доходи звітного періоду тільки з тими витратами, що були здійсненні для отримання цих доходів (правило першої події вже не діє). Тим самим, виключається будь-яка можливість появи збитків (яскраве домінування фіскальної позиції), тобто господарська діяльність завжди буде ефективною. Однак сам метод нарахування частково «спрацьовує» — доходи, а значить і певна величина витрат, відображаються в момент їх виникнення, незалежно від факту надходження чи сплати коштів.

За касовим методом визначення (визнання) доходів та витрат відбувається тільки у випадку відпуску продукції покупцю та отримання продавцем коштів за неї. Цей метод згадувався в Указі Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 03 липня 1998 р. № 727/98 та Законі України «Про податок на додану вартість» від 03 квітня 1997 р. № 168/97-ВР.

Визначення (визнання) доходів та витрат за методом «першої події» означає, що валові доходи (витрати) потрібно визнавати (збільшувати) за однією з подій, яка відбулась раніше: 1) або це дата перерахування (виплати) коштів з банківського рахунку (каси) підприємства; 2) або дата оприбуткування товарів (робіт, послуг). Цей метод по суті поєднання двох попередніх (методів нарахування та касового) і є виключно податковим методом, його легітимність підтверджувалася Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 28 грудня 1994 р. № 334/94-ВР, у редакції від 22 травня 1997 р. № 283/97-ВР.

Кожний із зазначених вище методів (нарахування, касовий, за першою подією) має свої позитивні

і негативні сторони, зупинятися на яких детальніше ми не будемо. Зазначимо тільки, що максимально достовірно визначати економічні результати діяльності підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами (в тому числі визнавати витрати), а значить і її ефективність, з поміж інших методів, дозволяє метод нарахування. Проте, як свідчить емпіричний досвід, найобгрунтованішим методом у бухгалтерському (фінансовому), управлінському обліку та податкових розрахунках залишається касовий метод, оскільки він гарантує об'єктивну реальність здійснення товарно-грошових відносин.

Таким чином, в залежності від цільової спрямованості обліку витрат встановлено відповідні підходи їх визначення. Ці підходи, по-перше, окреслюють абсолютно різні правила щодо визнання та обліку витрат, по-друге — вони переплетені та міцно пов'язані один з одним, тому що сьогодні в Україні будь-який господарюючий суб'єкт (мова йде про юридичні особи) веде бухгалтерський (фінансовий), управлінський облік та окремо податкові розрахунки. Саме тому, ці підходи обов'язково потрібно враховувати в процесі аналізу ефективності діяльності підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами, адже її рівень буде різним в залежності від того підходу, на який спирається аналітик, обчислюючи остаточні результативні показники.

Витрати як елемент підлягають адмініструванню через планування, облік, аналіз, регулювання їх загального рівня та складу, тобто за допомогою обліково-інформаційного забезпечення здійснюється процес реалізації основних функцій управління щодо них. Проте управлінські функції не існують відокремлено, вони взаємопов'язані і реалізуються послідовно (рис. 1).

Отже, управляти витратами, з метою підвищення ефективності діяльності підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами означає реалізовува-

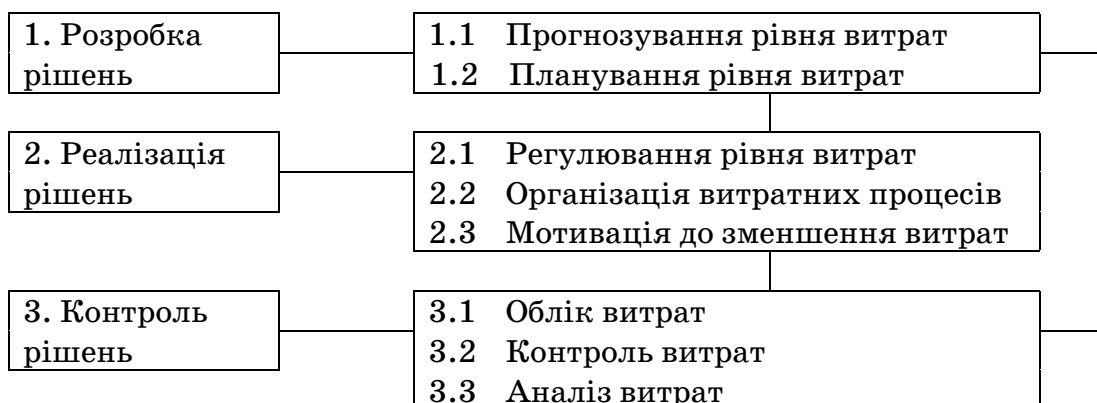


Рис. 1. Управлінські рішення в системі управління витратами підприємства

Джерело: розроблено автором за даними [9]

ти процес заздалегідь встановленого формування та обліку витрат за місцями виникнення, ресурсами, роботами (послугами), часом здійснення та іншими об'єктами для доведення їх до оптимальної величини, зважаючи на тактичну та стратегічну направленість таких підприємств. Дані параметри є визначальними аспектами понесених витрат і утворюють фундаментальні основи моделей управління витратами будь-яких видів.

Загалом, виважене управління витратами, направлене на підвищення ефективності діяльності господарюючого суб'єкта, реалізується в повній мірі за допомогою утворення відповідної системи. Необхідно відмітити, що якогось одного встановленого стандарту побудови системи управління витратами не має. Стосовно підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами теоретико-методичні засади управління витратами включають набір концептуальних положень, розроблених методик та аналітичного інструментарію, які разом забезпечують поліваріантність та різновекторність відбору управлінських рішень, вигідного їх поєднання і налаштування на тактичні напрями та стратегічні орієнтири, з врахуванням специфіки галузі та особливостей кожного організаційного формування.

Система управління витратами, як і будь-яка інша управлінська система, складається з двох підсистем: 1) керуюча підсистема, тобто та, яка управляє (суб'єкт управління); 2) керована підсистема, тобто та, якою управляють (об'єкт управління).

Суб'єктами управління витратами господарюючих одиниць є керівники, менеджери, провідні спеціалісти як відокремлених підрозділів (філій, цехів, ланок, дільниць, відділів), так і самого підприємства. Структура даної управлінської підсистеми визначається його розміром, видами діяльності, виробничою специфікою тощо.

До об'єктів управління системи управління витратами відносять явища, процеси та операції, що можуть виникнути під час здійснення виробничо-фінансової діяльності підприємства, і які аналізуються з точки зору споживання (витрачання) усіх видів ресурсів, тобто здійснення витрат. Предметом управління виступають безпосередньо самі витрати.

Основним завданням створення обліково-інформаційного забезпечення управління витратами є своєчасна підготовка та надання управлінському персоналу повної та релевантної інформації для прийняття рішень оперативного, тактичного і стратегічного характеру щодо витратних процесів, які визначають безперервність та, головне, ефективність діяльності підприємства [1, с. 82–96; 3, с. 45–104].

Метою функціонування обліково-інформаційного забезпечення управління витратами є вирішення постійно виникаючих задач оперативного, тактичного та стратегічного спрямування трьох однойменних рівнів менеджменту.

Всі зазначені рівні передбачають створення власної, інтегрованої у загальну управлінську інформаційну систему, підсистеми обліково-інформаційного забезпечення управління з чітко ідентифікованими за підпорядкуванням потоками інформаційних даних, необхідність та релевантність яких встановлюється в кожному випадку окремо. Для диференціації згаданих рівнів у загальній підсистемі обліково-інформаційного забезпечення управління витратами ми вважаємо необхідним виділяти «інформаційні рубежі (пороги)». На інформаційному рубежі буде збиратися інформація, яка надалі може одержуватися тільки за запитом (така наша пропозиція сформована в контексті надлишковості інформації та проблемності розвитку інформаційного аудиту. Тобто, мова йде про певні межі рівнів управління, в інформаційно-просторових контурах яких інфор-

Інформаційно-аналітичний модуль	Рівень стратегічних управлінських рішень
	Вертикальні і горизонтальні інформаційні потоки (центри інвестицій)
	Інформаційний рубіж (поріг)
	Рівень тактичного управління витратами
	Вертикальні і горизонтальні інформаційні потоки (центри прибутків)
	Інформаційний рубіж (поріг)
Рівень оперативного управління витратами	
Вертикальні структурні інформаційні потоки (центри витрат, центри відповідальності)	

Рис. 2. Граничність системи обліково-інформаційного забезпечення управління витратами підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами відносно рівнів менеджменту

Джерело: розроблено автором за даними [6; 8]

маційні дані є необхідними та релевантними для досягнення управлінських цілей. Поза відповідним рівнем управління така інформація без процедур додаткової обробки буде непридатною, а отже, трансформуватиметься в інформаційний «шум» (рис. 2).

Розглянуті інформаційні рубежі (пороги) є фінішними адресатами циркулюючих обліково-інформаційних потоків, тобто на кожному рівні менеджменту, обмеженому інформаційним рубіжем (порогом) проводиться власна обробка зібраної інформації як з облікових, так і з позаоблікових джерел, відбувається безперервний процес систематизованого узагальнення та інтегрованої консолідації усіх даних. При організації функціонування обліково-інформаційних потоків за відповідними рівнями управління, спочатку потрібно застосовувати заздалегідь розроблену систему показників, які будуть відображати величину витрат структурного підрозділу підприємства, центрів прибутку чи інвестицій, а потім формувати безпосередньо і саме обліково-інформаційне забезпечення управління витратами, за допомогою якого здійснювати подальший їх аналіз з метою підвищення ефективності діяльності підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами в розрізі рівнів управління, спожитих ресурсів, виробничих факторів, елементів витрат та інших об'єктів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Узагальнюючи наведений матеріал необхідно зазначити, що науково-обґрунтовано управляти витратами підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами, з метою

підвищення ефективності їх діяльності, означає: організувати всебічний облік витрат (за економічними елементами, статтями калькуляції, місцями виникнення, центрами відповідальності, окремими підрозділами, в цілому по підприємству); в залежності від цілей різних видів обліку, дотримуватися встановлених принципів та методів визначення (визнання) витрат; аналізувати рівень та структуру витрат, зокрема, їх вплив на результати діяльності підприємства, в тому числі через вдало розроблену витратно-видову класифікацію; на основі обліку і аналізу витрат сформувати якісне обліково-інформаційне забезпечення управління ними; планувати рівень витрат і, як наслідок, майбутній прибуток з урахуванням обсягів вже здійснених витрат та змін у ринковому середовищі, враховуючи як традиційні підходи, так і новітні системно-інтеграційні концепції управління витратами; формувати дієву систему мотивації працівників до контролю та зменшення витрат; приймати виважені та своєчасні управлінські рішення, на основі якісного обліково-інформаційного забезпечення управління витратами, щодо оптимізації їх рівня.

Застосування зазначених методологічних підходів до побудови ефективної системи управління витратами підприємств, що займаються торгівлею нафтопродуктами, зокрема, за рахунок поліпшення обліково-інформаційного забезпечення менеджменту сприятиме підвищенню ефективності діяльності і, як наслідок, дозволить активізувати їх соціально-економічний розвиток.

Література

1. Економічна синталітика: філософський дискурс становлення та розвитку: монографія / [С. В. Бардаш, О. М. Костенко, В. М. Краєвський]; за заг. ред. С. В. Бардаша — К.: ЦП Компринт, 2017. — 225 с.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996–XIV [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Інформаційна система управління сільськогосподарським підприємством: аналітичні індикатори формування і результативності / [Камінська Т. Г., Краєвський В. М., Костенко О. М., Охріменко І. В., Савчук В. К.]. — К.: видавництво «Вік принт», 2016. — 270 с.
4. Інформаційно-аналітичний процес: праксеологічний підхід / [Савчук В. К., Костенко О. М., Краєвський В. М.]; за заг. ред. В. К. Савчука. — К.: видавництво «Вік Принт», 2013. — 204 с.
5. Краєвський В. М. Облікові системи: еволюція та вектор розвитку / Краєвський В. М. — К.: «Аграр Медіа Груп», 2012. — 192 с.
6. Кукукина И. Г. Управленческий учет: учеб. пособ. / Кукукина И. Г. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 400 с.
7. Обліково-інформаційне забезпечення управління функціонуванням сільськогосподарських підприємств: монографія / Костенко О. М. — К.: видавництво «Вік принт», 2017. — 350 с.
8. Панасюк В. М. Витрати виробництва: управлінський аспект / Панасюк В. М. — Тернопіль: Астон, 2005. — 288 с.
9. Управління витратами: навч. посіб. / [Грещак М. Г., Гордієнко В. М., Коцюба О. С. та ін.]; за ред. М. Г. Грещака. — К.: КНЕУ, 2008. — 264 с.

10. Управління ефективністю сільськогосподарського виробництва: інформаційно-аналітичний аспект / [Савчук В.К., Костенко О.М., Мискін Ю.В., Краєвський В.М.]; за заг. ред. В.К. Савчука. — К.: видавництво «Вік Принт», 2013. — 470 с.

References

1. Ekonomichna syntalityka: filosofskyy diskurs stanovlennya ta rozvytku: monohrafiya / [S.V. Bardash, O.M. Kostenko, V.M. Kravevs'kyy]; za zah. red. S.V. Bardasha — K.: TSP Komprynt, 2017. — 225 p.
2. Zakon Ukrainy «Pro bukhhalters'kyy oblik ta finansovu zvitnist' v Ukraini» vid 16 lypnya 1999 r. № 996–XIV [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: // <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Informatsiyna systema upravlinnya sil's'kohospodars'kym pidpryyemstvom: analitychni indykatory formuvannya i rezul'tatyvnosti / [Kamins'ka T. H., Kravevs'kyy V. M., Kostenko O. M., Okhrimenko I. V., Savchuk V. K.]. — K.: vydavnytstvo «Vik prynt», 2016. — 270 p.
4. Informatsiyno-analitchnyy protses: prakseolohichnyy pidkhid / [Savchuk V. K., Kostenko O. M., Kravevs'kyy V. M.]; za zah. red. V. K. Savchuka. — K.: vydavnytstvo «Vik Prynt», 2013. — 204 p.
5. Kravevs'kyy V. M. Oblikovi systemy: evolyutsiya ta vektor rozvytku / Kravevs'kyy V. M. — K.: «Ahrar Media Hrup», 2012. — 192 p.
6. Kukukyna Y. H. Upravlencheskyy uchet: ucheb. posob. / Kukukyna Y. H. — M.: Fynansy y statystyka, 2004. — 400 p.
7. Oblikovo-informatsiyne zabezpechennya upravlinnya funktsionuvannyam sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv: monohrafiya / Kostenko O. M. — K.: vydavnytstvo «Vik prynt», 2017. — 350 p.
8. Panasyuk V. M. Vytraty vyrobnytstva: upravlins'kyy aspekt / Panasyuk V. M. — Ternopil': Aston, 2005. — 288 p.
9. Upravlinnya vytratamy: navch. posib. / [Hreshchak M. H., Hordiyenko V. M., Kotsyuba O. S. ta in.]; za red. M. H. Hreshchaka. — K.: KNEU, 2008. — 264 p.
10. Upravlinnya efektyvnisty sil's'kohospodars'koho vyrobnytstva: informatsiyno-analitchnyy aspekt / [Savchuk V. K., Kostenko O. M., Myskin YU. V., Kravevs'kyy V. M.]; za zah. red. V. K. Savchuka. — K.: vydavnytstvo «Vik Prynt», 2013. — 470 p.

Зарічна Олена Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

Ужгородський національний університет

Зарічна Елена Владимировна

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры бизнес-администрирования, маркетинга и менеджмента

Ужгородский национальный университет

Zarichna Olena

PhD, Associate Professor of the Department of

Business Administration, Marketing and Management

Uzhhorod National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4041

РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСКОРДОННОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО КЛАСТЕРУ

РОЛЬ И ОСОБЕННОСТИ ТРАНСГРАНИЧНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КЛАСТЕРА

ROLE AND FEATURES OF A CROSS-BORDER BUSINESS CLUSTER

Анотація. В статті розглянуто тенденції співробітництва прикордонних регіонів України з країнами – членами ЄС, здійснено аналіз наукових досліджень форм транскордонного співробітництва різних науковців та визначено роль кластерного підходу до покращення економічного розвитку регіонів. Запропоновано для покращення підприємницького клімату в Україні, а особливо в прикордонних регіонах створення транскордонних кластерів, які б відповідали сучасним уявленням про науково-технічний прогрес та будувались на інноваційних засадах.

Наведено визначення транскордонного підприємницького кластеру, як добровільної форми міжрегіональної співпраці суб'єктів господарювання прикордонних територій, основним завданням якого має бути налагодження ефективних партнерських зв'язків прикордонних регіонів щодо раціонального використання природних та трудових ресурсів, ведення спільного бізнесу, набуття нових знань та обмін досвідом щодо покращення виробничої та торговельної діяльності, залучення інвестицій та фінансування інноваційних проектів. Пріоритетність такого кластеру повинна базуватись на економічних і соціальних інтересах України та її регіонів, розвитку наукової та освітньої бази, збільшені робочих місць, покращенні рівня життя та якості країни, розвитку малого і середнього бізнесу та залучення значних інвестицій у розвиток інноваційного транскордонного підприємництва.

Зроблено висновок, що для покращення підприємницького потенціалу як прикордонних регіонів, так і України взагалі, необхідно дослідити різні форми транскордонного співробітництва, зокрема утворення транскордонного підприємницького кластеру, який би враховував і впроваджував розробки та дослідження наукових інститутів та лабораторій, співпрацював із закордонними дослідниками та використовував закордонні моделі розвитку підприємництва на території України.

Ключові слова: прикордонний регіон, транскордонне співробітництво, транскордонне підприємництво, кластер, транскордонний підприємницький кластер.

Аннотация. В статье рассмотрены тенденции сотрудничества приграничных регионов Украины со странами – членами ЕС, осуществлен анализ научных исследований форм трансграничного сотрудничества различных ученых и определена роль кластерного подхода к улучшению экономического развития регионов. Предложено для улучшения

предпринимательского климата в Украине, а особенно в приграничных регионах создание трансграничных кластеров, которые бы соответствовали современным представлениям о научно-технический прогресс и строились на инновационных принципах.

Приведены определения трансграничного предпринимательского кластера, как добровольной формы межрегионального сотрудничества субъектов хозяйствования приграничных территорий, основной задачей которого должно быть налаживание эффективных партнерских связей приграничных регионов по рациональному использованию природных и трудовых ресурсов, ведения совместного бизнеса, приобретения новых знаний и обмен опытом по улучшению производственной и торговой деятельности, привлечение инвестиций и финансирование инновационных проектов. Приоритетность такого кластера должна базироваться на экономических и социальных интересах Украины и ее регионов, развития научной и образовательной базы, увеличении рабочих мест, улучшении уровня жизни и качества страны, развития малого и среднего бизнеса и привлечения значительных инвестиций в развитие инновационного трансграничного предпринимательства.

Сделан вывод, что для улучшения предпринимательского потенциала как приграничных регионов, так и Украины вообще, необходимо исследовать различные формы трансграничного сотрудничества, в частности трансграничного предпринимательского кластера, который бы учитывал и внедрял разработки и исследования научных институтов и лабораторий, сотрудничал с зарубежными исследователями и использовал зарубежные модели развития предпринимательства на территории Украины.

Ключевые слова: приграничный регион, трансграничное сотрудничество, трансграничное предпринимательство, кластер, трансграничный предпринимательский кластер.

Summary. The article considers the trends of cooperation of border regions of Ukraine with countries of EU carried out an analysis of scientific studies of the forms of cross-border cooperation of various scholars and determine the role of the cluster approach to improve economic development of the regions. Proposed to improve the business climate in Ukraine, especially in the border regions cross-border clusters, which would correspond to modern notions of scientific and technical progress and build on innovative principles.

Are the definitions of cross-border business cluster as voluntary forms of inter-regional cooperation of economic entities of the border area, whose main task should be the establishment of an effective partnership relations between the border regions on rational use of natural and labor resources, doing business, acquiring new knowledge and exchange of experience in improvement of production and trade activities, attraction of investments and financing innovative projects. The priority of such a cluster should be based on economic and social interests of Ukraine and its regions, development of scientific and educational base, increase jobs, improve living standards and quality of the country, development of small and medium business and attracting significant investment in the development of innovative cross-border entrepreneurship.

It is concluded that to improve the business potential of the border regions and Ukraine, it is necessary to investigate various forms of cross-border cooperation, in particular cross-border business cluster, which would take into account and implement the development and research of scientific institutes and laboratories, collaborating with foreign researchers and used foreign models of development of entrepreneurship in Ukraine.

Key words: border region, cross-border cooperation, cross-border entrepreneurship, cluster, cross-border business cluster.

Постановка проблеми. Диспропорції, які наявні в соціально-економічному, політичному та культурному житті України вимагають негайних конструктивних змін. Одним з шляхів подолання таких диспропорцій є налагодження ефективних транскордонних зв'язків з країнами-членами Європейського Союзу задля покращення умов життя українського народу, міграційних процесів, розвитку виробничої інфраструктури, вдосконалення транспортної мережі щодо розширення кордонів, притоку інвестицій та вкладення їх в найбільш прибуткові сфери господарювання, впровадження інноваційних підходів щодо здійснення малого і середнього підприємництва тощо.

Ефективна співпраця прикордонних регіонів України з країнами-членами ЄС повинна допомогти вирішити ці проблеми, та вивести економіку України на новий щабель розвитку.

Не менш важливим питанням на сьогодні залишається пошук нових форм транскордонного співробітництва особливо в напрямку впровадження інноваційних засад підприємництва, які можуть стати основною розвитку всіх секторів економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукової літератури та численних публікацій науковців показав, що дослідженню та визначенню форм транскордонного співробітництва приділено досить

достатньо уваги та праць. Так, професор Н. Мікула у своїх дослідження характеризує утворення форм транскордонного співробітництва через формування прямих контактів на мікрорівні та співпраці на основі укладання договорів між територіальним громадами або органами влади, а також створення єврорегіонів [1]. І. В. Мартусенко та Б. В. Погріщук зазначають, що транскордонне співробітництво в Україні може бути реалізоване через спільні проекти та програми, угоди про транскордонне співробітництво, єврорегіони, робочі співдружності та безпосередні взаємозв'язки між учасниками співробітництва [2]. Інша група вчених виділяє деякі нові форми транскордонного співробітництва в залежності від макро- мезо- та мікрорегіональних рівнів [3, с. 121].

Але дослідження даних науковців не розкривають більш глибоких можливостей для розвитку транскордонного підприємництва а особливо використання інноваційних підходів.

Постановка завдання. Метою роботи є оцінка ролі та визначення особливостей формування підприємницького кластеру в умовах транскордонного співробітництва регіонів України з країнами ЄС.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні досить популярними стають дослідження кластеризації регіонального підприємництва, а з допомогою співпраці з країнами-членами ЄС формування нових інноваційних підприємницьких кластерів транскордонного співробітництва.

Кластер — галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють з науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону [4].

На нашу думку транскордонний підприємницький кластер — це добровільна форма міжрегіональної співпраці суб'єктів господарювання прикордонних територій, яка направлена на вирішення питань щодо раціонального використання природних та трудових ресурсів прикордонних регіонів, покращення виробничої інфраструктури, впровадження нових технологій або обмін новими знаннями щодо ведення бізнесу, розвитку інновацій тощо.

Пріоритетними особливостями функціонування транскордонного підприємницького кластеру повинні бути:

– Розвиток економічних і соціальних інтересів регіону та країни в цілому. Економічні інтереси перш за все повинні забезпечувати конкурентоспроможність країни або окремо взятого регіону

як внутрішню так і міжнародну, а соціальні — здійснення економічної політики з врахування інтересів суспільства, особливо соціальних верств населення.

- Покращення правового і регулятивного впливу, який повинен перш за все здійснюватися з врахуванням наявних можливостей прикордонних територій, а потім формуватися на рівні держави. Ті законодавчі, нормативні документи, які прийняті і діють у нашій державі, є не досконалі, а тому потребують перегляду, та коректування, особливо якщо є можливість перейняти досвід країн-членів ЄС з якими Україна має налагоджені міжнародні зв'язки. Регуляторна політика повинна проводитись на рівні окремих регіонів задля врегулювання процесів, особливо тих, що пов'язані з зовнішньо-торгівельними операціями. Неабияка роль тут повинна відводитись органам влади як місцевого так і державного рівня.
- Здійснення ефективного обміну знаннями, ідеями та досвідом. Дана особливість перш за все характеризує можливість отримання закордонного досвіду здійснення підприємницької діяльності, освоєння та використання нових методів та засобів ведення бізнесу, можливість застосування набутих знань за кордоном працівниками українських підприємств і внаслідок цього, можливо, вдосконалити принципи роботи суб'єктів підприємницької діяльності.
- Підвищення ролі науково-дослідних організацій та залучення наукових спеціалістів до розробки нових форм здійснення підприємництва і бізнес-ініціатив в Україні та покращення діяльності вже існуючих. На сьогодні наукові кадри займають важливе місце, як в діяльності підприємств і організацій так і в економічному середовищі країни. Наукові заклади готують відповідних спеціалістів, які спроможні здійснити моніторинг соціального і економічного становища України та її регіонів, проаналізувати переваги та визначити основні похибки формування взаємовигідних відносин, сформулювати ефективні шляхи покращення як підприємницького клімату прикордонних регіонів так і можливість підвищити рівень конкурентоспроможності України в цілому. Науково-дослідна розробка нових технологій виробництва екологічної конкурентоспроможної продукції надасть можливість нашій державі зайняти відповідні позиції не тільки на внутрішньому ринку але і на зовнішньому також. Співпраця з країнами ЄС дозволить збільшити товарооборот регіонів України, покращить умови для

здійснення бізнесу, забезпечить нові робочі місця, забезпечить притік інвестицій, що будуть спрямовуватись на розвиток важливих галузей країни, покращить рівень і якість життя тощо.

Наведені особливості транскордонного підприємницького кластеру не є закінченими, і можуть бути доповнені відповідно до подальших досліджень. Але хочеться наголосити, що аналізуючи статистичні показники, розвиток підприємництва в Україні, хоч і зазнав певних позитивних зрушень, але ще не дає ті вагомні результати, які допоможуть не тільки

покращити підприємницький потенціал прикордонних регіонів, але і України в цілому.

Висновки. Тому важливим питанням на сьогодні повинне бути визначення інноваційних засад здійснення підприємницької діяльності та створення інноваційної моделі транскордонного підприємницького кластеру, який би враховував і впроваджував розробки та дослідження наукових інститутів та лабораторій, співпрацював із закордонними дослідниками та використовував закордонні моделі розвитку підприємництва на території України.

Література

1. Мікула Н. А. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво. Монографія. — Львів: ІРД НАН України, 2004. — 395 с.
2. Мартусенко І. В., Погріщук Б. В. Регіональна економіка: підручник / І. В. Мартусенко, Б. В. Погріщук. Тернопіль: Крок. — 2015. — 626 с.
3. Козак Ю. Г., Спорек Т. та ін. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. Видання 5-те, переробл. та доп. / За редакцією Ю. Г. Козака, Т. Спорек — Київ-Катовіце: Центр учбової літератури, 2016. — 289 с.
4. Тлумачний словник [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.slovnyk.ua/index.php?swrd=кластер>

References

1. Mikula N. A. Mizhterytorialjne ta transkordonne spivrobotnyctvo. Monoghrafija. — Ljviv: IRD NAN Ukrajinu, 2004. — 395 s.
2. Martusenko I. V., Poghrishhuk B. V. Reghionaljna ekonomika: pidruchnyk / I. V. Martusenko, B. V. Poghrishhuk. Ternopilj: Krok. — 2015. — 626 s.
3. Kozak Ju. Gh., Sporek T. ta in. Osnovy zovnishnjoekonomichnoji dijalnosti: Navchaljnyj posibnyk. Vydannja 5-te, pererobl. ta dop. / Za redakcijeju Ju. Gh. Kozaka, T. Sporeka — Kyjiv-Katovice: Centr uchbovoji literatury, 2016. — 289 s.
4. Tlumachnyj slovnyk [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <https://www.slovnyk.ua/index.php?swrd=klaster>

Зиза Олена Олександрівна

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

Зыза Елена Александровна

*кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики
Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Zyza Olena

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Economics Department
Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky*

Овсієнко Надія Миколаївна

*студентка
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

Овсиенко Надежда Николаевна

*студентка
Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Ovsienko Nadia

*Student of the
Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4044

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПИВА УКРАЇНИ
ТА ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА СПОЖИВАЧІВ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ПИВА УКРАИНЫ
И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

**UKRAINE BEER MARKET STATE REGULATION
AND CONSUMER INFORMATION SECURITY**

Анотація. У статті розглядаються проблеми державного регулювання пивної галузі економіки України. Переговсім визначено, що відбувається зниження виробництва основного продукту галузі – пива. Визначено причини даного падіння, а саме зменшення платоспроможного попиту через кризу в країні, втрату територій, проведення АТО. Крім того визначено, що негативні тенденції також пов'язані безпосередньо із державним регулюванням галузі, особливо в межах оподаткування. Так на обсягах продажів негативно позначилися підвищення податку на хмелярство і виноградарство, стан акцизного податку, а також регуляторні ініціативи цілого ряду місцевих рад про заборону продажу пива у вечірній і нічний час. Крім того, особливостями державного регулювання ринку пива є прирівнення його до алкогольних напоїв та зміни у реалізації алкоголю (і пива в тому числі).

Негативні тенденції на досліджуваному ринку, спровоковані особливостями його державного регулювання у вітчизняній економіці, виражаються не лише у падінні обсягів його виробництва, а також впливають на використання потужностей та рівень зайнятості. Це має свої відповідні наслідки для суспільства в цілому.

У проведеному дослідженні здійснено порівняння регулювання ринку пива в країнах ЄС та в Україні. Особлива увага приділена ліцензуванню діяльності на даному ринку та рекламі продукції. Останню розглянуто з точки зору впливу на інформаційну безпеку споживача. Заборона реклами навіть у певний часовий проміжок це дискусійний шлях боротьби із нав'язуванням споживачам пивної продукції, яка може мати негативний вплив на їхнє здоров'я, а, відтак, їхню інформаційну безпеку. В сучасних реаліях реклама має безліч шляхів поширення і часто має прихований характер. Це підтверджується аналізом висвітлення подій на даному ринку у різних медіа, що вказує на загрози інформаційній безпеці споживача.

Ключові слова: ринок пива, державне регулювання, податки, реклама, інформаційна безпека, споживач.

Анотація. В статті розглядаються проблеми державного регулювання пивної галузі економіки України. Пріоритетом є дослідження причини падіння виробництва основного продукту галузі – пива. Визначено причини даного падіння, а саме зменшення платіжеспособного попиту через кризу в країні, втрату територій, проведення АТО. Крім того встановлено, що негативні тенденції також пов'язані безпосередньо з державним регулюванням галузі, особливо в межах оподаткування. Так на обсягах продажів негативно вплинули підвищення податку на хмелеводство та виноградарство, стан акцизного податку, а також регуляторні ініціативи місцевої влади щодо заборони продажу пива ввечері та вночі. Крім того, особливостями державного регулювання ринку пива є порівняння його з алкогольними напоями та зміни в реалізації алкоголю (і пива в тому числі).

Негативні тенденції на досліджуваному ринку, спровоковані особливостями його державного регулювання в національній економіці, виражаються не тільки в падінні обсягів його виробництва, а також мають вплив на використання потужностей та рівень зайнятості. Це має свої відповідні наслідки для суспільства в цілому.

У дослідженні проведено порівняння регулювання ринку пива в країнах ЄС та в Україні. Особливу увагу приділено ліцензуванню діяльності на даному ринку та рекламі продукції. Останню розглянуто з точки зору впливу на інформаційну безпеку споживача. Заборона реклами навіть в певний часовий проміжок це дискусійний шлях боротьби з нав'язуванням споживачам пивної продукції, яка може мати негативний вплив на їхнє здоров'я, а отже, їхню інформаційну безпеку. В сучасних реаліях реклама має багато шляхів поширення і часто має прихований характер. Це підтверджується аналізом висвітлення подій на даному ринку в різних медіа, що вказує на загрози інформаційній безпеці споживача.

Ключевые слова: рынок пива, государственное регулирование, налоги, реклама, информационная безопасность, потребитель.

Summary. The article deals with the problems of the beer industry state regulation in Ukrainian economy. Before, it was determined that the industry main product production – the beer – is declining. The reasons for this fall are determined, namely, the decrease in effective demand due to the crisis in the country, loss of territories, and the conduct of ATO. In addition, it was found that negative trends are also directly related to state regulation of the industry, especially within the taxation. So the sales volumes were negatively affected by the increase in the tax on hop-growing and viticulture, the state of excise tax, as well as the regulatory initiatives of a local councils number to ban the sale of beer in the evening and at night. In addition, the peculiarities of the beer market state regulation is its equating to alcoholic beverages and changes in the alcohol sale (and beer in particular).

Negative trends in the investigated market, provoked by the peculiarities of its state regulation in the domestic economy, are expressed not only in the fall in the volume of its production, but also have an impact on the capacity use and the employment level. This has its corresponding consequences for society as a whole.

The research compares the beer market regulation in the EU and Ukraine. Particular attention is paid to licensing activities in this market and advertising products. The latter is considered from the point of view on the consumer information security influence. Prohibition of advertising even in a certain time period is a debatable way of combating the imposition of beer products on consumers, which can have a negative impact on their health, and consequently, their information security. In modern realities advertising has many ways of distribution and often has a hidden character. This is confirmed by an analysis of the coverage of events in this market in various media, which indicates threats to the consumer information security.

Key words: beer market, state regulation, taxes, advertising, information security, consumer.

Постановка проблеми. Пивна індустрія посідає значне місце у переробній промисловості України. Вона є прибутковою не лише для інвесторів та безпосередніх виробників, а й для держави. Адже пивовари є платниками різноманітних податків як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому. Особливим об'єктом державного регулювання є реклама пива, що є об'єктом інформаційної безпеки споживача на даному ринку та в цілому громадян країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем розвитку ринку пива України присвячені праці таких вчених: О. М. Петухова [1], М. Катран [2], О. Стельмашенко [3], І. В. Тюха [4], Н. С. Вітренко [5] та інші. Проте ситуація на ринку постійно змінюється, тому існує необхідність подальших досліджень.

В межах даної проблематики недостатньо системно досліджено регулювання ринку пива з боку держави та його вплив на операції на внутрішньому ринку. А також безпека споживача від інформації, що надає реклама пива, і доцільність її регулювання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Тому для вирішення зазначеного вище необхідно здійснити дослідження ринку пива, його державного регулювання та безпосередньо інформаційної безпеки споживачів.

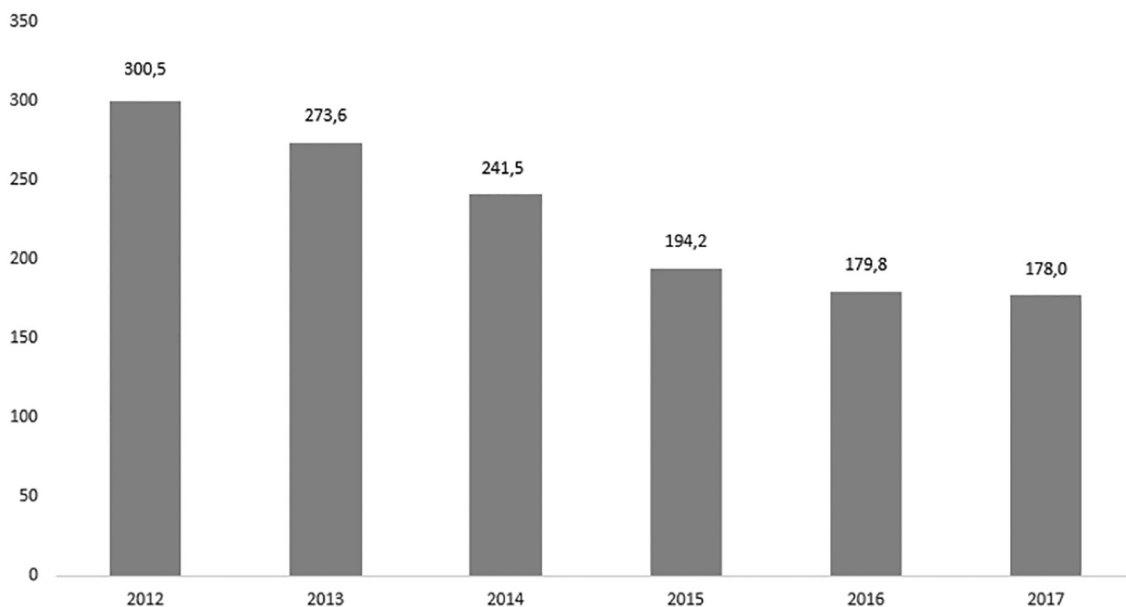
Виклад основного матеріалу досліджень. За останні роки виробництво пива в Україні швидко знижується, що обумовлено падінням платоспро-

можного попиту населення на тлі глибокої фінансово-економічної кризи та девальвації національної валюти.

Ринок пива в останній раз зростав в 2008 році (було вироблено 330 млн дал.). Після цього він почав показувати негативну динаміку. І на даний момент скоротився майже в 2 рази. Падіння прискорилося в кінці 2013 — початку 2014 року (див. графік 1). Криза в країні, втрата територій, проведення АТО — все це вплинуло на результати діяльності галузі. Експорт пива зменшився (Росія була одним з головних ринків збуту української продукції). Крім того, виробничі потужності одного з лідерів ринку, компанії Ефес-Україна, перебували в Донецьку. Зараз робота підприємства припинена, а 2015 рік був закінчений зі збитками 1,272 млрд гривень [6].

Окрім загальної ситуації в країні, також на зростання показників галузі негативно впливає введення протягом останніх трьох років усе нових законодавчих ініціатив у сфері оподаткування і продажу пива. Так на обсягах продажів негативно позначилися підвищення податку на хмелярство і виноградарство, стан акцизного податку, а також регуляторні ініціативи цілого ряду місцевих рад про заборону продажу пива у вечірній і нічний час. У сукупності усе це катастрофічно відобразилося на роботі пивоварної галузі в цілому [6].

Діяльність суб'єктів господарювання ринку пива в Україні постійно перебуває під впливом державного регулювання в межах оподаткування, що реалізуєть-



Графік 1. Динаміка виробництва пива в Україні, млн дал. протягом 2012–2017 рр.

Джерело: створено за даними [7]

ся через зміни податкового законодавства (зокрема, в питаннях підакцизних товарів). Це, своєю чергою, відображається і на ціновій політиці підприємств.

Відтак, ставка акцизного податку на пиво солодове за період 2012–2017 рр. зросла більш, ніж в три рази (з 0,81 до 2,78 грн. за 1 л.), що значно вище показників, передбачених ПКУ для щорічної індексації, в той час як бюджетні надходження зросли лише удвічі (з 2,1 млрд до 4,4 млрд.). Наслідками стало те, що при цьому, за цей період виробництво пива скоротилося майже на 50 % (з 300,5 до 178 млн. дал.), Використання потужностей з виробництва пива в 2016 році склав лише 43 % проти 74,3 % в 2012 році, а чисельність працюючих в пивоварній галузі впала з 13,5 до 10,4 тис. працівників [7].

У 2015 році пиво прирівняли до алкоголю, закон набув чинності 1 липня 2015 року. Тепер виробники пива працюють практично на рівних умовах з виробниками міцного алкоголю, незважаючи на те, що в силу специфіки виробництва (лікеро-горілчані вироби — це спиртова суміш, в той час як пиво — продукт бродіння), особливості виробництва і обороту цих продуктів значно відрізняються, що не було враховано при зміні регулювання.

Також, у 2017 році влада внесла зміни щодо реалізації алкоголю — їх дію ми побачимо у 2018.

По-перше, законодавчі поправки скасували сертифікацію спиртного — вірніше, вона стала не обов'язкова. Раніше діяла стаття 10 ЗУ «Про державне регулювання виробництва, обороту, реалізації спирту та алкогольної продукції». Тепер роздрібним торговцям не потрібно сертифікувати алкоголь. Виробників ця зміна не торкнулося.

По-друге, Інтернет-торгівля залишається нерегульованою, оскільки в законах є протиріччя. Адже в онлайн не потрібні, наприклад, облікові книги роздрібних операцій. Переліки вимог не збігаються в різних законодавчих актах, і це стосується не тільки звітності, а й вітрин, протипожежної сигналізації. Доставка алкоголю кур'єрами з веб-сервісів відноситься до пересувної торгівлі. А фіскальна служба не дає ліцензію на алкоголь пересувним точкам. Тому інтернет-торгівля де юре — під заборону, а де факто досить активна: сайти Rozetka, Goodwine і інші продають багато різноманітного алкоголю.

По-третє, роздрібні торговці більше не здають звітність за обсягами продажів. Цю політику почали проводити в 2017 році, і період експерименту виявив, що відсутність звітності роздробу не призводить до негативних наслідків. Так що в 2018 році ця зміна закріплена законодавчо. Але виробники, імпортери і оптові торговці, як і раніше зобов'язані надавати звіти податківцям.

Основні зміни торкнулися правил реклами пива і ліцензій.

Ліцензія для точки продажу на рік тепер коштує 8000 гривень. Також потрібні ліцензії на оптову діяльність. Вартість такого дозволу для міні-пивоварні становить 500 тис. грн. Це призвело до закриття багатьох невеликих підприємств, так як зробило їх існування нерентабельним. Закон привів до великого галасу, були розроблені законопроекти, які нівелюють його згубний вплив на бізнес. У серпні 2016 р. один з таких актів пройшов перше читання, однак до другого так і не дійшов. У жовтні 2016 була зроблена ще одна спроба, але законопроект про часткову дерегуляцію галузі, який був розроблений і внесений в Раду з ініціативи Мінфіну і пропонував скасувати ліцензії на імпорт і експорт алкогольної продукції вартістю 780 гривень, був так і не зареєстрованим для розгляду в залі Верховної Ради.

Загалом даний законопроект передбачав усунути такі законодавчі обмеження для пива [7]:

1. Атестація виробництва, ліцензія на виробництво, сертифікат відповідності продукції, ліцензія на імпорт і експорт пива. Подібного регулювання не існує у країнах ЄС, що створює штучні бар'єри у торгівлі;

2. Нормування витрат спирту. Спирт не є складовою частиною пива, так як алкоголь утворюється в результаті природного процесу бродіння;

3. Маркування пива як міцного алкоголю. Пиво має певні особливості маркування, які потрібно враховувати. При цьому, зміст алкоголю та інша важлива для споживачі інформація указується на етикетці;

4. Заборона використання орендованого обладнання. У країнах ЄС та усьому світі таких обмежень немає, або ж, за вкрай рідкісним винятком. Орендування обладнання надається підприємцем в секторі ресторанного бізнесу на пільгових умовах, що дозволяє розвивати даний вид бізнесу, який має високу додану вартість для економіки;

5. Заборона спонсорства спортивних команд. Згідно зі світовою практикою, виробники часто виступають спонсорами спортивних заходів. Так, світові бренди пивних компаній спонсорують національні збірні країн з футболу, турніри EURO і FIFA.

6. Заборона реклами пива на ТБ і радіо. Підхід до регулювання реклами пива в країнах ЄС різний — від повної заборони реклами пива (крім таких країн як Норвегія і Франція) до відсутності будь-яких обмежень, крім заборони реклами алкогольних напоїв в рамках передач для дітей та підлітків.

У таблиці 1 узагальнено порівняння регулювання ринку пива в Україні та окремих країнах ЄС.

Таблиця 1

Регулювання ринку пива в країнах ЄС

№	Вимоги	Німеччина	Польща	Бельгія	Україна
1.	Атестація виробництва	—	—	—	+
2.	Ліцензія на виробництво	—	—	—	+
3.	Сертифікат відповідності	—	—	—	+
4.	Маркування як для міцного алкоголю	—	—	—	+
5.	Контроль за нормами спирту і втрат	—	—	—	+
6.	Ліцензія на імпорт і експорт	—	—	—	+
7.	Використання брендovanого обладнання у ресторанному бізнесі	—	—	—	+
8.	Спонсорство спортивних команд і заходів	—	—	—	+

Джерело: [7]

В результаті ми побачили, що переважна частина вимог до пивної галузі в Україні йде в розріз з європейською практикою.

Неправильно буде не прокоментувати найбільш обговорювану частину зазначеного вище законопроекту — питання реклами. Реклама пива регулюється в кожній країні ЄС окремо, від повної відсутності будь-яких обмежень (у Бельгії та Німеччині) до повної заборони реклами пива в денний час (Україна, Литва, Естонія (стосується національного телебачення)).

Заборона реклами принесла великі збитки для телевізійників. На радіо і в Інтернеті реально рекламувати пиво в денний час, а на телебаченні пиво тепер може виступати тільки спонсором передач. І тільки у вечірній час.

Більше 50 % країн в світі не мають обмежень по рекламі пива, 20 % реклама пива заборонена (включаючи мусульманські країни, де вживання алкоголю заборонено релігією), а в інших країнах діють часткові обмеження за часом або контентом реклами пива. Є й такі країни, в яких правила реклами визначаються саморегулюючими організаціями [2].

Проте ефективність таких дій у вітчизняній економіці дискусійна. Звичайно, фізичне і моральне здоров'я споживача має особливу важливість для країни. Проте його інформаційна безпека як особистості залишається під загрозою на даному ринку навіть при обмеженні реклами у денний час.

На даний час реклама значно змінилася у порівнянні з початковим її проявом. Тепер рекламою

вважається усе, де так чи інакше звучить назва торговельної марки, бренду. Це стосується навіть новин на телебаченні, через інші джерела інформації.

Так, незважаючи на обмеження реклами, у січні 2018 року «в медіа було оприлюднено 185 повідомлень про виробників пива та їх бренди. ... Загальна кількість потенційних переглядів повідомлень у січні становила більше 331 тисячі». Крім того медіа висвітлювала підтримку екологічних та спортивних проектів основними гравцями даного ринку [8].

Отже, інформаційна безпека споживача, яку прагнуть захистити на законодавчому рівні, все ж знаходиться під загрозою.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Отже, на ринку пива триває негативна тенденція спаду — виготовляється все менше продукції. Хоча, ситуація у 2017 році дещо стабілізувалася (виробили всього на 1 % менше, ніж у 2016). Проте українські виробники пива зазнають істотних збитків, пов'язаних з тим, що пиво було прирівняно до алкогольних напоїв, підвищено акцизну ставку на 100 %. Виходячи із зазначеного, логічним було б припустити, що обсяги виробництва пива в подальшому ймовірно залежатимуть від податкових ставок — подальше значне збільшення акцизу може стати причиною нового зниження обсягів виробництва. А що стосується інформаційної безпеки споживачів пива, то вона знаходиться під загрозою і ці тенденції будуть продовжуватися.

Література

1. Петухова О. М. Тенденції розвитку світового та українського пивного ринку / О. М. Петухова, Д. Е. Аманов // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». — 2015. — № 1 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3716>.
2. Катран М. Конкуренція на ринку пива / М. Катран // Вісник КНТЕУ. — 2017. — № 3 — сс. 159–166.
3. Стельмашенко О. О. Реклама як інструмент опосередкованого державного впливу на функціонування ринку пива в Україні / О. О. Стельмашенко // Державне управління: удосконалення та розвиток. — 2012. — № 8 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.
4. Тюха І. В. Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України / І. В. Тюха, А. О. Бабко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». — 2017. — № 1 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5376>
5. Вітренко Н. С. Проблеми та перспективи розвитку ринку пива України / Н. С. Вітренко // International Scientific Journal «Internauka» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15157517113750.pdf>
6. Рынок пива Украины / MaxriseConsulting. — 2015. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://maxrise-consulting.com/rynok-piva-ukrainy/>
7. Шевченко Е. Украина. Что даст дерегулирование рынка пива / Е. Шевченко // Бизнес. — 2016 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://biz.nv.ua/experts/shevchenko-e/podojdet-li-ukraine-evropejskij-podhod-236278.html>
8. Медіа-портрет ринку пива за січень 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.slideshare.net/UkrContent/2018-87981976>

References

1. Pjetukhova O.M. Tendenciji rozvytku svitovogho ta ukrajinskogho pyvnogho rynku / O.M. Pjetukhova, D.E. Amanov // Elektronne naukove fakhove vydannja «Efektyvna ekonomika». — 2015. — # 1 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3716>
2. Katran M. Konkurencija na rynku pyva / M. Katran // Visnyk KNTEU. — 2017. — #3 — ss. 159–166.
3. Steljmashenko O.O. Reklama jak instrument oposeredkovanogho derzhavnogho vplyvu na funkcionuvannja rynku pyva v Ukraini / O.O. Steljmashenko // Derzhavne upravlinnja: udoskonalennja ta rozvytok. — 2012. — #8 [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.
4. Tjukha I.V. Suchasni tendenciji ta problemy rozvytku pyvnogho rynku Ukrainy / I.V. Tjukha, A.O. Babko // Elektronne naukove fakhove vydannja «Efektyvna ekonomika». — 2017. — # 1 [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5376>
5. Vitrenko N.S. Problemy ta perspektyvy rozvytku rynku pyva Ukrainy / N.S. Vitrenko // International Scientific Journal «Internauka» [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15157517113750.pdf>
6. Ryнок pyva Ukrainy [Elektronnyj resurs] // MaxriseConsulting. — 2015. URL: <https://maxrise-consulting.com/rynok-piva-ukrainy/>
7. Shevchenko E. Ukrajna. Chto dast dereghulyrovanye rynku pyva / E. Shevchenko // Byznes. — 2016. URL: <https://biz.nv.ua/experts/shevchenko-e/podojdet-li-ukraine-evropejskij-podhod-236278.html>
8. Media-portret rynku pyva za sichenj 2018 URL: <https://www.slideshare.net/UkrContent/2018-87981976>

Колесник Тетяна Василівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри адміністративного менеджменту та альтернативних джерел енергії
Вінницький національний аграрний університет*

Колесник Татьяна Васильевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры административного менеджмента и альтернативных источников энергии
Винницкий национальный аграрный университет*

Kolesnik Tatyana

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Department of Administrative Management and Alternative Energy Sources
Vinnytsia National Agrarian University*

Мазур Сергій Анатолійович

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри зовнішньоекономічної діяльності,
готельно-ресторанної справи та туризму
Вінницький національний аграрний університет*

Мазур Сергей Анатольевич

*кандидат экономических наук,
старший преподаватель кафедры внешнеэкономической деятельности,
гостинично-ресторанного дела и туризма
Винницкий национальный аграрный университет*

Mazur Serhii

*Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer
Department of International Management Hotel and
Restaurant Business and Tourism
Vinnytsia National Agrarian University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-3982

**ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕМЛІ
В АГРАРНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

**ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗЕМЛИ
В АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**PROBLEMS OF FORMATION AND DEVELOPMENT
OF THE EARTH MARKET IN AGRARIAN ECONOMY**

Анотація. У статті розглядаються актуальні питання розвитку ринку землі в аграрній економіці, а саме: наголошується, що дана проблематика на сьогодні є дискусійною як для теорії, так і практики в ринкових умовах України. В принципі, підкреслюючи необхідність залучення земельних ресурсів в обіг, спеціалісти стверджують, що цьому має передувати вирішення початкових передумов, а саме, чітка система оподаткування, іпотечне кредитування, розвиток ринкової інфраструктури, демонаполізація сільськогосподарського виробництва, страхування сільськогосподарських ринків та інше. Незавершеність цих та інших аграрних перетворень створило ситуацію, коли власники земельних паїв висловлюють своє негативне ставлення до запровадження ринку земельних ресурсів. Міністерством аграрної політики та

продовольства України пропонується проект закону, в якому мають бути виписані та запропоновані норми для вирішення сукупності вище викладених питань, і таким чином, на практиці можуть сприяти запуску ринку землі. Розглядаються можливі моделі розвитку аграрної економіки в залежності від стану проведення земельних відносин, вказується на те, що рівень сільськогосподарського виробництва в Україні, зумовлений не раціональним використанням земельних ресурсів галузі основного виробництва, що є наслідком незавершеності повного процесу формування ринку земельних відносин. В даній статті представлено результати соціологічного опитування керівників сільськогосподарських підприємств та власників земельних паїв на предмет запровадження ринку землі та можливі наслідки впровадження ринку землі в практику господарювання.

Ключові слова: ринок землі, передумови, резерви, опитування, закон, моделі розвитку, державна політика, механізми, земельні відносини, аграрні перетворення.

Аннотація. Рассматриваются актуальные вопросы развития рынка земли в аграрной экономике. Акцентируется внимание на том, что данная проблема в сегодняшних реалиях есть дискуссионной как в науке, так и в практике в рыночных условиях Украины. Подчеркивая в принципе необходимость вовлечения земельных ресурсов в рыночный оборот, специалисты утверждают, что этому должно предшествовать решение важных подготовительных предисловий: соизмеримое налогообложение, ипотечное кредитование, развитие достаточной рыночной инфраструктуры, демонаполизация сельскохозяйственного производства, страхование рисков и другое. Незавершенность этих и других аграрных преобразований предопределило ситуацию, когда владельцы земельных паев высказывали свое негативное отношение к формированию рынка земельных ресурсов. Министерство аграрной политики и продовольствия Украины предлагает проект закона в котором должны быть выписаны важные нормы, использование которых на практике будет способствовать запуску рынка земель. Рассматриваются и предлагаются варианты различных моделей развития аграрной экономики в зависимости от состояния реформированных земельных отношений, указывается на то, что уровень сельскохозяйственного производства в Украине, обусловлено не рациональным использованием земельных ресурсов области основного производства, является следствием незавершенности полного процесса формирования рынка земельных отношений. В данной статье представлены результаты социологического опроса руководителей сельскохозяйственных предприятий и владельцев земельных паев на предмет введения рынка земли и возможные последствия внедрения рынка земли в практику хозяйствования.

Ключевые слова: рынок земли, предусловия, резервы, опрос, закон, модели развития, государственная политика, механизмы, земельные отношения, аграрные превращения.

Summary. The article deals with the actual issues of development of the land resources market in the agrarian economy, namely, it is noted that this problem is today debatable both for theory and practice in the market conditions of Ukraine. Emphasizing, in principle, the need to attract land resources in turnover, experts say that this should be preceded by a solution of initial preconditions, namely, grounded taxation, mortgage lending, the development of market infrastructure, demonopolization of agricultural production, insurance of agricultural markets, and so on. The incompleteness of these and other agrarian transformations has created a situation where the owners of land shares express their negative attitude to the introduction of the land market. The Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine proposes a draft law in which must be drafted and proposed laws for the solution of set of the above said questions, and thus, in practice, can promote the launch of the land market. Possible models of agrarian economics development depending on the state of land relations are considered, it is indicated that the level of agricultural production in Ukraine is due to the non-rational use of land resources of the main production sector, which is the result of the incompleteness of the complete process of forming the land relations market. This article presents the results of a sociological survey of managers of agricultural enterprises and owners of land shares for the introduction of the land market and the possible consequences of the introduction of the land market in the practice of management.

Key words: land market, preconditions, reserves, poll, law, development models, state policy, mechanisms, land relations, agrarian transformations.

Постановка проблеми. Сучасний стан неефективного і нераціонального використання земельних ресурсів в аграрному секторі економіки та споживацьке ставлення до землі впродовж останнього століття суттєво ускладнили можливість прозорого формування ринку землі за аналогією

розвинутих країн світу [14], цей процес ускладнюється тим, що багато фахівців — економістів висловлюють діаметрально протилежні наукові думки стосовно доцільності запровадження ринку землі, механізмів його державного регулювання та можливих наслідків на перспективу, розгляда-

ючи дану ситуацію, існує об'єктивна необхідність систематизації та удосконалення наукових засад формування й запровадження ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика запровадження ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення сьогодні активно обговорюється у суспільстві та різних фахових середовищах, в тому числі і науковому. В цьому плані доцільно виділити публікації відомих вчених-аграрників: Даниленка А. С. [1], Гадзало Я. М. [2], Калетніка Г. М. [9], Кириленка І. Г. [4], Лупенка Ю. О. [5], Мартинюка М. П. [6], Новаковською Л. Я. [7], Саблука П. Т. [8], Прутської О. О. [10].

Проте і в суспільстві і в науковій спільноті ще не сформовано єдиної думки стосовно того як має формуватися один із ключових ринків ринкової економіки України, якою має бути модель його запуску та інституційне забезпечення, тому, ці та інші питання в підсумку і зумовили вибір теми даного дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Проаналізувати існуючі науково-методичні підходи щодо запровадження ринку землі в Україні та обґрунтувати можливу раціональну модель його розвитку на перспективу.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день, слід зазначити, що розвиток земельних відносин в Україні залишається найбільш консервативною сферою економічних відносин. Дискусії політиків і вчених-аграріїв сконцентровані в основному на купівлі-продажу земель сільськогосподарського призначення, але при цьому поза увагою залишається низка нагальних проблем, пов'язаних з охороною земель, збереженням родючості ґрунтів, недотриманням сівозмін, екологізації виробництва тощо, які фактично унеможливають їх вирішення за рахунок продажу земель. З іншої сторони, поза увагою залишається також гуманітарна складова ринкових земельних відносин як от: створення додаткових робочих місць, деградація сільського населення, захист інтересів селян-власників земельних ділянок тощо [12].

Отже, аграрна реформа в Україні, яка є необхідною складовою ринкової трансформації економіки, неможлива без кардинальної зміни земельних відносин, реформування сучасної системи землекористування, що базується на формуванні ринку землі та одночасному становленні її реального власника, який має реалізовувати всі права власності, у тому числі купівлю-продаж земельних ділянок. Однак розвиток ринку землі гальмується постійним продовженням мораторію на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення в Україні, а також відсутність

ринкового обороту сільськогосподарських земель, що звужує можливості залучати додаткові фінансові ресурси в аграрну економіку, які надає земельно-іпотечне кредитування. Разом з тим, сільське господарство відчуває гостру нестачу фінансових ресурсів як для забезпечення поточної виробничої діяльності, так і для збільшення обсягів виробництва [13].

Досвід розвинених країн світу показує, що запровадження ринкового обігу землі не може бути спонтанним, передумовою цьому повинно стати створення сприятливих умов для розвитку ринкової аграрної економіки.

Детальніший аналіз дозволяє зарахувати до таких умов: оподаткування, наявність ефективних механізмів державної підтримки сільгоспвиробників, іпотечне кредитування, розвиток ринкової інфраструктури, демонополізація виробництва та становлення виробничої і обслуговуючої кооперації, страхування сільськогосподарських ризиків та інше. Водночас до передумов слід віднести і запровадження жорстких механізмів державного регулювання, а саме тих виробничих процесів, які не регулюються ринком, посилення громадського контролю за ринковими відносинами та інших чинників впливу на ці процеси. Великий асортимент різномістовних передумов дозволяє здійснити їх класифікацію (рис. 1)

Як бачимо з даної класифікації, що об'ємний перелік різноманітних передумов із специфічним змістом і технологією застосування об'єктивно стримує запровадження швидких земельних перетворень в АПК і фактично провокує існування специфічного укладу сільськогосподарської діяльності, коли великі компанії вбачають певні ризики і не бачать зміни існуючих земельних відносин. Дрібні товаровиробники, фермерські господарства, домогосподарства населення таки не бажають змін, оскільки не бачать свого місця в майбутній моделі аграрної реформи. Існування багатьох невирішених проблем землекористування об'єктивно вказує на недосформованість державної стратегії та незадовільне інституційне забезпечення розвитку земельної реформи на ринкових засадах, а саме, держава практично самоусунулась від виконання регулюючих функцій в землекористуванні на усіх адміністративних територіях країни.

На фоні гальмування земельної реформи та відсутності державного регулювання земельних відносин склалися базові чинники (резерви), які стали не задіяними в процесі аграрних реформуваль (табл. 1)

Відповідь на запитання про можливість продажу землі, дуже залежить від того, як сформульоване саме запитання: майже дві третини громадян висловились проти скасування мораторію на продаж

земель сільськогосподарського призначення, і при цьому майже половина — за можливість продати свою землю. Такий парадокс дуже зручний для політичних спекуляцій. Більше того, є всі підстави вважати, що саме політичні спекуляції протягом останніх 20 років і призвели до того, що в свідомості громадян України закріпилося заперечливе ставлення до скасування мораторію і навіть саме це слово набуло негативного значення [12].

Незавершеність аграрних перетворень створила ситуацію, коли власники земельних паїв виказують своє негативне ставлення до запровадження ринку сільськогосподарських земель у зв'язку з невідповідністю нормативно-правового та інфраструктурного забезпечення, відсутністю платоспроможних вітчизняних покупців, нестабільністю економічного становища в країні (рис. 2) [14].

Аналізуючи дані з поданого рисунку, можна сказати, що вони показують те, що не хочуть ринкових

перетворень землекористування ні керівники сільгоспідприємств, ні домогосподарства населення, тому складається парадоксальна ситуація: незважаючи на найвищий у світі рівень залучення земельних ресурсів у господарський обіг, високу родючість ґрунтів, різноманітність земельно-ресурсного потенціалу, на практиці не вдається реалізувати основне завдання земельної реформи — передачу земель у володіння ефективним землевласникам на умовах дбайливого ставлення й перетворення її у ключовий фактор економічного зростання.

Також, існує проект закону «Про ринок земель», який передбачає та визначає правові та економічні засади організації і функціонування ринку земель, а також порядок проведення земельних торгів, в ньому враховано більшість пропозицій, і було обговорено найбільш головне — це те, що цим законопроектом продовжили мораторій на продаж землі (до 2013 року). Він унеможливив купівлю української землі



Рис. 1. Групування та зміст об'єктивних передумов запровадження ринку земельних ресурсів

Джерело: розробка авторів

Таблиця 1

Чинники конкурентного розвитку АПК, які не задіяні через незавершеність земельної реформи

№ п/п	Чинники
1.	Розвиток приватної ініціативи, а саме, надання селянам виключно права самостійно розпоряджатися власністю на землю
2.	Впровадження земельно-іпотечного кредитування
3.	Кооперація, інтеграція, організація підприємницької діяльності
4.	Унормування діяльності великотоварних сільгоспвиробників
5.	Землевпорядкування та охорона земель, збереження родючості ґрунтів, екологізація виробництва
6.	Привабливість інвестування, розвиток фондового ринку, міжнародне співробітництво в ринкових умовах

Джерело: розробка авторів

іноземними громадянами, тому відповідно до цього законопроекту тільки громадяни України зможуть купувати українську землю, особлива увага в даному законопроекті приділена молодим спеціалістам, фермерським господарствам, яким буде надаватися земля за спеціальною пільговою процедурою. Головним, є те, що, ним пропонується встановити, що загальна площа земельних ділянок сільськогосподарського призначення для ведення товарного сільськогосподарського виробництва, яка може перебувати в оренді однієї особи з урахуванням пов'язаних осіб, може не може перевищувати шести тисяч гектарів сільськогосподарських угідь на території одного району та не більше п'яти відсотків площі сільськогосподарських угідь на території області.

Також передбачено, що орендарі земельних ділянок сільськогосподарського призначення для ведення товарного сільськогосподарського виробництва та власники, що не передали в оренду такі земельні ділянки, будуть сплачувати один відсоток від нормативно-грошової оцінки наділу, і ці кошти будуть направлятися в доходну частину районного бюджету з подальшим автоматичним розподілом сільським радам на соціально-економічний розвиток сіл в залежності від кількості населення, що проживає у них. Це цю норму ми внесли в пункт 3 «Прикінцевих положень» законопроекту. Таким чином надходження до місцевих бюджетів збільшиться більш ніж у десятки разів і будуть становити близько 4 мільярдів гривень щорічно.

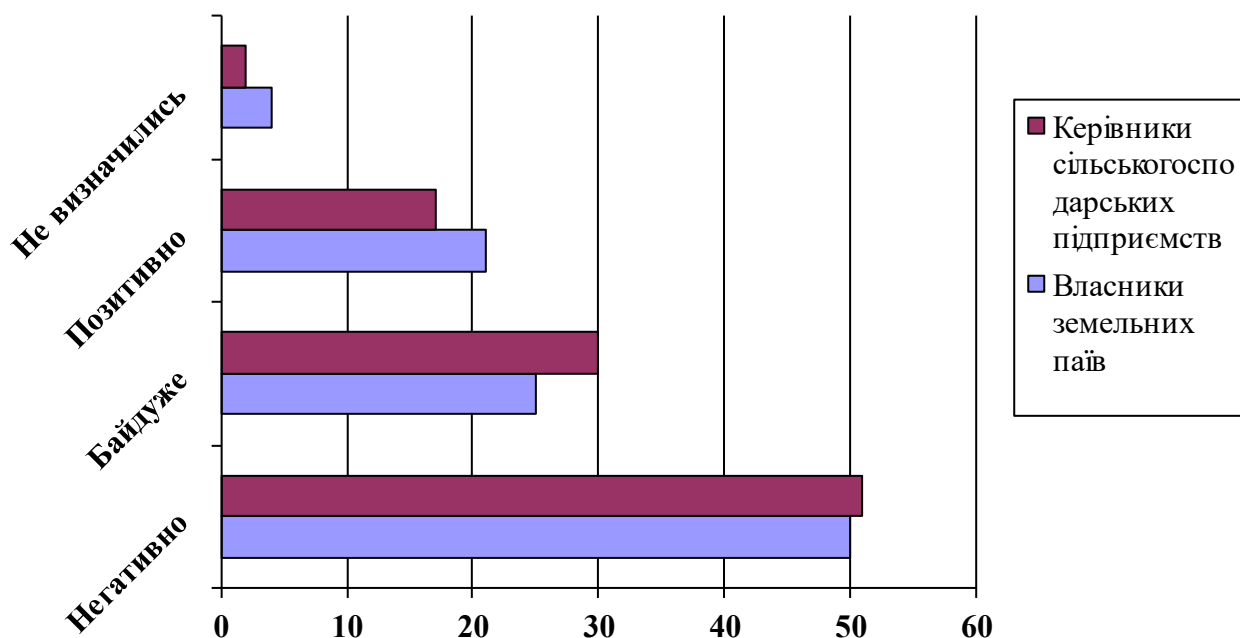


Рис. 2. Результати соціологічного опитування керівників сільськогосподарських підприємств та власників земельних паїв на предмет запровадження ринку землі

Джерело: розробка авторів

Крім цього, законопроект доповнено новими положеннями щодо функцій, способу утворення та діяльності Державного земельного банку. Зокрема основною метою діяльності державного земельного банку буде залучення фінансових ресурсів та надання кредитів зі ставкою рефінансування не більше 5 відсотків ставки Національного банку України в агропромисловий комплекс для розвитку сільськогосподарського виробництва та створення ефективного механізму ринкового регулювання у сфері обороту земельних ділянок сільськогосподарського призначення. Чи не цього чекають всі сільськогосподарські агроформування в нашій Україні, аби можна було брати кредити такі, які видаються сьогодні фермерам і в Європі?

Доопрацьованим законопроектом передбачено обов'язкову реєстрацію осіб, які ведуть товарне сільськогосподарське виробництво обов'язково за місцем знаходження земельного масиву аби і сплата всіх податків проводилась саме там [9].

В загальному гальмування земельної реформи не дало можливості задіяти найважливіші ринкові чинники конкурентного розвитку сільського господарства, ефективного його інтегрування до світової продовольчої системи на умовах економічної сумісності [2].

Зрозуміло, що на фоні загальної пасивності суб'єктів господарювання вирішальну роль у регулювання ринку землі повинна буде здійснювати держава через нормативно-законодавчі ініціативи. В даному випадку на замовлення Кабінету Міністрів України група вчених НААН запропонувала проект

закону, який в комплексі регулюватиме ринковий обіг земель сільськогосподарського призначення; упорядкування організаційно-господарського устрою сільського господарства; формування сприятливого конкурентного середовища тощо [2].

Структура проекту закону, який немає назви, включає в себе усі напрями здійснення земельної реформи (табл. 2) [2].

Вбачається, що даний законопроект не тільки концентровано буде виражати збалансовану аграрну політику, але й сприятиме формуванню механізмів реалізації її пріоритетів на перспективу.

Проектом закону пропонується побудувати систему земельно-іпотечного кредитування шляхом ліцензування банків щодо спроможності кредитування на умовах іпотеки (застави) земель сільськогосподарського призначення.

Крім того, передбачається удосконалення законодавства з питань створення кооперативних банків, підтримка розвитку кредитних спілок і мікрокредитування, що загалом створить специфічну систему кредитування сільгоспвиробників з урахуванням особливостей їхньої діяльності.

Підготовча робота в рамках запропонованого закону повинна мати реалізацію в рамках можливої моделі розвитку аграрної економіки. В цьому плані заслуговує на увагу пропозиція М. П. Мартинюка [6] про можливі варіанти аграрної реформи: 1-а — продовження мораторію на продаж землі; 2-га — запуск ринку земель у форматі продажу прав оренди; 3-тя — поетапний запуск ринку земель.

Таблиця 2

Зміст та основні напрями здійснення земельної реформи в Україні

№ п/п	Напрями
1	Проведення суцільної інвентаризації, видача на всі земельні ділянки правовстановлюючих документів, завершення формування державного земельного податку
2	Встановлення жорстких обмежень щодо купівлі-продажу земель, пріоритетність покупців та орендарів
3	Надання прав місцевим територіальним громадам у питаннях концентрації земель та контролю за земельними відносинами на відповідних територіях, укладання «соціальних» договорів із виробниками щодо створення додаткових робочих місць та участь у розвитку сільських територій
4	Побудова системи земельно-іпотечного кредитування, удосконалення оподаткування та інших складових економічних відносин в аграрній сфері
5	Концентрація механізмів державного регулювання з організації землевпорядкування, охорони земель, збереження родючості ґрунтів, територіального планування, консолідації та вимог щодо ефективного використання земель
6	Перегляд повноважень центральних та місцевих органів влади з організації земельних відносин і розвитку сільських територій, підпорядкування центрального органу влади з регулювання земельних відносин Кабінету Міністрів України
7	Ухвалення законодавчого акту, який в комплексі буде регулювати ринковий обіг земель сільськогосподарського призначення, створення сприятливих умов для функціонування сільськогосподарських виробників та розвитку сільських територій

Джерело: розробка авторів

Дискусії науковців, практиків та політиків стосовно вибору одного чи іншого варіанту носять полемічний характер без суттєвих переваг, проте вони закріплюють основні вимоги до майбутніх реформ, це: захист законних інтересів власників земельних ділянок; забезпечення сталого землекористування; запобігання знецінення сільськогосподарських земель; підвищення капіталізації й ліквідності землі як економічного активу.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Аналізуючи поданий матеріал, можна сказати, що дослідження показують, що рівень активації дискусій і пропози-

цій щодо врегулювання ринкових земельних відносин ще не носить єдиного обґрунтованого варіанту вирішення проблеми, я тому, якщо держава пропонує соціальний механізм захисту населення при земельних трансформаціях, то магістральним напрямом державної політики буде розвиток сільських територій.

Тому, встановлення прозорого ринку земель сільськогосподарського призначення — це не тільки і не стільки їх продаж, це насамперед можливість ефективного управління, одним з варіантів якого є орієнтація на великі земельні ділянки в формі агрохолдингів та агрокомпаній.

Література

1. Даниленко А. С. Формування ринку землі в Україні / А. С. Даниленко, Ю. Д. Білик. — К: Урожай. — 2006. — 275 с.
2. Гадзало Я. М. Земельна реформа: проблеми і перспективи розвитку аграрної економіки / Я. М. Гадзало, Ю. Я. Лузан // Економіка АПК. — 2017. — № 1. — С. 5–14.
3. Калетнік Г. М. Держане регулювання економіки: Навчальний посібник / Г. М. Калетнік, А. Г. Мазур, О. Г. Кубай // К.: «Хай-Тек Прес». — 2011. — 428 с.
4. Кириленко І. Г. Актуальні проблеми земельного ринку в Україні / І. Г. Кириленко, В. П. Кравчук // Економіка АПК. — 2012. — № 5. — С. 26–29.
5. Лупенко Ю. О. Трансформація земельних відносин у сільському господарстві (аналітичний огляд) / Ю. О. Лупенко, О. В. Ходаківська // К.: ННЦ «ІАЕ». — 2015. — 52 с.
6. Мартинюк М. П. Економічні передумови та моделі запуску ринку земель в Україні / М. П. Мартинюк // Економіка АПК. — 2016. — № 12. — С. 16–21.
7. Національна доповідь щодо завершення земельної реформи; за наук. ред. Л. Я. Новаковського. — К.: Аграрна наука. — 2015. — 48 с.
8. Потіха А. Мораторій на продаж землі: за і проти [Електронний ресурс] / А. Потіха // Україна: події, факти, коментарі. — 2017. — № 9. — С. 51–59. — Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr9.pdf>.
9. Проект Закону «Про ринок земель» № 9001-д від 07.12.2011 [Електронний ресурс] / Г. М. Калетнік, Є. Я. Сігал, С. М. Терещук // Офіційний портал ВРУ. — Режим доступу: <http://w1.c1.rada.gov.ua/>
10. Прутська О. О. Формування ринку землі в Україні: реалії та перспективи / О. О. Прутська // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. — 2010. — № 4. — С. 11–18.
11. Саблук П. Т. Розвиток земельних відносин в Україні / П. Т. Саблук // К.: ННЦ, ІАЕ, 2006 — ННЦ, ІАЕ. — 2006. — 336 с.
12. Федоров М. М. Особливості формування ринку земель сільськогосподарського призначення в Україні / М. М. Федоров // Економіка АПК. — 2007. — № 15. — С. 73–78.
13. Карпова І. В. Ринок землі в Україні як чинник розвитку іпотечного кредитування аграрного сектору економіки / І. В. Карпова // «Молодий вчений» 2017. — № 3 (43). — С. 664–667.
14. Зінчук Т. О. Європейський досвід формування ринку сільськогосподарських земель [Т. О. Зінчук, В. Е. Данкевич] / Економіка АПК. — 2016. — № 12. — С. 86.

References

1. Danylenko A. S. Formuvannya ry'nku zemli v Ukraini / A. S. Danylenko, Yu. D. Bilyk. — K: Urozhaj. — 2006. — 275 s.
2. Gadzalo Ya. M. Zemel'na reforma: problemy' i perspektyvy' rozvy'tku agrarnoyi ekonomiky' [Ya. M. Gadzalo, Yu. Ya. Luzan // Ekonomika APK. — 2017. — # 1. — S. 5–14.
3. Kaletnik G. M. Derzhane reguluyvannya ekonomiky': Navchal'nyj posibny'k / G. M. Kaletnik, A. G. Mazur, O. G. Kubaj // K.: «Xaj-Tek Pres», — 2011. — 428 s.

4. Ky'rylenko I. G. Aktual'ni problemy' zemel'nogo ry'nku v Ukraini / I G. Ky'rylenko, V. P. Kravchuk // Ekonomika APK. — 2012. — #5. — S. 26–29.
5. Lupenko Yu. O. Transformaciya zemel'ny'x vidnosy'n u sil's'komu gospodarstvi (analitichny'j oglyad) / Yu. O. Lupenko, O. V. Xodakivs'ka // K.: NNCz «IAE». — 2015. — 52 s.
6. Marty'nyuk M. P. Ekonomichni peredumovy' ta modeli zapusku ry'nku zemel' v Ukraini / M. P. Marty'nyuk // Ekonomika APK. — 2016. — # 12. — S. 16–21.
7. Nacional'na dopovid' shhodo zavershennya zemel'noyi reformy'; za nauk. red. L. Ya. Novakovs'kogo, — K.: Agrarna nauka, 2015. — 48 s.
8. Potixa A. Moratorij na prodazh zemli: za i proty' [Elektronny'j resurs] / A. Potixa // Ukraina: podiyi, fakty', komentari. — 2017. — # 9. — S. 51–59. — Rezhy'm dostupu: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr9.pdf>.
9. Proekt Zakonu «Pro ry'nok zemel'» # 9001-d vid 07.12.2011 [Elektronny'j resurs] / G. M. Kaletnik, Ye. Ya. Sigal, S. M. Tereshhuk // Oficijny'j portal VRU. — Rezhy'm dostupu: <http://w1.c1.rada.gov.ua/>
10. Pruts'ka O. O. Formuvannya ry'nku zemli v Ukraini: realiyi ta perspektyvy' / O. O. Pruts'ka // Zbirny'k naukovy'x prac' VNAU. Seriya: Ekonomichni nauky'. — 2010. — # 4. — S. 11–18.
11. Sabluk P. T. Rozvy'tok zemel'ny'x vidnosy'n v Ukraini / P. T. Sabluk // — K.: NNCz, IAE, 2006 — NNCz, IAE. — 2006. — 336 s.
12. Fedorov M. M. Osobly'vosti formuvannya ry'nku zemel' sil's'kogospodars'kogo pry'znachennya v Ukraini / M. M. Fedorov // Ekonomika APK. — 2007. — # 15. — S. 73–78.
13. Karpova I. V. Ry'nok zemli v Ukraini yak chy'nny'k rozvy'tku ipotechnogo kredy'tuvannya agrarnogo sektoru ekonomiky' / I. V. Karpova // «Molody'j vcheny'j» 2017. — # 3 (43). — S. 664–667.
14. Zinchuk T. O. Yevropejs'ky'j dosvid formuvannya ry'nku sil's'kogospodars'ky'x zemel' [T. O. Zinchuk, V. E. Dankevy'ch] / Ekonomika APK, 2016, #12. — S. 86.

Лойко Дар'я Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри національної економіки та фінансів
Вищий навчальний заклад «Університет «КРОК»

Лойко Дарья Николаевна
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры национальной экономики и финансов
Высшее учебное заведение «Университет «КРОК»

Loiko Daria
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of National Economy and Finance
Higher Educational Institution «University «KROK»

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4046

ДИНАМІКА ЗМІН У СТРУКТУРІ СПОЖИВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ

ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЙ В СТРУКТУРЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВ УКРАИНЫ

DYNAMICS OF CHANGES IN THE STRUCTURE OF CONSUMPTION OF HOUSEHOLDS IN UKRAINE

Анотація. У статті розглянуто значимість питання формування фінансів домогосподарств як складової частини фінансової системи держави. Проаналізовано сучасний стан та тенденції змін у структурі споживання домогосподарств України та динаміку обсягів заощаджень та депозитів домашніх господарств України за період 2010–2017 рр. Зроблено висновок, що, починаючи з 2014 р., заощадження та депозитні вклади домогосподарств витрачаються на споживання. Споживчі витрати домогосподарств зростають і досягли рівня 93,0 % від загальних сукупних витрат. За досліджуваний період (2010–2017 рр.) значно зросли споживчі витрати на оплату комунальних послуг (73,91 %). Зростає кількість домогосподарств, які із-за браку коштів відмовляють собі у покупці продуктів харчування, одягу, взуття та побутових послуг. Це є негативною тенденцією. Зазначено, що тенденція зростання витрат домогосподарств на споживання знижує їх цінність як інвестиційного ресурсу розвитку економіки країни. На основі проведеного аналізу зроблено висновок, що протягом 2007–2017 рр. відбувається зниження рівня добробуту домогосподарств та зростає ризик бідності населення України. Зазначено, що враховуючи низький рівень заощаджень домогосподарств України, їх недоцільно розглядати у якості інвестиційного потенціалу економіки країни. Відмічене, що існує ймовірність відтоку заощаджень домогосподарств найвищого рівня забезпечення (10 децильної групи) за кордон із-за доступності інвестиційних продуктів та недостатнього захисту капіталу інвесторів всередині країни. Можливість застосовувати Інтернет-технології при придбанні інвестиційних продуктів за кордоном робить цей процес більш доступним для вітчизняних домогосподарств. Це приводить до негативної тенденції відтоку капіталу за кордон. Проведення економічних реформ всередині країни та підвищення привабливості владання інвестицій всередині країни сприятиме зміцненню конкурентоспроможності економіки України.

Ключові слова: Україна, домогосподарства, витрати, споживання, структура, зміни, фінанси, інвестиції, потенціал.

Аннотация. В статье рассмотрены значимость вопроса формирования финансов домохозяйств как составной части финансовой системы государства. Проанализировано современное состояние и тенденции изменений в структуре потребления домохозяйств Украины и динамику объемов сбережений и депозитов домашних хозяйств Украины за период 2010–2017 гг. Сделан вывод, что, начиная с 2014 г., сбережения и депозитные вклады домохозяйств расходуются на

потребление. Потребительские расходы домохозяйств растут и достигли уровня 93,0 % от общих совокупных расходов. За исследуемый период (2010–2017 гг.) значительно выросли потребительские расходы на оплату коммунальных услуг (73,91 %). Растет число домохозяйств, которые из-за нехватки средств отказывают себе в покупке продуктов питания, одежды, обуви и бытовых услугах. Это является негативной тенденцией. Указано, что тенденция роста расходов домохозяйств на потребление снижает их ценность как инвестиционного ресурса развития экономики страны. На основе проведенного анализа сделан вывод, что в течение 2007–2017 гг. происходило снижение уровня благосостояния домохозяйств и возрастал риск бедности населения Украины. Отмечено, что учитывая низкий уровень сбережений домохозяйств Украины, их нецелесообразно рассматривать в качестве инвестиционного потенциала экономики страны. Отмечено, что существует вероятность оттока сбережений домохозяйств высокого уровня обеспечения (10 децильной группы) за границу из-за доступности инвестиционных продуктов и недостаточной защиты капитала инвесторов внутри страны. Возможность использовать Интернет-технологии при приобретении инвестиционных продуктов за рубежом делает этот процесс более доступным для отечественных домохозяйств. Это приводит к негативной тенденции оттока капитала за границу. Проведение экономических реформ внутри страны и повышение привлекательности вложения инвестиций внутри страны будет способствовать укреплению конкурентоспособности экономики Украины.

Ключевые слова: Украина, домохозяйства, расходы, потребление, структура, изменения, финансы, инвестиции, потенциал.

Summary. The article considers the importance of the issue of forming household finances as an integral part of the financial system of the state. The current state and trends of changes in the structure of household consumption in Ukraine and the dynamics of savings and deposits of households in Ukraine for the period 2010–2017 has been analyzed. It is concluded that starting from 2014 savings and deposits of households are spent on consumption. Household consumption expenditure is increasing and reaching a level of 93.0 % of the total aggregate expenditures. During the investigated period (2010–2017), consumer expenditures on utilities services increased significantly (73.91 %). There is an increasing number of households who refuse to buy food, clothing, footwear and household services due to lack of funds. This is a negative trend. It is noted that the tendency of household expenditures to increase consumption decreases their value as an investment resource for the development of the country's economy. On the basis of the analysis, it was concluded that during the period of 2007–2017 the household welfare level is decreasing and the poverty of the population in Ukraine is increasing. It is noted that given the low level of household savings in Ukraine, it is inappropriate to consider them as an investment potential of the country's economy. It is noted that there is a probability of outflow of households with the highest level of security (10 deciles) abroad owing to the availability of investment products and insufficient protection of investors' capital within the country. The ability to use Internet technology when purchasing investment products abroad makes this process more affordable for domestic households. This leads to a negative trend of outflow of capital abroad. Conducting economic reforms within the country and increasing the attractiveness of investing within the country will contribute to strengthening the competitiveness of Ukraine's economy.

Key words: Ukraine, households, expenditures, consumption, structure, changes, finances, investments, potential.

Постановка проблеми. Домогосподарства вступають повноцінними і самостійними учасниками відносин на фінансовому ринку України. Фінансові ресурси домогосподарств є складовою частиною фінансової системи України, яка регулюється державою. Фінанси домогосподарств розглядаються науковцями з точки зору формування грошових коштів, їх використання, заощадження та інвестування. Дослідження динаміки доходів та витрат домогосподарств України показують зростання цих складових, але негативною рисою є зростання витрат домогосподарств на споживання, що знижує їх цінність як інвестиційного ресурсу. В теперішній час фінансові ресурси домогосподарств залишаються поза увагою держави і не розглядаються як можливий ресурс інвестиційного розвитку національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В працях науковців відсутній єдиний підхід щодо розуміння фінансів домогосподарств. Аналіз публікацій таких авторів, як: Т. Кізіма [1], Рамський А. Ю. [2], Вдовиченко А. М. [3], Ворошило В. В. [4], Гут І. О. [5] показав, що питання динаміки змін у структурі споживання домогосподарств України в сучасних умовах є актуальним для дослідження і потребує подальшого опрацювання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Узагальнення змін у структурі споживчих витрат домогосподарств України з метою виявлення потенційних інвестиційних резервів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тенденції кризових та післякризових років негативно відобразилися як на ресурсах так і на витратах домогосподарств. Тенденція зростання цін на товари

та послуги змусила домогосподарства витратити більше на споживання і значно зменшила рівень заощаджень. Використання фінансових ресурсів домогосподарств можна класифікувати за наступними напрямками:

- на споживання — витрати на оплату комунальних послуг, продовольчі на непродовольчі товари, побутові послуги та інше;
- на придбання товарів довготривалого користування — самоінвестування;
- на інвестування (придбання інвестиційних продуктів).

За результатами проведеного аналізу динаміки витрат домогосподарств за період 2007–2017 рр. на основі статичних даних можна зробити наступні висновки (табл. 1).

Споживчі сукупні витрати домогосподарств мають динаміку до зростання і досягли рівня 93,0 % від сукупних витрат у 2017 р. Таким чином, майже всі фінансові ресурси домогосподарств витрачаються на споживання. Найбільш вагомою статтею споживчих витрат домогосподарств залишаються продукти харчування (50,9 %). Вартість харчування однієї особи становила у 2017 р. в середньому 54 грн. на добу проти 46 грн. у 2016 р. Зберігається розбіжність у структурі сукупних витрат між децильними групами: домогосподарства із найвищим рівнем доходів (10 децильна група) витрачали у 2017 р. на продукти харчування тільки 39 % всіх сукупних витрат. За досліджуваний період (2010–2017 рр.) значно зросли споживчі витрати на оплату комунальних послуг (73,91 %), охорону здоров'я (34,38 %), непродовольчі товари і послуги (11,17 %). Це пов'язано із підвищенням тарифів та цін на товари та послуги.

Аналіз статистичних даних щодо динаміки обсягів сукупних доходів домогосподарств показує, що рівень доходів на одне домогосподарство за період 2010–2017 рр. зріс на 72,78 % (табл. 1). Сукупні витрати домогосподарств в середньому за місяць на одне домогосподарство за той же період зросли на 81,45 %. Перевищення динаміки зростання середньомісячних витрат над середньомісячними доходами на одне домогосподарство склало 8,67 %. Це означає, що домогосподарства зменшують обсяги заощаджень, про що свідчать статистичні дані (табл. 2). Обсяг депозитів домогосподарств за період 2010–2017 рр. знизився на 39,87 % (табл. 2).

За результатами аналізу Динаміка обсягів заощаджень та депозитів домашніх господарств України за період 2010–2017 рр. (табл. 2) можна зробити наступні висновки. Обсяг чистих заощаджень домогосподарств за досліджуваний період зменшився і у 2017 р. мав від'ємне значення. Погіршення

фінансового стану домогосподарств пояснюється наявністю об'єктивних та суб'єктивних чинників, зокрема: погіршенням політичної та відповідно економічної ситуації в Україні упродовж 2014–2015 рр. із-за геополітичних змін, які викликані анексією території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя, необхідності проведення антитерористичної операції на сході України; високим рівнем макроекономічної нестабільності; спадом ділової активності; закриттям частини підприємств та зниження рівня їх прибутковості. Обсяг заощаджень домогосподарств залежить від валового наявного доходу, реальної заробітної плати та витрат на кінцеве споживання. Беручи до уваги недостатній рівень доходів основних верств населення, слід зазначити, що це свідчить про нерівномірність груп формування заощаджень. Зменшення обсягів депозитів на рахунках у банках свідчить про те, що фінансові ресурси населення зменшуються і заощадження витрачаються домогосподарствами на споживання. Це є негативною тенденцією, так як у світі зростання рівня заощаджень домогосподарств визнається як рівень зростання добробуту населення. Найвищий рівень депозитних вкладів домогосподарств протягом досліджуваного періоду було відмічено у 2013 р. у розмірі 656,8 млрд грн. У 2014 р. рівень депозитів знизився на 36,34 %, а в 2017 р. на 74,81 % у порівнянні із 2013 р. За проведеним аналізом динаміки обсягів доходів, витрат та заощаджень домогосподарств, можна зробити висновок щодо зниження рівня добробуту домогосподарств та зростання ризиків бідності населення України [8] протягом 2007–2017 рр.

За результатами вибіркового опитування 8009 домогосподарств, яке було проведено за участю фахівців Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи Національної академії наук України [6], можна зробити наступні висновки. Кількість домогосподарств, які відмовлялися собі у найнеобхідніших недорогих продуктах харчування із-за недостатності коштів зросла за період 2007–2017 рр. на 1,6 % і склала 10,4 % у 2017 р. Кількість домогосподарств, які не оновлювали верхній одяг та взуття для холодної пори року для дорослих протягом 5 років зросла за останні 10 років на 11,6 % і склала у 2017 р. 27,5 % від загальної кількості домогосподарств України. Кількість домогосподарств, які із-за недостатності коштів не можуть придбати новий одяг та взуття для дітей зросла за досліджуваний період на 2,2 % і склала 10,2 %. Кількість домогосподарств, які мають заборгованість по оплаті комунальних послуг із-за недостатності коштів зросла на 10,7 %. За період 2007–2017 рр. і досягла рівня 26,5 % у 2017 р.

Таблиця 1

Динаміка сукупних витрат домогосподарств України за період 2010–2017 рр.

Показник	2010	2011	2012	2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹	2017 ¹	Відхилення даних 2017 від 2010, %
Сукупні ресурси в середньому на місяць на одне домогосподарство, грн.	3481,0	3853,9	4144,5	4470,5	4563,3	5231,7	6238,8	6014,6	72,78
Сукупні витрати в середньому на місяць на одне домогосподарство, грн.	3073,3	3458,0	3592,1	3820,3	4048,9	4952,0	5720,4	5576,5	81,45
Споживчі сукупні витрати, % у тому числі:	89,9	90,1	90,8	90,2	91,6	92,9	93,2	93,0	3,45
– продукти харчування	51,6	51,3	50,1	50,1	51,9	52,6	49,8	51,2	- 0,77
– алкогольні напої, тютюнові вироби	3,4	3,4	3,5	3,5	3,4	3,1	2,9	3,0	- 11,76
– непродовольчі товари і послуги, % у тому числі:	34,9	35,4	37,2	36,6	36,3	36,5	40,5	38,8	11,17
– житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	9,2	9,6	9,9	9,5	9,4	11,7	16,0	14,1	73,91
– предмети домашнього вжитку	2,3	2,2	2,3	2,3	2,3	2,0	1,7	1,7	- 26,09
– одяг та взуття	6,0	5,7	6,1	5,9	6,0	5,7	5,6	5,3	- 6,67
– охорона здоров'я	3,2	3,2	3,4	3,4	3,6	3,7	4,2	4,3	34,38
– транспорт	3,7	4,0	4,3	4,3	4,3	3,7	3,6	3,7	-
– зв'язок	2,7	2,6	2,8	2,8	2,8	2,4	2,3	2,3	-14,81
– освіта	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	1,1	- 15,38
– відпочинок і культура	1,8	1,9	2,0	2,1	1,8	1,5	1,4	1,4	- 22,22
– ресторани та готелі	2,4	2,5	2,5	2,5	2,3	2,0	2,2	2,3	- 4,17
– різні товари і послуги	2,3	2,4	2,6	2,6	2,7	2,7	2,5	2,6	13,04
Неспоживчі сукупні витрати, %	10,1	9,9	9,2	9,8	8,4	7,1	6,8	7,0	- 30,69

Примітки:

1 — офіційні дані за 2014–2017 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя;

Джерело: складено автором за даними [6]

Таблиця 2

Динаміка обсягів заощаджень та депозитів домашніх господарств України за період 2010–2017 рр.

Показник	2010	2011	2012	2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹	2017 ¹	Відхилення даних 2017 від 2010, %
Обсяг чистого заощадження, млрд грн	161,9	123,1	147,3	116,3	30,8	12,9	-17,8	-68,9	-
Депозити домогосподарств (залишки на кінець року), млрд грн	275,1	310,4	369,3	656,8	418,1	410,9	444,7	165,4	- 39,87

Примітки:

1 — офіційні дані за 2014–2017 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя;

Джерело: складено автором за даними [6; 7]

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. За проведеним аналізом динаміки споживчих витрат домогосподарств України протягом 2010–2017 рр. можна зробити наступні висновки. Споживчі витрати домогосподарств за досліджуваний період зростали і склали у 2017 р. 93,0 % від фінансових ресурсів. Обсяг заощаджень та депозитів значно зменшився, починаючи з 2013 р. Таким чином можна зробити висновок, що ймовірність використання заощаджень домогосподарств та їх депозитів у якості інвестиційного потенціалу економіки країни має низьке значення через неналежну забезпеченість

цього процесу та недостатній захист капіталу інвесторів.

Поширення глобалізаційних процесів у світовій економіці та євроінтеграційне спрямування розвитку України може призвести до збільшення відтоку капіталу за кордон. Пропозиція інвестиційних продуктів в інших країнах, простота та прозорість їх придбання поширює зацікавленість населення України здійснювати їх придбання через Інтернет та іншими засобами. Проведення економічних реформ в Україні може призупинити економічний спад та поступово відновити економічне зростання.

Література

1. Кізіма Т. О. Фінанси домогосподарств: сучасна парадигма та доміанти розвитку [Текст] / Т. О. Кізіма; [вст. слово С. І. Юрія]. — К.: Знання, 2010. — 431 с.
2. Рамський А. Ю. Інвестиційний потенціал домогосподарств [Текст]: монографія / А. Ю. Рамський. — К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2014. — 352 с.
3. Вдовиченко А. М. Фінансовий потенціал населення в умовах інноваційного розвитку економіки України [Текст]: автореф. дис... на здобуття наукового ступеня к.е.н.; спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / А. М. Вдовиченко. — Ірпінь, 2010. — 20 с.
4. Ворошило В. В. Фінанси домашніх господарств у фінансовій системі держави [Текст]: автореф. дис... на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук; спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / В. В. Ворошило. — Д., 2012. — 20 с.
5. Гут І. О. Ірраціональність поведінки домашніх господарств як споживачів [Текст]: автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук; спец. 08.01.01 «Економічна теорія» / І. О. Гут. — Дніпропетровськ, 2004. — 19 с.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Статистична інформація. Доходи та умови життя [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
7. Архів Бюлетеня НБУ. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=67693
8. Методика комплексної оцінки бідності, затверджена наказом Міністерства соціальної політики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Міністерства фінансів України, Державної служби статистики України, Національної академії наук України від 18.05.2017 № 827/403/507/113/232 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

References

1. Kizima, T.O. (2010), *Finansy domogospodarstv: suchasna paradyhma ta dominany rozvytku* [Household Finance: Contemporary Paradigm and Development Trends], Znannia, Kyiv, Ukraine.
2. Ramskyi, A. Yu. (2014), *Inbestyциynyi potencial domogospodarstv* [Investment potential of households [Text]: monograph], Un-t them. B. Grinchenko, Kyiv, Ukraine.
3. Vdovichenko, A.M. (2010), «Financial potential of the population in conditions of innovative development of the Ukrainian economy», Ph. D. Thesis, «Money, Finance and Credit», Irpin, Ukraine.
4. Voroshilo, V.V. (2012), «Finances of households in the financial system of the state», Ph. D. Thesis, «Money, Finance and Credit», D., Ukraine.
5. Guth, I.O. (2004), «Irrationality of the behavior of households as consumers», Ph. D. Thesis, «Economic Theory», Dnipropetrovsk, Ukraine.
6. The official website of the State Statistics Service of Ukraine. Statistical information. Revenues and living conditions [Electronic resource] — available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 11 July 2018).
7. Arhiv Byuletenya NBU. [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu: https://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=67693
8. The Methodology of Integrated Assessment of Poverty, approved by the order of the Ministry of Social Policy of Ukraine, the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine, the Ministry of Finance of Ukraine, the State Statistics Service of Ukraine, the National Academy of Sciences of Ukraine dated May 18, 2017 No. 827/403/507/113/232 [Electronic resource]. — Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 12 July 2018).

Влащенко Наталія Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства*

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Влащенко Наталиа Николаевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства*

Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова

Vlshchenko Nataliia

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of Tourism and Hospitality industry Department
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-3986

УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА

MANAGEMENT ASPECTS OF DEVELOPMENT OF THE REGIONAL SANATORIUM AND RESORT ENTERPRISES

Анотація. Статтю присвячено аналізу управлінських аспектів розвитку регіонального санаторно-курортного комплексу (СКК) як стратегічного ресурсу відновлення продуктивних сил.

Перехід господарюючого комплексу України на ринкові відносини з питань власності, правовим аспектам господарської діяльності потребує перегляду державних структур до перспектив розвитку санаторно-курортного комплексу, зокрема щодо вдосконалення структури управління ним.

Розглядаються основні рівні управління регіональним санаторно-курортним комплексом у взаємозв'язку з відповідними функціями, які реалізуються на кожному з них. У дослідженні виділено три рівні управління санаторно-курортним комплексом. До першого рівня віднесено державні органи управління курортами і туризмом, до другого – виробників лікувальних послуг, установи курортної інфраструктури і позакурортні установи, до третього – реалізаторів рекреаційних послуг. Доведено, що будь-які проблеми, які виникають на кожному з цих рівнів, позначаються негативно на всій системі, що ініціює необхідність вдосконалення управління СКК в цілому.

У статті обґрунтовано тривекторне позиціонування санаторно-курортного комплексу, який містить риси та виконує функції таких підсистеми регіональної економіки як охорона здоров'я, туризм та готельне господарство. Визначена наявність значних протиріч між політикою розвитку туристської сфери та СКК, що базуються на суперечливих організаційно-структурних принципах, розроблених різними відомствами.

Зазначено, що в процесі реалізації комплексного підходу до управління регіональним СКК необхідна постійна взаємодія його структурно-рівневих елементів на принципах чіткого розподілу функцій і повноважень. Запропоновано основні напрями розвитку регіонального санаторно-курортного комплексу, виходячи з його специфічних особливостей і сучасних умов господарювання суб'єктів рекреаційної діяльності.

Ключові слова: управління, розвиток, санаторно-курортний комплекс.

Аннотация. Статья посвящена анализу управленческих аспектов развития регионального санаторно-курортного комплекса (СКК) как стратегического ресурса восстановления производительных сил.

Переход хозяйствующего комплекса Украины на рыночные отношения по вопросам собственности, правовым аспектам хозяйственной деятельности требует пересмотра государственными структурами перспектив развития санаторно-курортного комплекса, в частности совершенствования структуры управления им.

Рассматриваются основные уровни управления региональным санаторно-курортным комплексом во взаимосвязи с соответствующими функциями, которые реализуются на каждом из них. В исследовании выделены три уровня управления санаторно-курортным комплексом. К первому уровню относятся государственные органы управления курортами и туризмом, ко второму – производителей лечебных услуг, учреждения курортной инфраструктуры и внекурортные учреждения, к третьему – реализаторы рекреационных услуг. Доказано, что любые проблемы, возникающие на каждом из этих уровней, негативно сказываются на всей системе, инициирует необходимость совершенствования управления СКК в целом.

В статье обосновано трехвекторное позиционирование санаторно-курортного комплекса, который содержит черты и выполняет функции таких подсистемы региональной экономики как здравоохранение, туризм и гостиничное хозяйство. Определено наличие значительных противоречий между политикой развития туристской сферы и СКК, основанные на противоречивых организационно-структурных принципах, разработанных различными ведомствами.

Отмечено, что в процессе реализации комплексного подхода к управлению региональным СКК необходимо постоянное взаимодействие его структурно-уровневых элементов на принципах четкого распределения функций и полномочий. Предложены основные направления развития регионального санаторно-курортного комплекса, исходя из его специфических особенностей и современных условий хозяйствования субъектов рекреационной деятельности.

Ключевые слова: управление, развитие, санаторно-курортный комплекс.

Summary. The article is devoted to the analysis of management aspects of the development of the regional sanatorium and resort enterprises (SRE) as a strategic resource for the restoration of productive forces.

The transition of the economic complex of Ukraine to market relations on property issues, legal aspects of economic activity requires the revision by the state structures of the prospects for the development of the sanatorium complex, in particular, the improvement of its management structure.

The main levels of management of the regional sanatorium and resort enterprises are considered in correlation with the corresponding functions that are implemented on each of them. The study identifies three levels of management of the sanatorium and resort enterprises. The first level includes state resorts and tourism authorities, to the second is manufacturers of medical services, resort infrastructure and out-of-resort facilities, to the third is realizers of recreational services. It is proved that any problems arising at each of these levels negatively affect the entire system, initiates the need to improve the management of the SRE as a whole.

The article substantiates the three-vector positioning of the sanatorium and resort enterprises, which contains features and performs the functions of such subsystems of the regional economy as health, tourism and hotel industry. The presence of significant contradictions between the policy of development of the tourist sphere and the SRE is determined, based on conflicting organizational and structural principles developed by various departments.

It is noted that in the process of implementing a comprehensive approach to managing the regional SRE, it is necessary to constantly interact its structural-level elements on the principles of a clear distribution of functions and powers. The main directions of development of the regional sanatorium and resort enterprises are offered, proceeding from its specific features and modern conditions of management of subjects of recreational activity.

Key words: management, development, sanatorium and resort enterprises.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Радикальні зміни в системі управління економікою країни, що стала на шлях ринкових перетворень, є одним з найважливіших напрямків реформ, що проводяться в Україні. Їх успішне здійснення актуалізує необхідність проведення глибоких якісних перетворень і вдосконалення структури і системи управління всіма галузями і комплексами, зокрема, санаторно-курортним, що сприятиме активізації його наявних і потенційно можливих ресурсів з метою більш швидкої і гнучкої адаптації господарюючих суб'єктів цього комплексу до системи перетворень вітчизняної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку санаторно-курортного комплексу (СКК) займалися багато вітчизняних фахівців, зокрема: Н. А. Коваленко [2], М. Й. Ковач [3], В. Г. Герасименко [4], І. М. Писаревський, А. С. Соколенко [5], Ю. С. Погорелов, А. Ю. Білоусова [6], І. Л. Полчанінова, М. І. Передерій [7], В. Ф. Семенов, І. Л. Литовченко [8] та ін. Однак, найчастіше, СКК виступає в ролі складової будь-якого великого територіального утворення, але не як самостійний об'єкт вивчення. Отже, на сьогодні немає чітко визначених напрямів розвитку СКК з урахуванням його складних управлінських характеристик.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є визначення основних складових елементів регіонального СКК, рівнів і функцій управління цим комплексом, а також розробка основних напрямків розвитку вітчизняної санаторно-курортної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результати досліджень вказують на те, що в організаційній структурі СКК на регіональному рівні за функціональною ознакою можна виділити, принаймні, три рівня, які забезпечують його координацію і розвиток. В даному контексті організаційна структура управління СКК регіону може бути представлена як сукупність елементів (груп суб'єктів), що відрізняються характером функцій, що виконуються (рис. 1).

До першого рівня слід віднести державні органи управління курортами і туризмом, до функцій яких відносяться: визначення стратегії розвитку галузі; складання державних програм розвитку туризму і курортів; контроль за експлуатацією та охороною природних лікувальних ресурсів; організація науково-дослідницької діяльності; моніторинг діяльності курортів, організація реклами заходів; підготовка кадрів для системи рекреації різних спеціальностей тощо.

На сьогодні таким органом є Департамент туризму і курортів, який діє у складі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України і підпорядковується йому.

Другий рівень — це виробники лікувальних послуг, до яких відносяться санаторно-курортні

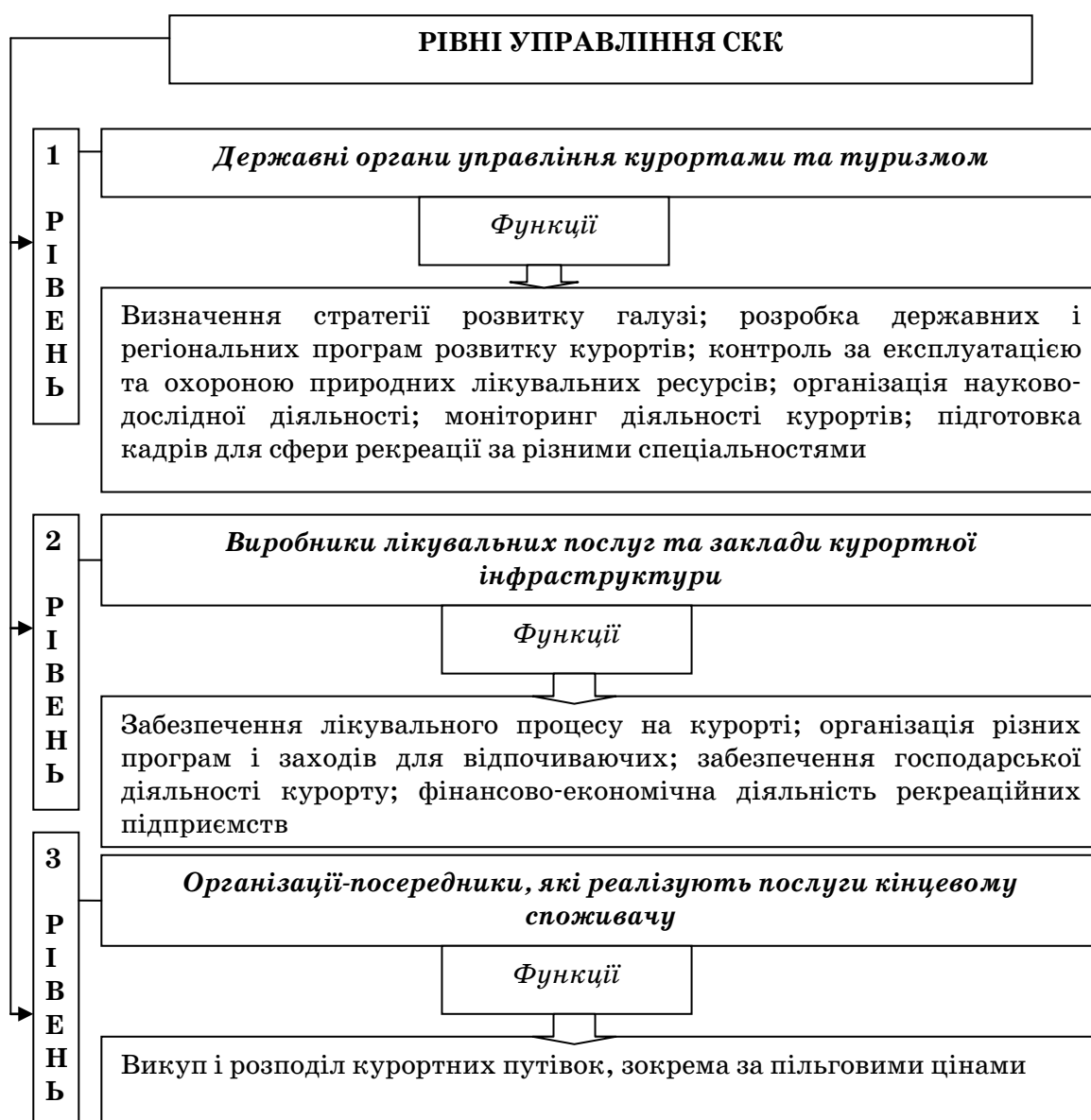


Рис. 1. Функціональне представлення організаційної структури управління регіональним СКК

Джерело: розробка автора

установи (санаторії і пансіонати з лікуванням), установи курортної інфраструктури (бальнеогрязелікарнями, поліклініки, спеціалізовані підприємства з утримання курортних зон і доріг в належному стані, котельні та теплові мережі, автотранспортні підприємства, соціальні об'єкти в рамках курортів), і позакурортні установи (санаторії-профілакторії, заводи розливу мінеральних вод, виробники лікувальних грязей). До функцій цієї ланки належать: забезпечення лікувального процесу на курорті; організація анімаційних і спортивних програм для відпочиваючих; забезпечення господарської діяльності курорту; фінансово-економічна діяльність курорту.

Третій рівень становлять реалізатори рекреаційних послуг, до яких відносяться Фонди соціального страхування, що займаються викупом і розподілом курортних путівок за пільговими цінами, турфірми, які виконують посередницькі функції через укладання договорів на заповнення санаторно-курортних закладів на основі твердої чи м'якої квоти місць, інші по-посередницькі організації.

Досліджуючи організаційні основи ієрархічної побудови СКК необхідно відзначити, що його специфіка пов'язана, з одного боку, з експлуатацією природних лікувальних ресурсів, а, з іншого, — з організацією лікувального процесу, вимагає розробки особливих, науково обґрунтованих принципів її організації.

Санаторно-курортний комплекс, який розглядається у структурі соціальної системи суспільства, з різною мірою участі одночасно входить в три підсистеми регіональної економіки — охорону здоров'я, туризм, готельне господарство. У цьому плані можна говорити про тривекторне позиціонування СКК.

Так, медичні аспекти курортної справи (методи санаторного лікування), засновані на застосуванні природних лікувальних та інших факторів, визначенні показань і протипоказань до направлення хворих на ті чи інші курорти вивчаються Інститутами курортології або Центрами медичної реабілітації та фізіотерапії, які потім їх рекомендують до застосування оздоровництвами. Впровадження в практику медичних технологій і методів вимагає сертифікації та ліцензування, а також контролю за дотриманням якісних параметрів лікування, і цими функціями займаються відділи і комітети з питань ліцензування та сертифікації. Питаннями виявлення, експлуатації та охорони природних лікувальних ресурсів займаються спеціалізовані гідрогеологічні організації [1].

Територіальне планування оздоровниць і курортних зон, проектування санаторно-курортних об'єктів здійснюють проектні інститути, що займаються проблемами рекреаційної архітектури.

Оскільки процес надання рекреаційних послуг закладами СКК, передбачає розміщення на їхній території рекреантів протягом певного періоду, можна стверджувати про тісний функціональний зв'язок між СКК та готельним господарством.

Згідно з класифікацією ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», оздоровчі засоби розміщення віднесені до спеціалізованих. Їх класифікують як лікувальні й оздоровчі установи, де надаються послуги з розміщення (санаторії, будинки реабілітації, оздоровчі табори тощо). При цьому оздоровчі засоби розміщення, в яких надаються готельні послуги, класифікують як готелі. У зв'язку з цим постає питання щодо критеріїв віднесення засобів розміщення до установ оздоровчого характеру, оскільки досить важко знайти відмінності між курортним готелем з широким спектром додаткових оздоровчих послуг і санаторієм, який має невелику медичну матеріально-технічну базу, але характеризується соціальною спрямованістю і некомерційним характером роботи.

Реалізація санаторно-курортних послуг також передбачає наявність спеціалізованих організацій. Незважаючи на те, що частково ці функції виконують турфірми, проте, їх діяльність в даному аспекті відбувається в іншому, невідомому для них сегменті ринку (ніж послуг активного туризму).

Необхідно відзначити, що будь-які проблеми, які виникають на кожному з цих рівнів, позначаються негативно на всій системі, що ініціює необхідність вдосконалення управління СКК в цілому, яка координує і стимулює розвиток комплексу за допомогою застосування сучасних методів і технологій управління, які враховують ринкові умови функціонування санаторно-курортних установ.

На сьогодні система санаторно-курортної допомоги в країні не має єдиного центру управління, єдиної структури. Підприємства галузі розосереджені між різними міністерствами, відомствами, громадськими організаціями, акціонерними товариствами. Результатом цього є ігнорування центральними органами управління потреб і проблем курортів, перерозподіл бюджетних коштів до сфери активного, а не лікувального туризму, лобювання інтересів відповідних груп, що проявилось в хронології законодавчо-нормативної бази, коли спочатку приймалися закони і постанови, що регулюють сферу суто туристської діяльності, а потім тільки різні аспекти функціонування санаторно-курортного обслуговування.

Отже, існують значні протиріччя між політикою розвитку туристської сфери та СКК, що базуються на суперечливих організаційно-структурних принципах, розроблених різними відомствами.

Це значною мірою ускладнює управління зазначеним комплексом внаслідок відсутності узгодження інтересів і цілей його розвитку з системами інших рівнів ієрархії (більш високого рівня — макrorівнем і з системою управління конкретних санаторно-курортних установ — мікрорівнем).

В цьому контексті при реалізації комплексного підходу до управління регіональним СКК необхідна постійна взаємодія його структурно-рівневих елементів на принципах чіткого розподілу функцій і повноважень. В якості основних напрямків розвитку регіонального СКК можна виділити:

- розробку і спрямоване впровадження нормативно-правових та адміністративно-розпорядчих актів регіональних і місцевих органів управління регіональним СКК відповідно до своїх компетенцій;
- застосування економічних, соціальних, структурно-організаційних методів і способів управління регіональним СКК;
- здійснення планування, організації, стимулювання і регулювання, контролю, обліку і аналізу діяльності як в цілому СКК, так і його окремих складових — санаторно-курортних установах;
- прийняття і дотримання в процесі оперативного, поточного управління СКК регіону стратегій різної цільової спрямованості.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підводячи висновки з проведеного дослідження,

вказуємо наступне. Особливості та специфіка СКК, зміст процесу формування лікувально-оздоровчих послуг (за своєю дією пов'язаних із задоволенням різних потреб, які обумовлюють участь у цьому процесі не тільки територіального СКК, а й інших галузей регіонального господарства) зумовлюють необхідність застосування програмно-цільових методів управління його складовими, що володіють такими властивостями, як системність, цілеспрямованість і комплексність охоплення проблемних моментів, що дозволить здійснювати поетапне виконання поставлених програмних цілей і завдань.

Процес управління регіональним СКК, як будь-який процес управління економічним об'єктом, ділиться на окремі функції, які являють собою органічні частини цього процесу. Здійснення основних функцій управління регіонального СКК можливо в результаті реалізації конкретних економічних, соціальних, фінансових, організаційних, інвестиційних та інших заходів у процесі їх планування, організації, стимулювання і регулювання, контролю, обліку і аналізу діяльності як в цілому регіональному СКК, так і його окремих складових. При цьому для забезпечення сталого розвитку СКК необхідно проводити цільову роботу щодо систематичної координації дій на всіх ієрархічних рівнях управління. Однак це питання має бути темою окремого дослідження.

Література

1. Влащенко Н. М. Забезпечення соціально-економічного розвитку регіонального санаторно-курортного комплексу: монографія / Н. М. Влащенко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. — Харків: Вид-во ТОВ «Друкарня МАДРИД», 2012. — 254 с.
2. Коваленко Н. А. Аналіз ринку санаторно-курортних послуг України / Н. А. Коваленко // Економіка харчової промисловості. — 2015. — Випуск № 4. — Том 7. — С. 21–27.
3. Ковач М. Й. Інноваційний розвиток санаторно-курортного господарства регіону: проблеми і ризики / М. Й. Ковач // Економіка та держава. — 2013. — № 6. — С. 43–45.
4. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / За заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. — Одеса: ОНЕУ, 2016. — 262 с.
5. Писаревський І. М. Резерви санаторно-курортної підтримки відновлення трудового потенціалу регіонів / І. М. Писаревський, А. С. Соколенко // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. — 2017. — № 19. — С. 156–161.
6. Погорелов Ю. С. Особливості управління підприємствами санаторно-курортного комплексу / Ю. С. Погорелов, А. Ю. Білоусова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2017. — № 2. — Т. 2. — С. 243–247.
7. Полчанінова І. Л. Аналіз факторів розвитку санаторно-курортних підприємств Харківського регіону / І. Л. Полчанінова, М. І. Передерій // Міжнародний науковий журнал. — 2015. — № 8. — С. 143–147.
8. Семенов В. Ф. Фактори конкурентоспроможності курортно-рекреаційних підприємств на ринку послуг / В. Ф. Семенов, І. Л. Литовченко // Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки. — 2015. — Вип. 1(28). — Ч. 2. — С. 102–105.

References

1. Vlashchenko N. M. Zabezpechennya sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku rehional'noho sanatorno-kurortnoho kompleksu: monohrafiya / N. M. Vlashchenko; Khark. nats. akad. mis'k. hosp-va. — Kharkiv: Vyd-vo TOV «Drukarnya MADRYD», 2012. — 254 s.
2. Kovalenko N. A. Analiz rynku sanatorno-kurortnykh posluh Ukrayiny / N. A. Kovalenko // *Ekonomika kharchovoyi promyslovosti*. — 2015. — Vypusk № 4. — Tom 7. — S. 21–27.
3. Kovach M. Y. Innovatsiynny rozvytok sanatorno-kurortnoho hospodarstva rehionu: problemy i ryzyky / M. Y. Kovach // *Ekonomika ta derzhava*. — 2013. — No 6. — S. 43–45.
4. Otsinka turystychno-rekreatsiynoho potentsialu rehionu: monohrafiya / Za zah. red. prof. V. H. Herasymenka. — Odesa: ONEU, 2016. — 262 s.
5. Pysarevs'kyi I. M. Rezervy sanatorno-kurortnoyi pidtrymky vidnovlennya trudovoho potentsialu rehioniv / I. M. Pysarevs'kyi, A. S. Sokolenko // *Visnyk Volyns'koho instytutu ekonomiky ta menedzhmentu*. — 2017. — № 19. — S. 156–161.
6. Pohorelov Yu. S. Osoblyvosti upravlinnya pidpryyemstvamy sanatorno-kurortnoho kompleksu / Yu. S. Pohorelov, A. Yu. Bilousova // *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky*. — 2017. — № 2. — T. 2. — S. 243–247.
7. Polchaninova I. L. Analiz faktoriv rozvytku sanatorno-kurortnykh pidpryyemstv Kharkivs'koho rehionu / I. L. Polchaninova, M. I. Perederiy // *Mezhdunarodnyy nauchnyy zhurnal*. — 2015. — № 8. — S. 143–147.
8. Semenov V. F. Faktory konkurentospromozhnosti kurortno-rekreatsiynykh pidpryyemstv na rynku posluh / V. F. Semenov, I. L. Lytovchenko // *Naukovyy visnyk Bukovyns'koho derzhavnogo finansovo-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. — 2015. — Vyp. 1(28). — CH. 2. — S. 102–105.

Зінченко Ольга Анатоліївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

Зинченко Ольга Анатольевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и туристического бизнеса
Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара*

Zinchenko Olha

*Candidate of Economic Sciences, Docent,
Associate Professor of the Management and Tourism Business Department
Oles Honchar Dnipro National University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4040

БРЕНД МІСТА: СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

БРЕНД ГОРОДА: СТРУКТУРНЫЕ КОМПОНЕНТЫ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ

BRAND OF THE CITY: STRUCTURAL COMPONENTS AND PECULIARITIES OF FORMATION

Анотація. В статті обґрунтовано необхідність використання маркетингових підходів у регіональному менеджменті. Розкрито особливості сприйняття території як товару у трьох вимірах: товар за задумом, товар у реальному виконанні та товар із підсиленням. Особливо увагу приділено підходу просування території за допомогою створення її бренду. Доведено, що, територіальний бренд стає важливим чинником просування у зовнішньому середовищі, спираючись на свій політичний, економічний, соціокультурний потенціал та природно-рекреаційні ресурси, а також бренди місцевих виробників. Обґрунтовано відмінність понять бренду та іміджу території. Висунуто та поступово доведено гіпотезу, що найбільш стійкими з усіх видів територіальних брендів є бренди міст. Виділені такі структурні компоненти бренду міста, як ідентичність, комунікації, комерціалізація, окремо наведено характеристику кожному з них. Особливу увагу приділено ролі містянам як прихильникам і носіям бренду міста. Доведено, що бренд міста не може бути створений на основі придуманих цінностей, теоретичних уявлень про те, як це створювали інші держави, а виражає своєрідність, неповторність території, її унікальний досвід та потенціальні можливості розвитку. Тому процес створення бренду є також унікальним, в кожному випадку він відрізняється підходами та інструментарієм. Акцентовано увагу на взаємодію місцевої громади та влади в регіоні, яка створюють сприятливе середовище для формування бренду та його просування як в національному просторі, так і на міжнародній арені. У якості перспективних напрямів досліджень з цієї проблематики висунуто обґрунтування зв'язків іміджу та бренду міста, розробку показників діагностики вдалого іміджу території. У практичній площині подальших розробок виділено як особливо цікавий напрямок інформаційну підтримку просування місцевих та регіональних брендів в глобальному економічному просторі.

Ключові слова: територіальний маркетинг, імідж, бренд, ідентичність, комерціалізація бренду.

Аннотация. В статье обоснована необходимость использования маркетинговых подходов в региональном менеджменте. Раскрыты особенности восприятия территории как товара в трех измерениях: товар по замыслу, товар в реальном исполнении и товар с усилением. Особенно внимание уделено продвижению территории посредством создания ее бренда. Доказано, что территориальный бренд становится важным фактором продвижения во внешней среде, опираясь

на свой политический, экономический, социокультурный потенциал и природно-рекреационные ресурсы, а также бренды местных производителей. Обоснованно отличие понятий бренда и имиджа территории. Выдвинута и постепенно доказана гипотеза, что наиболее устойчивыми среди всех видов территориальных брендов это бренды городов. Выделены такие структурные компоненты бренда города, как идентичность, коммуникации, коммерциализация, отдельно приведена характеристика каждому из них. Особое внимание уделено роли горожанам как сторонников и носителей бренда города. Доказано, что бренд города не может быть создан на основе придуманных ценностей, теоретических представлений о том, как это делали другие государства, а выражает своеобразие, неповторимость территории, ее уникальный опыт и потенциальные возможности развития. Поэтому процесс создания бренда также уникален, и в любом случае он отличается подходами и инструментарием. Акцентировано внимание на взаимодействие местной громады и власти в регионе, которая создаёт благоприятную среду для формирования бренда и его продвижение как в национальном пространстве, так и на международной арене. В качестве перспективных направлений исследований по этой проблематике выдвинута обоснования связи имиджа и бренда города, разработку показателей диагностики удачного имиджа территории. В практической плоскости дальнейших разработок выделено как особо интересное направление информационную поддержку продвижения местных и региональных брендов в глобальном экономическом пространстве.

Ключевые слова: территориальный маркетинг, имидж, бренд, идентичность, коммерциализация бренда.

Summary. The article substantiates the necessity of using marketing approaches in regional management. It reveals the peculiarities of perception of the territory as a commodity in three dimensions: goods by design, goods in real execution, and goods with amplification. The author pays particular attention to the approach of promoting the territory through the creation of its brand. It is proved that the territorial brand becomes an important factor in moving in the external environment, based on its political, economic, socio-cultural potential, natural and recreational resources, as well as brands of local producers. It reveals the difference between the concepts of the brand and the image of the territory. It is substantiated that brands of cities are the most stable of all types of territorial brands. The author suggests to highlight following structural components of the brand of the city such as identity, communication, commercialization, separately describing the characteristics of each of them. Particular attention is paid to the role of cities as supporters and carriers of the city's brand. It is proved that the city's brand can not be created on the basis of invented values, theoretical ideas about how it was created by other states, but expresses originality, uniqueness of the territory, its unique experience and potential development opportunities. Therefore, the process of creating a brand is also unique, in each case, it is different approaches and tools. The attention is focused on the interaction of local communities and authorities in the region, which creates a favorable environment for the formation of the brand and its promotion both in the national space and in the international arena. As a promising area of research on this issue, the justification of the lace of the image and brand of the city, the development of indicators for the diagnosis of a successful image of the territory was put forward. The article also highlights in the practical area of further development a particularly interesting direction of information support for promotion of local and regional brands in the global economic space.

Key words: territorial marketing, image, brand, identity, commercialization of the brand.

Постановка проблеми. В умовах активізації ринкових відносин території — населені пункти, регіони, держави — стають товарами, на які є свої покупці: це і населення, яке приймає рішення, проживати чи ні на цій території, планувати своє майбутнє в її межах; це інвестори, які вирішують вкладати чи ні кошти в бізнес-проекти на цій території, а отже забезпечувати її розвиток; це туристи, перед якими постає вибір — відвідувати чи ні цю територію, вдовольняючи свій інтерес до нових місць і, таким чином, спонукаючи інших до таких подорожей. І як будь-якому товару, території необхідна система просування, яка виражається в певних рекламних заходах. Одним з цих заходів є створення територіального бренду, оскільки саме він створює можливість залучення додаткових ресурсів для розвитку

території, завдяки чому формується додана вартість. Як зазначив видатний вчений, основоположник сучасної теорії управління маркетингом Ф. Котлер: «Найважливіше поняття в маркетингу — поняття бренду. Якщо ви не бренд — ви не існуєте» [1, с. 15].

Універсальність маркетингових підходів розповсюджується і на регіональний менеджмент. Використання теорії маркетингу дозволяє вважати ключовим показником успіху регіональної політики максимальне задоволення потреб мешканців території в громадських послугах і благах, створення сприятливих умов їх проживання та здійснення трудової діяльності. А це впливатиме і на активізацію підприємницької активності, залучення інвестицій, створення нових робочих місць. За таких умов, територіальний бренд стає важливим чинником

просування у зовнішньому середовищі, спираючись на свій політичний, економічний, соціокультурний потенціал та природно-рекреаційні ресурси, а також бренди місцевих виробників.

Найбільш стійкими з усіх видів територіальних брендів є бренди міст оскільки вони менш схильні до впливу політичних чинників (у порівнянні з брендом країни) і економічним ризикам (у порівнянні з корпоративними брендами).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Родоначальником поняття «бренд міста» був провідний фахівець із світовим ім'ям у галузі брендингу С. Анхольт, який став основним розробником комплексного, диверсифікованого підходу до брендингу територій, на противагу спеціалізованому, сфокусованому на якомусь одному аспекті (наприклад, інвестиційної привабливості чи туризмі) [2]. Подальшого розвитку ідеї цього вченого знайшли у роботах Г. Сзонді [3], К. Келлера [4]. Серед вітчизняних авторів можна виділити О. Семченка [5], Н. Котову [6], С. Балюк [7]. В цих роботах комплексно досліджено питання формування та просування національного бренду [3; 7], розроблені загальнотеоретичні засади брендингу територій на основі поширення ідей брендингу підприємств [6; 2], обґрунтовано взаємозв'язок між іміджем держави та брендами її територіальних утворень [5; 4].

Однак питанням структуризації бренду територій все ще присвячено небагато праць, відсутній єдиний підхід щодо виділення компонентів бренду міст. Це зумовлює актуальність та практичну значимість даної тематики.

Мега статті полягає в дослідженні структури бренду міста та виявленні закономірностей формування її окремих компонентів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бренд — багатосторонній конструкт, який виступає об'єктом маркетингових комунікацій та сприяє утворенню унікального набору асоціацій у свідомості споживачів.

Територія стає своєрідним «товаром», яка має свої унікальні характеристики у трьох вимірах: товар за задумом (настанови та бачення щодо розвитку територій, як з позиції влади, так і з позиції населення, виражені в програмах та проектах), товар у реальному виконанні (природно-кліматичні і сировинні, етнографічні, історичні і культурні, економічні та соціальні, виробничі та інфраструктурні особливості території) та товар із підсиленням (позитивний образ території, який формується в уяві мешканців під впливом дії органів влади, місцевого самоврядування та ефективного брендингу) [8, с. 364].

Бренд за своєю природою є демонстрацією конкурентних переваг і, відповідно, більшої вартості.

Крім того, бренд території є важливим елементом забезпечення соціальної стабільності. Іноді поняття бренду та іміджу отожднюються або підмінюються. З точки зору деяких дослідників, імідж (наприклад, міста) — це образ в уяві його мешканців та зовнішніх контактерів, що носить комплексний характер та включає в себе уявлення про географічні, соціокультурні, економічні характеристики території, сфери життєдіяльності громади, про історію міста, відомих діячів та пересічних містян. Бренд виступає інструментом іміджу, демонструючи його конкурентні переваги зовнішньому середовищу [9].

Існує і інша точка зору, яка виражає відмінність цих понять та акцентує увагу на тім, що імідж — це результат дії бренду. Він виражає те, як бренд сприймається в дійсності [5, с. 75]. Погоджувачись з відмінністю понять іміджа і бренду, однак висловлюємо незгоду з первинністю поняття бренду над іміджем. Бренд може бути сформований тільки на основі позитивного іміджу міста, і на відміну від нього, створюється лише штучно, завдяки ефективній інформаційній, інвестиційній та соціальній політиці. Важливим є взаємодія місцевої громади та влади в регіоні, яка створюють сприятливе середовище для формування бренду та його просування як в національному просторі, так і на міжнародній арені [8, с. 365].

Бренд міста має свою структуру, яка розкриває його призначення та функціональні особливості. Серед основних його компонентів можна виділити ідентичність, комунікації, комерціалізація.

Кожен бренд є образом певної території, тому відображає характерні її особливості та створює уяву про неї. Бренд — це образ, який виникає у свідомості як реакція на територію, сукупність емоційних зав'язків між містом і контактною аудиторією — його мешканцями та відвідувачами, населенням інших міст, регіонів, держав.

Бренд міста дозволяє ідентифікувати, тобто відрізнити це місто від інших, підкреслити його унікальний потенціалом у галузях виробництва товарів і послуг, науки та освіти, з багатьма культурними традиціями, природно-рекреаційними ресурсами.

Комунікаційна складова — це спосіб створити позитивне сприйняття бренду міста. В умовах поступового переходу до інформаційного суспільства інтенсивно збільшується роль символічної комунікації. При цьому знаки і символи є не так дзеркальним відображенням реальної дійсності, як засобом, за допомогою якого люди намагаються зрозуміти та інтерпретувати навколишній світ. Тому важливо не тільки те, яким є певне місто насправді, а враження, яке вона справляє [10, с. 115].

До символів міста належить його герб, прапор, логотип, слоган, пам'ятки, музика (гімн, народна музика), а також бренди продукції, яка виробляється на цій території. Однак будь-який символ набуває значущості не сам по собі, а як засіб вираження чого-небудь, що має зв'язок із суспільством чи діями людей. Символ здатен згуртовувати, об'єднувати людей і групи, має значення для безлічі індивідів [10, с. 116].

Комерціалізація бренду — це можливість цей бренд «продати», тобто створити такий привабливий образ, який зміг би залучити у місто ресурси у вигляді інвестицій, збільшені туристичного потоку, залучення висококваліфікованої робочої сили. За своєю економічною суттю термін «бренд» передбачає споживання, при цьому предметом споживання виступає не стільки сам «товар» (у нашому випадку це територія — місто), скільки асоційовані з ним цінності — зручність та престижність для проживання, безпечність, сучасність, сприятливі умови для започаткування та ведення бізнесу, цікавість для відвідувань тощо.

Оскільки за володіння бажаними цінностями споживач готовий платити набагато більше, ніж за продукт, який всього лише виконує «свої прями обов'язки», бренд сам виступає «додатковою цінністю» (що має в тому числі власне грошове вираження). Тобто бренд — це стійкий зв'язок «товару» з символічною цінністю, для якої «виразником», «втіленням» даної цінності виявляється саме цей бренд [11].

Так само як і у товарного брендингу, основна мета бренду міста — зробити його кращим, конкурентоспроможним, сформувати лояльність до нього серед різних цільових груп, які він обслуговує.

Ідеальною є ситуація, коли створення бренду міста в рівній мірі враховує інтереси як його мешканців, так і його відвідувачів. Однак важливо на ранніх стадіях брендингу встановити пріоритетність інтересів. Це позначається і на створенні образу — будь-то «ділова столиця», «туристична Мекка» або «місто-сад». Але нерідко максимально експлуатуючи потенціал території, що викликає захоплення у туристів та потенційних інвесторів, інтересами жителів нехтують. Хоча саме вони відіграють найважливішу роль як лояльні прихильники та носії бренду міста.

Потенціал будь-якого міста — це не тільки його ресурсна база, виробничі можливості, дієва інфраструктура, цікава історія або стародавні традиції, це, на самперед, люди, які його населяють. Вони є носіями того культурного коду, що притаманний цьому населеному пункту, вони — творці та рушії тих ідей, що створюють неповторний імідж міста. Місто залежить від своїх жителів у питаннях сталого

економічного, екологічного та соціально-культурного розвитку. Тому для нього дуже важливо мати кваліфіковане, вмотивоване та щасливе населення. Не варто забувати, що розчаровані містяни не тільки будуть байдужими до створення та просування бренду, а і можуть запустити зворотню віддачу від брендингу. Тоді образ міста буде здаватися штучним, відірваним від реального життя. Крім того, низький рівень задоволеності жителів негативно сприймається потенційними інвесторами та мігрантами, оскільки вони порівнюють добробут і задоволеність людей в різних містах — це забезпечує успішність бізнес-проектів.

З огляду на це, при створенні бренду обов'язково треба враховувати задоволеність мешканців умовами проживання та праці, оскільки це може поліпшити або погіршити сприйняття міста. Жителі втілюють місцеву культуру, ведуть свій бізнес, з ними асоціюється ідентичність міста. Більше того, жителів обов'язково слід залучати в процесі розробки бренду міста. Тільки так можна створити його достовірний і переконливий образ в очах зовнішніх контактерів [12].

Висновки і перспективи подальших досліджень. В умовах активізації ринкових відносин міста конкурують за залучення додаткових ресурсів свого розвитку. Для цього дуже важливо той образ, який як ідентифікатор відповідає за сприйняття території як її внутрішньою аудиторією, тобто містянами, так і зовнішньою — інвесторами, туристами, мешканцями інших населених пунктів. Бренд є складною конструкцією, яка передбачає такі компоненти як ідентичність, тобто можливість бренду доносити характерні особливості території та тісно асоціюватися з нею; комунікації через які бренд транслює свій вплив на аудиторію; комерціалізацію — тобто можливість бути «проданим», тобто приваблювати контактерів та залучати їх у процеси сталого розвитку міста.

Бренд міста не може бути створений на основі придуманих цінностей, теоретичних уявлень про те, як це створювали інші держави, а передбачає своєрідність, неповторність території, її унікальний досвід та потенціальні можливості розвитку. Брендінг має ґрунтуватися на комплексному дослідженні економічних, політичних, соціокультурних, екологічних особливостей, відображати інтереси жителів та активно залучати їх в процеси створення образу міста.

Перспективними напрями подальших досліджень з цієї проблематики є обґрунтування зав'язків іміджу та бренду міста, розробка показників діагностики вдалого іміджу території. З практичної точки зору для регіонального менеджменту цікавим є інформаційна підтримка просування місцевих та регіональних брендів в глобальному економічному просторі.

Література

1. Kotler P., Asplund C., Rein I. Haider, D. Marketing Places Europe: How to Attract Investments, Industries, Residents and Visitors to Cities, Communities, Regions, and Nations in Europe. Financial Times. — 1999. — 458 p.
2. Anholt S. Brand New Justice: How Branding Places and Products Can Help the Developing World. Oxford: OX2. — 2015. — 193 p.
3. Szondi G. The Role and Challenges of Country Branding in Transition Countries: the Central and Eastern Europe experience. Netherlands Institute of International Relations «Clingendael». — 2007. — 358 p.
4. Келлер К. Л. Стратегический брэнд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. Москва: Вильямс. — 2005. — 704 с.
5. Семченко О. А. Імідж держави і національний брендинг: взаємообумовленість понять. Науковий журнал «Політикус». — 2015. — № 2. — С. 74–78.
6. Котова Н. О. Територіальний маркетинг, територіальний брендинг: визначення сутності та особливості. Державне будівництво. — 2010. — № 1. — URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2010_1_22 (дата звернення 10.07.2018)
7. Балюк С. В. Образ іноземної країни: основні структурні елементи. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: збірка наукових праць. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. — С. 463–467.
8. Зінченко О. А. Безпековий фактор у формуванні позитивного іміджу регіону. Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько. Дніпро: Біла К. О., 2017. — С. 361–372.
9. Макастрова Н. С. Туристична привабливість території: перепони на старті. URL: conctetica.ni/pnblications/single/article/6/247 (дата звернення 10.07.2018)
10. Семченко О. А. Іміджева політика України: монографія. Київ: Знання, 2014. — 272 с.
11. Мусієздов О. Чому не працюють бренди міст? або Знову про Харків. URL: amoderna.com/blogy/oleksi-musiezdov/chomu-ne-pratsuu-t-brendy-mist (дата звернення 15.07.2018)
12. Брендинг міста: значення для жителів. URL: <https://brand.dp.ua/brending-mista-znachennya-dlya-zhiteliv> (дата звернення 15.07.2018)

References

1. Kotler, P., Asplund, C., Rein, I., & Haider, D. (1999). Marketing Places Europe: How to Attract Investments, Industries, Residents and Visitors to Cities, Communities, Regions, and Nations in Europe. Financial Times.
2. Anholt, S. (2015). Brand New Justice: How Branding Places and Products Can Help the Developing World. Oxford, OX2, 193 p.
3. Szondi, G. (2007). The Role and Challenges of Country Branding in Transition Countries: the Central and Eastern Europe experience. Netherlands Institute of International Relations «Clingendael», 358 p.
4. Keller, K.L. (2005). Strategic brand management: creation, evaluation and management of branded capital. Moscow, Williams, 704 p.
5. Semchenko, O. (2015). State image and national branding: interdependence of concepts [Imidzh derzhavy i natsionalnyj brendingh: vzajemoobumovlenistj ponjatj]. Scientific magazine «Politick», № 2, 74–78 (in Ukrainian).
6. Kotova, N.O. (2010). Territorial marketing, territorial branding: definition of essence and features [Terytorialnyj marketyngh, terytorialnyj brendyngh: vyznachennja sutnosti ta osoblyvosti]. State building, № 1. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2010_1_22 (in Ukrainian).
7. Balyuk, S.V. (2008). The image of a foreign country: the main structural elements [Obraz inozemnoji krajiny: osnovni struktturni elementy]. Methodology, theory and practice of sociological analysis of modern society: a collection of scientific works. Kharkiv, KhNU, VN Karazin, 463–467 (in Ukrainian).
8. Zinchenko, O.A. (2017). The security factor in shaping the positive image of the region. Modern transformations of organizational and economic mechanism of management and logistics of subjects of entrepreneurship in the system of economic security of Ukraine [Bezpekovyj faktor u formuvanni pozytyvnogho imidzhu reghionu. Suchasni transformacii orghanizacijno-ekonomichnogho mekhanizmu menedzhmentu ta loghistryky sub'jektiv pidpryjemnyctva v systemi ekonomichnoji bezpeky Ukrajinj]: monograph per collections. ed. T. V. Grin'ko Dnipro, Bila K. O., 361–372 (in Ukrainian).
9. Makatrov, N. S. Tourist attractiveness of the territory: obstacles at the start [Turystychna pryvablyvistj terytoriji: perepony na starti]. Retrieved from: conctetica.ni/pnblications/single/article/6/247 (in Ukrainian).
10. Semchenko, O. (2014). Imidzheva polityka Ukrainy [Ukraine's image policy]. Kiiv, Znannia. 272 p. (in Ukrainian).
11. Museydzov, O. Why do brands of cities not work? or Again about Kharkov [Chomu ne pracjujutj brendy mist? abo Znovu pro Kharkiv]. Retrieved from: amoderna.com/blogy/oleksi-musiezdov/chomu-ne-pratsuu-t-brendy-mist. (in Ukrainian).
12. Branding the city: meaning for the inhabitants [Brendyngh mista: znachennja dlja zhyteliv]. Retrieved from: <https://brand.dp.ua/brending-mista-znachennya-dlya-zhiteliv>. (in Ukrainian).

Куцаб Пйотр Анджейович

здобувач

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І.Долішнього»

Національної академії наук України

Куцаб Пйотр Анджеевич

соискатель

ГУ «Институт региональных исследований им. М.И. Долишнего»

Национальной академии наук Украины

Kutsab Piotr

Postgraduate Student of the

Institute of Regional Research named after M.I. Dolishniy

of the National Academy of Sciences of Ukraine

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРИКОРДОННИХ ТЕРИТОРІЙ

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПОГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

METHODOLOGICAL APPROACHES TO EVALUATION OF FINANCIAL PROVISION OF FUNCTIONING OF BORDER TERRITORIES

Анотація. Обґрунтовано методичний підхід до оцінювання ефективності транскордонного співробітництва прикордонних регіонів. Визначено, що оцінювання ефективності транскордонних взаємодій та транскордонної конвергенції повинно базуватись на сучасному інструментарії дослідження інтеграції, впливу на регіональний розвиток та оцінюванні низки індикаторів, які дозволять кількісно та якісно відобразити потенціал прикордонних територій.

Досвід країн ЄС дозволив виокремити 4 основних напрями до оцінювання транскордонних взаємодій в рамках функціонального, інституційного, структурного та ідейного підходів. Авторська позиція ґрунтується на необхідності комплексного інтегрального оцінювання з врахуванням індикаторів співробітництва в таких напрямках: економічному, техніко-технологічному, фінансовому, розвитку освіти, науки та культури, соціальному, перетину, контролю, безпеки, мобільності та міграції через кордони. В рамках цих груп індикаторів запропоновано низку показників, які в повній мірі відображають рівень взаємопроникливості територій з позицій предметної сфери реалізації транскордонного співробітництва.

Фінансове забезпечення транскордонного співробітництва адаптовано до оцінювання досвіду співпраці між Україною та Польщею і ґрунтується на таких ключових показниках-індикаторах як: співвідношення доходів і видатків іноземців у рамках прикордонного руху в цілому, в тому числі в Україні, загальний обсяг фінансування транскордонних проєктів і програм; коефіцієнт участі органів влади у ТКС, коефіцієнт участі бюджетних установ у ТКС, коефіцієнт фінансового забезпечення ресурсами у рамках реалізації конкретних проєктів, програм та ін. Зазначені показники відображають рівень інтеграції та фінансового забезпечення реалізації транскордонного співробітництва, дозволяють оцінити ефективність та рівень співпраці.

Ключові слова: фінансове забезпечення, ефективність, транскордонне співробітництво, прикордонний регіон.

Аннотация. Обоснован методический подход к оценке эффективности трансграничного сотрудничества приграничных регионов. Определено, что оценка эффективности трансграничных взаимодействий и трансграничной конвергенции должно базироваться на современном инструментарии исследования интеграции, влияния на региональное развитие и оценке ряда индикаторов, которые позволят количественно и качественно отразить потенциал приграничных территорий.

Опыт стран ЕС позволил выделить 4 основных направления к оценке трансграничных взаимодействий в рамках функционального, институционального, структурного и идейного подходов. Авторская позиция основывается на

необходимости комплексного интегрального оценивания с учетом индикаторов сотрудничества в следующих направлениях: экономическом, технико-технологическом, финансовом, развитии образования, науки и культуры, социальной, приятно, контроля, безопасности, мобильности и миграции через границы. В рамках этих групп индикаторов предложен ряд показателей, которые в полной мере отражают уровень взаимопроникливости территорий с позиций предметной области реализации трансграничного сотрудничества.

Финансовое обеспечение трансграничного сотрудничества адаптировано к оценке опыта сотрудничества между Украиной и Польшей и основывается на следующих ключевых показателях-индикаторах как: соотношение доходов и расходов иностранцев в рамках приграничного движения в целом, в том числе в Украине, общий объем финансирования трансграничных проектов и программ; коэффициент участия органов власти в ТКС, коэффициент участия бюджетных учреждений в ТКС, коэффициент финансового обеспечения ресурсами в рамках реализации конкретных проектов, программ и др. Указанные показатели отражают уровень интеграции и финансового обеспечения реализации трансграничного сотрудничества, позволяют оценить эффективность и уровень сотрудничества.

Ключевые слова: финансовое обеспечение, эффективность, трансграничное сотрудничество, пограничный регион.

Summary. The methodical approach to assessing the effectiveness of cross-border cooperation of border regions is substantiated. The assessment of the effectiveness of cross-border interconnections and cross-border convergence should be based on modern instruments for research on integration, impact on regional development and assessment of a number of indicators that will allow quantitative and qualitative reflection of the potential of the border areas.

The experience of the EU countries has four main areas to be identified for the assessment of transboundary interactions within the framework of functional, institutional, structural and ideological approaches. The author's position is based on the necessity of integrated assessment taking into account the indicators of cooperation in the following directions: economic, technical and technological financial, development of education, science and culture, social, pleasure, control, security, mobility and migration across borders. These groups of indicators are fully reflect the level of interpenetration of territories of transboundary cooperation.

Financial support for transboundary cooperation is adapted to assess the experience of cooperation between Ukraine and Poland and is based on the following key indicator indicators: the ratio of incomes and expenditures of foreigners within the frontier movement in general, including in Ukraine, the total amount of financing for transboundary projects and programs; coefficient of participation of authorities in TCS, coefficient of participation of budget institutions in TCS, coefficient of financial provision of resources within the framework of realization of concrete projects, programs, etc. These indicators reflect the level of integration and financial support for the implementation of cross-border cooperation.

Key words: financial support, efficiency, cross-border cooperation, border region.

Постановка проблеми. В умовах євроконвергенції України питання оцінювання ефективності фінансового забезпечення транскордонного співробітництва з урахуванням рівневого підходу та фінансової децентралізації розвитку регіонів, в тому числі прикордонних набувають актуальності, особливо у прикладному аспекті. Впродовж останніх років ученими та практиками запропоновано низку методичних підходів до оцінки показників та результатів ТКС, проте жоден із них не затверджений на офіційному рівні і не має комплексного характеру. Позитивними тенденціями розвитку методичних підходів до оцінювання ТКС є поступове налагодження інформаційної бази для ведення транскордонної статистики, яка слугує інформативним підґрунтям для розробки низки пропозицій і дозволяє створити порівняльну базу у країнах по обидві сторони кордонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню і розробці методичних підходів до оцінювання ефективності транскордонного співробітництва

присвячені праці таких вчених, як В. Левчук [1], Н. Мікула [2], В. Ободовська, Я. Олійник [3], Ш. Радвилавичюс, Н. Межевич [4], Г. В. Ридевский [5], К. І. Серебряк [6], Т. В. Терещенко [7], І. М. Школа, Б. М. Короп [8] та ін. Поруч з цим, незважаючи на вагомий науковий доробок, відкритими залишаються питання розробки методичного підходу до оцінювання фінансового забезпечення функціонування прикордонних територій.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування методичного інструментарію оцінювання фінансового забезпечення функціонування прикордонних територій та розробка пропозицій щодо його удосконалення.

Виклад основного матеріалу. В науковій літературі запропоновано низку методичних підходів до забезпечення і оцінювання ефекту транскордонного співробітництва, які різняться між собою в залежності від запропонованих показників, їх кількісного і якісного оцінювання та сфери використання. Зокрема, згідно підходу Т. В. Терещенко результати

трансграничної співпраці на мікро-, мезо- та макрорівнях запропоновано оцінювати в розрізі 9 груп (130 показників), таких як розвиток підприємництва; інвестиційна та інноваційна діяльність; фінансово-бюджетні розрахунки; соціально-демографічна ситуація; природні ресурси та охорона довкілля; культура, освіта, туризм; розвиток інфраструктури [7, с. 3]. В рамках даної методики прослідковується підхід щодо оцінювання взаємоприникності регіонів по обидві сторони кордону, проте практичне значення і розрахунок фінансового забезпечення трансграничного співробітництва не відображено в повній мірі.

Беручи за основу низку принципів, таких як цільова спрямованість, комплексність, ефективність та багаторівневність, вітчизняні учені І. М. Школа та Б. М. Короп запропонували методику, яка відображає оцінку ефективності реалізації конкретних форм розвитку ТКС і його вплив на соціально-економічний розвиток країни в цілому з конкретизацією мети, об'єкта, предмета та завдань аналізу; обрання форм ТКС, проведення аналізу по кожній із обраних форм; визначення впливу ТКС на соціально-економічний розвиток; підведення підсумків, визначення проблем та перспектив розвитку [8]. Такий підхід ґрунтується на послідовності дій щодо форм реалізації трансграничного співробітництва, проте не відображає фінансового забезпечення й руху грошових потоків по обидві сторони кордонів й ефективності інтеграційних потенціалів прикордонних територій.

Оцінку трансграничного ефекту співробітництва прикордонних регіонів В. Ю. Левчук пропонує здійснювати на основі рівневого підходу з формуванням груп показників економічного, соціального, екологічного та інноваційного розвитку, які узагальнюються у інтегральний показник ефекту трансграничного співробітництва [1]. Вагомим недоліком даного підходу є те, що автором не представлено розрахункові значення показників й узагальнюючого інтегрального показника та не оприлюднено кількісну оцінку трансграничного ефекту за розробленим методичним інструментарієм.

Г. В. Рідевський представив підхід до оцінювання потенціалу прикордонного співробітництва, який стосується прикордонних районів Білорусії в розрізі 3 ключових потенціалів: економічного, демографічного і природньо-ресурсного. В якості економічного потенціалу автор запропонував фонд середньомісячної заробітної плати в адміністративних районах у процентах від національного рівня. Демографічний потенціал кожного району Білорусії розглядався як частка регіону в населенні країни, виражена у відсотках. Природньо-ресурсний потенціал визначався часткою площі регіонів в процентах від площі кра-

їни. Середнє значення природньо-ресурсного, демографічного і економічного потенціалу визначено як показник сукупного ресурсного потенціалу того чи іншого адміністративного району [5, с. 142].

В. Ободовська та Я. Олійник дослідили стан трансграничного співробітництва між Україною та республікою Польща в розрізі прикордонних регіонів України в розрізі низки показників, таких як: валовий регіональний продукт, валовий регіональний продукт на особу, зовнішньоторговельний оборот (товари-послуги), інвестиції в основний капітал та інвестиції в основний капітал на одну особу й визначили відхилення регіонального показника (його середнього значення на прикордонних територіях України (R_d) від його середнього значення по країні загалом. Такі ж розрахунки були здійснені в прикордонних регіонах республіки Польща [3, с. 212–215]. Така позиція авторів є правомірною і дозволяє за допомогою порівняльних показників оцінити стан ресурсного потенціалу прикордонних регіонів на основі офіційних статистичних даних і порівняти потенційні економічні, інвестиційні та зовнішньоекономічні показники розвитку трансграничної співпраці. Проте аспект фінансового забезпечення розвитку прикордонних територій не включений у представлену методику, яка базується на визначених кількісних показниках.

Ш. Радвілавічюс та Н. Межев'їч пропонують різноаспектний за 3 напрямками підхід до загальної оцінки трансграничної співпраці в розрізі: 1) соціально-економічного розвитку прикордонних територій; 2) оцінювання ефективності програм; 3) оцінювання конкретних проектів. Автори визначають 10 показників оцінювання міжрегіонального розвитку: 1) економічного і соціального розвитку; 2) рівня кооперації; 3) інфраструктури кордону; 4) охоплення населення [4].

Огляд методичного інструментарію оцінювання ефективності трансграничного співробітництва дозволяє констатувати відсутність загальноприйнятої методики, наявність низки підходів, які в повній мірі відображають лише окремі напрями кооперації прикордонних територій і не акцентують уваги на фінансовому забезпеченні їх розвитку.

К. І. Серебряк представив методичний підхід до проведення компаративного аналізу економічного співробітництва регіонів або міжрегіональних зв'язків, виокремив 4-етапний підхід до оцінки міжрегіонального співробітництва і запропонував на останньому з них комплексну оцінку результатів економічного співробітництва регіонів на основі відношення результатів, отриманих від реалізації міжрегіональної співпраці і-го регіону до витрат

на реалізацію та збереження його конкурентних переваг помноженого на приріст реалізації досягнення очікуваних результатів діяльності і-го регіону в процесі інтеграції за певний проміжок часу [6,

с. 57]. Основні показники оцінювання співробітництва регіонів автор пропонує здійснювати в розрізі виробничого, соціального, демографічного, природно-географічного, екологічного та організаційного



Рис. 1. Основні індикатори оцінювання рівня розвитку ТКС

Джерело: складено автором

напрямів з конкретизацією показників та коефіцієнтів.

Непрямі методи оцінки результатів ТКС запропонувала Н. Мікула, а саме: транскордонна торгівля; розвиток зовнішньоекономічної діяльності прикордонних регіонів учасників ТКС, реалізація спільних проектів у прикордонних регіонах; стан комунікаційної та прикордонної інфраструктури в прикордонних регіонах суміжних держав [2]. Такий підхід автора дозволяє визначити стан ТКС в розрізі функціональних видів і напрямів співпраці виключно з позицій якісної оцінки.

В умовах сьогодення методичний підхід до оцінювання ефективності транскордонних взаємодій та транскордонної конвергенції повинен базуватись на сучасному інструментарії дослідження інтеграції, впливу на регіональний розвиток та оцінюванні низки індикаторів, які дозволять кількісно та якісно відобразити потенціал прикордонних територій.

Досвід країн ЄС дозволив виокремити 4 основних підходи до оцінювання транскордонних взаємодій в рамках функціонального, інституційного, структурного та ідейного підходів. На наш погляд, аналіз та оцінювання інтеграційного потенціалу прикордонних територій необхідно проводити з позицій визначення індикаторів розвитку ТКС, які систематизовані нами в розрізі економічних, техніко-технологічних, фінансових, розвитку освіти, науки та культури, соціальних, перетину, контролю, безпеки, мобільності та міграції через кордони (рис. 1).

В рамках цих груп індикаторів запропоновано низку показників, які в повній мірі відображають рівень взаємопроникненості територій з позицій предметної сфери реалізації транскордонного співробітництва. Запропонована методика адаптована нами до оцінювання стану транскордонного співробітництва між Україною та республікою Польща.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Авторський

підхід до оцінювання ефективності фінансового забезпечення функціонування прикордонних територій базується на індикаторному підході з виокремленням груп показників: економічних, техніко-технологічних, фінансових, розвитку освіти, науки та культури, соціальних, перетину, контролю, безпеки, мобільності та міграції через кордони. До показників фінансового забезпечення розвитку ТКС віднесено такі як: загальні видатки іноземців, в тому числі українців у Польщі; загальні видатки поляків за кордоном, в т.ч. в Україні; частка видатків поляків в рамках прикордонного руху в цілому, в тому числі в Україні; частка видатків іноземців в рамках прикордонного руху в цілому, в т.ч. в Україні; коефіцієнт співвідношення доходів і видатків поляків у рамках прикордонного руху в цілому, в тому числі в Україні; коефіцієнт співвідношення доходів і видатків іноземців у рамках прикордонного руху в цілому, в тому числі в Україні; середня сума, яка припадає на 1 українця, який перетнув кордон з Польщею; середні видатки впродовж року в рамках малого прикордонного руху; видатки нерезидентів в Польщі в рамках кордонів ЄС та Україна-Польща; середні видатки на 1 поляка в рамках малого прикордонного руху; видатки поляків за кордоном у рамках воєводств та кордонів з Україною; загальний обсяг фінансування транскордонних проектів і програм; коефіцієнт участі органів влади у ТКС; коефіцієнт участі бюджетних установ у ТКС; коефіцієнт фінансового забезпечення ресурсами у рамках реалізації конкретних програм.

Подальші дослідження повинні стосуватись обґрунтування міри розвитку транскордонного співробітництва з базуванням на визначених індикаторах та аналізу динаміки українсько-польського транскордонного співробітництва, існуючих сильних та слабких сторін, перспектив й необхідного фінансового забезпечення.

Література

1. Левчук В. Ю. Методичний підхід до оцінки транскордонного ефекту співробітництва прикордонних регіонів / В. Ю. Левчук // Економічний форум. — 2015. — № 2. — С. 122–127.
2. Мікула Н. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво: монографія / Н. Мікула. — Львів: ІРД НАН України, 2004. — 395 с.
3. Ободовська В. Сучасний соціально-економічний стан транскордонного співробітництва між Україною та республікою Польща / В. Ободовська, Я. Олійник // Journal of Education, Health and Sport. — 2017. — № 7(4). — С. 210–221.
4. Радвилавичюс Ш. Роль приграничного співробітництва между Европейским союзом и Российской Федерацией в двусторонних и региональных программах экономического развития / Ш. Радвилавичюс, Н. Межевич. — Брюссель: ЕСО, 2010. — 125 с.

5. Ридевский Г. В. Пограничные районы Белоруссии: оценка потенциала приграничного сотрудничества / Г. В. Ридевский // Псковский регионологический журнал. — 2006. — № 2. — С. 141–151.

6. Серебряк К. І. Методичний підхід до проведення компаративного аналізу показників економічного співробітництва регіонів / К. І. Серебряк // Економіка та держава. — 2016. — № 9. — С. 56–61.

7. Терещенко Т. В. Науково-методичні основи забезпечення розвитку транскордонного співробітництва: автореф. дис.к.е.н.: спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / Т. В. Терещенко. — К., 2005. — 20 с.

8. Школа І. М. Методичні підходи до оцінки ефективності транскордонного співробітництва / І. М. Школа, Б. М. Короп [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/17_1.pdf.

References

1. Levchuk V. Ju. Metodichnyj pidkhid do ocinky transkordonnogho efektu spivrobotnyctva prykordonnykh rehioniv / V. Ju. Levchuk // Ekonomichnyj forum. — 2015. — № 2. — S. 122–127.

2. Mikula N. Mizhterytorialjne ta transkordonne spivrobotnyctvo: monohrafija / N. Mikula. — Ljviv: IRD NAN Ukrainy, 2004. — 395 s.

3. Obodovsjka V. Suchasnyj socialjno-ekonomichnyj stan transkordonnogho spivrobotnyctva mizh Ukrainoju ta respublikoju Poljshha / V. Obodovsjka, Ja. Olijnyk // Journal of Education, Health and Sport. — 2017. — № 7(4). — S. 210–221.

4. Radvilavichyus Sh. Rol prigranichnogo sotrudnichestva mezhdru Yevropeyskim soyuzom i Rossiyskoy Federatsiey v dvustoronnikh i regionalnykh programmakh ekonomicheskogo razvitiya / Sh. Radvilavichyus, N. Mezhevich. — Bryussel: ECO, 2010. — 125 s.

5. Ridevskiy G. V. Pogranichnye rayony Belorusii: otsenka potentsiala prigranichnogo sotrudnichestva / G. V. Ridevskiy // Pskovskiy regionologicheskij zhurnal. — 2006. — № 2. — S. 141–151.

6. Sjerjebrjak K. I. Metodichnyj pidkhid do provedennja komparatyvnogho analizu pokaznykiv ekonomichnogho spivrobotnyctva rehioniv / K. I. Sjerjebrjak // Ekonomika ta derzhava. — 2016. — № 9. — S. 56–61.

7. Tereshhenko T. V. Naukovo-metodychni osnovy zabezpechennja rozvytku transkordonnogho spivrobotnyctva: avtoref. dys.k.e.n.: spec. 08.10.01 «Rozmishhennja produktyvnykh syl i rehionaljna ekonomika» / T. V. Tereshhenko. — K., 2005. — 20 s.

8. Shkola I. M. Metodichni pidkhody do ocinky efektyvnosti transkordonnogho spivrobotnyctva / I. M. Shkola, B. M. Korop [Elektronnyj resurs]. — rezhym dostupu: http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/17_1.pdf.

Grigoryan Liana

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of Chair of “Managerial Accounting and Auditing”
Armenian State University of Economics*

Григорян Лиана

*доктор экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой «Управленческий учет и аудит»
Армянский государственный университет экономики*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-3985

RISK MANAGEMENT IN THE BANKING SYSTEM AND ITS IMPACT ON FINANCIAL STABILITY

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ

Summary. The presence of risk management systems in financial institutions, particularly in banks, was of primary importance not only for large economies and countries with developed markets. The banking system played the central role in any economy. Additionally, financial institutions around the world were so closely linked to the fact that one of the banks' inability to pay their debts could cause a chain reaction that will lead to the failure of the global financial system. At the same time, a large number of individuals and institutions, including customers, agents, borrowers, lenders, shareholders and other stakeholders may suffer.

As history showed, the negative effects of the banking crisis could quickly affect the entire economy in terms of lending reduction and other mechanisms. These were just the basis of systemic risk.

Key words: risk, financial institutions, bank, system, liabilities, individual, crisis, effective management.

Аннотация. Наличие систем управления рисками в финансовых учреждениях, особенно в банках, имело первостепенное значение не только для крупных стран и стран с развитыми рынками. Банковская система играла центральную роль в любой экономике. Кроме того, финансовые институты во всем мире были настолько тесно связаны с тем фактом, что одна из неспособности банков выплатить свои долги могла вызвать цепную реакцию, которая приведет к провалу глобальной финансовой системы. В то же время может пострадать большое количество физических лиц и учреждений, включая клиентов, агентов, заемщиков, кредиторов, акционеров и других заинтересованных сторон.

Как показала история, негативные последствия банковского кризиса могут быстро повлиять на всю экономику с точки зрения сокращения кредитования и других механизмов. Это было всего лишь основой системного риска.

Ключевые слова: риск, финансовые институты, банк, система, обязательства, индивидуальность, кризис, эффективное управление.

It is known that businessmen pursue economic benefits by resorting to risks. The higher the expected benefits, the greater the risk. The activities of commercial banks are classified as the oldest forms of entrepreneurship and also contain a certain level of risk.

The financial stability of the Bank (hereinafter referred to as the Commercial Bank), in addition to the macroeconomic environment and effectiveness, is largely dependent on the risk assessment and management system. The effective risk assessment and management system will contribute to sustainable

development at the stage of economic growth, and will reduce the amount of potential losses in the downturn. Such developments are the expected manifestations of the idea of financial stability. The work of Aldfield and Santomero [8] stated that the financial institutions generally deal with three groups of risks:

- risks, that can be avoided through simple business processes;
- risks, that can be transferred to other participants;
- risks, that should be actively managed within the organization.

The practice of risk aversion generally involved three types of action. The first is standardization of business processes and contracts, which enabled the organization to avoid ineffective and incorrect financial decisions. The next step is the diversification of borrowers during portfolio creation, which cuts the chain of losses. Finally, employees of the organization should be responsible for making decisions.

All of the above steps direct the organization to the financial situation where there was an optimal amount of risk arising from banking activities.

As already mentioned, there are also transmitted risks. For example, interest rate risk can be transferred through various interest rate instruments, such as: swaps and other derivatives. It turns out that various institutes have advantages in risk management, so it was not expedient for the bank to take risks

Nevertheless, there were at least two groups of assets that the risks arising from the bank must bear. The first group includes assets with complex and unique risks. According to Berger and Udell [3], there were financial instruments that are not presented in secondary markets and risk transfer is not possible. Risk management of such assets became the important part of the banks' professional activities. The second group includes property assets. Property assets were the main guarantees of loan repayment, so there must be effective systems for evaluating and selling property so that credit risk was not the biggest cause of losses.

The above classification of risks has been carried out according to the nature, and the types of risks in the banking business are mainly divided:

- systemic or market risk;
- credit risk,
- partner risk,
- liquidity risk,
- operational risk,
- legal risks.

Obviously, such a risk classification was not the only one, but it presents the risks in the field with the appropriate groups.

Since risk management was central to the context of financial stability of banks and the banking system, many authors and regulators pay much attention to the prerequisites for their formation. As a result of the imperfection of risk management, the banking system's crises were emerging.

A number of studies point to the weakness of the settlement, as in 2008. The main reason for the onset of the financial crisis. Not only the crisis caused many questions, but also the regulators felt the changes in the financial system that needed to be responded. Researchers noted that accessible and reliable data was overdue. The real problem was, in particular, the World Bank's data storage archived up to three years old, which did not give analysts around the world an opportunity to include fresh data in their work. Unlike it, commercial banks placed relevant reports on their websites once the quarter ends.

The greatest role in risk management and elaboration and definition of universally acceptable approaches belongs to the Banking Supervision Committee. The Basel Committee had deep roots in banking activities that come in 1973. Bretton Woods collapse, at this time, German banks reported that foreign currency deals exceeded the banks' capital several times. Many banks outside Germany had major losses in foreign exchange buying and selling. The aforementioned and other financial markets had led to ten major countries [5] to Establish Banking Regulation and Supervision Functions Committee in 1974 [4]. Later it was named as the Bank Supervision Committee. The Committee was aiming at discussing the issues of participant countries in banking supervision at periodic meetings, promoting the financial stability of the banks to which control innovations should be used. It tried to establish common standards for banking regulation and supervision, informed the participating countries of the developments in the financial markets and identify the risks emerging in the financial system. 1975 After the meeting, the Basel Committee sessions take place every three or four times a year. After the establishment of dozens, the committee was expanded to 28 countries and unions in 2009 and 2014. In the table 1 had been presented the member states and unions of the Basel Committee

The countries of the Basel Committee are represented by the central banks and official banking supervisors. There are countries that present a few structures.

The decisions of the Committee did not originally exist for the mandatory character of the Member States. It published the control criteria and advised them to use them. 2012 year. the Committee has begun to make observations on the effectiveness of systems embedded in banks of international importance.

Table 1

The member states and unions of the Basel

Argentina	Korea
Australia	Luxemburg
Belgium	Mexico
Brazil	The Netherlands
Canada	Russia
China	Saudi Arabia
European Union	Singapore
France	South Africa
Germany	Spain
Hong con	Sweden
India	Switzerland
Indonesia	Turkey
Italy	The United Kingdom
Japan	USA

Shortly after its foundation, in 1980, the Basel Committee related to capital adequacy. In that period, the Latin American debt crisis confirmed that international banks are risking international risks by their activities. The tens of governments have solved the long-standing problems with capital adequacy through the Committee. The major outcome of this agreement was the introduction of the weighted risk measurement method in banks' balance sheet and off balance sheet. This decision was made by the tens of governments to their banks in 1988. and demanded that until 1992, the proportion of capital-risk-weighted assets will be at least 8 %. The capital adequacy requirement was sought not only by members of the Basel Committee, but also by countries whose banking system was pretending to carry out international activities. Then, many adjustments have been introduced into the capital adequacy ratio, changing the list of assets that are part of the capital, and the risks to which they are made.

2004 In June, the Basel Committee introduced the Capitalated Variables that are widely known as Basel 2. Basel 2 had three pillars,

1. Approval of the minimum amount of capital that was yet to be implemented at Basel 1,
2. review of the entity's capital adequacy and internal control;
3. Efficiently using discoveries as a lever of system discipline and healthy banking.

New approaches should allow the regulator to respond more closely to hidden risks and financial innovations that emerged after Basel 1.

The final version was published in 2006. Formatted as the combination of Basel 2 [1].

During the implementation of Basel 2, the Committee member countries met with numerous issues, in particular the risk calculation methodology, which generated legislative contradictions for local regulators. However, this issue has already taken place in 1996. The Basel Committee met, and the regulators were partly imagining solutions.

In 2008 the financial crisis has been proved that the Basel 2 essentials need to be revised. The banking system entered the crisis phase with huge liabilities and inadequate liquidity reserves. These issues were combined with weak governance and risk management.

The Basel Committee once again had to tighten the Basel 2 control area, 2010 Basel 3 was published in July [2]. This document changed capital and liquidity standards. Particularly, risk management control was tightened, the minimum capital requirement has been increased, reflects the following innovations:

- Capital wa divided into strata, which allowed avoiding impaired losses;
- An anti-cyclic reserve of capital that limited the likelihood of total credit losses to the bank;
- Leverage rate, which showed what percentage of loss can be extinguished at the expense of capital;
- liquidity requirements that were expressed through two indicators [6]: maintain sufficient cash resources that will enable you to fully meet your obligations during the thirty-day stress.

Net sustainability coefficient [7], designed to maintain longer-term stability.

Basel 3 tightening will significantly reduce the likelihood of the banking system and the activity

of individual banks. Representatives from member states argue that it will never harmed its real sector of economy. Accepted toughets should be introduced in a timely manner in the member countries' banking systems for 2012–2019.

The Central Bank of Armenia is consistent with the requirements and recommendations of the Basel Committee, and in some cases the norms are more stringent in Armenia than they are offered. The banking system of Armenia did not remain in the spotlight on the use of modern risk management systems, but as

in all countries, we have significant problems in this direction.

For the commercial banks operating in the Republic of Armenia, the most important was the credit risk assessment and management process since the professional direction of banking activity was lending. In 2015 December 31, by comparing with 2009 in the same period the total assets of the Armenian commercial banking system made 3,457,080 mln. AMD loans amounted to AMD2,119,513 million. AMD, which was about 61 % of total assets [9].

References

1. Basel Committee on Banking Supervision, “International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards”, 2006.
2. Basel Committee on Banking Supervision, “Basel 3: International Framework for Liquidity Risk Measurement, Standards and Monitoring”, 2010. — pp. 1–5.
3. Berger A., Udell G., Lines of Credit and Relationship Lending in Small Firm Finance, Financial Institutions Center, Wharton, 1994. — pp. 4–14.
4. Committee on Banking Regulations and Supervisory Practices.
5. G10, Great dozens.
6. LCR-Licuidity Coverage Ratio.
7. NSFR-Net Stable Funding Ratio.
8. Oldfield G., Santomero A., The Place of Risk Management in Financial Institutions, Financial Institutions Center, Wharton, 1995.
9. <https://www.cba.am/am/SitePages/statfinorg.aspx>

Коць Ольга Олегівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів
Національний університет «Львівська політехніка»*

Коць Ольга Олеговна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансов
Национальный университет «Львовская политехника»*

Kots Olha

*PhD in Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Finance
Lviv Polytechnic National University*

Ярошевич Наталя Богуславівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів
Національний університет «Львівська політехніка»*

Ярошевич Наталья Богуславовна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансов
Национальный университет «Львовская политехника»*

Yaroshevych Natalia

*PhD in Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Finance
Lviv Polytechnic National University*

Корначук Олеся Юріївна

*студентка кафедри фінансів
Національного університету «Львівська політехніка»*

Корначук Олеся Юрьевна

*студентка кафедры финансов
Национального университета «Львовская политехника»*

Kornachuk Olesia

*Student of the Department of Finance of the
Lviv Polytechnic National University*

**КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ:
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ЗАХОДИ СТИМУЛЮВАННЯ**

**КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В УКРАИНЕ:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И МЕРЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ**

**INDIVIDUAL CREDITING IN UKRAINE:
THE MODERN STATE AND ACTIVITIES OF STIMULATION**

Анотація. В умовах економічної кризи та політичної нестабільності, коли банки постійно змінюють умови кредитування, постає необхідність додаткових досліджень, спрямованих на вивчення усіх аспектів кредитування фізичних осіб та поведінки банків на ринку споживчого кредитування. У статті виконано дослідження кредитування фізичних осіб в Україні. Зокрема було проаналізовано обсяги та структуру кредитування фізичних осіб за 2013–2017 рр., досліджено структуру кредитування фізичних осіб у розрізі валют у яких отримано кредитні кошти. Виявлено, що впродовж аналізованого періоду спостерігалось зменшення обсягів банківського кредитування фізичних осіб. Зростання обсягів кредитування фізичних осіб у іноземній валюті зумовлено виключно зростанням валютного курсу за досліджуваний період. З метою більш ґрунтовного аналізування сформовано групу із восьми найбільших банків України та проаналізовано частку і структуру кредитів фізичним особам у структурі кредитного портфеля цих банків. Заключним етапом дослідження стало розроблення рекомендацій щодо розвитку кредитування фізичних осіб, спрямованих як на активізацію банківської діяльності, так і на стимулювання фізичних осіб до користування кредитними ресурсами. Узагальнено, що задля поточного зростання обсягів кредитів фізичним особам, в першу чергу, потрібно впливати на банки, заохочуючи їх до кредитування фізичних осіб шляхом розроблення нових кредитних програм, кредитних продуктів, тощо, а от довгострокового зростання кредитування фізичних осіб можна досягти тільки завдяки позитивним макроекономічним змінам.

Ключові слова: кредитування, фізична особа, банк, стимулювання.

Аннотация. В условиях экономического кризиса и политической нестабильности, когда банки постоянно меняют условия кредитования, возникает необходимость дополнительных исследований, направленных на изучение аспектов кредитования физических лиц и поведения банков на рынке потребительского кредитования. В статье выполнено исследование кредитования физических лиц в Украине. В частности были проанализированы объемы и структура кредитования физических лиц за 2013–2017 гг., исследована структура кредитования физических лиц в разрезе валют кредита. Выявлено, что за анализируемый период наблюдалось уменьшение объемов кредитования физических лиц. Рост кредитования физических лиц в иностранной валюте обусловлено исключительно ростом валютного курса за период исследования. С целью более детального анализа сформирована группа из восьми крупнейших банков Украины и проанализирована доля и структура кредитов физическим лицам в структуре кредитного портфеля этих банков. Заключительным этапом исследования стала разработка рекомендаций по развитию кредитования физических лиц, направленных как на активизацию работы банков, так и на стимулирование физических лиц в пользование кредитными ресурсами. Обобщено, что для текущего роста объемов кредитов физическим лицам, в первую очередь, нужно влиять на банки, поощряя их к кредитованию физических лиц, разработки новых кредитных программ, кредитных продуктов и т.п., а вот долгосрочного роста кредитования физических лиц можно достичь только благодаря положительным макроекономическим изменениям.

Ключевые слова: кредитование, физическое лицо, банк, стимулирование.

Summary. In conditions of economic crisis and political instability, when banks constantly change the conditions of crediting, there is a need for additional research aimed at studying aspects of individual crediting and the behavior of banks in the consumer crediting market. The article deals with crediting of individuals in Ukraine. In particular, the volumes and structure of individual crediting for 2013–2017 were analyzed; the structure of individual crediting by currency of credit was investigated. It was found that for the analyzed period there was a decrease in the volume of individual crediting. The growth of individual crediting in foreign currency is due solely to an increase in the exchange rate over the research period. For the purpose of more thorough analysis, a group of eight largest banks of Ukraine was formed and analyzed the share and structure of individual credits in the structure of these banks' credit portfolios. The recommendations for the development of individual crediting were created at the final stage of the research, aimed at both activating banks and stimulating individuals to use credit resources. It was generalized that in order to increase the volumes of individual credits, it is first of all necessary to influence the banks, encouraging them to lend to individuals, develop new credit programs and credit products, etc. But the long-term growth of individual crediting can only be achieved through positive macroeconomic changes.

Key words: crediting, individual, bank, stimulation.

Постановка проблеми. Кредитування фізичних осіб у економічних сучасних умовах в Україні набирає все більшої популярності. Доходів, які отримує середньостатистичний українець, вистачає лише на предмети першої необхідності та на обов'язкові платежі. Але їх не завжди достатньо, щоб мати

зможу придбати речі довгострокового використання. Споживче кредитування дає змогу задовольняти потреби населення у товарах довгострокового вжитку. А важливим чинником, який впливає на розвиток споживчого кредитування є розвиток діяльності банків щодо обслуговування приватних осіб.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній і зарубіжній науковій літературі питання кредитування фізичних осіб досліджують такі науковці: Л. Добрик, Т. Лосева, І. Онуфрійчук [2, с. 369–372] — дослідження загальних питань у сфері споживчого кредитування; Т. Ф. Григораш, С. С. Пільгуй [1, с. 119–124] — дослідження сучасних аспектів кредитування банками України, зокрема проблем кредитування фізичних осіб; І. Б. Охрименко [3] — дослідження перспектив кредитування фізичних осіб; Т. В. Паєнтко, З. В. Савельєва [5, с. 40–43] — дослідження тенденцій попиту фізичних осіб на банківські послуги; О. О. Процик, А. О. Войнаровська [6, с. 26–29] — дослідження шляхів удосконалення сучасного кредитування фізичних осіб; О. І. Стирська [7, с. 122–127] — дослідження особливостей інвестиційного кредитування в Україні; В. М. Шумелда [8, с. 310–316] — дослідження структури кредитування фізичних осіб в Україні тощо.

Однак в умовах економічної кризи та політичної нестабільності, коли банки постійно змінюють умови кредитування, постає необхідність додаткових досліджень, спрямованих на вивчення аспектів кредитування фізичних осіб та поведінки банків на ринку споживчого кредитування.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є дослідження кредитування фізичних осіб в Україні. Задля досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань: дослідження обсягу та структури кредитування фізичних осіб за 2013–2017 рр., дослідження структури кредитування фізичних осіб найбільшими банками України у 2017 р., розроблення рекомендацій щодо розвитку кредитування фізичних осіб, спрямованих як на активізацію банківської діяльності, так і на стимулювання фізичних осіб до користування кредитними ресурсами.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні банки приділяють значну увагу кредитуванню фізичних осіб, розробляючи все нові кредитні продукти, ди-

версифікуючи умови кредитування, лібералізуючи ставлення до клієнтів. Обсяги кредитів, наданих фізичним особам України за 2013–2017 рр., наведено у табл. 1.

За аналізований період спостерігалось зменшення обсягів кредитування фізичних осіб у розрізі всіх різновидів кредитування. Першопричиною цього є усвідомлення населенням економічної кризи в країні та непрогнозованості майбутніх доходів, що є джерелом погашення кредитів. Лише у 2017 р. починається зростання споживчого кредитування порівняно з 2015–2016 рр., що є першим проявом стабілізації доходів населення після фінансової кризи 2014–2015 рр. в Україні. Другою причиною зменшення обсягів кредитування фізичних осіб стало різке зменшення кількості банків, що функціонують в Україні, і відповідно, спроможності банківської системи задовольнити попит фізичних осіб на кредитні ресурси.

Розглянемо динаміку кредитування фізичних осіб у розрізі видів валют (табл. 2).

За 2013–2017 рр. найбільших змін зазнала частка кредитування фізичних осіб у національній валюті — за споживчими кредитами вона зменшилася на 14,3 % (з 78,8 % до 64,5 %), за кредитами на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості — на 6,69 % (26,6 % до 19,91 %), за іпотечними кредитами — на 7,48 % (з 33,13 % до 25,65 %). І лише за іншими кредитами частка у національній валюті зросла 3,03 % (з 79,65 % до 82,68 %). Натомість мало місце зростання часток кредитів фізичним особам у доларах США та євро (крім інших кредитів), що зумовлено, в першу чергу, різкою зміною валютного курсу гривні за аналізований період. Об'єктивно зростання кредитування фізичних осіб у іноземній валюті не відбувалося — відбувався перерахунок вже виданих кредитів за новим курсом валют. Тобто можна стверджувати, що обсяги кредитування фізичних осіб за 2013–2017 рр. зменшувалися у розрізі всіх валют кредиту.

Таблиця 1

Обсяги кредитування фізичних осіб за 2013–2017 рр., млн грн.

Роки	Усього	Споживчі кредити	На придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості	Іпотечні кредити	Інші кредити
2013	193529	137346	51447	56270	4736
2014	211215	135094	71803	72156	4318
2015	174869	104879	66169	60215	3821
2016	163333	101528	58549	60265	3255
2017	174182	122066	48172	38601	3944

Джерело: сформовано за даними [4]

Таблиця 2

Обсяги кредитування фізичних осіб за видами валют за 2013–2017 рр.

Валюта кредиту	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.		2017 р.		Базисні структурні зміни, %
	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%	
Споживчі кредити											
Гривня	108224	78,8	95763	70,9	66662	63,56	64859	63,88	66106	64,5	-14,3
Долар США	27657	20,1	37357	27,64	36268	34,58	34901	34,38	34668	33,8	+13,7
Євро	939	0,68	1168	0,86	1140	1,09	1034	1,02	1048	1,02	+0,34
Рос. рубль	1	0,00	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0	0
Інші	525	0,38	807	0,6	809	0,77	734	0,72	741	0,72	+0,34
Всього:	137346	100	135094	100	104879	100	101528	100	102563	100	-
На придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості											
Гривня	13685	26,6	11310	15,75	11001	16,63	9718	16,6	9589	19,91	-6,69
Долар США	36040	70,05	57873	80,6	52203	78,89	46516	79,45	36374	75,5	+5,45
Євро	736	1,43	1102	1,53	917	1,39	808	1,38	961	1,99	+0,56
Рос. рубль	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	0
Інші	984	1,91	1518	2,11	2049	3,1	1506	2,57	1249	2,59	+0,68
Всього:	51447	100	71803	100	66169	100	58549	100	48172	100	-
Іпотечні кредити											
Гривня	18641	33,13	16167	22,41	14884	24,72	13263	22,01	9901	25,65	-7,48
Долар США	35691	63,43	53311	73,88	42797	71,07	44267	73,45	26931	69,77	+6,34
Євро	854	1,52	1204	1,67	969	1,61	923	1,53	868	2,25	+0,73
Рос. рубль	2	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	+0,00
Інші	1082	1,92	1473	2,04	1565	2,60	1812	3,01	901	2,33	+0,41
Всього:	56270	100	72156	100	60215	100	60265	100	38601	100	-
Інші кредити											
Гривня	3772	79,65	3003	69,55	2389	62,5	2132	65,5	3261	82,68	+3,03
Долар США	852	17,99	1179	27,3	1324	34,65	1050	32,26	601	15,24	-2,75
Євро	104	2,19	117	2,71	93	2,43	64	1,97	75	1,9	-0,29
Рос. рубль	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші	8	0,17	18	0,42	15	0,39	8	0,25	6	0,15	-0,02
Всього:	4736	100	4318	100	3821	100	3255	100	3944	100	-

Джерело: сформовано та розраховано авторами за даними [4]

Внаслідок зростання частки проблемних кредитів, банки постійно посилюють контроль за дотриманням умов кредитування, своєчасністю погашення тіла кредиту та процентів за його користування, фінансовим станом позичальника, наявністю та зміною вартості та якості забезпечення за кредитом тощо. Розглянемо структуру кредитування фізичних осіб найбільшими банками України у 2017 р. (табл. 3).

Як бачимо, найбільш активно кредитування фізичних осіб з-поміж вибраних банків здійснює АТ «КБ «Приватбанк», частка кредитів фізичним особам у кредитному портфелі якого становить 74,22 %, що здебільшого видані як кредити через кредитні картки (63,02 % загального обсягу кредитів фізичним особам). Стриманішу політику кредитування ведуть ПАТ «ОТП Банк» та ПАТ «Кредобанк»,

Таблиця 3

Структуру кредитування фізичних осіб найбільшими банками України у 2017 р.

Банки	Частка кредитів фізичним особам у кредитному портфелі банку, %	Споживчі кредити, %	Іпотечні кредити, %	Кредити через кредитні картки, %	Автокредити, %	Інші кредити, %
АТ КБ «ПРИВАТБАНК»	74,22	3,39	28,69	63,02	0,84	4,06
АТ «Ощадбанк»	9,31	23,29	21,65	32,88	7,35	14,83
АТ «Укрексімбанк»	2,32	41,58	47,57	6,12	0,34	4,39
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	38,31	53,09	29,00	15,89	1,77	0,25
АТ «Укргазбанк»	26,40	20,15	16,98	53,64	3,66	5,57
АТ «Креді Агріколь Банк»	15,66	93,28	3,08	н/д	3,36	0,28
ПАТ «ОТП Банк»	51,14	46,14	53,75	н/д	н/д	0,11
ПАТ «Кредобанк»	58,48	76,34	23,66	н/д	н/д	н/д

Джерело: розраховано авторами за даними офіційних сайтів банків

у кредитному портфелі яких кредити фізичним особам становлять 51,14 % та 58,48 % відповідно. Різною є структура кредитування фізичних осіб цими банками. Так, у ПАТ «ОТП Банк» 53,75 % становлять іпотечні кредити (близьким за структурою кредитування до цього банку є АТ «Укрексімбанк», який 47,57 % кредитів фізичним особам надає у вигляді іпотеки). Узагальнюючи, можемо зробити висновок, що банки акцентують свою увагу на споживчому кредитуванні фізичних осіб (і автокредити, і кредити через кредитні картки також є підвидами споживчого кредиту), а такі банки, як АТ «Ощадбанк», АТ «Укрексімбанк», АТ «Креді Агріколь Банк» не розглядають кредитування фізичних осіб як пріоритетний напрям розміщення кредитних ресурсів. АТ «Райффайзен Банк Аваль» та АТ «Укргазбанк», що надали фізичним особам 38,31 % та 26,40 % свого кредитного портфеля є тією перехідною групою банків, що має перспективи як розвитку кредитування фізичних осіб, так і скорочення його обсягів у майбутньому.

Причинами низької зацікавленості банків у кредитуванні фізичних осіб є високий ризик неповернення коштів внаслідок неплатоспроможності позичальника. Про зростання цього ризику свідчить зростання частки проблемних кредитів у кредитному портфелі банків. З метою стимулювання кредитування фізичних осіб банками необхідно:

- розробити ефективні методики оцінювання майбутньої платоспроможності позичальника та чіткого переліку санкцій за неповернення кредитних ресурсів;
- розробити перелік адміністративних законодавчо закріплених заходів, що вживаються до позичальника у разі порушення ним умов кредитного

договору із чітким виокремленням критеріїв, що зумовлюють застосування тих чи інших заходів;

- удосконалити систему контролю за використанням та поверненням кредитних ресурсів позичальником банку.

У точки зору стимулювання фізичних осіб до використання кредитних ресурсів необхідно:

- сприяти стабільності доходів населення, а також стабільності купівельної спроможності цих доходів;
- сприяти підвищенню рівня зайнятості населення;
- сприяти підвищенню рівня життя населення.

Як бачимо, усі заходи щодо стимулювання фізичних осіб до користування кредитами зводяться до загальнодержавного впливу на економіку, спрямованого на економічне зростання та підвищення добробуту населення. Тому задля поточного зростання обсягів банківських кредитів фізичним особам, у першу чергу, потрібно впливати на банки, заохочуючи їх до кредитування фізичних осіб, розроблення нових кредитних програм та кредитних продуктів, тощо, а от довгострокового зростання кредитування фізичних осіб можна досягти тільки завдяки позитивним макроекономічним змінам.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. У системі активних банківських операцій важливе місце посідає кредитування, зокрема фізичних осіб. Постійна потреба населення у залученні кредитних ресурсів зумовлена поточною невідповідністю їхніх доходів та витрат, необхідністю задоволення потреб у товарах довгострокового вжитку, вартість яких важко оплатити без попереднього заощадження коштів. Таку невідповідність між потребами та наявними ресурсами для їхнього задоволення вдається усунути саме

завдяки кредитуванню фізичних осіб. Тому необхідно сприяти розвитку кредитування фізичних осіб банками, сприяти покращенню макроекономічної ситуації, а також розробляти альтернативні підходи

до фінансування потреб населення. У подальших дослідженнях варто зосередити увагу на управлінні ризиками неповернення кредитів та удосконаленні контролю за дотриманням умов кредитування.

Література

1. Григораш Т. Ф. Банківське кредитування в Україні: сучасний стан, основні проблеми та шляхи їх вирішення / Т. Ф. Григораш, С. С. Пільгуй // *Економічний простір*. — 2012. — № 62. — С. 119–124.
2. Добрик Л. Споживчий банківський кредит в Україні: ресурсне забезпечення та ефективність / Л. Добрик, Т. Лосева, І. Онуфрійчук // *Економічний аналіз*. — 2011. — Випуск 8. Частина 1. — С. 369–372.
3. Охрименко І. Б. Споживчий кредит в Україні: реалії та перспективи розвитку / І. Б. Охрименко // Автореф. дис... канд. екон. наук. Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана. — К., 2015. — 21 с.
4. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://bank.gov.ua>
5. Паєнтко Т. В. Сучасні тенденції банківського кредитування фізичних осіб в Україні / Т. В. Паєнтко, З. В. Савельєва // *Інвестиції: практика та досвід*. — 2017. — № 10. — С. 40–43.
6. Процик О. О. Сучасний стан кредитування фізичних осіб в Україні та шляхи його удосконалення / О. О. Процик, А. О. Войнаровська // *Наука й економіка*. — 2016. — Вип. 2. — С. 26–29.
7. Стирська О. І. Державне інвестиційне кредитування фізичних осіб / О. І. Стирська // *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. — 2012. — Вип. 3. — С. 122–127.
8. Шумелда В. М. Сучасні тенденції розвитку банківського кредитування фізичних осіб в Україні / В. М. Шумелда // *Актуальні проблеми економіки*. — 2016. — № 8. — С. 310–316.

References

1. Hryhorash T. F. Bankivske kredytuvannia v Ukraini: suchasnyi stan, osnovni problemy ta shliahy yih vyrishennia / T. F. Hryhorash, S. S. Pilhui // *Ekonomichniy prostir*. — 2012. — #62. — S. 119–124.
2. Dobryk L. Spozhyvchyi bankivskiyi kredyt v Ukraini: resursne zabezpechennia ta efektyvnist / L. Dobryk, T. Losieva, I. Onufriychuk // *Ekonomichniy analiz*. — 2011. — Vypusk 8. Chastyna 1. — S. 369–372.
3. Okhrymenko I. B. Spozhyvchyi kredyt v Ukraini: realii ta perspektyvy rozvytku / I. B. Okhrymenko // *Avtoref. dys... kand. ekon. nauk. Kyivskiyi nacionalnyi ekonomichniy universytet im. V. Hetmana*. — K., 2015. — 21 s.
4. Oficiyniyi sait Nacionalnoho Banku Ukrainy [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://bank.gov.ua>
5. Payentko T. V. Suchasni tendencii bankivskoho kredytuvannia fizychnykh osib v Ukraini / T. V. Payentko, Z. V. Savelieva // *Investyicii: praktyka ta dosvid*. — 2017. — # 10. — S. 40–43.
6. Procyk O. O. Suchasnyi stan kredytuvannia fizychnykh osib v Ukraini ta shliakhy yogho udoskonallennia / O. O. Procyk, A. O. Voinarovska // *Nauka i ekonomika*. — 2016. — Vyp. 2. — S. 26–29.
7. Styrskya O. I. Derzhavne investyicyne kredytuvannia fizychnykh osib / O. I. Styrskya // *Visnyk Cherniveckoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*. — 2012. — Vyp. 3. — S. 122–127.
8. Shumelda V. M. Suchasni tendencii rozvytku bankivskoho kredytuvannia fizychnykh osib v Ukraini / V. M. Shumelda // *Aktualni problemy ekonomiky*. — 2016. — # 8. — S. 310–316.

Писаренко Надія Василівна
аспірантка
Київського інституту банківської справи
Писаренко Надежда Васильевна
аспірантка
Киевского института Банковского дела
Pisarenko Nadiya
Graduate Student of
Kyiv Institute of Banking

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-7-4045

**ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ
У СТРАХУВАННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР**
**ПРИМЕНЕНИЕ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ
В СТРАХОВАНИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КУЛЬТУР**
**APPLICATION OF ECONOMIC-MATHEMATICAL MODELS
IN INSURANCE OF AGRICULTURAL CULTURES**

Анотація. В статті висвітлені характерні особливості процесу аграрного страхування сільськогосподарських культур та обґрунтовано їх врахування в застосуванні актуарних розрахунків. Представлено економіко-математичні моделі, які висвітлюють економічну діяльність основних учасників операцій по страхуванню виробництва рослинницьких культур. Наголошено на тому, що для створення зручних та оптимальних програм страхування врожаю необхідно враховувати фактори впливу на врожайність страхової культури та інтереси усіх учасників аграрного страхування. Представлено до розгляду мінімальний набір критеріїв для оцінки програми агрострахування в контексті сільськогосподарських культур. Запропоновано зручні способи обчислення таких критеріїв на прикладі поширеної мультиризикової програми страхування. З'ясовано, що на показники врожайності сільськогосподарських культур можуть впливати фактори, які потрібно враховувати для прогнозування майбутнього врожаю. Зауважено, що для складання страхового договору із декількома страхувальниками за декількома видами сільськогосподарських культур, потрібно ознайомитися із інформацією про врожайність культур, які будуть застраховані. А для зручності визначення перспективного врожаю конкретного аграрного господарства корисно буде поділити територію країни на природно-кліматичні зони, в яких будуть визначати коефіцієнт середньої врожайності сільськогосподарських культур, порівнюючи цей коефіцієнт по всій страховій зоні і конкретного господарства за останні кілька років. Пропонується розрахувати параметри страхової програми сільськогосподарської культури враховуючи набори різних значень коригуючих коефіцієнтів. Наведено методику актуарних розрахунків страхових тарифів щодо страхування посівів сільськогосподарської продукції. Запропоновано оптимальний варіант застосування економіко-математичних моделей в актуарних розрахунках для страхування сільськогосподарських культур.

Ключові слова: агрострахування, страховий продукт, страхові тарифи, тарифні ставки.

Аннотация. В статье рассмотрены характерные особенности процесса аграрного страхования сельскохозяйственных культур и обосновано их учет в применении актуарных расчетов. Представлены экономико-математические модели, которые освещают экономическую деятельность основных участников операций по страхованию производства растениеводческих культур. Отмечено, что для создания удобных и оптимальных программ страхования урожая необходимо учитывать факторы влияния на урожайность страховой культуры и интересы всех участников аграрного страхования. Представлены к рассмотрению минимальный набор критериев для оценки программы агрострахования в контексте сельскохозяйственных культур. Предложено удобные способы вычисления таких критериев на примере

распространенной мультирисковой программы страхования. Выяснено, что на показатели урожайности сельскохозяйственных культур могут влиять факторы, которые нужно учитывать для прогнозирования будущего урожая. Замечено, что для составления страхового договора с несколькими страхователями по нескольким видам сельскохозяйственных культур, нужно ознакомиться с информацией об урожайности культур, которые будут застрахованы. А для удобства определения перспективного урожая конкретного аграрного хозяйства полезно будет разделить территорию страны на природно-климатические зоны, где будут определять коэффициент средней урожайности сельскохозяйственных культур, сравнивая этот коэффициент по всей страховой зоне и конкретного хозяйства за последние несколько лет. Предлагается рассчитать параметры страховой программы сельскохозяйственной культуры, учитывая наборы различных значений корректирующих коэффициентов. Приведена методика актуарных расчетов страховых тарифов по страхованию посевов сельскохозяйственной продукции. Предложен оптимальный вариант применения экономико-математических моделей в актуарных расчетах для страхования сельскохозяйственных культур.

Ключевые слова: агрострахования, страховой продукт, страховые тарифы, тарифные ставки.

Summary. In the articles lighted up characteristic features of process of agrarian insurance of agricultural cultures and their taking into account is reasonable in application of actuarial calculations. Economic-mathematical models that light up economic activity of basic participants of operations on insurance of production of plant-grower cultures are presented. It is marked that for creation of the comfortable and optimal programs of insurance of harvest it is necessary to take into account the factors of influence on the productivity of insurance culture and interests of all participants of agrarian insurance. The minimum set of criteria is presented to consideration for the estimation of the program of aggroinsurance in the context of agricultural cultures. The comfortable methods of calculation of such criteria offer on the widespread multirisk sample of insurance program. It is found out, that factors that needs to be taken into account for prognostication of future harvest can influence on the indexes of the productivity of agricultural cultures. It is noticed that for the stowage of insurance agreement with a few insure after a few types of agricultural cultures, it is needed to become familiar with information about the productivity of cultures that will be insured. And for comfort of determination of perspective harvest of certain agrarian economy it will be useful to divide territory countries on natural and climatic zones, in that will determine the coefficient of the middle productivity of agricultural cultures, comparing this coefficient of the middle productivity on all insurance zone and certain economy for a few last years. It is suggested to expect the parameters of the insurance program of agricultural culture, taking into account the sets of different values of correcting coefficients. Methodology over of actuarial calculations of insurance tariffs is brought in relation to insurance of sowing of agricultural produce. The optimal variant of application of economic-mathematical models offers in actuarial calculations for insurance of agricultural cultures.

Key words: aggroinsurance, insurance product, insurance tariffs, tariff rates.

Постановка проблеми. Основним способом забезпечення фінансової стійкості аграрних виробників є страхування сільськогосподарських ризиків. В умовах сучасного суспільства страхування перетворилося на універсальний засіб відшкодування шкоди практично у всіх галузях людської діяльності. Практично для всіх видів страхування, розроблені зручні методики, засновані на статистичних даних, які використовують сучасні досягнення актуарної математики. Виняток становить страхування в сільському господарстві і особливо в його рослинницькій галузі. Недостатня кількість зручних програм для страхування сільськогосподарських культур спонукає до пошуку зручних та оптимальних економіко-математичних моделей для застосування в актуарних розрахунках у процесі агрострахування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні положення теорії і методології актуарних розрахунків у аграрному страхуванні відображе-

ні у працях вчених В. Кисельов [1]; А. Бойков [2]; І. Стемковська [3], Н. Бауерс [4], Н. Писаренко [5] та ін. Проте, питання розвитку аграрного страхування — багатогранний процес, що потребує здійснення подальших досліджень, особливо у сегменті фінансово-економічних відносин, які формуються між суб'єктами ринку страхування сільськогосподарських культур.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Визначити характерні особливості процесу аграрного страхування та запропонувати оптимальний варіант застосування економіко-математичних моделей в актуарних розрахунках для страхування сільськогосподарських культур.

Виклад основного матеріалу. Важливим і невід'ємним елементом створення і реалізації якісного страхового продукту є актуарно збалансовані страхові тарифи. Розрахунок оптимальних, досконаlih, збалансованих страхових тарифів та тарифних ставок, залежать від професійних прорахунків

актуаріїв та зручних економіко-математичних моделей в агрострахуванні [5].

Основні особливості страхування сільськогосподарських культур представлені Рис. 1.

Основна особливість полягає в тому, що для обґрунтування різних програм агрострахування не вистачає головного — достатньої централізованої бази інформаційних ресурсів сільськогосподарських товаровиробників для страхування ризиків [6].

Другою важливою особливістю є кореляційність страхових випадків, що пояснюється тим, що багато застрахованих сільськогосподарських підприємств знаходяться в одній агрокліматичній зоні, і якщо в певний рік склалися несприятливі погодні умови в цій зоні, то недобір врожаю буде у всіх застрахованих господарств цієї зони і їм усім доведеться виплачувати заподіяну погодою збиток, а це можливо тільки при наявності великих коштів, які страхова компанія може накопичити в інші сприятливі роки. Це суттєва відмінність агрострахування від інших класичних видів страхування, коли страхові випадки незалежні і одночасно відбуваються лише у малій частині страхувальників і страхові виплати можна

проводити за рахунок великої кількості інших учасників страхової компанії, що не потерпіли шкоди [2].

Третьою особливістю, що відрізняє агрострахування від класичних видів страхування, є оцінка участі застрахованих природних факторів в недоборі врожаю. Достовірне оцінювання втрат врожаю є дуже складним завданням. Величина втрат залежить не тільки від природних (об'єктивних) факторів, а й від людського фактора, яким є виробнича діяльність агрофірми.

Для створення зручних програм страхування врожаю необхідно враховувати всі перелічені фактори, а також інтереси всіх учасників страхування. Участь держави, точніше — її підтримка, як показує міжнародний досвід, є обов'язковою. Всі ці вимоги необхідно враховувати при складанні конкретних програм страхування, їх можна виконати тільки залучаючи методи системного аналізу, зокрема методи теорії дослідження операцій, аналізу багатокритеріальних задач з неповною інформацією, а фундаментом таких досліджень є математичні моделі.

Сільськогосподарське виробництво складається з двох галузей — рослинництва і тваринництва, страхові програми також діляться на дві групи —



Рис. 1 Особливості страхування сільськогосподарських культур

Джерело: складено автором

страхові програми в рослинництві та страхові програми в тваринництві. Найбільш складне страхування — страхування при виробництві рослинницької продукції.

У світі існує два види програм — програми страхування врожайності і програми страхування доходів, які гарантують компенсацію втрат виробника сільськогосподарської продукції не тільки від неврожаю, а й від падіння цін на вироблену продукцію.

У розробці програми агрострахування беруть участь три учасники: страхова компанія, страховальник — аграрна фірма і держава. У кожній стороні є свої інтереси, які можна описати набором критеріїв. Значення критеріїв з цього набору визначають властивості кожної програми страхування. Але, деякі критерії з цього набору суперечливі, оскільки, наприклад, страхова фірма бажає максимізувати свій дохід, а дохід страхової фірми виходить з виплат страховальника. Наведемо мінімальний набір критеріїв для оцінки програми агрострахування:

- Φ_0 — частка участі держави в даній програмі;
- Φ_1 — середній дохід агрофірми;
- Φ_2 — ймовірність недоотримання запланованого врожаю (або, величина цього запланованого врожаю);
- Φ_3 — середній дохід страхової компанії;
- Φ_4 — ймовірність нерозорення (стабільності) страхової компанії, яка, визначається її початковим капіталом.

Значення критеріїв з цього набору визначають властивості кожної програми страхування. А значення цих критеріїв залежать від деяких параметрів конкретної програми, які потрібно зазначити перед оголошенням змісту програми.

Пропонуємо способи обчислення таких критеріїв на прикладі поширеної мультиризикової програми страхування.

Для випадку страхування врожаю однієї культури тільки однією компанією за умови, що відома емпірична функція розподілу врожайності культури потрібно врахувати такі компоненти [1]:

S — застрахована площа;

Y — і y — мінімальна і максимальна врожайності;

Ey — середнє значення врожайності;

c — ціна одиниці отриманої продукції;

$y\alpha$ — значення врожайності, нижче якої страхова компанія виплачує страхове відшкодування, що дорівнює вартості недоотриманого врожаю;

π — страховий внесок (страхова премія).

Зазвичай значення страхової врожайності задають у вигляді [1]:

$$y\alpha = \alpha Ey \quad (1)$$

де $0 < \alpha < 1$ — деякий коефіцієнт.

При зроблених припущеннях страхова сума, виходячи з якої визначається величина страхового внеску, дорівнює:

$$\pi = c S y_{\alpha}. \quad (2)$$

Страховий внесок (страхова премія) — це плата за страхування — сума, яку страховальник повинен заплатити страховій компанії, дорівнює:

$$\pi = \delta c S y_{\alpha} \quad (3)$$

де $0 < \delta < 1$ — страховий тариф — ставка страхової компанії, що складається з урахуванням фінансового благополуччя страховика.

З іншого боку, в страховій справі прийнято [1], що страхова премія призначається за умови:

$$\pi = cS (1+\theta) Er \quad (4)$$

де $\theta > 0$ — величина страхової надбавки;

r — страхове відшкодування:

$$r = cS (y - y_{\alpha})_+ \quad (5)$$

(нижній знак (+) означає функцію Хевісайда).

Якщо вважати, що частина $0 < \gamma < 1$ страхової премії виплачується із державного бюджету. Тоді, страховальник повинен заплатити страховій компанії тільки величину $(1 - \gamma) \pi$, за такою програмою страхування.

Потрібно навести такі співвідношення при нарахуванні величини страхового тарифу:

$$\delta = (1 + \theta) \int_{y^-}^{y^+} \left(1 - \frac{y}{y^+}\right) f(y) dy \quad (6)$$

δ — величина страхового тарифу

θ — величина страхової надбавки

ED — середній дохід страхової компанії.

$$ED_1 = cS \theta \int_{y^-}^{y^+} (y_{\alpha} - y) f(y) dy = cS \theta Er \quad (7)$$

Для опису процесів, що відбуваються в системі страхування сільськогосподарських культур, необхідно знати розподіл випадкової величини — врожайності страхованої культури [3]. Для цього необхідно мати досить довгі статистичні ряди. Така інформація є як для всієї України в цілому, так і для окремих адміністративних одиниць в щорічних статистичних довідниках. Під час аналізу таких рядів, було з'ясовано, що на показники врожайності сільськогосподарських культур можуть впливати такі основні фактори:

- природно-кліматичні умови, які з часом мають тенденцію до зміни;
- науково-технічний прогрес — використання нових сучасних технологій і сучасної техніки, посіви перспективних сортів сільськогосподарських культур;
- людський фактор — якість виконуваних робіт.

Таким чином, будувати за наявними статистичними рядами емпіричні функції розподілу і прогнозувати на перспективу врожайності, спираючись тільки на наявні статистичні дані, потрібно дуже обережно. Якщо перший — природно-кліматичний фактор визначає в основному непередбачуваність одержуваних урожаїв, то другий і третій фактори в значній мірі визначають стараність та наполегливість страхувальників.

Якщо, страхова компанія укладає страховий договір з багатьма сільськогосподарськими підприємствами за декількома видами культур, тоді для виважених дій повинна знати інформацію про врожайність культур, які будуть застраховані у цих господарствах. Таких аграріїв-страхувальників може бути дуже багато, тому потрібен спосіб використання агрегованої інформації. Корисно застосовувати поділ всієї території країни на природно-економічні зони, які визначаються середньою оцінкою ріллі (в балах), середньорічною температурою, сумою температур вище десяти градусів, кількістю опадів, тривалістю безморозного періоду [1].

Коефіцієнт середньої врожайності, можна отримати, порівнюючи середні врожайності по всій страховій зоні і конкретного господарства за останні кілька років.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, досліджуючи набір різних значень коригуючих коефіцієнтів, потрібно розрахувати параметри страхової програми сільськогосподарської культури та укласти договори з кожним господарством, виходячи з цих значень. За цими даними необхідно уточнювати конкретні параметри програм страхування. Параметри повинні бути конкретизовані для кожної культури і для кожного регіону і не повинні бути фіксованими для всієї країни. Такий підхід, пов'язаний з моделюванням прогнозних значень врожайності, просто необхідний для виробників сільськогосподарської продукції, які переходять на інноваційні технології виробництва та мають привести до значного зростання врожайності, який потрібно вміти прогнозувати.

Література

1. Кисельов В. Г. Экономико-математические модели в системе агрострахования / В. Г. Кисельов // XII Всероссийское совещание по проблемам управления ВСПУ — 2014 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vspu2014.ipu.ru/proceedings/prcdngs/5919.pdf>
2. Бойков А. В. Страхование: актуарные расчеты и математические модели страхования / А. В. Бойко. — М.: ОРГСЕРВИС-2000, 2008. — 172 с.
3. Стемковська І. В. Актуарні розрахунки: підходи до визначення та їх методика щодо страхування посівів сільськогосподарських культур [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [ttp://journals.nubip.edu.ua/index.php/Economica/article/view/6065](http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Economica/article/view/6065)
4. Бауерс Н. Актуарна математика / Н. Бауерс, Х. Гербер, Д. Джонс, С. Несбіт, Дж. Хикман. — М.: Янус-К, 2001, 655 с.
5. Писаренко Н. В. Сучасний стан та перспективи розвитку актуарних розрахунків в аграрному страхуванні / Н. В. Писаренко // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку Науково-практичний журнал. — К.: Міленіум, 2018. — № 15. — С. 107–120.
6. Писаренко Н. В. Формування системи інформаційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників у процесі страхування аграрних ризиків / Н. В. Писаренко // Збірник наукових праць КНЕУ: Стратегія економічного розвитку України — 2018. — № 42. — С. 162–176.

References

1. Kiselov V. G. Ekonomiko-matematicheskie modeli v sisteme agrostrakhovaniya / V. G. Kiselov // XII Vserosiyskoe soveshchanie po problemam upravleniya VSPU — 2014 [Yelektronniy resurs] — Rezhim dostupu: <http://vspu2014.ipu.ru/proceedings/prcdngs/5919.pdf>
2. Boykov A. V. Strakhovanie: aktuarnye raschety i matematicheskie modeli strakhovaniya / A. V. Boyko. — M.: ORGSYeRVIS-2000, 2008. 172 s.
3. Stemkovsjka I. V. Aktuarni rozrakhunky: pidkhody do vyznachennja ta jikh metodyka shhodo strakhuvannja posiviv siljsjkoghospodarsjkykh kuljtur [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: [ttp://journals.nubip.edu.ua/index.php/Economica/article/view/6065](http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Economica/article/view/6065)
4. Bauers N. Aktuarna matematyka / N. Bauers, Kh. Gherber, D. Dzhons, S. Nesbit, Dzh. Khykman. — M.: Janus-K, 2001., 655 s.
5. Pysarenko N. V. Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku aktuarnykh rozrakhunkiv v aghrarnomu strakhuvanni / N. V. Pysarenko // Problemy innovacijno-investycijnogho rozvytku Naukovo-praktychnyj zhurnal. — K.: Milenium, 2018. — № 15. — S. 107–120.
6. Pysarenko N. V. Formuvannja systemy informacijnogho zabezpechennja siljsjkoghospodarsjkykh tovarovyrobnykiv u procesi strakhuvannja aghrarnykh ryzkykiv / N. V. Pysarenko // Zbirnyk naukovykh pracj KNEU: Strateghija ekonomichnogho rozvytku Ukrajinj — 2018. — № 42. — S. 162–176.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».
Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».
Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».
Серия: «Экономические науки»

№ 7(15)

Головний редактор — *Камінська Т.Г.*

Київ 2018

Видано у авторській редакції

Адреса редакції: Україна, м. Київ, вул. Ломоносова, буд. 18
Контактний телефон: +38(044) 222 58 89
Контактний телефон: +38(067) 401 84 35
E-mail: editor@inter-nauka.com

Підписано у друк 03.08.2018. Формат 60×84/8
Папір офсетний. Гарнітура SchoolBookAS. Друк офсетний.
Умовно-друкованих аркушів 16.97. Тираж 100. Заказ № 217.
Ціна договірна. Надруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано у видавництві
ТОВ «Центр учбової літератури»
вул. Лаврська, 20 м. Київ

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції ДК № 2458 від 30.03.2006 р.