

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:

Економіка і менеджмент

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 42



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

Серію засновано у 2010 р.

Засновник – Міжнародний гуманітарний університет
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (категорія «Б»)
на підставі Наказу МОН України від 17 березня 2020 року № 409 (Додаток 1)

Галузь науки: економічні.

Спеціальності: 051 – Економіка, 071 – Облік і оподаткування, 072 – Фінанси, банківська справа та страхування,
073 – Менеджмент, 075 – Маркетинг, 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність,
281 – Публічне управління та адміністрування, 292 – Міжнародні економічні відносини

Науковий збірник включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus

Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет відповідно до рішення вченої ради
Міжнародного гуманітарного університету (від 22 червня 2020 року протокол № 5)

Видавнича рада:

С. В. Ківалов, акад. АПН і НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – голова ради; **А. Ф. Крижановський**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – заступник голови ради; **М. П. Коваленко**, д-р фіз.-мат. наук, проф.; **С. А. Андронаті**, акад. НАН України; **В. Д. Берназ**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф.; **О. М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **Д. А. Зайцев**, д-р техн. наук, проф.; **В. М. Запорожан**, д-р мед. наук, проф., акад. АМН України; **М. З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р тех. наук, проф.; **В. А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **І. В. Ступак**, д-р філол. наук, доц.; **Г. П. Пекліна**, д-р мед. наук, проф.; **О. В. Токарев**, Засл. діяч мистецтв України.

Головний редактор серії – д-р економ. наук, **Т. В. Деркач**
Відповідальний секретар серії – **В. О. Горбаньова**

Редакційна колегія серії «Економіка і менеджмент»:

Л. А. Бахчиванжи, канд. екон. наук, доц.; **О. В. Більська**, д-р екон. наук, доц.; **О. В. Димченко**, д-р екон. наук, проф.; **Г. М. Запша**, д-р екон. наук, проф.; **Н. В. Захарченко**, д-р екон. наук; **П. І. Коренюк**, д-р екон. наук, проф.; **М. Б. Кулинич**, канд. екон. наук, доц.; **В. Є. Куриляк**, д-р екон. наук, проф.; **В. В. Лагодієнко**, д-р екон. наук, проф.; **М. В. Лизун**, д-р екон. наук, доц.; **І. А. Ломачинська**, канд. екон. наук; **З. О. Луцишин**, д-р екон. наук, проф.; **О. А. Мартинюк**, д-р екон. наук; **В. В. Немченко**, д-р екон. наук, проф.; **Т. А. Родіонова**, канд. екон. наук; **О. В. Садченко**, д-р екон. наук, проф.; **Л. М. Сатир**, д-р екон. наук, проф.; **Р. М. Скупський**, д-р екон. наук; **А. В. Данильченко**, д-р екон. наук, проф.; **Евангелос Сискос**, д-р екон. наук, проф.; **А. М. Казамбаева**, канд. екон. наук, доц.; **Д. М. Пармакли**, д-р екон. наук, проф.; **Ж. А. Шералиева**, канд. екон. наук, доц.

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету»,
допускається лише з письмового дозволу редакції.

При передрукуванні матеріалів посилання
на «Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету» обов'язкове.

Свідцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія KB № 20001-9801 ПР,
видане Державною реєстраційною службою України 25.06.2013 р.

Адреса редакції:
Міжнародний гуманітарний університет
вул. Фонтанська дорога 33, м. Одеса, 65009, Україна
Телефон: +38 (099) 967 84 71
Електронна пошта: editor@vestnik-econom.mgu.od.ua
Офіційний сайт: www.vestnik-econom.mgu.od.ua

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.
Серія: «Економіка і менеджмент», 2020

© Міжнародний гуманітарний університет, 2020

© Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2020

ISSN (Print) 2413-2675

ISSN (Online) 2664-6927

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Гринько Т.В.

*д.е.н., професор, декан факультету економіки,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

Grynko Tetiana

Oles Honchar Dnipro National University

Алещенко В.І.

*студентка,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

Aleshchenko Viktoria

Oles Honchar Dnipro National University

ВПЛИВ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

IMPACT AND INTERRELATION BETWEEN ENTERPRISE EFFICIENCY AND ECONOMIC SECURITY

Анотація. У статті досліджено наукові підходи до понять «ефективність» та «економічна безпека підприємства», запропоновано авторське трактування досліджуваних категорій. Встановлено взаємозв'язок між ефективністю діяльності та економічною безпекою підприємства. Обґрунтовано необхідність формування та складові частини дієвого механізму забезпечення економічної безпеки підприємства. Доведено необхідність проведення економічної діагностики підприємства як інструменту виявлення порушень його функціонування та основи для розроблення відповідних заходів щодо їх підвищення. Визначено адміністративно-економічні інструменти управління економічною безпекою, а також чинники забезпечення економічної безпеки на основі підвищення ефективності використання ресурсів підприємства. Наведено систему показників оцінювання ефективності діяльності та економічної безпеки підприємства. Визначено роль стратегії забезпечення економічної безпеки на підприємстві в сучасних ринкових умовах.

Ключові слова: ефективність, економічна безпека, економічний ефект, підприємство, механізм забезпечення економічної безпеки підприємства.

Постановка проблеми. Сьогодні, за умов невизначеного та мінливого середовища функціонування, для сучасних підприємств все більшої актуальності набуває проблема розроблення та обґрунтування напрямів підвищення ефективності діяльності. Ефективне функціонування суб'єктів підприємництва більшою мірою залежить від швидкості адаптації, реакції на зміни зовнішнього середовища та міцності системи економічної безпеки. Забезпечення високого рівня економічної безпеки підприємства сприяє його ефективній діяльності та сьогодні є актуальним завданням для керівництва будь-якого підприємства. У зв'язку з цим проблема взаємозв'язку ефективності діяльності підприємства та економічної безпеки потребує відповідного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню ефективності та економічної безпеки підприємства присвячено

багато напрацювань як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема роботи В. Андрійчука [2], С. Брю [19], М. Беднікова [6], Т. Гринько [8; 9], Е. Долана [4], Г. Козаченка [15], Т. Кузенька [16], А. Куценка [17], Д. Ліндея [4], К. Макконнелла [19], Є. Олейнікова [20], О. Орлика [21], О. Раздіної [22], Д. Рікардо [4], О. Рябкової [23], О. Синіговець [24], А. Сміт [4], Є. Стрілець [26], І. Троць [27], А. Чужманова [28], В. Ярочкина [30].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість досліджень цієї проблематики, сьогодні необхідність проведення подальших досліджень передбачає поглиблення теоретико-методичних засад формування економічної безпеки на підприємстві та визначення взаємозв'язку з ефективністю його діяльності.

Мета статті. Головною метою роботи є розроблення науково обґрунтованих рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності підприємства шляхом забезпечення високого рівня його економічної безпеки.

Виклад основного матеріалу. За сучасних умов, коли ринкова економіка характеризується високим рівнем конкуренції та невизначеністю кон'юнктури, виживання та розвиток будь-якого суб'єкта підприємництва незалежно від форми власності та виду діяльності безпосередньо пов'язані з ефективністю його діяльності. Для забезпечення конкурентоспроможності та ефективного функціонування підприємства необхідно вирішити безліч складних завдань, найважливішими з яких є ефективне використання ресурсів та формування відповідного стратегічного потенціалу.

Ефективність є найбільш важливим показником діяльності підприємства, який, з одного боку, є індикатором розвитку, а з іншого боку, є найважливішим стимулом його розвитку. Проблема ефективності завжди посідала важливе місце серед актуальних завдань економічної науки, але, незважаючи на велику кількість досліджень, за сучасних умов не існує єдиної точки зору щодо сутності цієї категорії.

В табл. 1 систематизовано основні підходи до тлумачення сутності поняття «ефективність». Поняття «ефективність»

останнім часом визнається одним з найважливіших, якщо не основним, для діяльнісного підходу.

Отже, виділяють два основні підходи до визначення ефективності, а саме традиційний та цільовий. Першими, хто досліджував проблему ефективності, були Вільям Петті, який є одним із засновників класичної школи економічної теорії, та Франсуа Кене, який є керівником школи фізіократів [4, с. 33]. Вони ототожнювали такі поняття, як «результативність» та «ефективність», які були застосовані до певних заходів уряду держави й спричиняли економічне поживлення країн. Однак як самостійна та окрема категорія поняття «ефективність» ними не розроблялось. Більшість сучасних авторів вважає, що Адам Сміт є основоположником теорії ефективності, а його ідеї продовжили Давид Рікардо, Карл Маркс та інші науковці. На початку XIX століття Давид Рікардо у своїх працях виокремив поняття «ефективність» як економічну категорію. Саме він надав ефективності специфічного значення, що виражається у зіставленні отриманого результату з певним видом витрат [4, с. 34]. Трактують ефективності вищезазначеними науковцями сформулювали традиційний підхід до визначення цієї категорії. Далі відбувся подальший розвиток поняття «ефективність». В рамках традиційного підходу з'являються ще два підходи, а саме витратний та ресурсний.

Витратний підхід досліджує ефективність через вимірювання витрат та результатів, які вони викликали. З одного боку, цей підхід спрямований на мінімізацію витрат, але існує один недолік, а саме певна обмеженість, оскільки неможливо об'єктивно оцінити всі складові частини ефективності.

За ресурсного підходу ефективність розглядається як відношення результату до витрачених ресурсів, однак варто зазначити, що не можна ототожнювати ефективність з отриманими кінцевими результатами, адже в такому разі не враховується інформація про те, якою ціною ці результати будуть досягнуті.

Більш сучасним є цільовий підхід до ефективності підприємства. За цього підходу ефективність є ступенем досягнення цілей підприємства. Використання цільового підходу доцільне лише тоді, коли мета є конкретною та її можна виміряти. Основним недоліком цього підходу є те, що для досягнення поставлених цілей може бути використана надмірна кількість ресурсів. Слід відзначити, що жодний з розглянутих підходів не позбавлений певних недоліків, тому, на нашу думку, для того, щоб дати більш точне визначення поняття «ефективність», потрібно поєднувати принципи як традиційного, так і цільового підходу.

Для будь-якого суб'єкта підприємництва ефективність є одним з найважливіших узагальнюючих показників, який

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «ефективність»

Автор	Визначення поняття «ефективність»
<i>1. Традиційний підхід</i>	
В. Петті, Ф. Кене	«Результативність управління стосовно дій суб'єкта управління – уряду держави».
А. Сміт	«Результативний показник діяльності представників усіх видів праці й професій – чим цей показник вищий, тим вищий ефект від цієї діяльності».
Д. Рікардо	«Відношення отриманого результату до певного виду витрат».
К. Маркс	«Мінімум авансованого капіталу, що виробляє максимальну кількість продукту з якомога меншими витратами сил і засобів».
<i>1.1 «Витратний» підхід</i>	
В. Андрійчук [2, с. 14]	«Результативність певної дії, процесу, що вимірюється залежністю між отриманим результатом і витратами (ресурсами), що його спричинили».
Е. Долан, Д. Ліндсей	«Ключове міркування під час прийняття рішення про те, як виробляти. У щоденній мові слово «ефективність» означає, що виробництво йде з мінімальними витратами, зусиллями та втратами».
К. Макконнелл, С. Брю [19, с. 24]	«Під ефективністю мається на увазі відношення результату до витрат за умови використання мінімальної кількості ресурсів для виробництва даного обсягу продукції. Виробництво даного обсягу продукції при мінімальних середніх загальних витратах».
В. Новожилов [7, с. 347]	«Відношення корисного ефекту (результату) до витрат на його отримання. Зіставляючи окремі види витрат із пов'язаними з ними елементами корисного ефекту, одержимо безліч показників ефективності».
<i>1.2 «Ресурсний» підхід</i>	
Л. Абалкін [1, с. 28]	«Ніщо інше, як отримання певного результату на одиницю використовуваних ресурсів».
Н. Носова [26, с. 3]	«Зв'язок між кількістю одиниць обмежених ресурсів, які застосовуються в процесі будь-якої діяльності, і кількістю та якістю отриманого результату».
С. Мочерний [24, с. 9]	«Досягнення найбільших результатів за найменших затрат живої та уречевленої праці».
К. Раїцький [26, с. 4]	«Основним принципом вираження суті ефективності на всіх рівнях управління економіки є співвідношення кінцевого результату та ефекту з застосованими та спожитими ресурсами».
<i>2. «Цільовий» підхід</i>	
М. Андрющенко [3, с. 48]	«Виступає мірою можливості, але не будь-якої, а тієї, яка виражає мету людини, реалізує її ідею, тобто ефективність є мірою можливості з погляду її близькості до найбільш доцільного, необхідного (потрібного) людині результату. Тут йдеться про близькість до мети в її оптимальному виразі».
В. Зеленецький [12, с. 16]	«Ступінь наближення до досягнення всіх кінцевих цілей. Діяльність буде настільки ефективною порівняно з іншою діяльністю, наскільки вона наблизиться до досягнення поставлених цілей».
Б. Мільнер [26, с. 3]	«Сукупність досягнення цілей при використанні обмежених ресурсів».
Л. Пархоменко [23, с. 43]	«Відображає дію об'єктивних економічних законів, виступає формою вираження мети певної діяльності, означає результативність, міру одержання корисності».

Джерело: складено на підставі [1, с. 28; 2, с. 14; 3, с. 5; 7, с. 347; 11, с. 16; 19, с. 24; 23, с. 43; 24, с. 9; 26, с. 3–4]

характеризує його діяльність та розраховується шляхом співвідношення досягнутих підприємством результатів та витрат, які зумовили цей результат. Передумовами ведення ефективної діяльності підприємства є проблема обмеженості ресурсів, з одного боку, та прагнення підвищити результати свого функціонування, з іншого боку. За результатами проведеного аналізу підходів до визначення сутності категорії «ефективність» пропонуємо під ефективністю діяльності підприємства розуміти міру досягнення підприємством поставлених цілей, що визначається співвідношенням отриманих у процесі господарської діяльності результатів і витрат живої та уречевленої праці, ресурсів.

Однак досліджувані підходи найбільшою мірою характерні для замкнених систем, у яких не враховується вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які безпосередньо або опосередковано впливають на функціонування суб'єкта підприємництва.

На сучасному етапі розвитку суспільства підприємство стикається з безліччю загроз у своїй діяльності, зокрема тінізацією економіки, недобросовісною конкуренцією, недосконалістю комерційним законодавством, спадом виробництва, нестачею власних фінансових коштів, корупцією, шахрайством, рейдерством, тому процес успішного функціонування та економічного розвитку будь-якого суб'єкта підприємництва залежить від захищеності його інтересів, тобто дієвості діяльності із забезпечення економічної безпеки. За відсутності системи забезпечення економічної безпеки на підприємстві витрати на подолання реальної проблеми будуть набагато більшими (без урахування морально-психологічних збитків, втрати часу, руйнування іміджу тощо), ніж за її наявності на підприємстві.

Так, із середини 90-х років XX століття у вітчизняній науковій літературі спостерігалось помітне поживлення дискусії з питань забезпечення економічної безпеки, поняття «економічна безпека» почали використовувати в нормативно-правовій документації, в економічній, правовій, соціологічній науковій літературі, а також під час політичних суперечок. Однак, незважаючи на значний інтерес з боку вчених різних напрямків, у її теоретико-методологічній галузі містяться численні неоднозначні трактування, що свідчать про наявність широкого поля наукової діяльності в цій галузі та про нагальну потребу розроблення єдиного підходу [21, с. 176].

Проблема формування єдиного підходу до сутності економічної безпеки є досить складною з огляду на свою багатоаспектність і передбачає попередній аналіз уже наявних підходів до визначення цієї категорії (табл. 2).

Одним з перших підходів до визначення економічної безпеки підприємства був інформаційний підхід (1991–1997 роки). Він зародився в умовах зміни форм власності, зниження рівня державного регулювання в багатьох галузях економіки, підвищення самостійності підприємств. Сутність цього підходу полягає у зберіганні комерційної таємниці, що є досить актуальною проблемою, але основний недолік інформаційного підходу полягає в ігноруванні ключових джерел загроз для господарської діяльності підприємства, а саме зовнішніх факторів.

Пізніше, у 1998–1999 роках, сформувалися захисний та гармонізаційний підхід у результаті посилення впливу зовнішніх факторів на фінансово-господарську діяльність підприємства. Сутність цих підходів полягає в реалізації, попередженні та захисті інтересів діяльності підприємства, а також їх взаємоузгодженості з факторами зовнішнього середовища. Недоліками обох підходів є те, що не розглядається вплив факторів

внутрішнього середовища на економічну безпеку та не враховуються перспективи подальшої діяльності підприємства.

За конкурентного підходу вважається, що наявні конкурентні переваги підприємства забезпечують йому певний рівень економічної безпеки. Цей підхід не враховує той факт, що, незважаючи на те, що у підприємства існують конкурентні переваги, економічна безпека не гарантується, адже воно не використовує та не реалізовує конкурентні переваги.

За ресурсно-функціонального підходу сутність економічної безпеки підприємства полягає у його стабільному функціонуванні, яке зумовлене ефективним використанням наявних ресурсів за їх функціональним призначенням. Перевага цього підходу полягає в його комплексному характері, обліку найбільш важливих факторів, що обумовлюють стан функціональної складової частини економічної безпеки підприємства, аналізі розподілу та використання ресурсів підприємства. Недоліком ресурсно-функціонального підходу є занадто широке трактування економічної безпеки підприємства, що розглядається як адаптація до впливу зовнішнього середовища, з урахуванням забезпеченості ресурсами, а також щодо ефективності реалізації ключових функцій управління, а саме планування, обліку, аналізу. Неточним є також фактичне отождествлення економічної безпеки підприємства з її діяльністю та ефективністю загалом.

Найбільш сучасними є вузькофункціональні підходи до трактування категорії «економічна безпека підприємства», а саме економіко-правовий та фінансовий. Ці підходи дають змогу провести всебічні та глибокі дослідження певного аспекту діяльності підприємства й показують конкретний шлях і спосіб забезпечення галузевої економічної безпеки. Недоліком обох підходів є те, що економічна безпека розглядається не цілісно, що значно знижує результативність підходів.

Проаналізувавши наявні підходи до визначення поняття «економічна безпека підприємства», можемо зазначити, що найбільш повно та точно за сучасних умов ця категорія визначається за захисним та ресурсно-функціональним підходами. Поеднавши обидва підходи, можемо уникнути зазначених недоліків кожного з них, тому економічна безпека підприємства є станом його захищеності, який дає змогу запобігти негативному впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, які дестабілізують діяльність підприємства, за якого ефективно використовуються наявні ресурси, задовольняються інтереси й досягаються цілі його комерційної та статутної діяльності.

Головне місце в системі забезпечення економічної безпеки посідає формування механізму забезпечення економічної безпеки підприємства, який має забезпечувати умови щодо узгодженої взаємодії всіх підрозділів підприємства, сприяти високому ступеню узгодженості особистих, корпоративних та суспільних інтересів і потреб. Необхідно, щоби цей механізм забезпечував економічну безпеку підприємства як на вході, так і на виході із системи, створював надійні умови роботи керівної та керуючої систем [28, с. 8].

Задля досягнення високого рівня економічної безпеки підприємство має здійснювати роботу щодо дослідження ефективності своєї діяльності як реалізації пріоритетного інтересу власників та керівництва. Набуває актуальності проведення всебічного аналізу діяльності суб'єкта господарювання. Оптимальним інструментом такого аналізу може стати економічна діагностика.

Економічна діагностика підприємства – це аналітичний метод дослідження порушень ефективності функціонування задля розроблення системи забезпечення економічної ефективності.

Підходи до тлумачення поняття «економічна безпека підприємства»

Автор	Визначення поняття «економічна безпека підприємства»
<i>1. Інформаційний підхід</i>	
А. Дикий [11, с. 4]	«Стан збереженості його майна та інформації згідно з вибраною стратегією та принципом неперервності діяльності».
Я. Соколов [25, с. 23]	«Забезпечення умов збереження комерційної таємниці та інших секторів підприємства».
В. Ярочкін [30, с. 46]	«Створення умов для збереження комерційної таємниці, приховування внутрішньої інформації від третіх осіб, перш за все від конкурентів».
<i>2. Захисний підхід</i>	
М. Бєдніков [6, с. 8]	«Захищеність науково-технічного, технологічного, виробничого та кадрового потенціалу підприємства від прямих (активних) або непрямих (пасивних) загроз».
Д. Ковальов, Т. Сухорукова [14, с. 49]	«Стан захищеності його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також здатність швидко усунути різноваріантні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності».
В. Шликов [29, с. 37]	«Стан захищеності його життєво важливих інтересів від реальних і потенційних джерел небезпеки чи економічних загроз».
<i>3. Гармонізаційний підхід</i>	
І. Зайцева [22, с. 54]	«Ступінь гармонізації в часі і просторі економічних інтересів керівництва підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів господарювання в умовах ситуаційного підходу до управління підприємством».
Г. Козаченко, В. Пономарьов, О. Ляшенко [15, с. 4]	«Гармонізація в часі та просторі економічних інтересів підприємства з інтересами, пов'язаними з ним, суб'єктами зовнішнього середовища, що діють за межами підприємства».
<i>4. Конкурентний підхід</i>	
В. Белокуров [5]	«Наявність конкурентних переваг, зумовлених відповідністю матеріального, фінансового, кадрового, техніко-технологічного потенціалів і організаційної структури підприємства його стратегічним цілям і завданням».
Н. Лоханова [22, с. 54]	«Наявність конкурентних переваг підприємства є запорукою забезпечення йому певного рівня економічної безпеки».
<i>5. Ресурсно-функціональний підхід</i>	
Д. Зеркалов [13, с. 38]	«Стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрозам і забезпечення стабільного функціонування підприємства в сьогоденні і майбутньому».
С. Ілляшенко, Т. Кузенко [16, с. 4]	«Стан ефективного використання його ресурсів і існуючих ринкових можливостей, що дає змогу запобігати внутрішнім і зовнішнім загрозам і забезпечувати його тривале виживання і стійкий розвиток на ринку відповідно до вибраної місії».
Є. Олейніков [20, с. 39]	«Стан найбільш ефективного використання ресурсів для подолання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства сьогодні і в майбутньому».
<i>6. Вузькофункціональні підходи</i>	
<i>6.1 Економіко-правовий</i>	
О. Грунін, С. Грунін [10, с. 45]	«Протистояння та захист від різного роду економічних злочинів (крадіжки, шахрайство, фальсифікації, промислове шпигунство тощо)».
<i>6.2 Фінансовий</i>	
О. Раздіна [22, с. 55]	«Комплекс заходів, які сприяють підвищенню фінансової стійкості господарюючих суб'єктів в умовах ринкової економіки, що захищають їхні комерційні інтереси від впливу негативних ринкових процесів».

Джерело: складено з огляду на [5; 6, с. 8; 10, с. 45; 12, с. 4; 13, с. 38; 14, с. 49; 15, с. 4; 16, с. 4; 20, с. 39; 22, с. 54–55; 25, с. 23; 29, с. 37; 30, с. 46]

Така діагностика допоможе отримати повну та достовірну інформацію про функціонування підприємства, встановити причинно-наслідкові зв'язки між ефективністю його діяльності та економічною безпекою, сформулювати відповідні управлінські рішення щодо подальшого функціонування, на основі чого зможе підвищити ефективність використання ресурсів підприємства та спрогнозувати бажаний стан економічної безпеки діяльності.

Функціональна складова частина механізму забезпечення економічної безпеки включає науково-методичне, інформаційне, організаційно-правове, матеріально-технічне, кадрове та фінансове забезпечення. Одними з найбільш вагомих серед елементів механізму забезпечення економічної безпеки підприємства є адміністративно-економічні інструменти, за допомогою яких цей механізм приводиться в дію. Існує три рівні

адміністративно-економічних інструментів управління економічною безпекою підприємства (рис. 1).

Основним критерієм економічної безпеки підприємства є економічний ефект, що отримує підприємство в результаті господарської діяльності. Отже, головною метою економічної безпеки підприємства є забезпечення постійно стабільного й максимально ефективного функціонування підприємства та забезпечення високого потенціалу його розвитку. Однією з функціональних цілей економічної безпеки є забезпечення ефективності використання всіх видів ресурсів. При цьому для підвищення економічної ефективності підприємство прагне до поліпшення використання сукупності корпоративних ресурсів, серед яких особливе значення мають трудові, матеріальні та інформаційні ресурси [9, с. 143]. У зв'язку з цим можна виділити

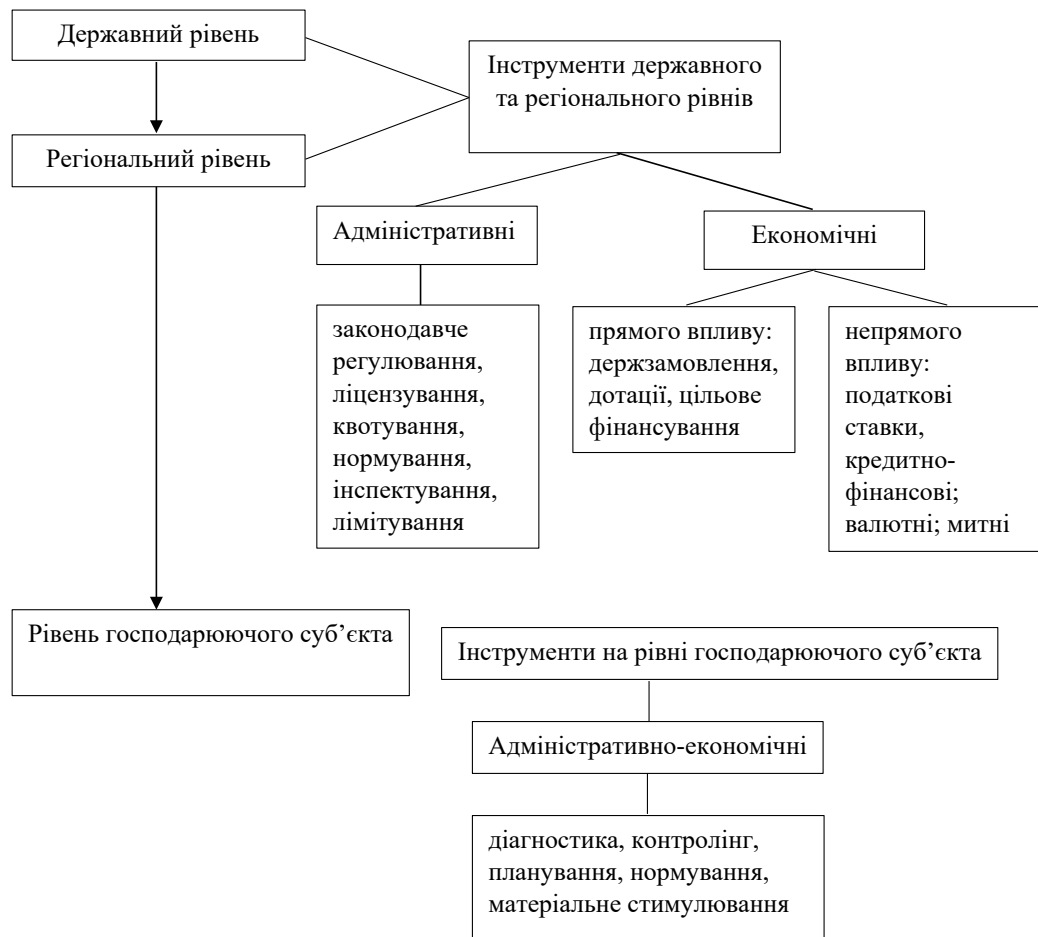


Рис. 1. Рівні адміністративно-економічних інструментів управління економічною безпекою підприємства

Джерело: розроблено автором за даними [15, с. 5; 17, с. 9; 18, с. 179]

такі напрями забезпечення економічної безпеки на основі підвищення ефективності використання зазначених ресурсів. Також виділяють специфічні чинники забезпечення економічної безпеки, що базуються на систематизації напрямів забезпечення економічної безпеки та отримання економічного ефекту (рис. 2).

Таким чином, задля підвищення економічної безпеки підприємства та здійснення його ефективної діяльності необхідно забезпечувати захист та ефективне використання виробничого потенціалу, матеріальних, трудових та інформаційних ресурсів, тобто забезпечення економічної безпеки підприємства.

Сутність економічної ефективності діяльності підприємства полягає у використанні мінімальної кількості ресурсів для виробництва визначеного обсягу продукції або виробництва цього обсягу продукції за мінімальних середніх загальних витрат [9, с. 141].

Суму всіх витрат обчислити досить складно, бо в процесі виробництва продукції задіяні абсолютно не порівнювані виробничі фактори, такі як робоча сила, засоби й предмети праці, тому для оцінювання ефективності діяльності підприємства використовується ціла система відповідних показників (табл. 3).

Така система показників ефективності діяльності підприємства водночас відображає рівень його економічної безпеки. Так, якщо на підприємстві спостерігається негативна тенденція показників ефективності діяльності, то це свідчить про його незахищеність від впливу несприятливих внутрішніх та (або) зовнішніх факторів, отже, вимагає вжиття відповідних заходів для забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання, й навпаки.

Забезпечення служби безпеки на підприємстві надійним інструментарієм, грамотна розстановка пріоритетів її діяльності, як і будь-яка кваліфікована робота, вимагають участі в ній фахівців, що мають відповідну професійну підготовку і, що не менш важливо, володіють чималим практичним досвідом у цій галузі. Система безпеки підприємства має бути створена професіоналами, а співпраця з ними може бути плідною тільки тоді, якщо вона довгострокова [27, с. 226].

Функціонування підприємств в сучасних ринкових умовах вимагає від керівників розроблення не тільки успішної стратегії розвитку, але й стратегії безпеки, яка обов'язково має складатися зі спеціальних програм із забезпечення економічної безпеки та захисту інтелектуальної власності. Згідно з цим на перший план також виходить роль підрозділу, який відповідає за проведення цієї роботи на підприємстві та слідує за дотриманням плану захисту й правил політики безпеки, управляє засобами захисту, контролює правильність їх використання, виявляє факти й спроби порушень та вживає відповідних заходів стосовно їх усунення [13, с. 427].

Послаблення хоча б однієї зі складових частин інфраструктури підприємства одразу відбивається на безпеці його діяльності, тому процес управління підприємством перебуває в тісному взаємозв'язку з питаннями безпеки.

Висновки і пропозиції. В умовах мінливого зовнішнього середовища виживання та розвиток будь-якого підприємства безпосередньо пов'язані з ефективністю його діяльності. Аналіз наявних підходів до поняття «ефективність» показав, що



Рис. 2. Чинники забезпечення економічної безпеки за напрямками забезпечення економічної безпеки на підприємстві

Джерело: розроблено автором за даними джерел [21, с. 179; 22, с. 15]

Таблиця 3

Система показників ефективності діяльності підприємства

Назва групи показників	Назва підгрупи показників	Назва показників
Диференційовані показники	Показники, які характеризують ефективність використання трудових ресурсів	Продуктивність праці (виробіток), обчислювана натуральним методом
		Продуктивність праці (виробіток), обчислювана вартісним методом
		Трудомісткість продукції
	Показники, які характеризують ефективність використання основних фондів	Фондовіддача
		Фондорентабельність
		Фондомісткість
	Показники, які характеризують ефективність використання оборотних засобів	Коефіцієнт оборотності
		Коефіцієнт завантаження (закріплення) засобів в обороті
		Відносне вивільнення оборотних засобів
	Показники, які характеризують ефективність використання виробничих потужностей	Коефіцієнт екстенсивного навантаження обладнання
		Коефіцієнт інтенсивного навантаження обладнання
		Інтегральний коефіцієнт навантаження обладнання
	Показники, які характеризують ефективність інвестицій (капітальних вкладень)	Індекс дохідності
		Внутрішня ставка дохідності
		Рентабельність інвестицій
		Показник відносної економічної ефективності капіталовкладень
Інтегральні показники		Рентабельність продукції
		Загальна рентабельність
		Рентабельність сукупного капіталу

Джерело: розроблено автором за даними [8; 24, с. 10]

найбільшою мірою підходи характерні для замкнутих систем, в яких не враховується вплив факторів зовнішнього й внутрішнього середовищ. В процесі своєї діяльності підприємство стикається з безліччю загроз, які можуть негативно вплинути на всі сфери його функціонування та призвести до банкрутства,

тому процес успішної діяльності та економічного розвитку суб'єкта підприємництва залежить від захищеності його інтересів, тобто діяльності в галузі забезпечення економічної безпеки. Задля досягнення високого рівня економічної безпеки підприємство має здійснювати економічну діагностику, аби

виявити негативний вплив внутрішніх та зовнішніх чинників, порушення ефективності свого функціонування, в результаті чого визначити конкретні інструменти та напрями механізму забезпечення його економічної безпеки. Отже, кожне сучасне підприємство має розробляти не лише ринкову стратегію розвитку, але й стратегію економічної безпеки, яка обов'язково має складатися зі спеціальних програм із забезпечення економічної безпеки та захисту інтелектуальної власності. Така стратегія забезпечить ефективну діяльність суб'єкта підприємництва, збільшить його економічний потенціал розвитку, підвищить фінансово-економічну стійкість, сформує здорове конкурентне середовище в економіці та сприятиме позитивній тенденції розвитку підприємства загалом.

Література:

- Абалкин Л. Конечные народнохозяйственные результаты: сущность, показатели, пути повышения. 2-е изд. Москва : Экономика, 1982. 486 с.
- Андрийчук В. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз. Київ : КНЕУ, 2005. 292 с.
- Андрищенко М. Понятие эффективности и его философский смысл. *Ученые записки кафедр общественных наук вузов г. Ленинграда. Серия «Философия»*. 1971. Вып. XII. С. 3–48.
- Базилевич В. Економічна теорія: політекономія : підручник. 7-е вид. Київ : Знання-Прес, 2008. 719 с.
- Белокуров В. Структура функциональных составляющих экономической безопасности предприятия. URL: <http://www.safetyfactor.ru> (дата звернення: 15.03.2020).
- Бендиков М. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект). *Консультант директора*. 2010. № 2. С. 7–13.
- Горобець А. Організаційно-економічний механізм ефективності господарської діяльності промислового підприємства: теоретичний підхід. *Пріоритети*. 2016. № 3. С. 346–351.
- Гринько Т., Головка Д. Наукові підходи до оцінки ефективності діяльності суб'єктів підприємництва. *Modern economics*. 2018. № 11. С. 51–57. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V11\(2018\)-08](https://doi.org/10.31521/modecon.V11(2018)-08) (дата звернення: 31.03.2020).
- Гринько Т., Дудніченко А. Проблеми забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства. *Економічний простір*. 2019. № 142. С. 141–149.
- Грунин О., Грунин С. Экономическая безопасность организации : учебное пособие. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 160 с.
- Дикий А. Організація бухгалтерського обліку як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» ; ЖДТУ. Житомир, 2009. 21 с.
- Зеленевский В. Организация трудовых коллективов. Введение в теорию организации и управления. Москва : Экономика, 1999. 223 с.
- Зеркалов Д. Экономическая безопасность : монография. Киев : Основа, 2011. 586 с.
- Ковальов Д., Сухорукова Т. Економічна безпека підприємства. *Економіка України*. 1998. № 10. С. 48–52.
- Козаченко Г., Пономарьов В. Економічна безпека підприємств: сутність і передумови формування. *Теорія та практика управління у трансформований період* : збірник наукових праць. Т. 3. Донецьк : ІЕП НАН України, 2001. С. 3–7.
- Кузенко Т. Планування економічної безпеки підприємств в умовах ринкової економіки : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» ; Європейський університет фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу. Київ, 2004. 18 с.
- Купченко А. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.
- Лысенко Ю., Мищенко С., Руденский Р. Механизмы управления экономической безопасностью. Донецк : ДонНУ, 2002. 178 с.
- Макконел К.Р., Брю С.А. Экономикс: принципы, проблемы, политика : в 2 т. / пер. с англ. О. Антипова. Москва : Республика, 1992. Т. 1. 399 с.
- Олейникова Е. Основы экономической безопасности (государство, регион, предприятие, личность) : учебное пособие. Москва : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез»», 1997. 288 с.
- Орлик О. Економічна безпека підприємства: властивості, стратегія та методи забезпечення. *Економічна безпека в умовах глобалізації світової економіки* : колективна монографія : у 2 т. Дніпропетровськ : ФОП Дробязко С.І., 2014. Т. 2. С. 176–182.
- Раздина Е. Экономическая безопасность (сущность и тенденции развития) : дисс. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.01. Москва, 1998. 164 с.
- Рябкова О. Сутність результативності та ефективності діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2003. Т. 3. С. 43–46.
- Синіговець О. Сучасні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства. *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2010. № 58 : Технічний прогрес та ефективність виробництва. С. 8–13.
- Соколов Я. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней. Москва : Аудит ЮНИТИ, 1996. 638 с.
- Стрілець С. Ефективність як економічна категорія. Запоріжжя : КПУ, 2013. 9 с.
- Троць І. Забезпечення економічної безпеки на підприємстві з метою попередження банкрутства. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2012. № 1(59). Ч. 2. С. 223–227.
- Чужмаров А. Обеспечение экономической безопасности промышленных предприятий как основной фактор эффективного функционирования отрасли промышленности. *Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета*. 2017. № 2/5. С. 3–16.
- Шлыков В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия. Санкт-Петербург : Алетея, 1999. 315 с.
- Ярочкин В. Система безопасности фирмы. Москва : Ось-89, 2003. 352 с.

References:

- Abalkin L. (1982) Konechnye narodnohozyaystvennye rezul'taty. Sushchnost', pokazateli, puti povysheniya [Final economic results: essence, indicators, ways to increase]. Moscow : Ekonomika. (in Russian)
- Andriychuk V. (2005) Efektyvnist diialnosti ahrarykh pidpriemstv: teoriia, metodyka, analiz [Efficiency of agricultural enterprises: theory, methodology, analysis]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian)
- Andriushchenko M. (1971) Ponyatie effektivnosti i ego filosofskiy smysl [The concept of efficiency and its philosophical meaning]. *Uchenye zapiski kafedr obshchestvennykh nauk vuzov g. Leningrada. Seriya "Filosofiya"*, vol. 7, pp. 3–48.
- Bazylevych V. (2008) Ekonomichna teoriia: Politekonomiia [Economic Theory: Political Economy]. (Vol. 7). Kyiv : Znannia-Pres. (in Ukrainian)
- Belokurov V. Struktura funktsional'nykh sostavlyayushchikh ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya [Structure of functional components of the enterprise economic security]. Available at: <http://www.safetyfactor.ru> (accessed 15 March 2020).
- Bendikov M. (2010) Ekonomicheskaya bezopasnost' promyshlennogo predpriyatiya (organizatsionno-metodicheskii aspekt) [Economic security of an industrial enterprise (organizational and methodological aspect)]. *Konsul'tant direktora*, no. 2, pp. 7–13.
- Horobets A. (2016) Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm effektivnosti hospodarskoi diialnosti promyslovoho pidpriemstva: teoretychnyi pidkhid [Organizational and economic mechanism of the industrial enterprise economic efficiency: theoretical approach]. *Prioryty*, no. 3, pp. 346–351.
- Grynko T., Golovko D. (2018) Naukovi pidkhody do otsinky efektyvnosti diialnosti sub'yektiv pidpriemnytstva [Scientific approaches to the assessment of the business entities effectiveness]. *Modern economics*, no. 11, pp. 51–57. Available at: DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V11\(2018\)-08](https://doi.org/10.31521/modecon.V11(2018)-08) (accessed 31 March 2020).

9. Grynko T., Dudnichenko A. (2019) Problemy zabezpechennia ekonomichnoi efektyvnosti diialnosti pidpriemstva [Problems of ensuring economic efficiency of the enterprise]. *Ekonomichnyi prostir*, no. 142, pp. 141–149.
10. Grunin O., Grunin S. (2002) Ekonomicheskaya bezopasnost' organizatsii [Economic security of the organization]. Saint-Petersburg : Piter (in Russian)
11. Dykyi A. (2009) Orhanizatsiia bukhgalterskoho obliku yak instrument zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Organization of accounting as a tool for ensuring enterprise economic security] (PhD Thesis), Zhytomyr : ZhDTU.
12. Zelenevskiy V. (1999) Organizatsiya trudovykh kolektivov. Vvedenie k teoriiu organizatsii i upravleniya [Organization of labor collectives. Introduction to the theory of organization and management]. Moscow : Ekonomika. (in Russian)
13. Zerkalov D. (2011) Ekonomicheskaya bezopasnost' [Economic security]. Kiev : Osnova. (in Ukrainian)
14. Kovalov D., Sukhorukova T. (1998) Ekonomichna bezpeka pidpriemstva [Enterprise economic security]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 10, pp. 48–52.
15. Kozachenko H., Ponomarov V. (2001) Ekonomichna bezpeka pidpriemstv: sutnist i peredumovy formuvannya [Economic security of enterprises: the essence and prerequisites of formation]. *Teoriia ta praktyka upravlinnia u transformovanyi period*, vol. 3, pp. 3–7.
16. Kuzenko T. (2004) Planuvannia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv v umovakh rynkovoï ekonomiky [Planning of enterprises economic security in a market economy] (PhD Thesis), Kyiv : European University of Finance, Information Systems, Management and Business.
17. Kutsenko A. (2008) Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy [Organizational and economic mechanism for managing the efficiency of consumer cooperatives in Ukraine]. Poltava : RVV PUSKU. (in Ukrainian)
18. Lysenko Yu., Mishchenko S., Rudenskiy R. (2002) Mekhanizmy upravleniya ekonomicheskoy bezopasnost'yu [Economic Security Management Mechanisms]. Donetsk : DonNU. (in Ukrainian)
19. Makkonel K.R., Bryu S.A. (1992) Ekonomiks: Printsipy, problemy, politika [Economics: Principles, Problems, Politics]. (Vol. 2) (O.N. Antipova, Trans.). Moscow : Respublika. (in Russian)
20. Oleynikova E. (1997) Osnovy ekonomicheskoy bezopasnosti (gosudarstvo, region, predpriyatie, lichnost') [Fundamentals of economic security (state, region, enterprise, personality)]. Moscow : ZAO "Biznes-shkola "Intel-Sintez"". (in Russian)
21. Orlyk O. (2014) Ekonomichna bezpeka pidpriemstva: vlastyvo- sti, stratehiia ta metody zabezpechennia [Economic security of the enterprise: properties, strategy and methods of ensuring]. *Ekonomichna bezpeka v umovakh hlobalizatsii svitovoi ekonomiky* [Economic security in the globalized world economy]. (Vol. 2). Dnipropetrovsk : FOP Drobiazko S.I., pp. 176–182.
22. Razdina E. (1998) Ekonomicheskaya bezopasnost' (sushchnost' i tendentsii razvitiya) [Economic security (the essence and trends of development)] (PhD Thesis), Moscow.
23. Riabkova O. (2003) Sutnist rezultatyvnosti ta efektyvnosti diialnosti pidpriemstva [The essence of the effectiveness and efficiency of the enterprise]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 3, pp. 43–46.
24. Synihovets O. (2010) Suchasni pidkhody do otsinky efektyvnosti diialnosti pidpriemstva [Modern approaches to evaluating the enterprise efficiency]. *Visnyk NTU "KhPI"*, no. 58, pp. 8–13.
25. Sokolov Ya. (1996) Bukhgalterskiy uchët: ot istokov do nashikh dnei [Accounting: from the beginnings to the present day]. Moscow : Audit YuNITI. (in Russian)
26. Strilets Ye. (2013) Efektyvnist yak ekonomichna katehoriia [Efficiency as an economic category]. Zaporizhzhia : KPU. (in Ukrainian)
27. Trots I. (2012) Zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky na pidpriemstvi z metoiu poperedzhennia bankrutstva [Ensuring economic security at the enterprise in order to prevent bankruptcy]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, vol. 2, no. 1(59), pp. 223–227.
28. Chuzhmarov A. (2017) Obespechenie ekonomicheskoy bezopasnosti promyshlennykh predpriyatiy kak osnovnoy faktor effektivnogo funktsionirovaniya otrasli promyshshennosti [Ensuring economic security of industrial enterprises as the main factor of effective functioning of the industry]. *Vestnik nauchno-issledovatel'skogo tsentra korporativnogo prava, upravleniya i venchurnogo investirovaniya Syktyvskarskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 2/5, pp. 3–16.
29. Shlykov V. (1999) Kompleksnoe obespechenie ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya [Comprehensive provision of the enterprise economic security]. Saint-Petersburg : Aleteyya. (in Russian)
30. Yarochnik V. (2003) Sistema bezopasnosti firmy [Company Security System]. Moscow : Os'-89. (in Russian)

Аннотация. В статье исследованы научные подходы к понятиям «эффективность» и «экономическая безопасность предприятия», предложено авторское видение исследуемых категорий. Установлена взаимосвязь между эффективностью деятельности и экономической безопасностью предприятия. Обоснованы необходимость формирования и составляющие действенного механизма обеспечения экономической безопасности предприятия. Доказана необходимость проведения экономической диагностики предприятия как инструмента выявления нарушений его функционирования и основы для разработки соответствующих мер по их повышению. Определены административно-экономические инструменты управления экономической безопасностью, а также факторы обеспечения экономической безопасности на основе повышения эффективности использования ресурсов предприятия. Приведена система показателей оценивания эффективности деятельности и экономической безопасности предприятия. Определена роль стратегии обеспечения экономической безопасности на предприятии в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: эффективность, экономическая безопасность, экономический эффект, предприятие, механизм обеспечения экономической безопасности предприятия.

Summary. Today, in the face of uncertain and changing external environment, the development and justification of directions for improving the efficiency of activities is becoming more and more relevant for modern enterprises. Efficiency is the most important indicator of the enterprise activity, which on the one hand acts as an indicator of development, and on the other hand – is the greatest incentive for its development. The process of successful functioning and economic development of any business entity largely depends on the protection of its interests from the negative impact of external and internal threats, as well as on how quickly it adapts to changes in the external environment, which means, how strong the enterprise economic security system is. Ensuring a high level of the enterprise economic security contributes to its effective activity and today it's a topical task for the management of any enterprise. Despite the large amount of researches on the subject, today the need for further research is to deepen the theoretical and methodological foundations of the formation of economic security at the enterprise and to determine the interrelation with the enterprise efficiency. In this article scientific approaches to such concepts as «efficiency» and «enterprise economic security» were explored, and the author's vision of the studied categories was offered. The interrelation between enterprise efficiency and economic security was established. The importance of creating a mechanism to ensure the enterprise economic security was substantiated. The necessity of carrying out economic diagnostics of the enterprise as a tool for detecting violations of its functioning and the basis for developing appropriate measures to improve them was proved. The administrative and economic instruments of economic security management and the factors for ensuring economic security based on improving the efficiency of using enterprise resources were considered. The system of indicators for evaluating the efficiency and economic security of the enterprise was presented. The role of the enterprise economic security strategy in the current market conditions was determined.

Keywords: efficiency, economic security, economic effect, enterprise, mechanism to ensure the enterprise economic security.

Джеджула В.В.

*д.е.н., професор,
професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту,
Вінницький національний технічний університет*

Dzhedzhula Viacheslav

Vinnitsia National Technical University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2740-0771>

Єніфанова І.Ю.

*д.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту,
Вінницький національний технічний університет*

Yerifanova Iryna

Vinnitsia National Technical University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0391-9026>

СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

COMPONENTS OF THE INNOVATION POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Анотація. У статті узагальнено підходи до визначення сутності інноваційного потенціалу. Визначено інноваційний потенціал як сукупність наявних інтелектуальних, технологічних, фінансово-економічних, науково-виробничих ресурсів з відповідним їх інфраструктурним забезпеченням, що спроможні створювати нові знання та ефективний механізм комерціалізації, а також сприяти економічному та науково-технічному розвитку. Досліджено фактори, які впливають на рівень інноваційного потенціалу, та складові частини, які його визначають. Визначено, що у загальному вигляді інноваційний потенціал промислового підприємства визначається трьома основними складовими частинами, а саме кадровим потенціалом підприємства, фінансово-економічним потенціалом та науково-технічним потенціалом підприємства. Фактори впливу на інноваційний потенціал підприємства узагальнено в розрізі показників, які характеризують окремі складові частини інноваційного потенціалу.

Ключові слова: інноваційний потенціал, кадровий потенціал, фінансово-економічний потенціал, науково-технічний потенціал, потенціал.

Постановка проблеми. В сучасних умовах перед промисловими підприємствами постає питання підтримки належного рівня конкурентоспроможності, що є можливим за активного впровадження інновацій. Інновації підприємства можна впроваджувати лише за достатнього рівня необхідних ресурсів внутрішнього й зовнішнього середовища. Підприємство повинне мати не лише необхідний рівень фінансових ресурсів для впровадження інновацій, але й спроможність до їх реалізації. Для вибору пріоритетних напрямів інноваційних стратегій необхідно спочатку дослідити рівень спроможності підприємства

до впровадження інновацій, тобто оцінити його інноваційний потенціал, а на другому етапі слід вибрати із сукупності наявних альтернатив оптимальну. Ці дослідження вимагають врахування великого обсягу кількісних і якісних факторів впливу, для комплексного оцінювання яких необхідно застосовувати специфічні підходи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з дослідженням сутності та структури інноваційного потенціалу, факторів впливу, формуванням методичних підходів до його оцінювання, є предметом дослідження В.М. Гейця, М.П. Войнаренка, В.В. Гурочкиної, С.М. Ілляшенка, Н.С. Краснокутської, М.О. Кравченко, А.А. Кутейнікова, Н.І. Лапіна, І.В. Новікової, А.І. Пригожина, О.С. Федоніна, С.В. Філіппової, Й. Шумпетера, Н.І. Чухрай та інших учених.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість досліджень з цієї теми, необхідно визначити показники в розрізі складових частин інноваційного потенціалу, які його визначають.

Мета статті. Головною метою роботи є визначення факторів впливу на інноваційний потенціал підприємства.

Виклад основного матеріалу. Спроможність підприємства до реалізації інновацій визначається різноплановими ресурсами та факторами, які характеризують кадрові, фінансові, організаційні, наукові особливості підприємства. Сукупність таких ресурсів прийнято називати інноваційним потенціалом, який, згідно з джерелом [1], є сукупністю науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки.

На думку В.В. Гурочкиної, інноваційний потенціал є здатністю до змін, покращення, прогресу та джерелом розвитку [2]. С.А. Володін та О.І. Чекамова визначають інноваційний

потенціал як наявність та готовність до використання системи засобів і ресурсів під час ведення інноваційної діяльності задля одержання конкурентних переваг [3]. В літературі існує декілька підходів до визначення інноваційного потенціалу, а саме з точки зору наявних ресурсів; з точки зору можливості використання ресурсів.

Отже, інноваційний потенціал можна визначити як сукупність наявних інтелектуальних, технологічних, фінансово-економічних, науково-виробничих ресурсів з відповідним їх інфраструктурним забезпеченням, що спроможні створювати нові знання та ефективний механізм комерціалізації, а також сприяти економічному та науково-технічному розвитку.

Складовими частинами інноваційного потенціалу є [2–4]:

1) ринок, що характеризує відповідність можливостей підприємства тим ринковим потребам інновацій, які сформовані ринковим середовищем;

2) ерудованість, що визначає наявність можливостей створення та прийняття ідей, задумів, новацій і доведення їх до рівня нових технологій, конструкцій, організаційних та управлінських рішень;

3) працівники, що характеризують чисельність персоналу, його розподіл за фаховою підготовкою, підрозділами на рівні, що відповідає сучасному розвитку науки та техніки;

4) техніко-технологічна складова частина, що показує здатність та оперативність реагування виробничих потужностей підприємства на потреби ринку;

5) інформаційно-довідкова складова частина, що характеризує рівень інформаційного забезпечення підприємства, ступінь повноти та точності інформації, необхідної для прийняття інноваційних рішень;

6) взаємодія, що визначає можливості приведення у відповідність різноспрямованих інтересів суб'єктів інноваційного процесу (рівень надійності взаємодії із суб'єктами інноваційного процесу);

7) дослідження, що характеризує наявність запасу результатів науково-дослідних робіт, достатнього для утворення нових знань, можливість проведення досліджень задля перевірки ідей інновацій та оцінювання застосування інновацій у процесі виробництва нової продукції.

У структурі інноваційного потенціалу найчастіше виділяють кадрову, інформаційно-технологічну, організаційну та матеріально-технічну складові частини.

На рівень інноваційного потенціалу впливають не лише наявні та перспективні ресурси, можливості та здатності, але й середовище господарювання. Загалом вплив середовища господарювання на інноваційний потенціал розрізняють в розрізі ендегенних та екзогенних факторів.

Ендегенна складова частина інноваційного потенціалу характеризує дієздатність та ефективність функціонування інших його елементів. До ендегенних факторів можна віднести [3–7] історію та імідж підприємства; стратегічні пріоритети; якість менеджменту; маркетинг; виробництво, фінансовий стан; економічний стан. Підприємства мають концентрувати увагу не тільки на внутрішніх справах, але й на виявленні та врахуванні у своїй діяльності впливу зовнішнього середовища.

За формування інноваційного потенціалу підприємства зіштовхуються з проблемою в подоланні зовнішніх бар'єрів, тобто ендегенних факторів, що впливають на інноваційний потенціал підприємства. Кожен з факторів впливу на інноваційний потенціал прямо чи опосередковано може здійснювати як позитивний, так і негативний вплив за певних обставин у певний період часу, а також зумовлює появу нових можливостей для підприємства.

У загальному вигляді інноваційний потенціал промислового підприємства визначається трьома основними складовими частинами (рис. 1), а саме кадровим потенціалом підприємства, фінансово-економічним потенціалом та науково-технічним потенціалом підприємства.

Кадровий потенціал підприємства характеризує потенційні можливості працівників до впровадження інновацій, які визначаються рівнем освіченості і досвідченості працюючих. Особливістю запропонованої методики є те, що вплив на інноваційний потенціал мають працівники з освітою за профілем роботи підприємства. Впровадження новітніх технологій потребує глибокого аналізу та розуміння процесів, що пропонуються до впровадження. Для цього у працюючих має бути профільна освіта (вища або середньо-спеціальна).

Фінансово-економічний потенціал характеризує економічну спроможність підприємства впроваджувати інновації та включає спроможність підприємства формувати необхідний обсяг фінансового забезпечення інноваційної діяльності.

Науково-технічний потенціал характеризує наявність наукового підґрунтя та високо кваліфікаційних кадрів на підприємстві. У цьому разі до уваги береться не просто факт вищої

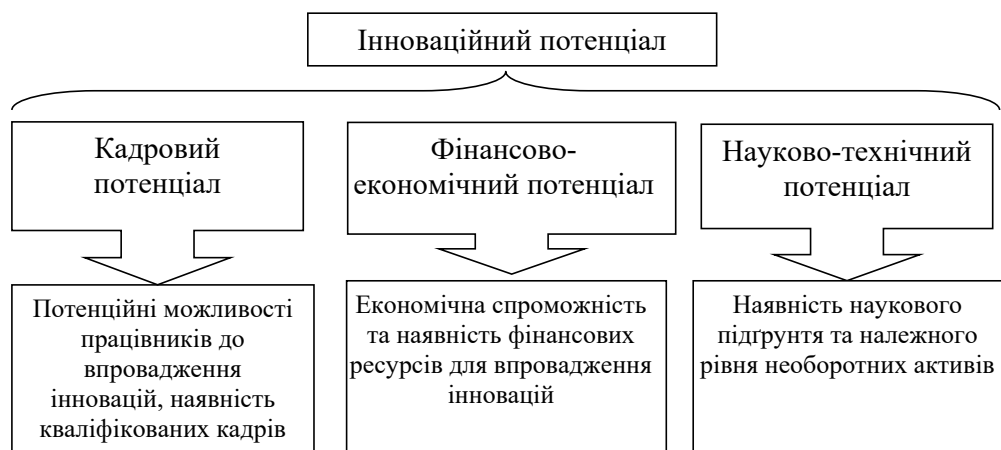


Рис. 1. Складові частини інноваційного потенціалу промислових підприємств

Джерело: розроблено авторами

освіти, а наявність вченого ступеня або звання. Ця складова частина факторів інноваційного потенціалу враховує також майновий стан підприємства щодо його забезпеченості основними засобами та нематеріальними активами.

У табл. 1 зведено всі фактори впливу на розвиток інноваційного потенціалу, які поділяються на три групи відповідно до типу потенціалу, до якого вони належать.

До складових частин кадрового потенціалу можна віднести такі показники:

– коефіцієнт освіченості робітників, що визначає частку робітників із вищою та середньо-спеціальною освітою за про-

філем роботи підприємства у загальній кількості робітників на підприємстві (цей показник дає змогу не лише визначити частку освічених працівників, але й врахувати працюючих з освітою, яка відповідає профілю роботи підприємства; зрозуміло, що інноваційний потенціал підприємства безпосередньо залежить від освіченості працівників, а особливу роль у цьому відіграють професійна орієнтованість працюючих, їх обізнаність у процесах виробництва);

– коефіцієнт освіченості керівного складу, що визначає частку працівників керівного складу підприємства з вищою освітою за напрямом роботи підприємства (чим більше

Таблиця 1

Фактори впливу на інноваційний потенціал підприємства

Складова частина потенціалу	Значення показника	Формула обрахунку	Пояснення
Кадровий потенціал	Коефіцієнт освіченості робітників	$ІП_1 = \frac{n_1}{N_1}$	n_1 – частка робітників із вищою, середньо-спеціальною освітою; N_1 – загальна кількість робітників; n_2 – кількість працівників керівного складу з вищою освітою; N_2 – загальна кількість працівників керівного складу; n_3 – кількість працівників, які мають стаж безперервної роботи за фахом не менше п'яти років; n_4 – кількість мотивованих та освічених працівників; N – загальна кількість працівників; B_1 – витрати на навчання, стажування, відраджень тощо; B_i – загальні витрати на інноваційну діяльність; BK – середньорічна вартість власного капіталу; $3K$ – середньорічна вартість залученого капіталу; K – середньорічна вартість капіталу; A – середньорічна вартість активів; $ЧФР$ – чистий фінансовий результат підприємства; $ОА$ – середньорічна вартість оборотних активів; $ІПЗ$ – середньорічна вартість поточних зобов'язань; $ФРОД$ – фінансовий результат від операційної діяльності; C – собівартість реалізованої продукції; AB – адміністративні витрати; $B3$ – витрати на збут; $ІОВ$ – інші операційні витрати; $3H$ – знос основних засобів; $ІПВ$ – первісна вартість основних засобів; $3B$ – загальні витрати; n_5 – кількість працівників зі вченими ступенями та званнями; $3H_n$ – знос нематеріальних активів; $ІПВ_n$ – первісна вартість нематеріальних активів; P_i – кількість одиниць нової продукції; P_s – загальна кількість продукції, що випускає підприємство.
	Коефіцієнт освіченості керівного складу	$ІП_2 = \frac{n_2}{N_2}$	
	Коефіцієнт досвідченості робітників	$ІП_3 = \frac{n_3}{N}$	
	Частка працівників, готових до впровадження інноваційних розробок	$ІП_4 = \frac{n_4}{N}$	
	Коефіцієнт витрат на підвищення кваліфікації персоналу	$ІП_5 = \frac{B_1}{B_i}$	
Фінансово-економічний потенціал	Коефіцієнт автономії	$ІП_6 = \frac{BK}{K}$	
	Коефіцієнт фінансового ризику	$ІП_7 = \frac{3K}{BK}$	
	Чиста рентабельність активів	$ІП_8 = \frac{ЧФР}{A}$	
	Коефіцієнт поточної ліквідності	$ІП_9 = \frac{ОА}{ІПЗ}$	
	Рентабельність операційної діяльності, %	$ІП_{10} = \frac{ФРОД}{C+AB+B3+ІОВ} \times 100 \%$	
	Коефіцієнт зносу основних засобів	$ІП_{11} = \frac{3H}{ІПВ}$	
Науково-технічний потенціал	Коефіцієнт витрат на інноваційні розробки	$ІП_{12} = \frac{B_i}{3B}$	
	Коефіцієнт витрат на придбання новітніх технологій	$ІП_{13} = \frac{B_n}{B_i}$	
	Частка персоналу зі вченими ступенями та званнями	$ІП_{14} = \frac{n_5}{N}$	
	Коефіцієнт зносу нематеріальних активів	$ІП_{15} = \frac{3H_n}{ІПВ_n}$	
	Коефіцієнт освоєння нової продукції	$ІП_{16} = \frac{P_i}{P_s}$	

Джерело: розроблено авторами

керівників на підприємстві зі спеціалізованою вищою освітою, тим вище потенційні можливості самого підприємства щодо впровадження інноваційних рішень; цей коефіцієнт визначається відношенням кількості працівників керівного складу з вищою освітою за напрямом роботи підприємства до загальної кількості працівників керівного складу підприємства);

– коефіцієнт досвідченості робітників, що визначає частку працівників у загальній сукупності працюючих, яких можна вважати досвідченими (на нашу думку, до досвідчених можна віднести тих працівників, які мають стаж безперервної роботи за фахом не менше п'яти років; чим нижче значення цього коефіцієнта, тим нижче складова частина кадрового потенціалу підприємства; цей коефіцієнт визначається як відношення кількості працівників, які мають стаж безперервної роботи за фахом не менше п'яти років, до загальної кількості працівників підприємства);

– частка працівників, готових до впровадження інноваційних розробок, що визначається відношенням кількості мотивованих та освічених працівників до загальної кількості працюючих на підприємстві (чим вище значення цього коефіцієнта, тим вище складова частина кадрового потенціалу підприємства; визначити вмотивованість працівників до впровадження інновацій можна через анонімні опитування; для цього працівники, які мають фахову освіту, мають надати відповіді на питання анкети щодо їх бажання до впровадження інновацій);

– коефіцієнт витрат на підвищення кваліфікації персоналу, що визначається відношенням витрат на навчання, стажування, відрядження на симпозиуми й виставки тощо персоналу до загальних витрат підприємства, виділених на інноваційну діяльність (чим вище значення цього коефіцієнта, тим вище складова частина кадрового потенціалу підприємства; нині кваліфіковані працівники інженерно-технічної ланки мають періодично проходити навчання з охорони праці та безпеки життєдіяльності, професійну атестацію, навчання для роботи з новим обладнанням та інші види підвищення кваліфікації; підприємство має оплачувати такі види підвищення кваліфікації з власного бюджету та сприяти навчанню працівників, що є не обов'язковим у законодавчому плані).

До складових частин фінансово-економічного потенціалу можна віднести:

– коефіцієнт автономії, що відображає частку власних коштів підприємства у загальній величині капіталу підприємства (відповідно, чим менше значення цього коефіцієнта, тим нижче спроможність підприємства до впровадження інновацій за рахунок власних коштів);

– коефіцієнт фінансового ризику, що дає змогу визначити ризик втрати фінансової стійкості (чим більше значення цього коефіцієнта, тим вище ризик впровадження інноваційних стратегій);

– чиста рентабельність активів, що характеризує ефективність формування кінцевого фінансового результату за рахунок активів підприємства (чим вище значення цього показника, тим більше ймовірність вдалої реалізації інноваційних стратегій підприємства);

– коефіцієнт поточної ліквідності, що характеризує здатність покривати поточні зобов'язання оборотними активами підприємства;

– рентабельність операційної діяльності, що демонструє приріст прибутку операційної діяльності за рахунок понесених витрат в процесі здійснення операційної діяльності (чим вище значення коефіцієнта поточної ліквідності та рентабельності операційної діяльності, тим більше ймовірність вдалої реалізації інноваційних стратегій підприємства);

– коефіцієнт зносу основних засобів, що свідчить про ступінь зношеності основних засобів підприємства (впровадження інноваційних стратегій на підприємствах, що мають високий ступінь зношеності основних засобів, є дуже ризикованим і може бути малоефективним).

До складових частин науково-технічного потенціалу можна віднести:

– коефіцієнт витрат на інноваційні розробки, що визначається відношенням витрат на інноваційні розробки до загальних витрат підприємства та показує частку коштів витрат підприємства, які спрямовані на інновації (чим більша частка цих коштів, тим вище ймовірність ефективності впровадження інновацій);

– коефіцієнт витрат на придбання новітніх технологій, що визначається відношенням витрат на новітні технології до загальних витрат на інновації;

– частку персоналу зі вченими ступенями та званнями, що визначається відношенням кількості працівників зі вченими ступенями та званнями до загальної кількості працюючих;

– коефіцієнт зносу нематеріальних активів, що показує ступінь зношеності нематеріальних активів за їх наявності на підприємстві;

– коефіцієнт освоєння нової продукції, що визначається відношенням кількості одиниць нової продукції до загальної кількості продукції, що випускає підприємство.

На основі вищенаведених складових частин потенціалу доцільно здійснити розрахунок єдиного узагальнюючого критерію, який містить значення всіх складових частин.

Висновки і пропозиції. Таким чином, інноваційний потенціал можна визначити як сукупність наявних інтелектуальних, технологічних, фінансово-економічних, науково-виробничих ресурсів з відповідним інфраструктурним забезпеченням, що спроможні створювати нові знання та ефективний механізм комерціалізації, а також сприяти економічному та науково-технічному розвитку. Визначено, що у загальному вигляді інноваційний потенціал промислового підприємства визначається трьома основними складовими частинами, а саме кадровим потенціалом підприємства, фінансово-економічним потенціалом та науково-технічним потенціалом підприємства. В розрізі цих складових частин інноваційного потенціалу обґрунтовано показники, які характеризують окремі складові частини інноваційного потенціалу.

Література:

1. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 року № 40-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 05.04.2020).
2. Гурочкіна В.В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 5(21). С. 51–57. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/51.pdf> (дата звернення: 05.04.2020).
3. Володін С.А., Чекамова О.І. Теоретичні засади формування і реалізації інноваційного потенціалу в розвитку економіки. *Економіка АПК*. 2017. № 5. С. 65–72.
4. Спіфанова І.Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: теоретико-методологічні аспекти фінансового забезпечення : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2019. 384 с.
5. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми концепції, методи : навчальний посібник. Суми : Університетська книга, 2003. 278 с.
6. Глушенкова А.А. Структура інноваційного потенціалу підприємств сфери телекомунікацій та інформатизації. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. № 4(18). С. 100–106.

7. Dzhedzhula V., Yepifanova I. Methodological bases of concept formation and choice of innovative business strategies. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. No. 3. P. 51–59.

References:

1. Pro innovacijnu dijajnistj : Zakon Ukrainy vid 4 lypnja 2002 № 40-VI [About Innovation Activities: Law of Ukraine of July 4, 2002 No 40]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (accessed: 05 April 2020).
2. Ghurochkina V.V. (2015) Innovacijnyj potencijal pidpryjemstva: sutnistj ta systema zakhystu. [Innovative potential of the enterprise: essence and system of protection]. *Ekonomika: realiji chasu*, vol. 5(21), pp. 51–57. Available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/51.pdf> (accessed: 05 April 2020).
3. Volodin S.A., Chekamova O.I. (2017) Teoretychni zasady formuvannya i realizaciji innovacijnogho potencijalu v rozvytku ekonomiky. [Theoretical bases of formation and realization of innovative potential in economic development]. *Ekonomika APK*, vol. 5, pp. 65–72.
4. Jepifanova I.Ju. (2019): Upravlinnja innovacijnoju dijajnistju promyslovykh pidpryjemstv: teoretyko-metodologichni aspekty finansovogho zabezpechennja : monografija [Management of innovation activity of industrial enterprises: theoretical and methodological aspects of financial support : a monograph]. Vinnycja : VNTU. (in Ukrainian)
5. Illjashenko S.M. (2003) Upravlinnja innovacijnym rozvytkom: problemy koncepciji, metody : navch. posib. [Management of innovative development: problems of concept, methods : textbook. tool]. Sumy : Universytetsjka knygha. (in Ukrainian)
6. Ghlushenkova A.A. (2016) Struktura innovacijnogho potencijalu pidpryjemstv sfery telekomunikacij ta informatyzaciji [Structure of innovation potential of telecommunication and informatization enterprises]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, vol. 4(18), pp. 100–106.
7. Dzhedzhula V., Yepifanova I. (2018) Methodological bases of concept formation and choice of innovative business strategies. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 4. No. 3, pp. 51–59.

Аннотация. В статье обобщены подходы к определению сущности инновационного потенциала. Определен инновационный потенциал как совокупность имеющихся интеллектуальных, технологических, финансово-экономических, научно-производственных ресурсов с соответствующим их инфраструктурным обеспечением, которые способны создавать новые знания и эффективный механизм коммерциализации, а также способствовать экономическому и научно-техническому развитию. Исследованы факторы, которые влияют на уровень инновационного потенциала, и составляющие, которые его определяют. Определено, что в общем виде инновационный потенциал промышленного предприятия определяется тремя основными составляющими, а именно кадровым потенциалом предприятия, финансово-экономическим потенциалом и научно-техническим потенциалом предприятия. Факторы влияния на инновационный потенциал предприятия обобщены в разрезе показателей, характеризующих отдельные составляющие инновационного потенциала.

Ключевые слова: инновационный потенциал, кадровый потенциал, финансово-экономический потенциал, научно-технический потенциал, потенциал.

Summary. The purpose of this work is to determine the factors influencing the innovation potential of the enterprise. The article summarizes approaches to determining the essence of innovation potential. Innovative potential defined as a set of available intellectual, technological, financial-economic, scientific-production resources with their corresponding infrastructure providing that can create new knowledge and effective mechanism of commercialization and promote economic and scientific and technological development. It is systematized, that the components of the innovation potential are: market, erudition, employees, technical and technological component, information and reference component, interaction, research. In the structure of innovation potential most often distinguished human resources, information technology, organizational and logistical components. Investigated the factors that influence the level of innovation potential and the components that determine it. The level of innovation potential is influenced not only by available and promising resources, opportunities and abilities, but also by the environment. It is determined that in the general form the innovation potential of an industrial enterprise is determined by three main components: the personnel potential of the enterprise, the financial and economic potential and the scientific and technical potential of the enterprise. The personnel potential of the enterprise characterizes the potential of employees to innovate, which is determined by the level of education and experience of employees. Financial and economic potential characterizes the economic capacity of the enterprise to innovate and includes the ability of the enterprise to form the necessary amount of financial support for innovation activity. The scientific and technical potential is characterized by the presence of a scientific basis and highly qualified personnel at the enterprise. Factors influencing the innovation potential of the enterprise are generalized in terms of indicators that characterize the individual components of innovation potential.

Keywords: innovation potential, human resources potential, financial and economic potential, scientific and technical potential, potential.

Лазебник Л.Л.

*д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства,
Університет державної фіскальної служби України*

Lazebnyk Larysa

*University of the State Fiscal Service of Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2234-4093>*

Войтенко В.О.

*аспірант кафедри економіки підприємства,
Університет державної фіскальної служби України*

Voitenko Vitalii

*University of the State Fiscal Service of Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7872-9630>*

ІНФОРМАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА В ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

INFORMATION INFRASTRUCTURE IN DIGITALIZATION OF BUSINESS PROCESSES OF ENTERPRISE

Анотація. Стаття присвячена дослідженню загальних характеристик інформаційної інфраструктури за умов цифрового способу управління бізнес-процесами на підприємстві. Систематизовано та проаналізовано підходи до трактування інформаційної інфраструктури підприємства вітчизняними науковцями. Розглянуто визначення інформаційної інфраструктури, що подані в нормативно-правових актах та документах України. Здійснено порівняння понять інформаційної інфраструктури та цифрової інфраструктури. Наведено уточнення поняття «цифрова інфраструктура» шляхом обов'язкового врахування матеріально-технічного комплексу як її апаратної частини. Запропоновано принцип функціонування інформаційної інфраструктури, орієнтованої на цифровий спосіб управління бізнес-процесами. Розглянуто еволюцію концепцій інформаційних систем як методології цифровізації бізнес-процесів.

Ключові слова: інфраструктура, цифрова інфраструктура, інформаційна інфраструктура, управління бізнес-процесами, ERP-система.

Постановка проблеми. На тлі бурхливого та стрімкого розвитку цифрової економіки еволюція та розвиток економічних систем, зокрема підприємств, все більшою мірою залежать не від матеріальних ресурсів, а від інформаційних. В епоху діджиталізації до звичного переліку трьох факторів виробництва все частіше додають інформацію (знання). Накопичення, аналіз, використання інформації та управління нею на підприємствах здійснюються засобами інформаційної інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі сьогодні дослідженню інформаційної інфраструктури приділена значна увага, що обумовлено зростанням ролі інформаційних технологій у розвитку сучасного суспільства. До низки вітчизняних науковців, які проводили дослідження у цій

сфері, варто віднести таких, як О.Д. Довгань [4, с. 64], О.К. Волох [3, с. 30], А.В. Лапіна [6, с. 90], Д.С. Пілевич [8, с. 13], О.А. Баранов [2].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак нерозв'язаними залишається ще багато питань формування, використання та розвитку інформаційної інфраструктури підприємства щодо цифровізації бізнес-процесів.

Мета статті. Головною метою роботи є ідентифікація сутності та особливостей розвитку інформаційної інфраструктури, орієнтованої на цифровий спосіб управління бізнес-процесами.

Виклад основного матеріалу. Інформаційна інфраструктура із забезпечувальної компоненти, що раніше виконувала роль технологічного середовища для інформаційного забезпечення потреб управління різними установами, підприємствами та організаціями, за ступенем її технічного вдосконалення та інтелектуалізації трансформувалась у ключовий фактор їх конкурентоспроможності та життєздатності. Отже, формування й підтримка розвиненої інформаційної інфраструктури нині перетворюється на ключовий стратегічний чинник успіху підприємств, що вимагає перегляду пріоритетів управління.

Термін «інфраструктура» вказує на забезпечувальний або допоміжний характер певного явища чи процесу відносно основних. Поняття інформаційної інфраструктури підприємства в науковій літературі з'явилося недавно, а саме зі становлення інформаційного суспільства, тому позиції науковців щодо його трактування різняться (табл. 1).

Крім бачення вчених, на увагу заслуговують окремі визначення інформаційної інфраструктури, що подані в нормативно-правових актах та документах України, а саме такі:

– інформаційна інфраструктура – сукупність різноманітних інформаційних (автоматизованих) систем, інформаційних ресурсів, телекомунікаційних мереж і каналів передачі даних, засобів комунікацій та управління інформаційними потоками, а також організаційно-технічних структур, механізмів, що за-

Підходи до трактування інформаційної інфраструктури підприємства

Автор	Визначення
О.Д. Довгань [4, с. 65]	Сукупність програмно-технічних засобів, інформаційних комунікацій, інших механізмів управління інформаційними ресурсами, напрацьованих суспільною практикою, організаційних систем збереження й використання наявних обсягів інформації, а також інститутів продукування нової інформації в інтересах суспільного розвитку, засобів нормативного забезпечення інформаційної діяльності, захисту вітчизняних інформаційних ресурсів від усіх видів загроз та негативних впливів.
О.К. Волох [3, с. 31]	Сукупність територіально розподілених інформаційних та інформаційно-телекомунікаційних систем, телекомунікаційних мереж, мереж поштового зв'язку, організаційних структур, нормативно-правових механізмів, що забезпечують її ефективне функціонування та управління нею.
А.В. Лапін [6, с. 90]	Інформаційна інфраструктура підприємства є складною системою, що об'єднує управлінські, технологічні, економічні та соціальні компоненти в єдине ціле.
Д.С. Пілевич [8, с. 15]	Окрема складова частина інфраструктури досліджуваного об'єкта, яка включає механізми створення, оброблення, збереження, передачі, використання та захисту інформації різної природи, яка складається із сукупності програмного забезпечення, технічних засобів, сформованих правил роботи з такими даними в межах таких систем, що сприяють підвищенню рівня якості управління зазначеним об'єктом.
О.А. Баранов [2, с. 12]	Сукупність систем виробництва та інформаційних послуг, виробництва засобів інформації та інформаційних технологій, накопичення та зберігання інформації, сервісного обслуговування інформаційних технологій, підготовки кадрів.

Джерело: систематизовано авторами

безпечують їх функціонування (Стратегія розвитку інформаційного суспільства) [10];

– інформаційна інфраструктура – сукупність організаційних структур і систем, які забезпечують функціонування та розвиток інформаційного простору, засобів інформаційної взаємодії та доступу користувачів до інформаційних ресурсів (проект Концепції інформаційної безпеки України – OSCE) [5].

Слід зауважити, що у Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки поняття інформаційної інфраструктури відсутнє. Натомість представлене поняття цифрової інфраструктури, згідно з яким вона є комплексом технологій, продуктів та процесів, що забезпечують обчислювальні, телекомунікаційні та мережеві можливості на цифровій основі. Цифрові інфраструктури є основою цифрової економіки [9].

Безумовно, природа цього економічного терміна ситуаційно може диференціюватися, однак ми неповністю поділяємо думки розробників Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України про виокремлення та звуження поняття інформаційної інфраструктури до цифрової, зводячи її сутність до цифрових технологій. Вважаємо за доцільне в понятті «циф-

рова інфраструктура» обов'язково враховувати матеріально-технічний комплекс як її апаратну частину.

На протипагу зазначеному в контексті заходів діджиталізації економіки та з урахуванням процесного підходу вважаємо за доцільне використовувати поняття інформаційної інфраструктури, орієнтованої на цифровий спосіб управління бізнес-процесами, під якою пропонуємо розуміти комплекс обслуговуючих та допоміжних засобів (інформаційних систем і технологій, баз даних), які забезпечують діяльність підприємства за рахунок формування та забезпечення доступу всіх суб'єктів процесу управління до інформаційних ресурсів, а також засобів генерації та оброблення інформації, аналізу та комунікаційної взаємодії.

Принцип функціонування інформаційної інфраструктури, орієнтованої на цифровий спосіб управління бізнес-процесами підприємства, схематично представлений на рис. 1.

В основу розробленої схеми функціонування інформаційної інфраструктури, орієнтованої на цифровий спосіб управління бізнес-процесами, покладено цифрові інформаційні технології з урахуванням розширення практики використання

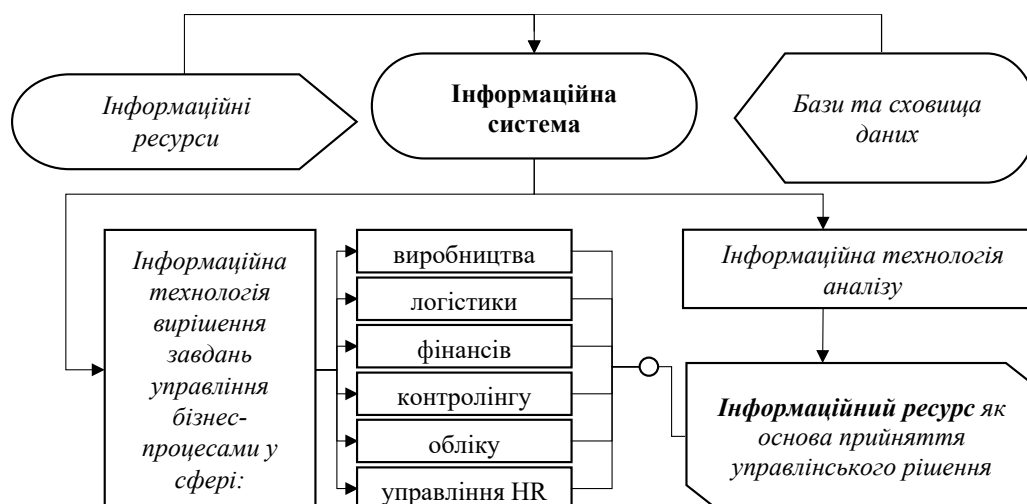


Рис. 1. Принцип функціонування інформаційної інфраструктури, орієнтованої на цифровий спосіб управління бізнес-процесами

Джерело: розроблено авторами

менеджментом сучасних організацій процесного підходу. Іншими словами йдеться про діджиталізацію (цифровізацію) бізнес-процесу. В науковій літературі відсутні будь-які теоретичні напрацювання щодо цифровізації бізнес-процесу підприємства. Враховуючи зазначене, під цифровізацією бізнес-процесів розуміємо автоматизацію ключових (основних), допоміжних (підтримуючих, забезпечувальних) бізнес-процесів та бізнес-процесів управління задля їх оптимізації та досягнення ефективності функціонування галузі, у якій протікає бізнес-процес. Цифровізація бізнес-процесів передбачає послідовне вжиття таких заходів:

- збирання інформації про бізнес-процес, його моделювання, ідентифікацію;
- виявлення місць виникнення, оброблення та споживання інформації;
- моделювання інформаційних бізнес-процесів в рамках бізнес-процесів;
- модифікація інформаційної системи з урахуванням цієї моделі;
- створення автоматизованої інформаційної системи (за допомогою апаратно-програмних засобів);
- контролінг бізнес-процесів (фіксація параметрів бізнес-процесів в інформаційній системі, постановка планів, створення звітності тощо).

Цифровізація, що не базується на зміні моделі з формату «як є» на формат «як має бути», фактично практично не забезпечує жодного підвищення ефективності та оптимізації бізнес-процесів. Такий результат може бути досягнутий тільки за допомогою попереднього деталізованого аналізу та перебудови бізнес-процесів.

Особливе значення в цьому разі має процесний підхід до вдосконалення бізнес-процесів. Варто зазначити, що цифровізація інформаційних систем і технологій є технічним (інструментальним) засобом, тому навіть за її відсутності реалізація найбільш ефективної бізнес-моделі процесів на практиці може істотно підвищити результативність діяльності підприємства.

Методологія цифровізації бізнес-процесів ґрунтується на базових концепціях інформаційних систем, еволюційний розвиток яких відображено на рис. 2.

MRP I (Material Requirements Planning) – це система планування потреб у матеріалах, заснована на виробничих графіках, за допомогою яких зв'язується інформація про попит (потреби) з інформацією про наявні запаси. MRP I часто називають

методом розрахунку потреби для номенклатури так званого залежного попиту. Спочатку програма визначає попит (потребу), а вже залежно від цієї оцінки розраховує загальний обсяг необхідних матеріальних ресурсів, а саме бруто-потребу в матеріалах. Після цього шляхом зіставлення з рівнем запасів програма обчислює обсяг замовлень (нетто-потреба) та параметри замовлень з урахуванням обсягу й часу доставки. Результати розрахунків передаються до логістичного менеджменту для прийняття остаточного рішення.

MRP II (Manufacturing Resource Planning) – це система виробничого планування ресурсів, що об'єднує виробниче, маркетингове, фінансове планування та логістичні операції. За допомогою цієї системи можна формувати плани з використанням прогнозної інформації про попит, дані про наявні замовлення та відомості про зміни в продуктовій лінії. Система MRP II досить швидко реагує на зміни, дає змогу працювати в режимі реального часу, оскільки в ній передбачено щоденне оновлення баз даних. Завданням системи MRP II є формування оптимального матеріального потоку матеріалів, напівфабрикатів як у системі постачання, так і у виробництві, а також оптимізація потоку готової продукції. Сучасні системи MRP II дають змогу інтегрувати всі основні логістичні процеси всередині підприємства.

Системи планування класу MRP II в інтеграції з модулем фінансового планування FRP отримали назву ERP-систем підприємства (Enterprise Requirements Planning), які дають змогу найбільш ефективно планувати всю комерційну діяльність сучасного підприємства, зокрема фінансові витрати на проекти оновлення обладнання та інвестиції у виробництво нової лінійки виробів. Згідно зі словником Американської асоціації з управління запасами і виробництвом ERP – це система для планування всіх ресурсів підприємства, необхідних для виробництва, закупівлі, відвантаження та обліку в процесі виконання клієнтських замовлень [7, с. 25].

CSRP (Customer Synchronized Resource Planning) – це система планування ресурсів, синхронізована зі споживачем. Система заснована на функціоналі CSRP-систем, вона дає змогу переорієнтувати планування від виробництва до кінцевого споживача, враховує не тільки виробничі та матеріальні ресурси підприємства, але й ресурси, що споживаються в іншій роботі зі споживачем.

Інформаційні системи, що забезпечують цифровізацію бізнес-процесів, покликані забезпечувати підприємство та його

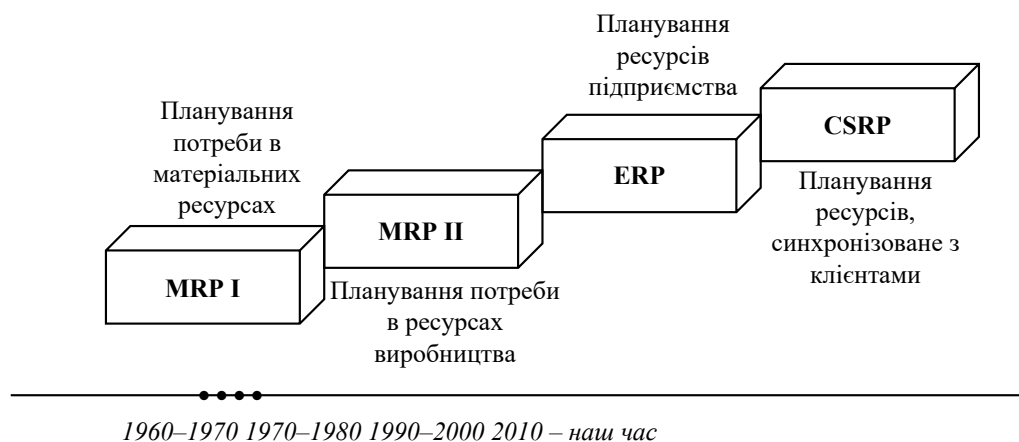


Рис. 2. Еволюційний розвиток концепцій інформаційних систем

Джерело: побудовано автором на основі [7]

керівництво необхідною інформацією. Серед усіх операційних систем найбільшу увагу слід приділити класу ERP-систем як повнофункціональному інформаційному комплексу, призначення якого полягає в автоматизації бізнес-процесів підприємства.

Отже, сучасна ERP-система – це комплекс взаємозалежних модулів (додатків), що автоматизують усі бізнес-процеси підприємства й за рахунок цього забезпечують функціонування єдиного інтегрованого інформаційного середовища. Найбільш поширеною ERP-системою, що застосовувалась на вітчизняних підприємствах, до деякого часу була «1С: Підприємство 8 для України», використання якої сьогодні заборонено відповідно до чинного законодавства. В цьому разі законодавчі обмеження уможливили перехід підприємствами України до користування вітчизняними програмними продуктами, розвиток серед яких набуває ERP-система IT-Enterprise корпорації «Інформаційні технології». Система IT-Enterprise – це вітчизняна ERP-, MRP II-, MES-, APS-, EAM-система, орієнтована на комплексну автоматизацію бізнес-процесів підприємств; система IT-Enterprise має комплексні проекти впровадження «Industry 4.0» на промислових підприємствах машинобудування, металургії, хімічної, харчової, кабельної та гірничодобувної промисловості, сільського господарства, включаючи впровадження систем керування виробництвом, логістикою, контролінгом, бюджетуванням тощо. Цілями проектів впровадження Industry 4.0 системи IT-Enterprise на підприємствах є [1]:

- оптимізація діяльності підприємства та реінжиніринг бізнес-процесів підприємства задля вирішення завдань, спрямованих на досягнення стратегічних бізнес-цілей підприємства;
- підвищення пропускної здатності виробництва, підвищення рівня обслуговування клієнтів, скорочення витрат виробництва, ефективне управління ресурсами підприємства за рахунок впровадження сучасних стандартів управління виробництвом MRP II, MES, APS;
- оперативний контроль фінансового стану підприємства, створення умов для зростання доходів і керованого скорочення витрат виробництва, оперативне управління собівартістю продукції; формалізація та контроль усіх бізнес-процесів підприємства, підвищення координації діяльності підприємства.

Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємства є можливим за рахунок автоматизації таких завдань, як надання керівництву підприємства й користувачам системи можливості отримання повної та достовірної інформації про стан виробничого процесу та фінансової діяльності підприємства для проведення поглибленого аналізу, оцінювання діяльності підприємства та прийняття рішень; підвищення якості та мотивації праці персоналу підприємства. Умовно всі модулі системи IT-Enterprise групуються в такі контури управління, як управління виробництвом та технічною підготовкою виробництва, управління проектами, управління основними виробничими засобами, управління бізнес-процесами та документообігом, логістика, бюджетування й контролінг, управління персоналом. ERP-система IT-Enterprise охоплює всі аспекти виробничої, фінансової та господарської діяльності підприємства й складається з безлічі модулів, кожен з яких автоматизує певні завдання.

Висновки і пропозиції. Таким чином, інформаційна інфраструктура, орієнтована на цифровий спосіб управління бізнес-процесами підприємства, є середовищем, що забезпечує ефективне протікання всіх бізнес-процесів, інформація про управління якими міститься в одному з елементів інформаційної інфраструктури, а саме базах даних. При цьому така

накопичена інформація стає інформаційною підтримкою процесу розроблення стратегічних управлінських рішень стосовно функціональної сфери підприємства. Вжиття всіх зазначених заходів є можливим шляхом використання засобів інформаційних систем і технологій.

Література:

1. Автоматизована система управління підприємством IT-Enterprise. URL: <https://www.it.ua> (дата звернення: 01.04.2020).
2. Баранов А.А. Информационная инфраструктура: проблемы регулирования деятельности. Киев : ТОВ «Видавничий дім Бурого», 2012. 352 с.
3. Волох О.К. Поняття і складові інформаційно-комунікаційної інфраструктури. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2014. Вип. 29. Ч. 2. Т. 4/2. С. 29–32.
4. Довгань О.Д. Сучасна інформаційна інфраструктура України і основні завдання щодо її захисту. *Юридична наука*. 2015. № 7. С. 64–73.
5. Концепція інформаційної безпеки України – OSCE (проект). URL: <https://www.osce.org/uk/fom/175056?download=true> (дата звернення: 01.04.2020).
6. Лапін А.В. Інформаційна інфраструктура вертикально інтегрованих підприємств. *Вісник ЖНАЕУ*. 2015. № 1 (48). Т. 2. С. 89–97.
7. Павленко П.М., Філоненко С.Ф., Бабіч К.С. Інформаційні системи і технології : навчальний посібник. Київ : НАУ, 2013. 324 с.
8. Пілевич Д.С. Теоретичне обґрунтування сутності інформаційної інфраструктури та її роль у розвитку економічних систем. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 3(11). С. 12–19.
9. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (дата звернення: 01.04.2020).
10. Стратегія розвитку інформаційного суспільства. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80> (дата звернення: 01.04.2020).

References:

1. Avtomatyzovana sistema upravlinnja pidpryjemstvom IT-Enterprise [Automated Enterprise Management System IT-Enterprise]. URL: <https://www.it.ua> (accessed 01 April 2020).
2. Baranov, A.A. (2012). Ynformacyonnaja ynfrastrukтура: problemu regulyrovanyja dejatel'nosti [Information infrastructure: problems of regulation of activity]. K. : TOV "Vydavnychyj dim Buragho".
3. Volokh, O.K. (2014). Ponjattja i skladovi informacijno-komunikacijnoji ynfrastrukтуры [Concepts and components of information and communication infrastructure]. *Naukovyj visnyk Uzhghorodskogo nacional'nogho unyversytetu*. Vyp. 29. Ch. 2, t. 4/2, pp. 29–32.
4. Dovghanj, O.D. (2015). Suchasna informacijna ynfrastrukтура Ukrajinj i osnovni zavdannja shhodo jiji zakhystu [Modern information infrastructure of Ukraine and main tasks for its protection]. *Jurydychna nauka*. № 7, pp. 64–73.
5. Konceptija informacijnoji bezpeky Ukrajinj – OSCE (proekt) [Information Security Concept of Ukraine – OSCE (Project)]. URL: <https://www.osce.org/uk/fom/175056?download=true> (accessed 01 April 2020).
6. Lapin, A.V. (2015) Informacijna ynfrastrukтура vertykal'no integhrovanykh pidpryjemstv [Information infrastructure of vertically integrated enterprises]. *Visnyk ZhNAEU*. № 1(48), t. 2. pp. 89–97.
7. Pavlenko, P.M., Filonenko, S.F., Babich, K.S. (2013). Informacijni systemy i tekhnologhiji [Information Systems and Technologies]. K. : NAU.
8. Pilevych, D.S. (2017) Teoretychne obgruntuvannja sutnosti informacijnoji ynfrastrukтуры ta jiji rolj u rozvytku ekonomichnykh system [Theoretical substantiation of the essence of information infrastructure and its role in the development of economic systems]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnja*. № 3(11), pp. 12–19.

9. Pro skhvalennja Konceptiji rozvytku cyfrovoji ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018–2020 roky ta zatverdzhennja planu zakhodiv shhodo jiji realizaciji [On approval of the Concept of Development of the Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020 and approval of the plan of measures for its implementation]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (accessed 01 April 2020).
10. Stratehija rozvytku informacijnogho suspilstva [Information society development strategy]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80> (accessed 01 April 2020).

Аннотация. Стаття посвящена дослідженню загальних характеристик інформаційної інфраструктури в умовах цифрового способу управління бізнес-процесами на підприємстві. Систематизовані та проаналізовані підходи до трактування інформаційної інфраструктури підприємства вітчизняними ученими. Розглянуті визначення інформаційної інфраструктури, надані в нормативно-правових актах і документах України. Осуществлено порівняння понять інформаційної інфраструктури та цифрової інфраструктури. Приведено уточнення поняття «цифрова інфраструктура» шляхом обов'язкового урахування матеріально-технічного комплексу як її апаратної частини. Предложено принцип функціонування інформаційної інфраструктури, орієнтованої на цифровий спосіб управління бізнес-процесами. Розглянута еволюція концепцій інформаційних систем як методології цифровізації бізнес-процесів.

Ключевые слова: інфраструктура, цифрова інфраструктура, інформаційна інфраструктура, управління бізнес-процесами, ERP-система.

Summary. The article is devoted to the study of the general characteristics of information infrastructure in terms of digital way of managing business processes in the enterprise. The information infrastructure of the providing component, which previously acted as a technological environment for the information support of the management needs of different institutions, enterprises and organizations, has been transformed into a key factor of their competitiveness and viability as their technical improvement and intellectualization. Therefore, the formation and support of an advanced information infrastructure is now becoming a key strategic factor for the success of enterprises, requiring a revision of management priorities. Approaches to interpretation of the information infrastructure of the enterprise by domestic scientists have been systematized and analyzed. The definitions of the information infrastructure, which are presented in the legal acts and documents of Ukraine, are considered. The concepts of information infrastructure and digital infrastructure are compared. It is proposed to clarify the concept of “digital infrastructure” by obligatory consideration of the logistics complex as its hardware. We consider it expedient to use the concept of information infrastructure, oriented to the digital way of managing business processes, in which we offer to understand the complex of servicing and auxiliaries (information systems and technologies, databases), which ensure the activity of the enterprise by forming and providing access to all entities the process of managing information resources, as well as the means of generating and processing information, analysis and communication interaction. The principle of functioning of information infrastructure, oriented to digital way of managing business processes, is offered. The basis of the developed scheme of functioning of the information infrastructure, oriented on the digital way of managing business processes, is based on digital information technologies taking into account the expansion of the practice of management of modern organizations of the process approach. In other words, it is about digitizing the business process. The evolution of information systems concepts as a methodology for digitalization of business processes is considered.

Keywords: infrastructure, digital infrastructure, information infrastructure, business process management, ERP-system.

Ларіна Я.С.

д.е.н., професор,

Національний університет біоресурсів
і природокористування України

Larina Yaroslava

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

ПРІОРИТЕТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
РЕКЛАМНОЇ ГАЛУЗІ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУPRIORITIES OF MARKETING ACTIVITY OF ADVERTISING
INDUSTRY ENTERPRISES IN THE UKRAINIAN MARKET

Анотація. Стаття присвячена уточненню змісту й структури комплексу маркетингу підприємства рекламної галузі за сучасних умов на основі визначення тенденцій розвитку ринку реклами. Виокремлено та розглянуто складові маркетингу-мікс рекламної агенції. Розкрито зміст рекламного продукту як товару, виділено його трирівневу структуру. Виявлено пріоритети у формуванні маркетингової товарної політики рекламних агенцій. Виділено чинники ціноутворення на рекламний продукт, запропоновано декілька видів цінкових стратегій та підходів до ціноутворення підприємств рекламного бізнесу. Розроблено етапи оптимізації продажів рекламного продукту. Доведено доцільність розроблення та застосування унікальної пропозиції рекламного продукту в конкретних випадках. Наведено класифікацію основних інструментів просування рекламної агенції в сучасних умовах. Виявлено, що ключовими тенденціями розвитку ринку рекламних послуг є технологічне ускладнення реклами; процеси концентрації рекламної діяльності; формування мереж рекламних агенцій; зростання впливу замовників, встановлення довгострокових відносин між замовниками та агенціями, диверсифікація, зростання ролі інтернет-реклами. Сформульовано пріоритети маркетингової діяльності рекламних агенцій на українському ринку рекламних послуг.

Ключові слова: реклама, маркетинг, продукт рекламної діяльності, ціна, збут, просування рекламної агенції, ринок реклами, тенденції розвитку ринку рекламних послуг.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку рекламного ринку в Україні стрімкі зміни зовнішнього середовища найбільшою мірою впливають на характер маркетингової діяльності рекламних агенцій, змушують останніх перебудувати маркетингову діяльність, адаптуючись до нових умов зовнішнього середовища, вибираючи нові пріоритети розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підґрунтям вирішення поставленої наукової проблеми стало вивчення наукових підходів до загальної теорії маркетингу, що висвітлені у працях І. Ансоффа, О. Азарян, Т. Амблера, Г. Армстронга, Л. Балабанової, А. Войчака, С. Гаркавенко, Є. Голубкова, Я. Гор-

дона, Є. Дихтля, Д. Дея, Дж. Еванса, О. Каніщенко, В. Кардаша, Ф. Котлера, Є. Крикавського, Н. Куденко, Ж.-Ж. Ламбена, В. Онищенко, М. Портера, Е. Райса, А. Старостіної, Дж. Траута, Р. Фатхутдінова та інших учених. В роботах прикладного характеру, які відображають маркетинговий підхід до функціонування ринку рекламних послуг, реклама розглядається як одна з важливих складових частин комплексу маркетингових комунікацій (Д. Барнет, К. Бове, Ф. Котлер, Д. Огілві та інші науковці). Багатоаспектність питань функціонування ринку рекламних послуг, його окремих суб'єктів та значна кількість різних за інтересами й цілями діяльності зацікавлених сторін обумовлюють підвищений інтерес до цієї теми. Теоретичні та практичні аспекти розвитку ринку рекламних послуг в Україні знайшли відображення в наукових працях А. Вітренка, О. Кузика, Л. Поклонської, О. Харчук, С. Черевач та інших учених. Окремі питання маркетингової діяльності підприємств рекламної галузі висвітлено у працях Д. Аакера, Дж. Бернета, Г. Васильєва, М. Власової, У. Лейна, Т. Лук'янець, Дж. Майєрса, О. Мельникович, С. Моріарті, В. Морохіної, В. Полякова, Дж. Рассела, Є. Ромата та інших науковців.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас деякі аспекти цієї наукової проблеми залишаються дискусійними, неповною мірою розкритими. Ефективне застосування інструментів маркетингу в діяльності підприємств рекламної галузі вимагає детального осмислення його теоретичних засад, висвітлення особливостей його реалізації в сучасних умовах з урахуванням тенденцій розвитку ринку рекламних послуг, що обумовило актуальність наукового дослідження.

Мета статті. Головною метою роботи є визначення пріоритетів маркетингової діяльності рекламних агенцій в Україні на основі виявлення закономірностей та тенденцій розвитку ринку рекламних послуг.

Виклад основного матеріалу. Маркетингова діяльність підприємств рекламної галузі підпорядкована загальним законам розвитку ринку й принципам класичного маркетингу. В основу побудови маркетингової діяльності рекламної агенції зазвичай покладено маркетинг-мікс. Проте його компоненти мають певну специфіку. Зокрема, важливим є виділення окремо елементу «People», оскільки імідж рекламної агенції залежить насамперед від креативності персоналу та впізнання

персональних брендів. Розглянемо маркетинг-мікс у діяльності підприємства рекламного бізнесу детальніше.

Продукти рекламної діяльності – це «товари/послуги, які є результатом діяльності суб'єктів рекламного ринку на етапах технологічного ланцюжка рекламної кампанії» [1, с. 129]. Рекламодавець сприймає рекламу як оплачений ним ексклюзивний товар, завдяки якому можна отримати додатковий прибуток від збільшення обсягів збуту рекламованої продукції. Товар як продукт рекламного бізнесу так само може розглядатись на трьох рівнях (табл. 1).

У рекламній діяльності з позицій представлення рекламного продукту як товару з підкріпленням можна виділити декілька якісних концепцій творчої спрямованості реклами, які спираються на головні тенденції розвитку сучасної реклами, таких як перехід від локальної до загальнонаціональної та навіть глобальної реклами; спрямованість реклами від споживчих нестатків до їх конкретизованих потреб; стратегія створення в рекламі нецінної конкуренції.

Таким чином, у формуванні маркетингової товарної політики рекламних агентств слід виділяти такі пріоритети:

- креативність подання властивостей товару в рекламі, що є одним із головних чинників успіху на ринку рекламної агенції; цей напрям обмежується лише появою на ринку амбіційних товарів-конкурентів належного рівня якості;
- відображення іміджу бренду в рекламному продукті, за якого «розкручений бренд виступає локомотивом у маркетинговому просуванні» [1, с. 134];
- рекламне позиціонування, за допомогою якого цільовій аудиторії забезпечується ефект навіювання, що рекламований товар відповідає її бажанням, потребам, цінностям, ідеалам;
- мультибрендова концепція, що припускає рекламування кількох товарів у межах одного рекламного засобу, пов'язаних між собою приналежністю до наявного або проектного способу життя одного сегменту споживачів;
- мультирегіональна концепція, що може мати особливості вираження властивостей товару відповідно до регіональних звичаїв і традицій;
- квазібрендова концепція, що здійснюється через розроблення локальних брендів та їх відповідне просування;
- перехресна концепція, яка полягає в укладанні взаємовигідних домовленостей між рекламодавцями, завдяки чому споживач набуває можливості придбання товарів за пільговими умовами.

Встановлення ціни на рекламний продукт залежить від багатьох чинників, зокрема популярності рекламної агенції, її

досвіду, відгуків споживачів та попередніх замовників, категорії товарів, для яких розробляється рекламний продукт, цільової аудиторії. Проте можна виділити декілька видів цінних стратегій та відповідних підходів до ціноутворення підприємств рекламного бізнесу (табл. 2).

Збут – це лише одна з багатьох функцій маркетингу, причому часто не найважливіша. Якщо учасник ринку добре працював над такими складовими частинами маркетингу, як виявлення споживчих потреб, розроблення товарів або послуг, що користуються попитом, і встановлення на них відповідної ціни, налагодження системи їх розподілу й ефективного стимулювання, то товари (у цьому разі рекламні продукти) знайдуть свого покупця. Головна мета, яку переслідує маркетингова діяльність, полягає у сприянні збільшенню прибутків рекламної агенції. Якщо розглядати маркетингові аспекти збуту рекламних продуктів та процес їх продажу, то він зазвичай базується на формуванні баз даних дійсних та потенційних клієнтів агенції. Проте важливо оптимізувати процес пошуку клієнтів та продажу рекламних послуг. Важливими етапами оптимізації продажів рекламного продукту є такі.

1) Відбір клієнтів (замовників). На цьому кроці необхідно звернути увагу на діючих клієнтів (вони характеризують успішні сценарії роботи з клієнтом); клієнтів, що відмовилися співпрацювати (необхідно проаналізувати причини відмови); нереалізовані договори (фіксація в CRM-системі допоможе проаналізувати, чому укладання договору не відбулося; наприклад, недостатній бюджет, недосягнення взаєморозуміння з клієнтом).

2) Класифікація клієнтів за сферою (агробізнес, торгівля, послуги); рівнем знань (наскільки добре клієнт розуміє особливості послуг, які надає РА); системою прийняття рішень (хто і як довго приймає рішення); бюджетом (на яку суму можна розраховувати з огляду на обсяги роботи).

3) Підготовка чек-листа для кожного сегменту (необхідно скласти список питань для визначення типу клієнта (сфера діяльності, плани на майбутнє тощо); опрацювати стандартні заперечення; підготувати стандартні листи).

Унікальні пропозиції на ринку реклами бажані, проте не всі споживачі здатні їх оцінити та прийняти, тому часто можна використати стандартні пропозиції. Унікальні пропозиції на ринку реклами доцільні, якщо ціни на рекламний продукт значно вище, ніж у конкурентів. Якщо пропозиція ексклюзивна й ґрунтується на унікальному підході, то необхідно показати це на самому початку спілкування з клієнтом. У всіх інших

Таблиця 1

Трирівневе представлення товару в рекламі

Рівень	Поняття рівня	Рекламні характеристики	Розробник	Користувач
1. Товар (реклама) за задумом	Реклама товару як основної вигоди для споживача	Властивості рекламованого товару та основна вигода формують позитивний образ конкретного товару без упаковки, коментарі.	Рекламодавець	Рекламодавець, споживачі
2. Реклама в реальному виконанні	Розширений продукт із додатковими властивостями	Рівень 1+ (дизайн, сюжет, музика, текст, назва, упаковка, якість, властивості, засоби й канали реклами, тип рекламної кампанії).	Рекламні агенції	Рекламодавець, цільова аудиторія, фокус-група, посередники у просуванні реклами
3. Реклама з підкріпленням	Сукупний продукт	Рівень 2+ (сервіс, гарантії, кредитування, роз'яснення можливостей утилізації, а також навчання споживачів, виховання, формування культури, включення емоційного аспекту).	Рекламні агенції, посередники в рекламній діяльності	Рекламодавець, цільова аудиторія, посередники

Джерело: сформовано автором

Цінові стратегії рекламних агенцій

Тип стратегії	Характер та метод ціноутворення	Мета	Горизонт цілей
Стратегія високих цін	Вище середньоринкової	Отримання надприбутків через «зняття вершків» з тієї групи споживачів, для яких цей рекламний продукт має особливу цінність.	К
Стратегія середніх цін	На рівні середньоринкової	Отримання стабільних прибутків рекламною агенцією протягом тривалого часу за умов стабільності та сприятливого клімату на ринку. Прикладом є реклама у спеціалізованих журналах для певних груп споживачів.	Д
Стратегія низьких цін	Нижче середньоринкової	Проникнення на новий ринок або збільшення ринкової частки на наявному ринку, недопущення банкрутства.	Д/К
Стратегія пільгових цін	Нижче собівартості або нормальної ринкової ціни	Залучення нових споживачів, ознайомлення з рекламною продукцією.	К
Стратегія «ціна/якість»	Нижче або вище нормальної ринкової ціни	Формування репутації рекламної агенції та джерела додаткового прибутку.	Д/К
Стратегія ціноутворення з урахуванням географічного чинника	Диференціація цін залежно від місця перебування замовника або кінцевих споживачів товару	Використання географічного чинника для отримання додаткового прибутку.	К
Стратегія дискримінаційних цін	Врахування відмінностей споживачів, часу замовлення тощо	Використання ринкової ситуації для отримання додаткового прибутку.	К

Джерело: сформовано автором

випадках слід застосовувати стандартну пропозицію. Сегментація допомагає в розумінні очікувань клієнта й складанні стандартних пропозицій.

Необхідно також проводити аналіз виконаних проєктів, за необхідності впроваджувати зміни в сегменти та сценарій продажу. При цьому зміни мають вноситися регулярно на основі отриманих даних.

Просування рекламної агенції та рекламного продукту – це завдання непросте. Основи просування діяльності будь-якої фірми й рекламної агенції схожі, адже необхідно інформувати потенційних споживачів, нагадувати про себе, а також підтримувати сформований імідж. До основних інструментів просування рекламної агенції можна віднести такі (рис. 1).

Сучасні зміни у маркетингу рекламних агенцій відбуваються під впливом низки чинників, які трансформують його змістовне наповнення. Зміни, які відбуваються в поведінці споживачів рекламної продукції та клієнтів-рекламодавців, викликають відчутні трансформації теорії та методології маркетингової діяльності підприємств рекламної сфери. Однією з таких

змін поведінки споживачів рекламної інформації, точніше в аспекті сприйняття й категоризації, є здатність споживачів чітко відрізнити загальну суспільну інформацію від комерційної рекламної інформації, яка надходить до них через засоби масової інформації. Нині комерційна реклама має низький ступінь довіри населення, тому це вимагає від рекламних агенцій пошуку нетрадиційних шляхів впливу на споживачів.

Згідно з В. Шарохиною, рекламна діяльність – це комплекс рекламних заходів, розроблених згідно з програмою маркетингу [5]. В умовах посилення конкуренції серед підприємств рекламного бізнесу маркетингова діяльність набуває величезного значення. Це пояснюється такими причинами. По-перше, ефективність будь-якої рекламної кампанії залежить від точності вибору цільової аудиторії, а оптимальному визначенню аудиторії сприяє точне позиціонування агенції серед конкурентів, тому рекламні агенції бажають зайняти належну ринкову нішу, що неможливо без оцінювання місця на ринку, тобто без детального аналізу зовнішнього середовища, в якому агенція реалізує рекламну діяльність.

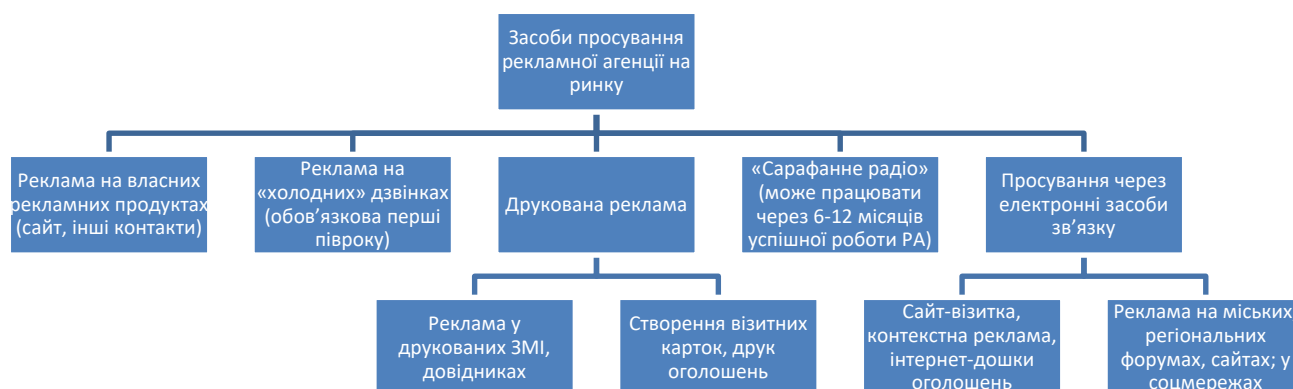


Рис. 1. Основні маркетингові інструменти просування рекламної агенції

Джерело: сформовано автором на основі [4]

По-друге, у процесі розвитку ринкової активності зростає потреба в актуальній інформації рекламного характеру. За сприяння реклами ринок стає більш чітким і доступним для покупців з різними доходами, потребами, традиціями [5], отже, рекламні агенції мають керуватися результатами проведених маркетингових досліджень ринку та споживачів. По-третє, рекламна діяльність має бути результатом спільних узгоджених дій рекламодавця (виробника або продавця товару чи послуги) як замовника реклами та рекламної агенції як виконавця, організатора й координатора рекламної кампанії. Такий підхід відомий як маркетинг взаємодії і дає змогу створювати в цьому разі більш ефективний рекламний продукт.

Серед рекламних агенцій необхідними завданнями у сфері маркетингу вважаються ті, без виконання яких підприємство не зможе існувати, а саме «пошук нових клієнтів агентства, визначення його позиціонування, розробка стратегії розвитку, формування цінової політики, планування асортименту рекламних послуг та моніторинг ринкової поведінки агентств-конкурентів» [6, с. 386]. Результати опитувань також свідчать про розуміння персоналом рекламних агенцій необхідності впровадження сучасного маркетингового інструментарію, що в подальшому сприятиме формуванню ними конкурентних переваг та посиленню їх ринкових позицій.

На маркетингову діяльність рекламних агенцій, безсумнівно, впливають технологічні й організаційні зміни на рекламному ринку. Однією з характерних тенденцій таких сучасних змін в Україні є той факт, що донедавна попит на послуги рекламних агенцій з боку потенційних та наявних рекламодавців здебільшого перевищував пропозицію [7, с. 622].

Протягом останніх років кардинально змінилися схеми взаємин рекламних агенцій та підприємств-замовників. Якщо раніше рекламні агенції докладали зусиль для пошуку клієнтів, то зараз здебільшого рекламодавці самі знаходять рекламні агентства й пропонують їм взяти участь у тендерах. Рекламні агенції з урахуванням власних інтересів та можливостей вирішують, чи брати участь у тендерах. Поступово процес вибору агенції та рекламодавця став взаємним і вигідним процесом. Щоправда, зазначена тенденція характерна для більшості «широкопрофільних» рекламних агенцій, що добре зарекомендували себе як у Києві, так і в розвинутих промислових регіонах України [7; 8].

Другою особливістю розвитку рекламного ринку України є посилення вимог рекламодавців до якості рекламного продукту та характеру відносин. У процесі вибору рекламної агенції та попереднього оцінювання якості рекламних послуг усе більша увага приділяється здатності до довготривалих партнерських стосунків. Ця зміна є суттєвою й впливає на зміну ринкових позицій рекламних агенцій різних видів на українському ринку. Така тенденція диктує зміни маркетингових підходів рекламних агенцій, зокрема перехід до концепції маркетингу відносин і вибір ними стратегії підтримання конкурентних переваг з акцентом на формування лояльності.

Ранні етапи розвитку рекламного ринку України демонстрували високу значимість фактору низької ціни й досить високої якості рекламних послуг у процесі залучення клієнтів. Співробітництво з рекламними агенціями в попередні роки для багатьох підприємств мало переважно тактичний та короткостроковий характер. Як наслідок, рекламна агенція залишалась тільки виконавцем завдань рекламодавця й не відповідала за кінцевий результат (ефективність реклами). Однак із часом для більшості товаровиробників стало зрозуміло, що потрібен комплексний підхід у роботі зі споживачами, торговими марками,

просуванням брендів, що ефективність реклами не завжди залежить від ціни. З іншого боку, стало зрозуміло, що висока якість роботи рекламної агенції – це не тільки створення й розміщення реклами, але й стратегічне планування рекламних кампаній від маркетингових досліджень ринку до визначення цільової аудиторії та уточнення характеристик споживачів; «результативність рекламних кампаній, відповідальність під час виконання замовлення, чітка координація взаємодії між рекламодавцем і рекламним агентством, а також здатність рекламних агентств розділити з рекламодавцем провину за невдачі, якщо вони виникнуть (зокрема, деякі провідні рекламні агентства під час установавання цін на свої послуги визначають певну базову комісію, яка забезпечує мінімальну рентабельність під час роботи з рекламодавцем, і бонус, який оплачує рекламодавець за досягнення необхідного обсягу продажу продукції рекламодавця після рекламної кампанії)» [7, с. 623].

Останніми роками виробники, вибираючи рекламну агенцію, все частіше аналізують її здатність працювати з ними протягом тривалого часу в одній команді, нести відповідальність за кінцевий результат. Оскільки досить велика кількість рекламних агенцій продовжує вести маркетингову діяльність за тими ж принципами, що й десятиліття тому, деякі з них, що не адаптувалися вчасно до ринкових вимог, можуть втратити позиції або збанкрутувати. У зв'язку з описаною тенденцією варто підкреслити, що на сучасному етапі успішний бізнес рекламних агенцій вимагає встановлення довгострокових відносин із замовниками.

Ще однією характерною рисою рекламного ринку України є зростання кількості регіональних підприємств, які прагнуть співпрацювати саме з київськими агенціями. Проте наявний і протилежний тренд: частина компаній, що розташовані в Києві, починає працювати з регіональними рекламними агенціями, що може стимулювати розвиток регіонального рекламного бізнесу. За зростання інтересу до кваліфікованих регіональних рекламних агентств протягом найближчих двох років їх частка на ринку може вирости вдвічі.

Наступною тенденцією ринку рекламних послуг України є те, що змінилися характер і предмет конкуренції між рекламними агенціями. Якщо раніше конкуренція точилась навколо асортименту рекламних послуг та цін, то сьогодні ці параметри вирівнюються, а все більшого значення набуває здатність рекламної агенції до реалізації цілей конкретних клієнтів та організації ефективної взаємодії з рекламодавцем. На перший план усе частіше виходить здатність рекламного агентства працювати не з виконавцем, а з організатором успішної взаємодії між ним і рекламодавцем. При цьому О. Харчук вважає, що «найбільша перспектива у тих рекламних агентств, які чітко розуміють такий момент: у клієнта є чимало переваг перед агентством – у знанні ринку, виробництва, міжнародного досвіду» [7, с. 624].

Ще однією тенденцією ринку рекламних послуг є посилення ролі та збільшення частки інтернет-реклами. Так, за даними Всеукраїнської рекламної коаліції, у 2020 році зростання ринку інтернет-реклами продовжиться, ключовими факторами зростання стануть домінуючі обороти глобальних гравців, таких як «Facebook» (для банерної реклами), «Google» («Youtube») (для онлайн-відео й пошуку), а також прогнозується подальше зростання частки мобільного трафіку, що пояснюється позитивною динамікою мобільного споживання Інтернету населенням України [8]. Цю тенденцію також слід враховувати під час планування маркетингової діяльності рекламних агенцій.

До сильних сторін ефективно працюючої рекламної агенції належать досвід роботи на ринку, креативність, технології створення та розвитку брендів, злагоджена, досвідчена команда професіоналів. Завдання агенції на сучасному етапі полягає не тільки в тому, щоби виявити свій потенціал якнайкраще, але й у тому, щоби оптимальним чином об'єднати можливості та сильні сторони обох учасників взаємодії.

Схематично SWOT-аналіз маркетингової діяльності рекламних агенцій наведено в табл. 3.

Отже, виділені вище тенденції розвитку ринку реклами впливають на розвиток рекламних агенцій і вимагають удосконалення маркетингової діяльності. Зокрема, зростають вимоги до комплексності послуг рекламної агенції, адже недостатньо бути просто виконавцем завдань рекламодавця й виступати своєрідним посередником між ним та засобами масової інформації [7].

Щоб відповідати вимогам ринку, рекламній агенції треба виступати в ролі організатора комплексних рекламних кампаній (не лише розробити медіаплан для клієнта та здійснити безпосереднє розміщення реклами в ЗМІ, але й надавати повний комплекс консультаційних маркетингових послуг, зокрема за потреби провести маркетингове дослідження ринку, розробити стратегію позиціонування для підприємства – замовника реклами, проаналізувати потреби, мотиви й вимоги споживачів продукції рекламодавця та скласти їх портрет, спільно з рекламодавцем розробити маркетингову стратегію й тактику і вже з огляду на загальні цілі та завдання маркетингової програми клієнта розробити відповідну рекламну кампанію).

З огляду на вищенаведене сьогодні будь-якій рекламній агенції для збереження й посилення ринкових позицій слід реорганізувати свій бізнес так, щоби перетворитись на агенцію з повним комплексом рекламних та маркетингово-консультаційних послуг. Такий комплекс послуг має включати:

1) виробництво аудіо- та відеопродукції (виготовлення рекламних роликів, заставок і логотипів, сюжетів та репортажів, розважальних програм тощо);

2) розміщення реклами на телебаченні, радіо, в пресі;

3) весь комплекс зовнішньої реклами (виготовлення й розміщення реклами на громадському транспорті, щитових конструкціях);

4) медіапланування (розроблення рекламних концепцій і стратегій рекламних кампаній у ЗМІ (аналіз конкурентів, визначення ринкових позицій, розроблення маркетингових програм для клієнтів, визначення переваг споживачів щодо ЗМІ, розроблення інструментів охоплення цільової аудиторії, визначення термінів рекламної кампанії, визначення ЗМІ, купівля рекламних місць у ЗМІ, моніторинг та аналіз проведення кампанії);

5) розроблення фірмового дизайну та стилю;

6) PR-послуги (розроблення концепції PR-кампаній, організація та супровід прес-конференцій, брифінгів та інших заходів, підготовка й розміщення матеріалів у друкованих та електронних ЗМІ, організація та ведення роботи зі ЗМІ (media-relations), розраховані під конкретного замовника й погоджені з його цілями та завданнями);

7) організацію спонсорських проєктів та управління ними;

8) просування товарів і послуг («Promotion») від невеликих проєктів до загальнонаціональних кампаній і промо-турів, заходи в місцях продажу;

9) представлення клієнтів на виставках і ярмарках, організації спеціальних заходів для клієнтів.

Функціонування підприємства рекламного бізнесу як агенції з повним комплексом рекламних та маркетингово-консультаційних послуг сприятиме підвищенню ефективності, стійкості та конкурентоспроможності на ринку рекламних послуг.

Висновки і пропозиції. В основу побудови маркетингової діяльності рекламної агенції зазвичай покладено класичний маркетинг-мікс з виділенням окремо елементу «People», оскільки імідж рекламної агенції залежить насамперед від креативності персоналу та впізнавання персональних брендів. Продукти рекламної діяльності – це товари/послуги, які є результатом діяльності суб'єктів рекламного ринку на етапах технологічного ланцюжка рекламної кампанії. Рекламодавець сприймає рекламу як оплачений ним ексклюзивний товар, завдяки якому можна отримати додатковий прибуток від збільшення обсягів збуту продукції. Рекламний продукт може розглядатися на трьох рівнях, а саме за задумом, у реальному втіленні та з підкріпленням. У формуванні маркетингової товарної політики рекламних агенцій нами виділено такі пріоритети, як креативність подання властивостей товару в рекламі; відображення іміджу бренду в рекламному продукті; рекламне позиціонування,

Таблиця 3

SWOT-аналіз маркетингової діяльності рекламних агенцій

Сильні сторони	Слабкі сторони
– Позитивний імідж на локальному та/або міжнародному ринку; – досвід рекламної діяльності; – належність до мережі світової рекламної агенції; – наявність потужних міжнародних та локальних компаній у портфелі клієнтів; – досвід керівництва; – наявність креативної команди; – відсутність конфліктів; – високий рівень дохідності активів; – сформована матеріальна база; – наявність сучасного програмного забезпечення.	– Недостатній рівень маркетингової діяльності та просування рекламної агенції; – недостатня кваліфікація окремих працівників; – недостатня мотивація праці; – недостатній рівень захисту інформації; – нечіткість формулювання посадових обов'язків працівників.
Можливості	Загрози
– Розширення портфеля клієнтів; – участь у міжнародних рекламних конкурсах та завоювання престижних нагород; – залучення у зарубіжні проєкти; – інвестиції в персонал (навчальні тренінги, стажування за кордоном).	– Економічний спад та зниження бізнес-активності; – зміна рекламного законодавства, що зменшить рекламні бюджети клієнтів; – посилення інтенсивності конкуренції; – недоброчесна конкуренція.

Джерело: сформовано автором

за допомогою якого цільовій аудиторії забезпечується ефект навіювання; мультибрендова концепція. Встановлення ціни на рекламний продукт залежить від багатьох чинників, зокрема популярності рекламної агенції, її досвіду, відгуків споживачів та попередніх замовників, категорії товарів, для яких розробляється рекламний продукт, цільової аудиторії. Маркетингові аспекти збуту рекламних продуктів базуються на формуванні баз даних дійсних та потенційних клієнтів агенції. Нами визначено такі етапи оптимізації продажів рекламного продукту, як відбір клієнтів (замовників); класифікація клієнтів за сферою бізнесу, рівнем знань, системою прийняття рішень, бюджетом; підготовка чек-листа для кожного сегменту. Сформовано схему основних маркетингових інструментів просування рекламної агенції, до яких віднесено рекламу на власних рекламних продуктах, «холодні дзвінки», друковану рекламу, «сарафанне радіо» та просування через електронні засоби зв'язку.

Виявлено, що сучасні зміни у маркетингу рекламних агенцій відбуваються під впливом низки чинників, які трансформують його змістовне наповнення, зокрема змін поведінки споживачів рекламної інформації в аспекті сприйняття її категоризації; технологічних та організаційних змін на рекламному ринку; змін взаємин рекламних агенцій і підприємств-замовників; зростання кількості регіональних підприємств, які прагнуть співпрацювати з київськими агенціями; змін характеру й предмета конкуренції між рекламними агенціями, посилення діджиталізації. З урахуванням зазначених тенденцій будь-якій рекламній агенції для збереження й посилення ринкових позицій слід реорганізувати свій бізнес так, щоби перетворитись на агенцію з повним комплексом рекламних та маркетингово-консультаційних послуг.

Література:

1. Васильев Г., Поляков В. Рекламный маркетинг. Москва : Вузовский учебник, 2010. 276 с.
2. Власова М., Морохина В. Ценообразование на рынке медиаиндустрии. Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2012. С. 239–245. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsenoobrazovanie-na-rynke-mediaindustrii/viewer> (дата звернення: 02.04.2020).
3. Логинова А. Оптимизация продаж агентства. URL: <https://elama.ru/blog/optimizaciya-prodazh-agentstva> (дата звернення: 04.04.2020).

4. Реклама рекламного агентства. URL: <http://biz911.net/organizatsiya-biznesa/reklama-dlya-biznesa/reklama-reklamnogo-agentstva> (дата звернення: 05.04.2020).
5. Шарохина С., Братухина Е. Рекламная деятельность как система. *Наукоеведение*. 2016. Т. 2. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklamnaya-deyatelnost-kak-sistema> (дата звернення: 07.04.2020).
6. Мельникович О. Парадигма маркетингу підприємств рекламної галузі. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11464/1/65.pdf> (дата звернення: 07.04.2020).
7. Харчук О., Черевач С. Тенденції розвитку ринку реклами України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 20. С. 622–625.
8. Всеукраїнська рекламна коаліція. URL: <https://vrk.org.ua/ad-market> (дата звернення: 09.04.2020).

References:

1. Vasyly'ev Gh., Poljakov V. Reklamnyj marketyng [Advertising marketing]. M. Vuzovskijy uchebnyk, 2010.
2. Vlasova M., Morokhyna V. Cenoobrazovanye na rynke mediyayndustriy. Teoryja y praktyka servysa: ekonomyka, socyjal'naja sfera, tekhnologhyy [Pricing in the Media Industry Market. Service theory and practice: economics, social sphere, technologies]. 2012, pp. 239–245. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsenoobrazovanie-na-rynke-mediaindustrii/viewer> (accessed 02 April 2020).
3. Lohynova A. Optymyzaciya prodazh aghentstva [Sales agency optimization]. Available at: <https://elama.ru/blog/optimizaciya-prodazh-agentstva> (accessed 04 April 2020).
4. Reklama reklamnogho aghentstva [Advertising of an advertising agency]. Available at: <http://biz911.net/organizatsiya-biznesa/reklama-dlya-biznesa/reklama-reklamnogo-agentstva> (accessed 05 April 2020).
5. Sharokhyna S., Bratukhyna E. Reklamnaja dejatel'nostj kak systema [Advertising as a system]. *Naukovedenye*, 2016, t. 2, № 8. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklamnaya-deyatelnost-kak-sistema> (accessed 07 April 2020).
6. Meljnykovych O. Paradyghma marketynghu pidpryjemstv reklamnoji ghaluzi [Paradigm of marketing of advertising industry enterprises]. Available at: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11464/1/65.pdf> (accessed 07 April 2020).
7. Kharchuk O., Cherevach S. Tendenciji rozvytku rynku reklamy Ukrainy [Trends in the Advertising Market in Ukraine]. *Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky*. 2017. Vyp. 20. 622–625.
8. Vseukrajinsjka reklamna koalicija [All-Ukrainian Advertising Coalition]. Available at: <https://vrk.org.ua/ad-market> (accessed 09 April 2020).

Аннотация. Статья посвящена уточнению содержания и структуры комплекса маркетинга предприятия рекламной отрасли в современных условиях на основе определения тенденций развития рынка рекламы. Выделены и рассмотрены отдельные составляющие маркетинга-микс рекламного агентства. Раскрыто содержание рекламного продукта как товара, выделена его трехуровневая структура. Выявлены приоритеты в формировании маркетинговой товарной политики рекламных агентств. Выделены факторы ценообразования на рекламный продукт, предложено несколько видов ценовых стратегий и подходов к ценообразованию предприятий рекламного бизнеса. Разработаны этапы оптимизации продаж рекламного продукта. Доказана целесообразность разработки и применения уникального предложения рекламного продукта в конкретных случаях. Приведена классификация основных инструментов продвижения рекламного агентства в современных условиях. Выявлено, что ключевыми тенденциями развития рынка рекламных услуг являются технологическое усложнение рекламы; процессы концентрации рекламной деятельности; формирование сетей рекламных агентств; рост влияния заказчиков, установление долгосрочных отношений между заказчиками и агентствами, диверсификация, возрастание роли интернет-рекламы. Сформулированы приоритеты маркетинговой деятельности рекламных агентств на украинском рынке рекламных услуг.

Ключевые слова: реклама, маркетинг, продукт рекламной деятельности, цена, сбыт, продвижение рекламного агентства, рынок рекламы, тенденции развития рынка рекламных услуг.

Summary. The article is devoted to clarification of the content and structure of the marketing complex of the enterprise of the advertising industry under modern conditions on the basis of determination of development tendencies of the advertising market. The individual components of an ad agency's marketing mix have been isolated and reviewed. The content of the advertising product as a product is disclosed and its three-tier structure is highlighted. Priorities in the formulation of marketing agencies' advertising policies have been identified. The factors of pricing for an advertising product have been highlighted, several types of pricing strategies and appropriate approaches to pricing of advertising business enterprises have been proposed. Steps have been developed to optimize ad product sales. The feasibility of developing and applying a unique promotional product offer in specific cases has been proved. The classification of the main tools of promotion of an advertising agency in modern conditions is given. A major advertising agency promotion marketing toolkit has been developed, which includes in-house advertising, "cold calling," advertising in print media, "word of mouth," and electronic communications. It is revealed that the key tendencies of development of the market of advertising services are technological and technical complication of advertising; processes of concentration of advertising activity; growing influence of customers, establishing long-term relationships between customers and advertising agencies. It is determined that the main factors of development of the market of advertising services now are globalization, integration, concentration, formation of networks of advertising agencies, diversification, growth of the role of Internet advertising by reducing other types. With these trends in mind, any advertising agency to maintain and strengthen its market position should reorganize its business to become an agency with a full range of advertising and marketing consulting services. The priorities of marketing activity of advertising agencies in the Ukrainian market of advertising services are formulated. These include a comprehensive approach to dealing with consumers, brands, brand promotion, strategic planning of advertising campaigns, starting with market research, determining the target audience and characteristics of consumers, monitoring the effectiveness of advertising campaigns, responsibility during the accomplishment of orders, clear coordination of interaction between the advertiser and the advertising agency.

Keywords: advertising, marketing, product of advertising activity, price, sale, promotion of advertising agency, advertising market, trends of development of advertising services market.

Melnyk Mariia

*PhD, Senior Lecturer of Finance,
Banking and Insurance Department,
Sumy National Agrarian University*

Wang Yu

*Student,
Sumy National Agrarian University*

FINANCIAL RESULTS OF STARBUCKS IN CHENGDU CITY, CHINA

ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ КОМПАНІЇ STARBUCKS У М. ЧЕНДУ, КИТАЙ

Summary. With deepening reforms and the rapid development of the Chinese economy, the Chinese market has attracted enterprises from abroad. Thanks to a new business model, an improved business philosophy, excellent service and excellent quality, Starbucks has gained a good reputation among the Chinese consumers and gained a high level of profitability, and became an example for many enterprises of this network. The article reviews the financial performance of Starbucks over the past five years as the main subject of research and analyzes the financial statements of Starbucks in Chengdu using the basic method of financial analysis. An analysis of the financial statements of Starbucks Chengdu over the past five years showed that although the company was profitable and built up a good reputation in just a few years, there are still some problems in the business process, namely problems in financial management. Therefore, given these problems, proposals and prospects for the future are put forward.

Keywords: Starbucks, financial indicators, costs of expansion of production, diversification, methods of financial analysis, profit, taxes.

Formulation of the problem. In the implementation of production and financial activities of enterprises a large number of interrelated material, labor and financial resources are involved. The main goal of any business is to get a positive financial result and find ways to increase it.

In the market environment of conducting business activities, enterprises should ensure themselves sustainable economic development, taking into account the peculiarities of the market environment and effectively conduct business process, increase the level of self-financing and innovative improvement of their activity. In such circumstances, the study of the dialectic of the category of financial result, its relationship and interaction with other economic indicators, and formation on this basis of stable prerequisites for increasing profitability, competitiveness and ensuring stable development of economic activity of the enterprise in the long-term perspective are of considerable scientific and practical value.

Analysis of recent research and publications. Significant contribution to the study of theoretical foundations of the category of financial result was made by such leading foreign and domestic scientists: I.O. Blank, O.V. Budko, F.F. Butynets, A.G. Zagorodnii, G.L. Voznyuk, S.L. Londar, O.V. Tymoshenko, R.V. Skaliuk and

other scientists. But despite the considerable scientific achievements of these scientists on the subject under study, some problematic issues require more detailed study and resolution, since economists often consider the question of profit management rather than the financial results of the enterprise [1; 5; 3; 9; 7].

Problem statement. Despite the interest of scientists in the selected issues, the study of the category «financial result», as a multifaceted indicator of the effectiveness of the enterprise, does not lose relevance. Therefore, the study of the financial result on the example of Starbucks deserves further attention.

The main material research. With the growth and development of China's economy, more and more excellent foreign enterprises come to China. Starbucks, a global household name, came to China and was quickly accepted, loved and brought its own brand fashion culture. Starbucks' success in China has become a model for many global chains and inspirational books. Since the reform and opening up, China's economy has been rapidly developed, local enterprises are growing up day by day. With the development of global integration, more and more Chinese enterprises have set their sights on the international market, and at the same time, China has gradually formed a huge market that makes the whole world excited. Faced with such reality, many state-owned and private enterprises in China are eager to expand outward, and there are many problems in their development process, not only the lack of professional management knowledge, especially the lack of attention to finance [12; 16].

As a result, the control ability of the enterprise is low, so that the enterprise cannot continue to develop well. This paper will read the secret language from the financial statements of Starbucks Chengdu company, and summarize the methods and means of financial control by discussing the operation mode and applying the relevant knowledge of financial statement analysis, in the hope that relevant industries in China, especially the tertiary industry, can get some enlightenment from it.

Chapter 1. Starbucks company profile.

1. The introduction of Starbucks

Starbucks coffee company, founded in 1971, is the world's leading specialty coffee retailer, roaster and brand owner. Its retail products include some of the world's best coffee beans.

There are more than 30 kinds, also it provides a variety of functions and styles of coffee machines, coffee cups and other goods. Starbucks was bought by its chairman, Howard Schultz, in 1987,

and then the company has gone from bad to better. In June 1992, Starbucks successfully listing as the first specialty coffee company. As of 2013, it has more than 13 000 stores worldwide with more than 145 000 employees [8; 11].

Starbucks Corporation is among the giants that see great potential in China and hopes to make the country its largest international market outside the U.S. in the near future. Starbucks opened its first store in Taiwan in March 1998, and its first store in mainland China in Beijing in January 1999. According to the statistics of 2013, Starbucks has opened nearly 700 stores in China, including Hong Kong, Macao and Taiwan, about 560 of which are in mainland China. At the end of 2005, Starbucks established Starbucks Enterprise Management (China) Co., Ltd. in Shanghai, which is mainly responsible for the strategic development, market development and operation of Starbucks in greater China. Since its establishment at the end of 2005, Starbucks in Chengdu has opened 41 stores in Chengdu and Chongqing, and opened its first store in Wuhan in 2009 [13].

2. The background of Starbucks brand.

Firstly, the growth of Starbucks. Starbucks is the name of a world-famous coffee chain. Gerald Baldwin, Zev Siegl and Gordon Bowker opened their first specialty coffee and spice store, Starbucks, at Seattle's Pike Place Market in 1986. Howard Schultz joined Starbucks in 1982. He used his personal experience to change Starbucks' business philosophy and achieve success. In 1986 Mr Schultz paid to restructure Starbucks, transforming it into an Italian coffeehouse and running it entirely on his own terms. Over the past two decades, Starbucks has grown, first, in the United States and then globally. Superficially, Starbucks' star journey is to sell coffee, but in fact, it provides people with an «experience» environment while selling coffee. It is these elements that convey Starbucks' corporate culture and core values of the brand to consumers and bring them unforgettable consumption experience [15].

Second, Core brand value of Starbucks

a. Experimental marketing

It is thought in Starbucks that its product is not just a cup of coffee, but the whole experience in a coffee shop. Starbucks has made full use of «experience» as its winning marketing tool. That is, it is an experience at all moments of contact between the enterprise and the customer. So, experience is a lifestyle change. It is this desire for lifestyle change that has created Starbucks' core brand value. One of Starbucks' main competitive strategies is to communicate with customers in the coffee shop, and pay special attention to the communication with customers [14].

b. One-to-one personalized service

In the stores of Starbucks, the communication and communication between customers and staff are ubiquitous, which can be felt both in the store and in the after-sales service. With the experience as the platform, the experience will be fully developed through specific details, so that the customers as the protagonist can fully show their personality and experience a completely different experience.

3. The development of Starbucks in China

A. Development analysis of Chinese coffee market

It has been more than 100 years since the introduction of coffee in China. Coffee production in China has experienced a tortuous course of development. From the peak period of development in the 1950s to the 1960s, the production was reduced, until the 1980s, with the development of China's economy, coffee production recovered rapidly. Since the beginning of the 21st century, with the development of China's economy and the continuous improvement of people's quality of life, coffee consumption has increased rapidly, with the annual market growth rate reaching 10%-15%. Based

on the global consumption of 4 million tons, China's coffee consumption market still has much space and potential. By 2012, the consumption will reach 120,000 tons, the retail sales of the market will reach tens of billions CNY, which let us see a huge market, a huge profit. Pablo Dubois, head of operations at the international coffee organization (ICO), sees great potential in the Chinese market. «The Chinese market is already showing signs of following this trend, so China will become an important coffee consumer market in the world.»

B. Analysis of the Chinese consumers

With the further recognition of coffee in China, more and more consumers will believe in it. According to a survey of inland cities, 32 percent of urban residents drink coffee. There are also a lot of potential consumers who are influenced by their friends or who like the environment of the coffee shop. There are also a large number of returnees who have brought new lifestyles and ideas with them. Under their guidance, new people will also like coffee. With people's understanding of coffee and coffee culture, more and more consumers will come into the store to consume. Young and middle-aged people will become the mainstream consumer group. The young people born in the 1980s are very quick to respond to and accept new things. They are interested in and willing to try foreign food culture [17].

C. The market positioning of Starbucks

Starbucks will own positioning independently of the family, away from the office of the «third space», and its target market is paying attention to enjoy, leisure rich small endowment emotional appeal of urban white-collar workers, in the coffee shop, the music in Starbucks is from already developed with independent intellectual property rights, all of these meet the fashion, trendy, the pursuit of fashionable white-collar class. Moreover, the provision of network has promoted the growth of «third space». The wireless Internet area set up in the coffee shop provides convenient services for mobile office and tourists. Starbucks with its unique way of experience, let the target customers focus on their own favorite, suitable for their own taste, in line with their own personality of coffee [4]. In addition, excellent service, excellent quality, standard operation, on-site preparation and continuous launch of new products are important factors for its successful market positioning and rapid development in a country where tea is a traditional beverage.

D. Starbucks' competitors in the Chinese market

Coffee brand has a lot of the mainland market, such as earlier Taiwan island coffee, Japan's pot of coffee, as well as the new Pacific, Costa coffee Starbucks as the most powerful competitors, comprehensive analysis, Starbucks is facing competitors can be roughly divided into two forms: one kind is the same independent local coffee shop with the brand identity in the coffee chain and into the market in succession. The other is convenience stores, fast food restaurants and vertical coffee machines. But there is still a long way to go before the Chinese, who are accustomed to tea, can drink coffee on a regular basis.

4. The prospect of Starbucks in the Chinese market

Due to the huge potential of the current Chinese market and the gradual formation of its own coffee culture, the coffee market is expanding at a rate of more than 30% per year, so there is a huge room for value added in the Chinese coffee market.

With the rapid development of China's economy, the improvement of education and lifestyle, more and more people will go to coffee shops. At that time, coffee will be closely connected with our life, no longer just a drink, but gradually become the necessity of life, but also closely linked with fashion, taste, reflect the high

quality of modern life. Both friends and business meetings can be held in the café [2].

China is Starbucks' second-largest market now after the U.S. Starbucks will continue to increase its investment in China. Because of its popularity and business philosophy has been accepted and recognized by the domestic people.

5. Problems in the development of Starbucks in China

Since its first store in Beijing in 1999, Starbucks has opened 700 stores in China, including Hong Kong, Macao and Taiwan. The rapid expansion has made Starbucks popular and profitable in China, but it has also created a series of unprecedented problems.

A. Rapid expansion leads to excessive capital occupation.

Taking the Chengdu company as an example, the first store opened in the first floor of Wangfujing shopping mall. Due to its good location, large crowds and being the first store in Chengdu at that time, the opening made Starbucks the sales champion of single store in mainland China. Shocked by the mainland's spending power, the company accelerated the pace of opening stores in Chengdu over the next two years. Throughout the Starbucks stores in mainland China, they are all located in places with large crowd flow, uniform decoration and equipment, high rent and large investment in fixed assets. In order to achieve perfection, a lot of equipment and decoration materials are shipped from the United States [6].

This makes each branch invests a lot of capital, make the capital of the company takes up too much, which are also a big risk in management. Chengdu company is compared with XX yuan coffee shop, another successful coffee retail chain in Chengdu.

It can be seen that the local coffee chain with good reputation in Chengdu has opened 15 stores in 14 years, while Starbucks has opened 24 stores in 7 years. The cost of the decoration and equipment of the single store is also much higher, which is also related to the different requirements and standards of the company.

Many of Starbucks' equipment and ingredients are purchased globally in order to ensure its first-class quality, which also increases the cost and capital consumption. With the increase of stores, rent, personnel management, the purchase of fixed assets and other costs come with it, which is a heavy burden for the newly established companies, greatly occupies the capital, and also increases the operational risk. This is a more prominent problem of Chengdu company at present [10].

B. The cost is too high.

In order to ensure the company's high-quality service and good corporate culture, the company conducts more training for employ-

ees, but the training input increases rapidly every year due to the excessive turnover of personnel.

In addition, in order to ensure the quality of coffee, many main ingredients are purchased and transported from the United States, which makes the transportation cost of each branch account for a large proportion of the total cost. It can be seen from the financial statements of these years that the main business cost accounts for the proportion of the revenue in the cost of transportation [18].

All of them are lower than the proportion of the period expenses in the income, and the period expenses account for more than 50% of the main business income, which makes the net profit drop significantly and also leads to the decline of the net interest rate on sales. Take the income and cost of Chengdu company from 2016 to 2018 as an example.

As can be seen from the above table, the period expenses of Chengdu company account for a large proportion of the income. Further analysis shows that transportation cost and management cost account for a large proportion in the period.

This is because some raw materials are shipped directly from the United States, which adds to the cost. In addition, with the increase of stores, the training cost of employees has also been greatly increased, which makes the cost of the period to remain high, and now it has become a problem that needs to be improved immediately.

C. The slow development of new products will affect the sales revenue.

Compared with the same industry, new product development of Starbucks is performed not good enough, so more than ten years of coming to China its varieties changed little and the pace is a little slower than of the other coffee chains, so that influences the choice of consumers. At present, the product is classic coffee, Starbucks Frappuccino, coffee and tea, and setting up a little change, everyone is familiar with its variety and taste. Compared with the local XX yuan coffee shop, it is also a coffee chain. You can not only taste the authentic coffee, but also eat a variety of drinks and the current trend of the meal, product innovation, so that consumers have more choices. At present, many competitors enter the market in succession, and there are some new drinks or various dairy products to replace, these are potential threats for Starbucks. All these problems occurred in the development process of China. Only Starbucks can develop better and go further in China by timely adjustment and improvement to make localization do better.

Chapter 2. Financial analysis of Starbucks in Chengdu company.

Financial analysis plays an important role in enterprise financial management. It is an important basis for evaluating the business

Table 1

Store comparison between the two companies

Name	Date	Number	Site scope	Cost of decoration and equipment
Starbucks	2006	24	Third ring road	70-90
XX yuan	1998	15	Third ring road	50

Sources: own research

Table 2

Sales of Chengdu company in three years

Indicators	2016	2017	2018
Main business income	87260565	99914409	173851072
Main business cost	23753796	32552488	56641329
Proportion of main business revenue	27.21%	32.58%	32.58%
Period expense	5190852	60159178	98469354
Proportion of main business revenue	59.47%	60.21%	56.64%

Sources: own research

performance and financial status of enterprises. By analyzing the financial status of the enterprise, the operating ability, profitability, solvency and growth ability of the enterprise can be understood, which is conducive to the objective evaluation of the operating performance and financial status of the managers and their related personnel [19; 20].

1. Financial index system analysis

A. Historical comparative analysis

Starbucks in Chengdu company has been working hard since its establishment and has gradually opened the Chengdu market through years of hard work. This paper lists the following specific financial indicators after sorting and calculating the financial statements of Chengdu company in the past five years.

It shows the weak solvency. The financial security of a company is mainly reflected by the solvency of the company, that is, whether it can pay the debts due in full on time.

Therefore, paying attention to the effectively improve the company's debt paying ability is not only a guarantee to safeguard the rights and interests of the company's creditors, but also an objective requirement for the company to survive and continue to develop in the market competition. The solvency of Starbucks corporation is carried out from two aspects: short-term solvency and long-term solvency [17].

2. Prospect analysis

Through introduction to the Chengdu company and the company five years the results of tracking analysis, we know that Starbucks was founded in 2006 in Chengdu after management center. After five years of operation profit, this short into make profits, this is very rare in foreign fast away industry, suggesting a Starbucks not only accepted by people in mainland China and fell in love with it, the development of considerable scale and enter the benign development. Firstly, it takes unique corporate culture and excellent operation mode have conquered the inland areas where tea is the main drink, and its advantages and potential are huge. During the operation in Chengdu, the company has made many local adjustments in terms of operation, management and service, so as to make Starbucks more regional and human. After having this good foundation, Chengdu company opens a large number of new stores according to the mode of headquarters, and has gone deep into the second and third tier cities, rooted in the inland. From these years of sales revenue can be seen, each year than the previous year growth is: 36%, 42%, 14%, 74%, it is a high speed growth development. Secondly, in recent years, the management of Chengdu company has been replaced, from the original headquarters to the present peer recommendation, competition, and the average age of about 30 years old, young people's enthusiasm, vitality, professionals in

the industry, all these make the company management, professional and other aspects of talent matching reasonable and perfect. However, in this development process, we found some points that are worth noting:

Conclusions from the study. Through the analysis of the financial statements of Chengdu company in the past five years, we can see that although the company has realized the overall profit and created a good reputation in just a few years, there are still some problems in the development process from both financial management and operation. The following conclusions can be drawn:

1. Rapid expansion leads to excessive capital occupation and excessive outflow of investment cash

Due to the rapid expansion of Chengdu company after entering the Chengdu market, the rapid development of the company has strained the company's cash flow, and the overall development of the company is not good. Although the indicators of debt paying ability, operation ability and development ability have been increasing year by year, it can be seen from the balance sheet that the company's accounts receivable, inventory and short-term liabilities are relatively low, and the investment of fixed assets is too significant for the company, the outflow of investment cash flows is too large and the inflow is too small.

2. High proportion of fixed assets leads to high cost

As the investment in fixed assets increases with the opening of stores, the asset-liability ratio is also high, which is very dangerous for the company to operate. It can be seen from the income statement that the company's main business costs and operating expenses account for a high proportion and grow rapidly year by year, which greatly reduces the net interest rate.

3. The main business cost is too high, the sales gross profit growth is slow, resulting in slow sales revenue growth Chengdu company from the beginning of its establishment to the product update speed is too slow compared with the same industry, which is far from meeting the needs of consumers. Since the establishment of the company, it has provided consumers with the coffee and cakes, which is far behind the local coffee chain in terms of product variety and update speed. In this way, it will create management centers for long-term training trainees to provide to new stores. These training expenditure, personnel salary and so on all increased the expense. Suggest of the company change the marketing strategy, can slow down the pace of store opening. Focus on the operation of high-quality stores, improving the efficiency of a single store, so as reducing expenses, increases the net cash flow of the investment activities. Lower store rents, sign long-term rental contracts with real estate developers, or buy prime real estate, which can be used as long-term investment.

Table 3

Chengdu company of Starbucks in the last five years of specific financial indicators

Indicators	Years				
	2014	2015	2016	2017	2018
Liquidity ratio	0.23	0.23	0.44	0.67	0.56
Quick ratio	0.15	0.13	0.33	0.58	0.46
Equity ratio	5.16	5.64	2.7	0.88	1.59
Net profit margin on sales	1.2	0.92	8.2	2.45	3.32
Operating profit ratio	0.33	0.48	8.63	1.44	5.01
Rate of return on total assets	1.17	1.38	20.06	6.63	11.01
Net assets income rate	2.05	6.18	85.2	2.14	23.52
Turnover of total capital	1.33	1.95	2.3	2.72	3.11

Sources: own research

Through the above overall analysis, we can see that the development of Chengdu company is good. From the company's five-year financial report, we can see that the company's revenue and profit are both on the rise. According to the theory, the development of a company should go through a period of establishment, maturity, decline and exit. The reality is so inconsistent with the ideal. On the whole, the main problems of the company are that the rapid expansion leads to excessive capital occupation, unreasonable asset structure, excessive cost and expense, and slow new product development affects the revenue growth. As for Starbucks with a good market foundation, only facing the deficiencies in its operation and taking appropriate measures can better maintain and extend its glorious maturity period and create more enterprise value.

References:

- Amihud, Y. (2002). Illiquidity and stock returns: Cross-section and time-series effects. *Journal of Financial Markets*, 5, 31–56.
- Botosan, C.A., & Harris, M.S. (2000). Motivations for a change in disclosure frequency and its consequences: An examination of voluntary quarterly segment disclosures. *Journal of Accounting Research*, 38, 329–353.
- Brown, S., Hillegeist, S.A., & Lo, K. (2009). The effect of earnings surprises on information asymmetry. *Journal of Accounting and Economics*, 47, 208–225.
- Butler, M., Kraft, A., & Weiss, I.S. (2007). The effect of reporting frequency on the timeliness of earnings: The cases of voluntary and mandatory interim reports. *Journal of Accounting and Economics*, 43, 181–217.
- Chan, Kalok, Wilson H.S. Tong, and Shaojun Zhang, 2015, Trading restriction, tick size and price discovery: Evidence from a natural experiment in China, Working Paper.
- Fu, R., Kraft, A., & Zhang, H. (2012). Financial reporting frequency, information asymmetry, and the cost of equity. *Journal of Accounting and Economics*, 54, 132–149.
- Gigler, F., Kanodia, C., Sapra, H., & Venugopalan, R. (2014). How frequent financial reporting can cause managerial short-termism: An analysis of the costs and benefits of increasing reporting frequency. *Journal of Accounting Research*, 52, 357–387.
- Kucher O., Pokotytska N. (2016) Marketing management in the system of agricultural enterprises management. *Podilian bulletin: agriculture, engineering, economics*. P. 128–134. 2016. <http://188.190.33.55:7980/jspui/bitstream/123456789/336/1/PB-25-15.pdf> (accessed 26 March 2020).
- Kucher Oleg. (2017) Problems of management and marketing in the enterprises activity of agriculture, *SCIENTIFIC ACHIEVEMENTS IN AGRICULTURAL ENGINEERING AGRONOMY AND VETERINARY MEDICINE* Vol. 1, No. 1, pp. 31–41 ISBN 978-83-65180-17-9. 2017. <http://188.190.33.55:7980/jspui/bitstream/123456789/12/1/Problems%20Of%20Management%20And%20Marketing%20In%20Theenterprises%20Activity%20Of%20Agriculture.pdf> (accessed 26 March 2020).
- Leftwich, R.W., Watts, R.L., & Zimmerman, J.L. (1981). Voluntary corporate disclosure: The case of interim reporting. *Journal of Accounting Research*, 19, 50–77.
- Mandych O., Mykytas A., Melnyk M., Girzheva O., Kalinichenko S. (2020) Financial Condition of the Development of the Market of Renewable Energy Sources. In: Wróbel M., Jewiarz M., Szlęk A. (eds) *Renewable Energy Sources: Engineering, Technology, Innovation*. Springer Proceedings in Energy. Springer, Cham, pp. 939–951. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-13888-2_90#citeas (accessed 28 March 2020).
- Melnyk M., Zabolotnyy S. (2017) Essence of the financial state of the enterprise. *Actual problems of agrarian economy: theory, practice, strategy*. 2017 P. 262–265. <http://188.190.33.55:7980/jspui/bitstream/123456789/6916/1/120-123.pdf> (accessed 29 March 2020).
- Morck, R., Yeung, B., & Yu, W. (2000). The information content of stock markets: Why do emerging markets have synchronous stock price movements? *Journal of Financial Economics*, 58, 215–260.
- Schipper, K. (1981). Discussion of voluntary corporate disclosure: The case of interim reporting. *Journal of Accounting Research*, 19, 85–88.
- Verrecchia, R. E. (1990). Information quality and discretionary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 12, 365–380.
- Yee, K.K. (2004). Interim reporting frequency and financial analysts' expenditures. *Journal of Business Finance & Accounting*, 31, 167–198.
- Zabolotnyy S., Melnyk M. (2018) The Financial Efficiency of Biogas Stations in Poland. In: Mudryk K., Werle S. (eds) *Renewable Energy Sources: Engineering, Technology, Innovation*. Springer Proceedings in Energy. Springer, Cham, pp. 83–93. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-72371-6_9 (accessed 27 March 2020).
- Melnyk M.I. (2017) Modeling and estimation of financial condition of agricultural agroformations of Ukraine and Poland [Electronic resource]/M.I. Melnyk//*Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy*. – 2017. – Vip. 5(11). – Access mode: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CN-R=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&_S21P03=FILE=&_S21STR=evzdia_2017_5\(1\)_36](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CN-R=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&_S21P03=FILE=&_S21STR=evzdia_2017_5(1)_36) (accessed 26 March 2020).
- Melnyk M.I. (2017) Ukraine's innovation attractiveness based on the Global Innovation Index. *Economic Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhia*. Vol. 4(10). P. 123–128.
- Chornuy G.M., Yastreb M.P., Kucher O.V. Nowadays approach to the content of management activities in agro-formations. *Agrarian Information Research and Production Journal: Science and Production* No. 1–3. – Kiev Agroinform. pp. 80–84. 2011. http://library.tneu.edu.ua/libsearch/page_lib.php (accessed 26 March 2020).

Література:

- Amihud, Y. (2002). Illiquidity and stock returns: Cross-section and time-series effects. *Journal of Financial Markets*, 5, 31–56.
- Botosan, C.A., & Harris, M.S. (2000). Motivations for a change in disclosure frequency and its consequences: An examination of voluntary quarterly segment disclosures. *Journal of Accounting Research*, 38, 329–353.
- Brown, S., Hillegeist, S.A., & Lo, K. (2009). The effect of earnings surprises on information asymmetry. *Journal of Accounting and Economics*, 47, 208–225.
- Butler, M., Kraft, A., & Weiss, I.S. (2007). The effect of reporting frequency on the timeliness of earnings: The cases of voluntary and mandatory interim reports. *Journal of Accounting and Economics*, 43, 181–217.
- Chan, Kalok, Wilson HS Tong, and Shaojun Zhang, 2015, Trading restriction, tick size and price discovery: Evidence from a natural experiment in China, Working Paper.
- Fu, R., Kraft, A., & Zhang, H. (2012). Financial reporting frequency, information asymmetry, and the cost of equity. *Journal of Accounting and Economics*, 54, 132–149.
- Gigler, F., Kanodia, C., Sapra, H., & Venugopalan, R. (2014). How frequent financial reporting can cause managerial short-termism: An analysis of the costs and benefits of increasing reporting frequency. *Journal of Accounting Research*, 52, 357–387.
- Kucher O., Pokotytska N. (2016) Marketing management in the system of agricultural enterprises management. *Podilian bulletin: agriculture, engineering, economics*. C. 128–134. 2016. <http://188.190.33.55:7980/jspui/bitstream/123456789/336/1/PB-25-15.pdf> (дата звернення: 26.03.2020).
- Kucher Oleg. (2017) Problems of management and marketing in the enterprises activity of agriculture, *SCIENTIFIC ACHIEVEMENTS IN AGRICULTURAL ENGINEERING AGRONOMY AND VETERINARY MEDICINE* Vol. 1, No. 1, pp. 31–41 ISBN 978-83-65180-17-9. 2017. <http://188.190.33.55:7980/jspui/bitstream/123456789/12/1/Problems%20Of%20Management%20And%20Marketing%20In%20Theenterprises%20Activity%20Of%20Agriculture.pdf> (дата звернення: 26.03.2020).
- Leftwich, R.W., Watts, R.L., & Zimmerman, J.L. (1981). Voluntary corporate disclosure: The case of interim reporting. *Journal of Accounting Research*, 19, 50–77.

11. Mandych O., Mykytas A., Melnyk M., Girzheva O., Kalinichenko S. (2020) Financial Condition of the Development of the Market of Renewable Energy Sources. In: Wróbel M., Jewiarz M., Szlęk A. (eds) *Renewable Energy Sources: Engineering, Technology, Innovation*. Springer Proceedings in Energy. Springer, Cham, pp. 939–951. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-13888-2_90#citeas (дата звернення: 28.03.2020).
12. Melnyk M., Zabolotnyy S. (2017) Essence of the financial state of the enterprise. *Actual problems of agrarian economy: theory, practice, strategy*. 2017 P. 262–265. <http://188.190.33.55:7980/jspui/bitstream/123456789/6916/1/120-123.pdf> (дата звернення: 29.03.2020).
13. Morck, R., Yeung, B., & Yu, W. (2000). The information content of stock markets: Why do emerging markets have synchronous stock price movements? *Journal of Financial Economics*, 58, 215–260.
14. Schipper, K. (1981). Discussion of voluntary corporate disclosure: The case of interim reporting. *Journal of Accounting Research*, 19, 85–88.
15. Verrecchia, R.E. (1990). Information quality and discretionary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 12, 365–380.
16. Yee, K.K. (2004). Interim reporting frequency and financial analysts' expenditures. *Journal of Business Finance & Accounting*, 31, 167–198.
17. Zabolotnyy S., Melnyk M. (2018) The Financial Efficiency of Biogas Stations in Poland. In: Mudryk K., Werle S. (eds) *Renewable Energy Sources: Engineering, Technology, Innovation*. Springer Proceedings in Energy. Springer, Cham, pp. 83–93. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-72371-6_9 (дата звернення: 27.03.2020).
18. Мельник М.І. (2017) Моделювання та оцінка фінансового стану сільськогосподарських агроформувань України та Польщі. *Економічний вісник Запорізької державної 386 інженерної академії*. 2017. Вип. 5(11). URL: <http://www.visnyk.zdia.zp.ua/5-11-2017>. (дата звернення: 27.03.2020).
19. Мельник М.І. (2017) Інноваційна привабливість України на основі "Global Innovation Index". *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2017. Вип. 4(10). С. 123–128.
20. Чорний Г.М., Ястреб М.П., Кучер О.В. (2011) Новітній підхід до змісту управлінської діяльності в агроформуваннях. *Аграрний інформаційний науково-виробничий журнал: наука і виробництво* № 1–3. Київ. Агроінком. С. 80–84. 2011. http://library.tne.edu.ua/libsearch/page_lib.php (дата звернення: 26.03.2020).

Аннотация. С углублением реформ и быстрым развитием экономики Китая, китайский рынок привлекает предприятия из-за рубежа. Благодаря новой бизнес-модели, усовершенствованной философии бизнеса, отличному сервису и превосходному качеству, Starbucks завоевал хорошую репутацию среди китайских потребителей и получил высокий уровень прибыльности, и стал примером для многих предприятий данной сети. В статье рассмотрена финансовая деятельность компании Starbucks за последние пять лет в качестве основного объекта исследования и проведен анализ финансовой отчетности компании Starbucks в г. Chengdu с помощью базового метода финансового анализа. Анализ финансовой отчетности компании Starbucks г. Чэнду за последние пять лет показал, что хотя компания была прибыльной и создала хорошую репутацию всего за несколько лет, все еще есть некоторые проблемы в процессе деятельности, а именно проблемы в финансовом менеджменте. Поэтому учитывая эти проблемы выдвигаются предложения и перспективы на будущее.

Ключевые слова: Starbucks, финансовые показатели, расходы на расширение производства, диверсификация, методы финансового анализа, прибыль, налоги.

Аноація. З поглибленням реформ та швидким розвитком економіки Китаю, китайський ринок залучає підприємства з-за кордону. Завдяки новій бізнес-моделі, вдосконаленій філософії бізнесу, відмінному сервісу та чудовій якості, Starbucks завоював хорошу репутацію серед китайських споживачів та отримав високий рівень прибутковості, та став прикладом для багатьох підприємств даної мережі. У жовтні 2013 року Центральне телебачення Китаю повідомило про несподівану прибутковість китайських ресторанів Starbucks. Згідно з доповіддю, репортери порівняли ціну латте Starbucks (354 мл) в Пекіні, Чикаго, Лондоні і Бомбеї. Ціна в Пекіні була найбільшою, а в Бомбеї найменшою. Згідно з доповідями, латте коштувало тільки 2 юаня (0,67 долара), але продажна ціна склала 27 юанів (4,5 долара) тому прибутковість в Китаї виявилася вищою, ніж в інших країнах. У статті визначено, що фінансовий результат діяльності окремого суб'єкта господарювання виступає як фактична, складна та багатовимірна категорія. Позитивний фінансовий результат є основною метою діяльності компанії на ринку та одним із ключових показників, що визначає ефективність її роботи, служить джерелом платежів до бюджетів усіх рівнів, а також забезпечує розширене відтворення виробництва. У статті розглянуто фінансову діяльність компанії Starbucks за останні п'ять років як основний об'єкт дослідження та проведено аналіз фінансової звітності компанії Starbucks у м. Chengdu за допомогою базового методу фінансового аналізу. У статті також представлено відповідні методи аналізу фінансових звітів та загальну ситуацію компанії Starbucks, а також детально проаналізовано фінансовий звіт компанії Starbucks міста Chengdu за останні п'ять років. Аналіз фінансової звітності компанії Starbucks м. Ченду за останні п'ять років показав, що хоча компанія була прибутковою і створила хорошу репутацію лише за кілька років, все ще є деякі проблеми в процесі діяльності, а саме проблеми в фінансовому менеджменті. Фінансовий аналіз також показав низький рівень платоспроможності компанії в м. Ченду. Для вирішення цих проблем потрібно впровадити на підприємстві систему з коригування певних напрямів діяльності, які існують зараз у компанії Starbucks у місті Ченду, наприклад різноманітність та структура продукції поновлюються повільно, тому необхідно звернути увагу на вирішення даної проблеми. Тому з огляду на ці проблеми висувуються пропозиції та перспективи на майбутнє.

Ключові слова: Starbucks, фінансові показники, витрати на розширення виробництва, диверсифікація, методи фінансового аналізу, прибуток, податки.

Андрійчук І.В.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри прикладної економіки,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

Andriichuk Igor

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

Андрійович М.О.

*студент,
Інститут економіки та менеджменту
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

Andriiouch Maksym

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО БАЧЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ)

THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS OF STRATEGIC VISION FORMATION (ON THE EXAMPLE OF CHEMICAL INDUSTRY ENTERPRISES)

Анотація. У статті проаналізовано теоретичні підходи до формування та визначення стратегічного бачення суб'єктів господарської діяльності. Детально досліджено особливості трактування вітчизняними та зарубіжними науковцями поняття «стратегічне бачення». На основі проведеного оцінювання сформовано власне визначення поняття стратегічного бачення підприємства, у якому акцентовано увагу на необхідності врахування умов зовнішнього, внутрішнього та проміжного середовища організації. Запропоновано алгоритм розроблення стратегічного бачення підприємства. На прикладі провідних світових компаній хімічної промисловості досліджено особливості формування стратегічного бачення та виокремлено ключові спільні та відмінні риси, що дасть змогу окреслити головні аспекти визначення стратегічного бачення підприємств.

Ключові слова: стратегічне бачення, алгоритм формування стратегічного бачення підприємств, зовнішнє, внутрішнє та проміжне середовища підприємства, спільні та відмінні риси формування стратегічного бачення, аспекти стратегічного бачення.

Постановка проблеми. У сучасних ринкових умовах господарювання хімічна промисловість є однією з найбільш високотехнологічних галузей, що має власний високий інноваційний потенціал та формує базу зростання для інших напрямів виробництва. Зокрема, вона відіграє визначальну роль у таких пріоритетних напрямках, як виготовлення нових речовин і матеріалів, виробництво нанотехнологій. Розвиток вітчизняної хімічної галузі має ґрунтуватись на засадах інтелектуалізації, застосування ІТ-технологій, автоматизації, комп'ютеризації та впровадження smart-технологій.

Однією з актуальних проблем, характерних для більшості галузей економіки України, є формування адекватного середо-

вищу функціонування та вимогам сьогодення стратегічного бачення підприємств. У цьому контексті особливої уваги заслуговують підприємства однієї зі стратегічних галузей, а саме хімічної промисловості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною та прикладною основою наукових досліджень проблематики розроблення стратегічного бачення суб'єктів господарської діяльності стали роботи таких вітчизняних авторів, як В.А. Белошапка, З.Є. Шершньова, Г.В. Загорій, Г.В. Строкович, Є.І. Петруня. Значний внесок у визначення особливостей та методичних підходів до формування стратегічного бачення зробили І. Ансофф, Ю.А. Бондар, Н.В. Гуреміна, І.В. Мойсеєнко, Д. Ротхауер, А. Дж. Стрикленд, А.А. Томпсон, М.В. Ципленков, А.Д. Чандлер.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Так, З.Є. Шершньова процес формування стратегічного бачення трактує як реалізацію концепції, в якій поєднуються цільовий, системний, ситуаційний та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку, здійснювати їх порівняння з наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність до останніх шляхом розроблення та реалізації певної системи стратегій [1].

Г.В. Строкович стверджує, що, встановлюючи місію, менеджер окреслює сферу діяльності підприємства, а також ті послуги, які воно буде надавати своїм споживачам. На основі розроблення концепції довгострокового розвитку, визначення місця організації на ринку має формуватися стратегічне бачення підприємства [2].

Дещо іншої думки дотримується Є.І. Петруня, який вважає, що бачення створює відчуття перспективи у діяльності суб'єкта господарської діяльності, а також забезпечує спадковість його послідовних цілей та створює імпульс для постійного прогресу [3].

Заслужують на увагу визначені у праці [4] сутність, призначення та вимоги до стратегічного бачення.

Так, до сутності стратегічного бачення віднесено образ, до якого прагне організація, але якого ще досягти не може; відчуття генеральної мети; обґрунтування того, якою організація має бути за найсприятливіших умов об'єднання індивідуальних ідеалів управлінського персоналу та власників підприємства.

На думку авторів [4], стратегічне бачення мотивує до досягнення певних результатів, об'єднує діяльність багатьох в одному напрямі, допомагає сформувати критерії досягнення цілей, створює еталони певних цінностей.

Провідні зарубіжні науковці трактують термін «стратегічне бачення» як системний підхід, що забезпечує складній організації збалансованість та загальний напрям росту [5]; як визначення довгострокових цілей і завдань підприємств, курсу дій та розподілу ресурсів, спрямованих на досягнення поточних цілей [6].

А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд розглядають стратегічне бачення як комбінацію із запланованих дій та оперативних рішень з адаптації до нових досягнень промисловості й нового становища на полі конкурентної боротьби [7].

В.А. Белошапка, Г.В. Загорій трактують поняття «стратегічне бачення» як об'єднаний план, що пов'язує всі складові частини підприємства та різні аспекти його господарської діяльності [8].

Дорис Ротхауер вважає, що «бачення є рушійною силою соціальних інновацій, для нас воно потрібне для того, щоб ми могли створювати і розвиватися. Але без стратегії неможливо досягнути свого бачення, бачення залишатиметься тільки баченням і матиме нульовий вплив. Отже, бачення потребує стратегії. Працюючи з творчими та соціально активними підприємцями, я часто бачу в них відсутність стратегічного мислення, тому багато креативної енергії витрачається даремно, не приводячи до успіху. Більше того, бачення та стратегія повинні доповнювати один одного: не тільки бачення потребує стратегії – стратегії повинні базуватися на баченні, щоб бути потужними, звідси і виникає стратегічне бачення» [9].

Мета статті. Головною метою роботи є аналіз та оцінювання сутності стратегічного бачення підприємства, розроблення алгоритму його формування. Дослідження проводилось на прикладі компаній хімічної галузі з урахуванням особливостей визначення стратегічного бачення.

Виклад основного матеріалу. Таким чином, проведені дослідження дають змогу сформувати визначення стратегічного бачення промислового підприємства.

На нашу думку, стратегічне бачення – це комплексний процес визначення напрямів стратегічних та тактичних цілей з урахування особливостей зовнішнього, проміжного та внутрішнього середовища функціонування підприємства.

Зокрема, до зовнішнього середовища віднесено фактори, які безпосередньо не впливають на виробничо-господарську діяльність підприємства [10].

До них, як правило, належать економічні фактори (рівень інфляції, рівень доходів населення, податкова політика держави); політичні й правові фактори (політична стабільність у країні, рівень правової грамотності населення); науково-технічні фактори (рівень науково-технічного та інноваційного розвитку, рівень державної підтримки розвитку науки); соціально-демографічні фактори (чисельність і вікова структура населення, рівень зайнятості та безробіття населення); соціально-культурні фактори (традиції та система цінностей суспільства, культура споживання товарів і послуг); природні та екологічні фактори (особливості кліматичної зони, у якій функціонує підприємство, екологічний стан довкілля).

Проміжне середовище включає фактори, що безпосередньо контактують із підприємством, впливають на нього та прямо формують його довгострокову прибутковість, а також на які саме підприємство може впливати через установлення ефективних зв'язків і стратегій [10].

Ключовими критеріями дослідження проміжного середовища є кількість фактичних та потенційних конкурентів, бар'єри входження у бізнес-середовище, чисельність посередників на ринку, кількість постачальників різних видів ресурсів, чисельність споживачів продукції, робіт та послуг.

Внутрішнє середовище підприємства включає фактори, які формують його довгострокову прибутковість і перебувають під безпосереднім контролем управлінського персоналу та працівників [10].

Окремо розглянемо алгоритм формування стратегічного бачення підприємства (рис. 1). Як бачимо з рис. 1, алгоритм визначення стратегічного бачення підприємства містить 5 ключових етапів.

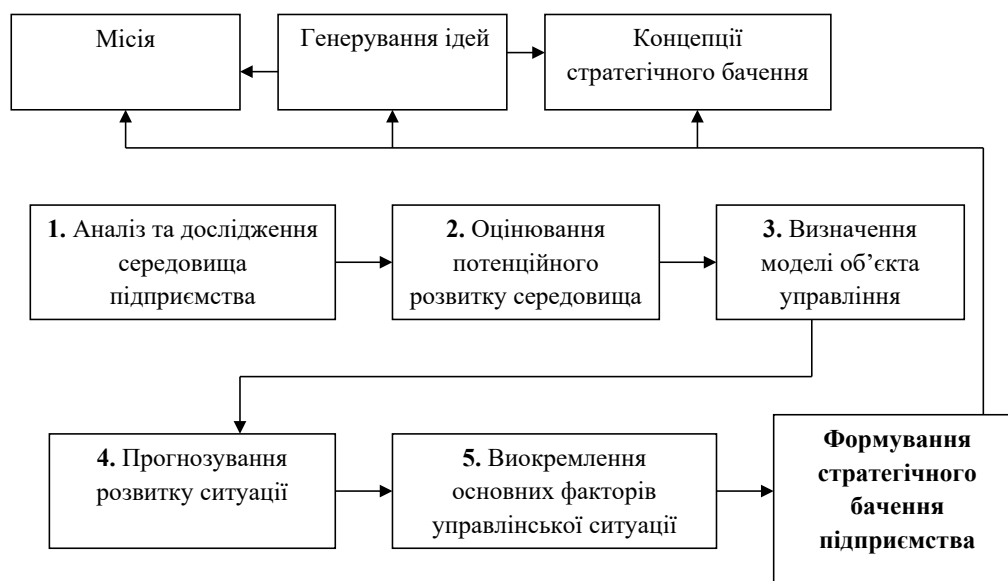


Рис. 1. Алгоритм формування стратегічного бачення підприємства

Також слід відзначити, що визначення стратегічного бачення неможливе без урахування таких складових частин, як місія організації, процес генерування ідей та концепції стратегічного бачення. Зазначені елементи є взаємопов'язаними та до певної міри взаємозалежними.

Проаналізуємо на прикладі підприємств хімічної галузі особливості формування стратегічного бачення. Для дослідження відібрано одні з провідних хімічних компаній, а саме ТОВ «Tarkett Vinisin», «IVC», «Forbo Flooring System».

Товариство з обмеженою відповідальністю «Tarkett Vinisin», яке входить до складу міжнародної компанії «Tarkett», що є світовим лідером з виробництва покриття для підлоги, засноване у 1993 році. Завод «Tarkett Vinisin» розташований у місті Калуш (Івано-Франківська обл.). Це найбільший виробник лінолеуму в Україні, продуктивність якого сягає 10 млн. м² на рік [11].

Нині до напрямів діяльності підприємства входять виробництво полівінілхлоридного лінолеуму, сервісний центр готової продукції, виробництво напівфабрикату паркетної дошки та виробництво тафтингового покриття. Кількість працівників становить понад 450 осіб.

На підприємстві впроваджені найсучасніші системи автоматизованого обліку та управління підприємством, а також міжнародні системи управління якістю ISO 9001, системи екологічного менеджменту ISO 14001 та «Листок життя», а також системи менеджменту з охорони праці та безпеки BS OHSAS18001, що дає змогу підприємству працювати на рівні міжнародних вимог [11].

«IVC Group» – це компанія, яка займається створенням унікальних підлогових покриттів для корпоративних та офісних, торгових, готельних і розважальних проєктів, житлового будівництва, освіти та охорони здоров'я. «IVC Group», заснована у 1997 році в Бельгії, є провідним у Європі виробником вінілової плитки класу люкс, листового вінілу та килимової плитки. З 2015 року вона входить до складу корпорації «Mohawk Industries, Inc». Чисельність співробітників «IVC Group» становить 1600 осіб; група компаній включає 10 виробничих підрозділів в Бельгії, Люксембурзі, Росії та США і виробляє більше 180 мільйонів квадратних метрів підлогових покриттів на рік [12].

«Forbo Flooring Systems» – це компанія, яка є провідним світовим гравцем у виробництві високоякісних, комерційних покриттів для підлоги та загальних проєктних підлог, що включають лінолеум, вініл, розкішні вінілові плитки, килимові плитки та вхідні підлогові системи [13].

З часткою на ринку понад 65% «Forbo Flooring Systems» є світовим лідером у виробництві лінолеуму, який продається в рулонах, а також модульних форматах плитки [13].

Зокрема, стратегічне бачення вітчизняної компанії ТОВ «Tarkett Vinisin» сформовано на основі трьох засад [11]:

- постійне поліпшення екологічних показників у виробничій сфері шляхом вибору якісних та безпечних матеріалів з точки зору потенційних ризиків для людей і навколишнього середовища, скорочення й оптимізація використання ресурсів впродовж усього виробничого процесу;

- запровадження системи економіки замкнутого циклу, яка дає змогу підприємству перейти від одноразового використання сировини та в подальшому утилізації відходів до повторного використання матеріалів;

- застосування принципів безвідходного виробництва «від колиски до колиски» «Cradle to Cradle» (C2C) (глобальна концепція, яка ґрунтується на засадах безвідходного виробництва).

Стратегічне бачення корпорації «IVC» відображено в таких напрямках [12]:

- ефективне використання водних ресурсів (поступова ліквідація 80% систем охолодження на заводах);

- використання альтернативних енергоресурсів (сонячної та вітрової енергії), енергозберігаючих технологій (застосування енергоефективних будівель), екологічно чистого транспорту (90% експорту водним транспортом);

- щорічне відновлення безпечного ПВХ-матеріалу й перетворення його на основу для вінілової плитки класу люкс;

- використання у виробничому процесі найбільшої у світі установки з переробки відходів.

Стратегічне бачення компанії «Forbo Flooring Systems» ґрунтується на таких засадах [13]:

- фокусування на рішеннях клієнтів у сфері суспільних і приватних сегментів як на ринках, що розвиваються, так і на зрілих ринках;

- пропозиція інноваційних текстильних покриттів (лінолеум, який складається з 97% поновлюваної сировини) і сервісних продуктів до них;

- прагнення до досконалості на всіх підприємствах корпорації та забезпечення потреб клієнтів за рахунок виробництва продукції, якіснішої за національні стандарти;

- залучення, навчання й забезпечення мотиваційних заходів для висококваліфікованого персоналу; у цьому контексті компанія «Forbo» створила власну внутрішню програму навчання з менеджменту спільно з Університетом Сент-Галлена, зовнішніми партнерами та внутрішніми функціональними працівниками;

- забезпечення захисту довкілля та постійного інвестування у сталій розвиток майбутнього (оптимізація виробничих процесів з точки зору використання води та енергоресурсів, зменшення викидів, утилізації теплової енергії, яка утворюється у виробничому процесі, а також прагнення до переробки вторинних відходів).

На основі дослідження особливостей визначення стратегічного бачення підприємств хімічної галузі визначимо спільні та відмінні риси, а результати представимо у табл. 1.

Як видно з представленої табл. 1, стратегічне бачення провідних підприємств хімічної галузі ґрунтується на сучасних інноваційних підходах до ведення бізнесу.

Зокрема, слід відзначити, що в усіх досліджуваних компаніях передбачено у стратегічному баченні використання інформаційних технологій, постійне підвищення кваліфікації працівниками, забезпечення екологічності та прагнення до максимального раціонального використання наявних ресурсів.

Висновки і пропозиції. Таким чином, у ключових аспектах формування стратегічного бачення виробничо-господарської діяльності підприємств хімічної промисловості мають бути відображені тенденції сучасної ринкової економіки, такі як оптимізація організаційно-виробничої структури з урахуванням середовища функціонування, зниження ресурсо- та енергомісткості виробничих процесів, збільшення частки наукоємних виробництв у структурі операційної діяльності, всебічне використання екологічно ефективних та безвідходних методів господарювання.

Література:

1. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник. Київ : КНЕУ, 2004, 699 с.
2. Строкович Г.В. Стратегія підприємства : навчальний посібник для вищих навчальних закладів. Харків : НУА, 2011. 180 с.

Спільні та відмінні риси стратегічного бачення підприємств хімічної промисловості
(ТОВ “Tarkett Vinisin”, “ICV”, “Forbo Flooring System”)

Компанія	Спільні риси	Відмінні риси
ТОВ “Tarkett Vinisin”	– Підвищення кваліфікації;	– С2С – впровадження системи економіки замкнутого циклу.
“ICV”	– залучення інформаційних ресурсів;	– Використання альтернативних видів енергоресурсів (сонячна й вітрова енергія);
	– оптимізація використання ресурсів;	– використання екологічно чистого виду транспорту;
	– прагнення до інноваційності;	– використання енергоефективних будівель.
	– заходи щодо підвищення екологічних показників;	– Фокусування уваги на потребах клієнтів;
“Forbo Flooring System”	– вибір якісних та безпечних матеріалів для виробництва продукту;	– досконалість на всіх заводах;
	– запланована переробка відходів.	– запровадження утилізації тепла, яке утворюється у виробничому процесі.

3. Прийняття управлінських рішень : навчальний посібник / за ред. Ю.Є. Петруні. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2015. 209 с.
4. Цыпенкова М.В. и др. Основы менеджмента : учебное пособие. Москва : Изд. дом Акад. естествознания, 2013. 129 с.
5. Ансофф И. Стратегический менеджмент : классическое издание / пер. с англ. О.В. Литун и др. Санкт Петербург : Питер, 2009. 343 с.
6. Агєєва І.М., Коренман Є.М., Дьяченко Ю.В. Стратегічне управління підприємствами галузі : конспект лекцій. Одеса : Одеська національна академія харчових технологій, 2016. 82 с.
7. Thompson A.A., Strickland A. Crafting and Executing Strategy: Concepts and Readings. Education McGraw-Hill, 2015. 601 p.
8. Белашапка В.А. и др. Стратегическое управление: принципы и международная практика. Киев : Абсолют-В, 1998. 352 с.
9. Rothauer D. Vision & Strategy: Strategic Thinking for Creative and Social Entrepreneurs. Birkhäuser, 2018. 152 p.
10. Ковтун О.І. Стратегія підприємства : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2014. 680 с.
11. Український завод з виготовлення лінолеуму “Tarkett Vinisin”. URL: <https://www.tarkett.ua/uk-UA/node/vininis-8221> (дата звернення: 20.03.2020).
12. О компании IVC – IVC Beyond Flooring. URL: <https://www.ivc-commercial.com/ru-ru/meet-ivc> (дата звернення: 19.03.2020).
13. Forbo Flooring About us. URL: <https://www.forbo.com/flooring/en-uk/about-us/p29mmv> (дата звернення: 21.03.2020).
2. Stokovych H.V. (2011) *Stratehiya pidpryyemstva* [Enterprise Strategy]. Kharkiv : NUA. (in Ukrainian)
3. Petrunya Yu.Ye. (2015) *Pryynyattya upravlins'kykh rishen'* [Management decision-making]. Dnipropetrovsk : Universytet mytnoyi spravy ta finansiv. (in Ukrainian).
4. Tsyplenkova M.V. i dr. (2013) *Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of management]. Moskva : Izd. dom Akad. Yestestvoznaniya. (in Russian)
5. Ansoff I. (2009) *Strategicheskyy menedzhment* [Strategic management]. Sankt Peterburg : Piter. (in Russian)
6. Aheyeva I.M., Korenman Ye.M., D'yachenko Yu.V. (2016) *Stratehichne upravlinnya* [Strategic Management of Industry Enterprises]. Odessa : Odes'ka natsional'na akademiya kharchovykh tekhnolohiy. (in Ukrainian)
7. Thompson A.A., Strickland A. (2015) *Crafting and Executing Strategy: Concepts and Readings*. Education McGraw-Hill.
8. Beloshapka V.A. i dr. (1998) *Strategicheskoye upravleniye: printsipy i mezhdunarodnaya praktika* [Strategic management: principles and international practice]. Kyiv : Absolyut-V. (in Russian)
9. Rothauer Doris. (2018) *Vision & Strategy: Strategic Thinking for Creative and Social Entrepreneurs*. Birkhäuser.
10. Kovtun O.I. (2014) *Stratehiya pidpryyemstva* [Strategic management]. Kyiv : Lira-K. (in Ukrainian)
11. Ukrayins'kyy zavod z vyhotovlennya linoleumu “Tarkett Vinisin”. Ukrayins'kyy zavod z vyhotovlennya linoleumu “Tarkett Vinisin” [Ukrainian Tarkett Vinisin Linoleum Plant]. Available at: <https://www.tarkett.ua/en-UA/node/vininis-8221> (accessed 20 March 2020).
12. O kompanyy IVC – IVC Beyond Flooring [About IVC – IVC Beyond Flooring]. Available at: <https://www.ivc-commercial.com/en/meet-ivc> (accessed 19 March 2020).
13. Forbo Flooring About us. Available at: <https://www.forbo.com/flooring/en-uk/about-us/p29mmv> (accessed 21 March 2020).

References:

1. Shersh'n'ova Z.YE. (2004) *Stratehichne upravlinnya* [Strategic Management]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian)

Аннотация. В статье проанализированы теоретические подходы к формированию и определению стратегического видения субъектов хозяйственной деятельности. Подробно исследованы особенности трактовки отечественными и зарубежными учеными понятия «стратегическое видение». На основе проведенного оценивания сформировано собственное определение понятия стратегического видения предприятия, в котором акцентировано внимание на необходимости учета условий внешней, внутренней и промежуточной среды организации. Предложен алгоритм разработки стратегического видения предприятия. На примере ведущих мировых компаний химической промышленности исследованы особенности формирования стратегического видения и выделены ключевые общие и отличительные черты, что позволит очертить главные аспекты определения стратегического видения предприятий.

Ключевые слова: стратегическое видение, алгоритм формирования стратегического видения предприятий, внешняя, внутренняя и промежуточная среды предприятия, общие и отличительные черты формирования стратегического видения, аспекты стратегического видения.

Summary. In the article we analyze theoretical approaches to forming and defining strategic vision of business entities. The features of interpretation of the definition of “strategic vision” by domestic and foreign scientists are investigated in detail. On the basis of the conducted assessment, the own definition of the concept of strategic vision of the enterprise was formed. Thus, strategic vision is a complex process of determining the directions of strategic and tactical goals taking into account the peculiarities of the external, intermediate and internal environment of the enterprise. The algorithm of elaborating of strategic vision of the enterprise which contains 5 key stages is offered. It is determined that the process of forming the strategic vision is impossible without taking into account such components as the mission of the organization, the process of generating ideas and the concept of strategic vision. These elements are interrelated and to some extent interdependent. Using the example of the world’s leading companies in the chemical industry investigated the peculiarities of forming a strategic vision of enterprises and distinguished their common and distinctive features. It is determined that the strategic vision of the leading enterprises in the chemical industry is based on modern innovative approaches to doing business. In particular, all the surveyed companies prefer a strategic vision which includes the use of information technology, continuous improvement of employees’ qualification, ensuring environmental friendliness and striving for the maximum rational use of available resources. On the basis of the conducted analysis it is revealed that in the key aspects of forming a strategic vision of the production and economic activity of chemical industry enterprises should reflect the trends of the modern market economy: optimization of the organizational and production structure taking into account the environment of operation, reducing the resource and energy intensity of production processes, increasing the share of scientific production in the structure of operational activities, the comprehensive using of eco-efficient and waste-free methods of management.

Keywords: strategic vision, algorithm of forming of strategic vision of enterprises, external, internal and intermediate environment of the enterprise, common and distinctive features of strategic vision formation, aspects of strategic vision.

Беляєв С.В.

к.т.н., доцент,

доцент кафедри теплоенергетики, ресурсоощадності

та техногенної безпеки,

Київський національний університет технологій та дизайну

Bieliaiev Sergij

Kyiv National University of Technologies and Design

ЕНЕРГОАУДИТ ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ У БУДИНКАХ

ENERGY AUDIT AS THE MAIN DIRECTION OF ENERGY SAVING IN BUILDINGS

Анотація. У статті проведено дослідження поняття енергоаудиту як складової частини процесу поліпшення рівня енергозбереження. Обґрунтовано значимість енергозбереження як одного з основних пріоритетів людства виходячи з наявного рівня використання енергетичних ресурсів. Визначено напрями державної політики у сфері енергозбереження відповідно до чинного законодавства. Досліджено поняття «енергетичний аудит», «енергетичне обстеження», «енергетичний енергоаудит» відповідно до законодавства і діючих компаній, які надають послуги з енергоаудиту та енергозбереження. Досліджено поняття енергоаудиту як основного напрямку поліпшення енергозбереження у будинках на рівні держави та з позицій надання цієї послуги реально діючими фірмами. Досліджено законодавчий складник забезпечення енергозбереження та проведення енергоаудиту.

Ключові слова: енергоефективність, енергозбереження, енергоаудит, енергетичний аудит, енергетичний енергоаудит, енергетичне обстеження, економія енергії, паливно-енергетичні ресурси, енергетичні стандарти.

Постановка проблеми. Питання енергозбереження стає дедалі більш актуальним у всьому світі. Це не лише економічна вигода для споживачів та зменшення навантаження на електричні мережі, а також, що є надзвичайно важливим із погляду подальшого розвитку суспільства, збереження довкілля для наших нащадків. Тільки від нас залежить, як ми будемо використовувати свої ресурси, і саме від цього залежить наше майбутнє.

Оскільки для забезпечення життєдіяльності людини, у т.ч. для роботи підприємств як первинної ланки господарювання, необхідна енергія, одним з основних стратегічних пріоритетів ХХІ ст. є забезпечення надійного енергопостачання як найважливішої умови «здорового» функціонування всіх сфер економіки країн світу. Нині людство розглядає різні підходи до використання відновлювальної енергетики, проте водночас необхідно з ошадливістю відноситися до того, що ми вже маємо та користуємося.

І коли ми говоримо про розвиток світу, сучасні тренди в різних галузях діяльності держав, ми не можемо не враховувати той факт, що наш розвиток різко відрізняється від тих напрямів, моделей, які спостерігалися ще навіть у минулому столітті [1, с. 14].

Отже, енергозбереження стало одним із пріоритетних завдань людини через дефіцит основних енергоресурсів, зростаючу вартість їх добування, а також у зв'язку з глобальними екологічними проблемами [2]. Варто розуміти, що під енергозбереженням розуміється не обмеження власних потреб або відмова від благ цивілізації, а забезпечення раціонального використання наявних енергоресурсів, у т.ч. створення таких умов, коли за тієї ж кількості електроенергії отримується більший обсяг корисної роботи електроприладів [3].

Разом із тим необхідно враховувати, що поняття «енергозбереження» є складовою частиною поняття «енергоефективність», яка стала елементом офіційної державної політики в Україні лише після утворення Національного агентства України з питань забезпечення ефективного використання енергетичних ресурсів у 2006 р.

В основі енергозбереження (як напрямку раціонального споживання і економії енергії, що є важливим пріоритетним напрямом енергетичної політики України) лежать такі причини [2]:

- енергозабезпечення пов'язане зі значними фінансовими, матеріальними і трудовими затратами;
- спостерігається негативний вплив на навколишнє середовище внаслідок видобутку, виробництва, транспортування і споживання паливно-енергетичних послуг;
- відбувається збільшення вартості продукції, що випускається, внаслідок збільшення обсягу споживання енергоресурсів підприємством, а отже, відбувається зниження конкурентоспроможності такої продукції на ринку.

Одним із нових, проте дієвих інструментів державної політики України в напрямі енергозбереження, виступає енергетичний аудит. Проте енергоаудит – це лише окрема компонента у комплексному ланцюзі досягнення енергетичної ефективності та один із шляхів поліпшення енергозбереження у будинках.

Таким чином, енергоаудит – це одна з основних запорок успіху впровадження енергоефективних заходів та заощадження енергії, що й обґрунтовує актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. І поняття «енергозбереження», і поняття «енергоаудит», звичайно, розглядаються в науковій літературі, проте, насправді, їх не так багато, і в більшості вони розглядають енергозбереження у промисловому секторі. Серед останніх видань варто відзначити праці Ю.В. Дзякевича [4], зокрема роботу «Зарубіжний досвід у сфері

енергозбереження» (2019 р.), присвячену дослідженню аспектів зарубіжного досвіду в управлінні процесами енергозбереження та енергоефективності виробничої діяльності підприємств. Окрім того, заслуговує на увагу праця Д.В. Топчого [5], який дослідив ефективність і необхідність упровадження на обов'язковій основі методу енергетичного обстеження з використанням аеродвері.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас варто зазначити, що підходи до енергоаудиту майже не розглядаються українськими науковцями, здебільшого інформацію про доцільність та шляхи проведення енергоаудиту можливо знайти лише на сайтах організацій, які, власне, і пропонують дану послугу.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження напрямів державної політики у сфері енергозбереження, у т.ч.

поняття енергоаудиту як основного напрямку поліпшення енергозбереження у будинках.

Виклад основного матеріалу. Для розуміння сутності, доцільності та місця енергоаудиту в контексті його проведення при будівництві споруд або під час вибору шляхів забезпечення енергоефективності вже побудованих будівель доцільно розуміти, яке місце займає енергозбереження в системі державного управління (рис. 1), оскільки енергоаудит виступає одним зі шляхів поліпшення енергозбереження.

Виходячи з представленої інформації, зрозуміло, що енергозбереження – це діяльність (організаційна, наукова, практична, інформаційна), метою якої є забезпечення раціонального використання та економного споживання первинної та перетвореної енергії і природних енергетичних ресурсів у національному



Рис. 1. Основні принципи державної політики у сфері забезпечення енергозбереження (згідно із законодавством України)

Джерело: складено автором на основі [6, ст. 3]

господарстві, яка реалізується на основі застосування технічних, економічних та правових методів [6]. У даному разі це поняття, розглянуте у межах законодавства, розглядається на рівні держави, тобто з позиції використання всіх паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) держави.

Тобто управління у сфері енергозбереження на рівні держави спрямоване на забезпечення потреб економіки та населення України в паливі, тепловій та електричній енергії на основі оптимального споживання енергоресурсів, скорочення всіх видів втрат ПЕР, здійснення функцій державної експертизи з енергозбереження, прогнозування, інформування та іншої виконавчо-розпорядчої діяльності у цій сфері.

Законом України «Про енергозбереження» (стаття 5 «Суб'єкти правового регулювання відносин у сфері енергозбереження») також визначено, що суб'єктами правовідносин у сфері енергозбереження виступають юридичні та фізичні

особи, у результаті діяльності яких здійснюється, зокрема, і проведення енергетичного аудиту [6, ст. 5].

Окрім того, вибір основних напрямів діяльності у сфері енергозбереження, зокрема розроблення й упровадження програми енергозбереження (енергозберігаючих заходів) для будь-якої будівлі/споруди/підприємства можливий тільки на основі аналізу фактичного стану ефективності використання ПЕР, визначення потенціалу енергозбереження з урахуванням умов функціонування технологічних об'єктів. Зазначену інформацію можна отримати за допомогою різних способів, але найбільш ґрунтовними та об'єктивними є результати, які будуть отримані в результаті проведення саме енергетичних обстежень (енергоаудиту) підприємства.

Для розуміння сутності поняття «енергоаудит» варто розібратися з термінологією, що використовується поряд із зазначеним терміном, а саме «енергетичний аудит», «енергетичне обстеження», «енергетичний енергоаудит» (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування поняття і визначення мети проведення енергоаудиту

Поняття	Мета проведення	Джерело інформації
<i>Енергетичний аудит (енергетичне обстеження)</i> – визначення ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів та розроблення рекомендацій щодо її поліпшення	Енергетичний аудит проводиться з метою: – визначення шляхів раціонального використання ПЕР, уникнення необґрунтованих витрат на проведення енергозберігаючих заходів; – здійснення енергозберігаючих заходів та запровадження менеджменту з енергозбереження; – установлення обґрунтованих обсягів споживання ПЕР; – визначення відповідності фактичних питомих витрат ПЕР нормам питомих витрат, установленим у порядку, що визначається КМУ; – надання висновків щодо ефективності використання ПЕР у разі поширення на цих споживачів дії економічного механізму енергозбереження	ЗУ «Про енергозбереження» [6, ст. 241]
<i>Енергетичний аудит (енергетичне обстеження)</i> – визначення ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів та розроблення рекомендацій щодо її поліпшення	x	ЗУ «Про енергозбереження» [6, поняття]
<i>Енергоаудит (енергетичний аудит)</i> – добровільне енергетичне обстеження, що проводиться за ініціативою споживача ПЕР	Метою проведення енергоаудиту є визначення способів підвищення енергоефективності підприємства, будівлі, тепломережі чи водоканалу	Асоціація енергоаудиторів України [7]
<i>Під енергетичним енергоаудитом</i> розуміється проведення обстеження будівлі для визначення можливих шляхів економії енергоресурсів, а отже, і коштів, та поліпшення умов перебування мешканців та персоналу	Головним результатом енергетичного аудиту є перелік рекомендацій щодо зниження енергоспоживання та витрат на енергоносії із зазначенням їхньої вартості та окупності. Якісний енергетичний аудит повинен передувати всім проектам реконструкції будівель для максимально ефективного використання наявних (зазвичай дуже обмежених) фінансових ресурсів	Асоціація енергоаудиторів України [8]
<i>Енергетичний аудит (енергетичне обстеження)</i> – обстеження підприємств, організацій і окремих виробництв, що проводиться за ініціативою споживача з метою визначення можливості економії ПЕР, здійснення заходів з економії на практиці шляхом упровадження механізмів енергетичної ефективності, а також із метою впровадження на підприємстві системи енергетичного менеджменту	Мета енергоаудиту – сприяння суб'єктам господарської діяльності у визначенні своєї політики з енергозбереження, рівня ефективності використання ПЕР, потенціалу енергозбереження, надання допомоги в розробленні науково обґрунтованих норм та нормативів питомих витрат, енергобалансів, заходів з енергозбереження, їх фінансовій оцінці та оцінці впливу на охорону праці та довкілля	Всеукраїнська громадська організація «Вища рада енергоаудиторів та енергоменеджерів України» [9]
<i>Енергетичне обстеження (енергоаудит)</i> – обстеження енергетичних об'єктів із метою виявлення енергетичної ефективності, визначення заходів щодо її підвищення та можливостей їх реалізації. Енергетичне обстеження включає у себе збір документальної інформації, інструментальне обстеження, аналіз інформації і розроблення рекомендацій з енергозбереження	Мета енергоаудиту залишається незміною – оцінити ефективність використання паливно-енергетичних ресурсів і розробити ефективні заходи для зниження витрат підприємства (оцінка фактичного стану енерговикористання; виявлення причин виникнення і визначення значень утрат паливно-енергетичних ресурсів; розроблення плану заходів, спрямованих на зниження втрат паливно-енергетичних ресурсів).	ДП «БТС-Інжиніринг» (працює на українському ринку з 1993 р.) [10]

Джерело: узагальнено на основі [6–10]

Доцільно зазначити, що ЗУ «Про енергозбереження» визначає, що паливно-енергетичні ресурси (ПЕР) – це сукупність усіх природних і перетворених видів палива та енергії, які використовуються в національному господарстві [6]; якщо ж переходити на мікрорівень, тобто на рівень підприємств, побудови будівель, споруд або підвищення їх енергоефективності, – це вся енергія, яка використовується під час будівництва або утримання побудованих будинків, споруд.

Таким чином, енергоаудит має на меті здійснення енергетичної оцінки об'єкта, що споживає енергію, визначення потенціалу енергозбереження (тобто можливі заощадження) та визначення шляхів забезпечення енергоефективності. За матеріалами енергоаудиту має розроблятися технічне завдання на розроблення робочого проекту, розроблення робочого проекту, комплектація енергоефективним обладнанням та матеріалами, виконання монтажних та пусконаладжувальних робіт, розроблення режимів експлуатації, сервісне обслуговування. Весь цей комплекс робіт має назву «енергосервісні роботи», або просто «енергетичний сервіс».

Дуже чітко поняття енергетичного аудиту будівлі розглядається у ДСТУ Б В.2.2–39:2016 «Методи та етапи проведення енергетичного аудиту будівель» [11], де він розглядається як «технічне обстеження теплоізоляційної оболонки та інженерних систем будівлі (систем опалення, вентиляції, охолодження, кондиціонування, освітлення, гарячого водопостачання, стислого повітря, електропостачання, газопостачання та інших систем будівлі, у яких використовуються будь-які паливно-енергетичні ресурси) з визначенням достовірних даних із реального стану енергоспоживання будівлі, ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів під час експлуатації будівлі (фактичних або розрахункових показників енергетичної ефективності будівлі), що включає проведення аналізу архітектурно-планувальних рішень, установлення теплотехнічних показників теплоізоляційної оболонки будинку та енергетичних характеристик інженерного обладнання, структури енерговитрат упродовж періоду опалювання та охолодження, визначення відповідності фактичного енергоспоживання нормативним значенням (оцінка відповідності фактичних або розрахункових показників енергетичної ефективності будівлі встановленим мінімальним вимогам до енергетичної ефективності будівлі), визначення потенціалу енергозбереження, розроблення технічно та економічно обґрунтованих рекомендацій із підвищення рівня енергетичної ефективності будівлі разом з оцінкою надійності, безпечності, якості та економічності функціонування будівлі та інженерних систем».

Висновки і пропозиції. Майбутнє людства залежить від того, як воно зможе забезпечити себе енергією, перебороти екологічну кризу і зберегти навколишнє середовище придатним для життя прийдешніх поколінь. Енергоаудит як інспекція та аналіз використання енергії та можливостей для енергозбереження у будинку, процесі чи системі для зменшення використання енергії системою без негативного впливу на результат її роботи дає змогу знайти правильний шлях економії енергоресурсів, виявити першочергові, маловитратні заходи і розробити перспективу енергозбереження підприємства у цілому з урахуванням плану розвитку виробництва. Варто розуміти, що провадження енергоаудиту та впровадження енергетичного менеджменту дасть змогу досягти без додаткових інвестицій від 5% до 8% економії енергоресурсів за рахунок енергоефективної поведінки споживачів та до 20% скорочення енергоспоживання за рахунок налагодження енергоефективної експлуатації об'єктів.

Література:

1. Bieliaieva N., Bieliaieva S. Importance and necessity of managerial innovations at the stage of modern development of mankind. *Modern Science – Moderni veda*. 2017. № 3. P. 14–19. URL : http://agentura.nemoros.cz/wp-content/uploads/2016/12/ms_3_2017.pdf (дата звернення: 30.03.2020).
2. Жовтянський В.А. Від енергозбереження до енергоефективності. *Енергетика: історія, сучасність і майбутнє*. 2013. № 2. URL : <http://energetika.in.ua/ua/books/book-5/part-2/section-3> (дата звернення: 29.03.2020).
3. Заходи з енергозбереження. *Рівнеобленерго* : офіційний сайт. URL : <https://www.roe.vsei.ua/zahody-z-energozberezhennya/> (дата звернення: 30.03.2020).
4. Дзядичевіч Ю.В., Любезна І.В., Градовий В.В. Зарубіжний досвід у сфері енергозбереження. *Інноваційна економіка*. 2019. № 1. С. 167–175. URL : <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/26> (дата звернення: 30.03.2020).
5. Энергоаудит объектов капитального строительства, реконструкции и перепрофилирования перед вводом в эксплуатацию / Д.В. Топчий и др. *Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость*. 2019. № 1(28). DOI: 10.21285/2227-2917-2019-1-134-143 (дата звернення: 29.03.2020).
6. Про енергозбереження : Закон України від 01.07.1994 № 2095-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/94-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 01.04.2020).
7. Енергоаудит. *Асоціація енергоаудиторів України* : офіційний сайт. URL : <https://aea.org.ua/energy-audit/> (дата звернення: 04.04.2020).
8. Енергетичний аудит будинку: встановлення діагнозу та план лікування. *Асоціація енергоаудиторів України* : офіційний сайт. URL : <https://aea.org.ua/2014/06/energetichnij-audit-budinku-vstanovlennya-diagnozu-ta-plan-likuvannya/> (дата звернення: 04.04.2020).
9. Енергетичний аудит. *Всеукраїнська громадська організація «Вища рада енергоаудиторів та енергоменеджерів України»* : офіційний сайт. URL : <http://ukrenergoadit.org.ua/diyalnist/energoaudit.html> (дата звернення: 06.04.2020).
10. Енергетичний аудит. *BTS-Engineering* : офіційний сайт. URL : <http://energoaudit.com.ua/ua/services/energoaudit/> (дата звернення: 01.04.2020).
11. ДСТУ Б В.2.2–39:2016 Методи та етапи проведення енергетичного аудиту будівель. *БУДСТАНДАРТ Online: сервіс документів* : офіційний сайт. URL : http://online.budstandart.com.ua/catalog/doc-page.html?id_doc=65421 (дата звернення: 04.04.2020).

References:

1. Bieliaieva N., Bieliaieva S. (2017) Importance and necessity of managerial innovations at the stage of modern development of mankind. *Modern Science – Moderni veda*. №3. P. 14–19. Available at: http://agentura.nemoros.cz/wp-content/uploads/2016/12/ms_3_2017.pdf (accessed 30 March 2020).
2. Zhovtyansky V.A. (2013) Vid energhozberezhennja do energhoefektivnosti [From energy saving to energy efficiency]. *Energetyka: istorija, suchasnistj i majbutnje* [Energy: history, present and future], no. 2. Available at: <http://energetika.in.ua/ua/books/book-5/part-2/section-3> (accessed 29 March 2020).
3. Zakhody z energhozberezhennja [Energy conservation measures]. *Rivneoblenergho*: official website. Available at: <https://www.roe.vsei.ua/zahody-z-energozberezhennya/> (accessed 30 March 2020).
4. Dzadichevich Y.V., Lyubezna I.V., Gradovy V.V. (2019) Zarubizhnyj dosvid u sferi energhozberezhennja [Foreign experience in the field of energy saving]. *Innovacijna ekonomika* [Innovative economy], no. 1, P. 167–175. Available at: <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/26> (accessed 30 March 2020).
5. Topchij D.V., Yurgaitis A.Yu., Kravchuk A.S., Shevchuk D.A. (2019) Energoaudit obektov kapital'nogo stroitel'stva, rekonstruktsii i pereprofilirovaniya pered vvodom v ekspluatatsiyu [Energy audit of capital construction, reconstruction and reprofiling facilities before commissioning]. *Izvestiya vuzov. Investitsii. Stroitel'stvo. Nedvizhimost'* [University News. Investments. Construction. The property], no. 1(28). Available at: DOI: 10.21285/2227-2917-2019-1-134-143. (accessed 29 March 2020).

6. Pro energhozberezhennja [About Energy Saving]: Law of Ukraine from 01 July 1994, no. 2095-VIII. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/94-%D0%B2%D1%80> (accessed 01 April 2020).
7. Energhoaudyt [Energy audit]. *Asociacija energhoaudytoriv Ukrainy* [Association of Energy Auditors of Ukraine]: official website. Available at: <https://aea.org.ua/energy-audit/> (accessed 04 April 2020).
8. Energhetychnyj audyt budynku: vstanovlennja diagnozu ta plan likuvannja [Home energy audit: diagnosis and treatment plan]. *Asociacija energhoaudytoriv Ukrainy* [Association of Energy Auditors of Ukraine]: official website. Available at: <https://aea.org.ua/2014/06/energetichnij-audit-budynku-vstanovlennja-diagnozu-ta-plan-likuvannja/> (accessed 04 April 2020).
9. Energhetychnyj audyt [Energy audit]. *Vseukrajinsjka ghromadsjka orghanizacija «Vyshha rada energhoaudytoriv ta energhomenedzheriv Ukrainy»* [All-Ukrainian Non-Governmental Organization "High Council of Energy Auditors and Energy Managers of Ukraine"]: official website. Available at: <http://ukrenergoadit.org.ua/diynist/energoaudit.html> (accessed 06 April 2020).
10. Energhetychnyj audyt [Energy audit]. *BTS-Engineering*: official website. Available at: <http://energoaudit.com.ua/ua/services/energo-audit/> (accessed 01 April 2020).
11. DSTU B V.2.2-39:2016 Metody ta etapy provedennja energhetychnogho audytu budivelj [DSTU B B.2.2-39: 2016 Methods and stages of conducting energy audits of buildings]. *BUDSTANDART Online: servis dokumentiv* [BUDSTANDART Online: document service]: official website. Available at: http://online.budstandart.com.ua/catalog/doc-page.html?id_doc=65421 (accessed 04 April 2020).

Аннотация. В статье проведено исследование понятия энергоаудита как составляющей процесса улучшения уровня энергосбережения. Обоснована значимость энергосбережения как одного из основных приоритетов человечества исходя из имеющегося уровня использования энергетических ресурсов. Определены направления государственной политики в сфере энергосбережения в соответствии с действующим законодательством. Исследованы понятия «энергетический аудит», «энергетическое обследование», «энергетический энергоаудит». Исследовано понятие энергоаудита как основного направления улучшения энергосбережения в зданиях на уровне государства и с позиций оказания этой услуги реально действующими фирмами. Исследована законодательная составляющая обеспечения энергосбережения и проведения энергоаудита.

Ключевые слова: энергоэффективность, энергосбережение, энергоаудит, энергетический аудит, энергетический энергоаудит, энергетическое обследование, экономия энергии, топливно-энергетические ресурсы, энергетические стандарты.

Summary. The article deals with the concept of energy audit as a component of the process of energy saving improving. The importance of energy saving as one of the main priorities of humanity all over the world based on the existing level of energy resources use is substantiated. It is determined that energy saving has become one of the priorities of the human being due to scarcity of basic energy resources, increasing cost of their production, and also in connection with global environmental problems. It is determined that the concept of "energy saving" is a component of the concept of "energy efficiency", which became an element of official state policy in Ukraine only after the establishment of the National Agency of Ukraine for ensuring efficient use of energy resources. The directions of the state policy in the field of energy saving are determined in accordance with the current legislation. The differences in the concept of "energy audit" are investigated in accordance with the law and real companies providing energy audit and energy saving services. It is determined that energy audit is one of the new, but effective instruments of the state policy of Ukraine towards energy saving. The concept of energy audit as the main direction of improvement of energy saving in buildings at the state level and from the point of view of providing this service by real companies is investigated. It is determined that an energy audit is aimed at conducting an energy assessment of an energy consuming object, determining the energy-saving potential (ie savings) and identifying ways to ensure energy efficiency. It is determined that energy audit is only a separate link in the complex chain of energy efficiency and one of the ways to improve energy saving in buildings of all types. The legislative component of ensuring energy saving and conducting energy audits is investigated. It is determined that the future of mankind depends on how it can supply itself with energy, overcome the ecological crisis and keep the environment fit for future generations. It is determined that conducting energy audits and implementing energy management will allow to achieve without additional investment from 5 to 8% of energy savings and up to 20% reduction of energy consumption.

Keywords: energy efficiency, energy saving, energy audit, fuel and energy resources, energy standards

Васильченко Л.С.

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу,
Черкаський державний технологічний університет*

Vasylchenko Lidiya

Cherkasy State Technological University

Стручок О.В.

*аспірант,
Черкаський державний технологічний університет*

Struchok Oleksandr

Cherkasy State Technological University

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НОВОЇ ПАРАДИГМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISE MARKETING COMMUNICATION ENVIRONMENT IN THE CONDITIONS OF THE NEW BUSINESS PARADIGM

Анотація. У статті проаналізовано основні зміни, які відбуваються в маркетинговій діяльності виробників, посередників, роздрібних підприємств та формують мейнстрім маркетингових комунікацій підприємства на найближчу перспективу. Наведено визначення маркетингового комунікаційного середовища підприємства, що розглядається не лише з точки зору формування ефективних інструментів, засобів та каналів комунікації, але й щодо їх інформаційного наповнення масивом маркетингової інформації. Проаналізовано підсистеми маркетингового комунікаційного середовища, використання яких дає змогу повною мірою реалізувати концепцію маркетингового комунікаційного поля, забезпечивши реальних і потенційних споживачів диференційованою маркетинговою інформацією необхідного обсягу, що спрямована на здійснення сприятливих для підприємства споживачських дій або зміну споживачських уявлень в момент купівлі.

Ключові слова: маркетингові комунікації, маркетингові зміни, ринкові тенденції, змінність маркетингового середовища.

Постановка проблеми. В умовах сучасного господарювання, коли мінливе зовнішнє середовище вимагає від компаній пошуку нових ефективних шляхів розвитку, надзвичайно великого значення набуває комунікаційна система підприємства, оскільки саме комунікації дають змогу вирішити низку завдань, таких як проведення своєчасних і результативних організаційних змін; створення інноваційної продукції; налагодження стійких зв'язків з основними стейкхолдерами, формування іміджу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням особливості діяльності підприємств у нестабільних ринкових

умовах присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як І. Ансофф [1; 2], П. Друкер [3], П. Дойль, Ф. Штерн [4], Л.Л. Лазебник, П.В. Пашко [5].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак у більшості досліджень не наголошено на особливостях управління маркетинговою діяльністю в нових економічних реаліях, що підсилює актуальність та своєчасність нашого дослідження.

Мета статті. Головною метою роботи є обґрунтування тенденцій розвитку маркетингового комунікаційного середовища підприємства в умовах глобалізації ринків, гіперконкуренції, стрімкого розвитку інформаційних технологій та зміни економічного й соціокультурного середовища.

Виклад основного матеріалу. Економічна наука, що спрямована на вивчення процесів управління господарством, відносин між людьми, між людьми та навколишнім середовищем, які виникають у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання суспільних благ і послуг, приділяє все більше уваги процесу змін, що обумовлено, з одного боку, зростанням динаміки соціально-економічної, політичної, правової систем, а з іншого боку, високим рівнем невизначеності, який супроводжує сучасну економічну систему [6, с. 219]. Динамічне зовнішнє середовище вимагає від підприємств пошуку ефективних шляхів розвитку, заснованих на стратегіях, адаптованих до змін, які дають змогу організаціям прогнозувати та створювати можливості успішної діяльності, а не просто реагувати на ринкові умови та пристосовуватись до них [7, с. 468].

Мінливість ринку диктує вимоги до прояву властивостей комунікаційної системи підприємства, які полягають у тому, що вона здатна змінювати свої розміри, дає змогу суб'єктам адаптуватися до вимог ринку та інтересів партнерів, сприймати будь-які поведінкові реакції суб'єктів у рамках чинного

законодавства, збагачувати форму та зміст комунікативних проявів за інституційних, інфраструктурних, інноваційних зрушень в інтересах самого підприємства.

В межах комунікаційної системи компанії формується її комунікаційне середовище, де конкретизовано взаємодію з основними стейкхолдерами та визначено їх цільові орієнтири з урахуванням ресурсних можливостей (матеріальних, трудових, фінансових, мотиваційних, інноваційних) для активної співпраці, тобто маркетингове комунікаційне середовище підприємства – це сфера взаємодії багатьох учасників, які пов'язані між собою в процесі просування товару до конкретного споживача й формування в його свідомості позитивних образів товару, виробника та інших стейкхолдерів з урахуванням мотивації всіх учасників взаємодії.

Комунікаційне середовище підприємства розглядається не лише з точки зору формування ефективних каналів, засобів та інструментів комунікації, але й щодо інформаційного наповнення комунікаційних каналів масивом маркетингової інформації, що забезпечує суб'єктів ринкової взаємодії вичерпними даними для прийняття сприятливого для підприємства, ініціатора комунікацій, рішення. Необхідність забезпечення економічної ефективності маркетингового комунікаційного процесу висуває певні вимоги до формування та розвитку маркетингового комунікаційного середовища підприємства, що складається з двох підсистем, а саме комунікаційної та інформаційної.

Функціональною особливістю комунікаційної підсистеми маркетингового комунікаційного середовища підприємства є те, що можна виділити дві підфункції, які вона виконує, а саме комунікативної взаємодії та комунікативного впливу. Перша більшою мірою орієнтована на вивчення потреб і переваг споживачів задля просування продукту компанії до цільової аудиторії; друга спрямована на спонукання споживача до здійснення купівлі за допомогою позначення конкурентних переваг продукції, забезпечення впізнавання бренду та досягнення високої лояльності до нього наявних і потенційних клієнтів.

Інформаційна підсистема маркетингового комунікаційного середовища підприємства має забезпечувати інтегрований вплив маркетингових комунікацій на клієнтоорієнтованість підприємства, споживацькі уявлення й тип поведінки споживачів; особисте інформаційне поле й набір купівельних альтернатив споживачів із цільових груп; прийняття споживацького рішення та створення сприятливого ставлення до підприємства – ініціатора комунікацій; особисте інформаційне поле споживача задля підвищення лояльності клієнтів підприємства.

Використання зазначених підсистем дає змогу повною мірою реалізувати концепцію маркетингового комунікаційного поля, забезпечивши реальних і потенційних споживачів диференційованою маркетинговою інформацією необхідного обсягу, спрямованою на здійснення сприятливих для підприємства споживацьких дій або зміну споживацьких уявлень (типу конкурентної поведінки) в момент купівлі.

Сучасний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дає можливість споживачам отримати вільний доступ до інформації про товари, послуги, ціни, виробників продукції, що дає змогу порівнювати їх та ділитися досвідом. Внаслідок цього споживачі стають більш вимогливими, що зумовлює зміну підходів до маркетингової діяльності підприємств.

Один із найвпливовіших теоретиків менеджменту XX століття П. Друкер зазначає, що «підприємництво базується на економічній і соціальних теоріях, згідно яких зміни є нормальним і природним явищем» [3, с. 37].

На думку відомого американського маркетолога П. Дойля, якщо підприємство у XXI столітті буде ігнорувати зміни ринкового середовища, такі як зміни споживацьких потреб, поява нових технологій і конкурентів, які пристосовуються до цих змін, то вони зроблять підприємство непотрібним на ринку [4, с. 502].

Важливим фактором, який розглядають як головну причину мінливості зовнішнього середовища підприємств у сучасних умовах [5], є турбулентність, тобто вищий ступінь невизначеності стану зовнішнього середовища, за якого зміни, що відбуваються, характеризуються високим ступенем непередбачуваності, складності та мінливості. На думку І. Ансоффа, економічна турбулентність вимірюється швидкістю змін та складністю середовища, рівнем новизни подій і баченням майбутнього [1; 2].

Нині, в умовах зміни економічного та соціокультурного середовища, глобалізації ринків, гіперконкуренції, стрімкого розвитку інформаційних технологій, відбуваються істотні зміни в маркетинговій діяльності виробників, посередників, роздрібних підприємств. Ці зміни стосуються всіх сфер економічної діяльності суб'єктів ринку та формують мейнстріми маркетингових комунікацій підприємства на найближчу перспективу: від функцій до процесів; від продукту до споживача; від угод до взаємовідносин; від ресурсів до знань; від прибутку до ефективності; від конкуренції підприємств до конкуренції каналів комунікації. Перші три напрями якісних змін в організації бізнесу визначили американські маркетологи М. Крістофер і Х. Пак [8, с. 139].

Відповідно до домінантного напрямку «від функцій до процесів» слід зазначити, що М. Крістофер і Х. Пак вказували на необхідність руйнування функціональних бар'єрів і переходу від функціонального управління до процесного, підкреслюючи, що традиційна організаційна побудова підприємства навколо основних функцій, таких як виробництво, маркетинг, дистрибуція, орієнтується переважно на ефективне використання ресурсів, а не на кінцевий результат, який вимірюється показником задоволеності покупця, вираженим у прибутку [8, с. 139–141]. Формування та розвиток маркетингової комунікаційної системи підприємства, яка впливає на його клієнтоорієнтованість, вимагає забезпечення міжфункціональної координації матеріальних та інформаційних потоків, а також інструментів комунікації, що пов'язує підприємство зі споживачами та основними стейкхолдерами й створює передумови для гармонізації їх мотивів та інтересів. Пріоритетним напрямом діяльності підприємства на сучасному ринку є управління процесом максимального задоволення покупця на основі персоналізованого підходу до кожного з них із забезпеченням швидкого реагування на зміни попиту.

Домінантний напрям «від продукту до споживача» передбачає стратегічний перехід від традиційної концепції маркетингу, яка зосереджена перш за все на задоволенні потреб покупців і підтримці їх прихильності, до певної торгової марки, тобто формування цінності бренду. Новий підхід до співпраці підприємства, основних стейкхолдерів і споживача обумовлює необхідність розвитку партнерських відносин і дає можливість спрямовувати зусилля на оптимізацію товарних і комунікаційних потоків, орієнтуючись на формування ціннісної пропозиції, що здебільшого забезпечувала би створення цінності для споживача.

В результаті формується перехід «від угод до відносин», оскільки в умовах зростаючої конкуренції разом зі здійсненням короткотермінових трансакцій підприємства зацікавлені у встановленні довгострокових взаємовигідних відносин із

клієнтами, дистриб'юторами, дилерами, постачальниками, що дає змогу забезпечити стійку конкурентну перевагу під час взаємодії з учасниками ринкових процесів. У цих умовах мають бути створені відносини бізнес-співпраці, які спрямовані на підвищення ефективності використання власних ресурсів або забезпечення доступу до ресурсів партнера, обмін повною, достовірною та об'єктивною інформацією, а також встановлення тривалих взаємовигідних зв'язків.

Домінант «від ресурсних можливостей до знань» акцентує увагу на суттєвих змінах отримання конкурентних переваг підприємства в умовах сьогодення. Для їх отримання компанія має використовувати унікальне поєднання ресурсних можливостей, компетенцій персоналу (знання, вміння й навички), використання сучасних маркетингових комунікаційних технологій. В умовах конкурентного ринку змінюються значення, форми та місце маркетингових комунікацій у вирішенні проблем стратегічного розвитку підприємства. Комунікації уособлюють властивості джерела економічного зростання підприємства у зв'язку з тим, що для вирішення тактичних і стратегічних завдань залучають ресурси основних стейкхолдерів, які мають власну мотивацію від бізнес-співпраці з підприємством і розраховують на певні вигоди від такої співпраці. Саме ефективність маркетингових комунікацій, спрямованих на максимізацію задоволення споживачів продукту компанії, є визначальним фактором економічної стабільності підприємства, формування його цінності та інвестиційної привабливості.

Напрямок «від прибутку до ефективності» потребує посиленої уваги у зв'язку з необхідністю оцінювання ефективності маркетингових комунікацій у сучасних умовах, що обумовлено змінами в принципах діяльності підприємств, коли гостро стоїть проблема не тільки зіставлення вкладених ресурсів з результатами їх використання, але й оцінювання ефективності діяльності підприємства зовнішніми стейкхолдерами. Використання як індикаторів оцінювання фінансових показників діяльності хоч і дає загальне уявлення про результати маркетингових заходів, однак не дає змоги отримати відповіді на питання про силу конкурентної позиції підприємства на ринку та конкурентоспроможності його товарів, лояльності споживачів і рівень їх задоволеності, адаптивності каналів просування тощо. Важливим індикатором при цьому має бути показник, що характеризує здатність маркетингової комунікаційної системи підприємства забезпечувати досягнення намічених результатів і вирішення поставлених практичних завдань, тобто результативність. В процесі оцінювання результативності маркетингової комунікаційної системи першорядне значення має визначення ключових показників, необхідних для якісного й кількісного аналізу зусиль підприємства для відслідковування різних аспектів маркетингової онлайн-діяльності (кількісна та якісна характеристика трафіку, сприйняття аудиторією інтерфейсу сайту та його контенту, що представлений на сторінці сайту, комунікаційна взаємодія з аудиторією сайту, динаміка уявлень особистого інформаційного поля споживачів цільових груп, трансформація типу їх споживацької поведінки, динаміка зростання продажів під впливом комунікацій у місцях продажів), які дають змогу оцінити маркетингові зусилля щодо використання комунікаційних засобів та інструментів для створення максимально ефективної ціннісної пропозиції.

Напрямок «від конкуренції підприємства до конкуренції каналів комунікації» слід охарактеризувати як перехід від конкуренції на ринку певного продукту до конкуренції каналів, засобів, інструментів комунікації. Саме в процесі просування продукту

за допомогою використання інтегрованих маркетингових комунікацій відбувається велика частина процесів щодо формування ціннісної пропозиції для споживача, таких як формування образу та впізнавання товару, задоволення визначених потреб, сприяння формуванню інтерактивного контенту, сервісне обслуговування, створення гармонійних взаємовідносин зі стейкхолдерами.

Одним з мейнстрімів формування та розвитку маркетингових комунікацій підприємства на найближчу перспективу є новітній тренд «від реального до віртуального», де акцентується увага на нівелюванні меж між реальним і віртуальним. Експерти-аналітики з маркетингу звертають увагу на сучасні вимоги споживачів щодо маркетингових комунікацій, які дають їм можливість ближче взаємодіяти з брендом, що стає можливим завдяки використанню технологій у сфері доповненої та віртуальної реальності.

Висновки і пропозиції. Конкуренція каналів комунікації передбачає реалізацію комунікаційної політики основних стейкхолдерів маркетингового комунікаційного середовища на основі конкурентної раціональності, заснованої на акцентуванні уваги на процесах створення додаткової цінності для залучення споживачів і більш повного задоволення їх потреб, а також отримання стійких конкурентних переваг. Конкуренція на раціональність підсилює адаптаційні можливості підприємства у зовнішньому середовищі й забезпечує стійкі конкурентні переваги учасників маркетингового комунікаційного середовища.

Розроблена концепція формування та розвитку маркетингового комунікаційного середовища спрямована не тільки на забезпечення узгодженості комунікаційних інструментів для трансляції маркетингових повідомлень, але й на комплексний і системний комунікативний вплив на цільові групи споживачів та основних стейкхолдерів. Сутність системності та комплексності, що обґрунтовується в концепції, виражається в комунікативному супроводі всього процесу купівлі (споживання) з урахуванням сучасних комунікаційних мейнстрімів маркетингових комунікацій підприємства.

Очікуваним результатом функціонування маркетингового комунікаційного середовища стає зростання інформаційної та торговельної ефективності діяльності підприємства, керована модифікація особистого інформаційного поля цільових груп споживачів, зміна типу їх споживацької поведінки (зміцнення лояльності, раціоналізація), зростання торговельної ефективності комунікативних зусиль.

Таким чином, концепція формування та розвитку маркетингового комунікаційного середовища підприємства передбачає комплексний інтегрований комунікативний вплив на цільові групи споживачів задля забезпечення вичерпною інформацією для прийняття сприятливого споживацького рішення стосовно продукту підприємства.

Література:

1. Ансофф І. Стратегическое управление. Москва : Экономика, 1989. 519 с.
2. Ансофф І. Стратегический менеджмент. Классическое издание. Санкт-Петербург : Питер 2009. 344 с.
3. Друкер П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. Москва : Бук Чембэр Интернэшнл, 1992. 349 с.
4. Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг менеджмент и стратегии. 4-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 544 с.
5. Підприємництво в епоху глобальних трансформацій: виклики та перспективи розвитку : монографія / за ред. П.В. Пашка, Л.Л. Лазебник. Ірпінь : Університет державної фіскальної служби України, 2019. 476 с.

6. Латвис О.А. Роль и значение изменений для формирования маркетинговой политики предприятий. *Проблемы современной экономики*. 2013. № 4(48). С. 219–223.
7. Зернюк О.В. Проблеми та особливості управління маркетинговою діяльністю в нестабільних ринкових умовах. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 13. С. 468–473.
8. Кристофер М. Маркетинговая логистика / пер. с англ. И.В. Касимова. Москва : Издательский Дом «Технологии», 2005. 200 с.
4. Doyl' P., Shtern F. (2007) Marketing menedzhment i strategii [Marketing Management and Strategies]. St. Petersburg : Peter. 544 p. (in Russian)
5. Pashko P.V., Lazebyuk L.L. (2019) Pidpryjemnyctvo v epokhu globalnykh transformacij: vyklyky ta perspektyvy rozvytku [Entrepreneurship in the Age of Global Transformation: Challenges and Prospects for Development] Marketing Management and Strategies]. Irpinj : Universytet derzhavnoji fiskal'noji sluzhby Ukrainy. 476 p. (in Ukrainian)
6. Latvis O.A. (2013) Rol' i znachenie izmeneniy dlya formirovaniya marketingovoy politiki predpriyatiy [The role and significance of changes for the formation of marketing policies of enterprises] *Problemy sovremennoy ekonomiki*, no. 4(48), pp. 219–223 (in Russian)
7. Zemjuk O.V. (2017) Problemy ta osoblyvosti upravlinnja marketynghovoho dijajlnistju v nestabil'nykh rynkovykh umovakh. [Problems and features of management of marketing activity in unstable market conditions] *Ekonomika i suspil'stvo*, no. 13, pp. 468–473 (in Ukrainian)
8. Kristofer M. (2005) Marketingovaya logistika [marketing logistics] (Kasimova I.V. Trans). Moskva : Izdatel'skiy Dom "Tekhnologii", pp. 200 (in Russian)

References:

1. Ansoff I. (1989) Strategicheskoe upravlenie [strategic management]. Moscow : Economics. 519 p. (in Russian)
2. Ansoff I. (2009) Strategicheskij menedzhment. Klassicheskoe izdanie. [Strategic management. Classic edition] St. Petersburg : Peter. 344 p. (in Russian)
3. Druker P.F. (1992) Rynok: kak vytyti v liders. Praktika i printsipy [Market: how to become a leader. Practice and principles]. Moscow : Buk Chamber Interneshnl. 349 p. (in Russian)

Аннотация. В статье проанализированы основные изменения, которые происходят в маркетинговой деятельности производителей, посредников, розничных предприятий и формируют мейнстрим маркетинговых коммуникаций предприятия на ближайшую перспективу. Приведены определения маркетинговой коммуникационной среды предприятия, которая рассматривается не только с точки зрения формирования эффективных инструментов, средств и каналов коммуникации, но и касательно их информационного наполнения массивом маркетинговой информации. Проанализированы подсистемы маркетинговой коммуникационной среды, использование которых позволяет в полной мере реализовать концепцию маркетингового коммуникационного поля, обеспечив реальных и потенциальных потребителей дифференцированной маркетинговой информацией необходимого объема, которая направлена на осуществление благоприятных для предприятия потребительских действий или изменение потребительских представлений в момент покупки.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, маркетинговые изменения, рыночные тенденции, изменчивость маркетинговой среды.

Summary. The article analyzes the main changes that occur in the marketing activities of manufacturers, intermediaries, retail enterprises and forms the enterprise marketing communications mainstream in the short term: from functions to processes; from product to consumer; from agreements to relationships; from resources to knowledge; from profit to efficiency; from business competition to communication channel competition. The definition of marketing communication environment of the enterprise is provided, which is considered not only in terms of effective tools formation, means and channels of communication, but also takes into account their information filling with mass of marketing information and provides subjects of market interaction with comprehensive data for making favorable decision for the enterprise. The subsystems of the marketing communication environment (communication and information) are analyzed, the use of which allows to fully realize the concept of the marketing communication field and to provide the real and potential consumers with differentiated marketing information of the necessary volume, aimed at the implementation of favorable for the consumer consumption actions during the of purchase. It is revealed that the developed concept of formation and development of the marketing communication environment is aimed not only at ensuring the coherence of communication tools for broadcasting marketing messages, but also at complex and systematic communicative influence on target groups of consumers, and competition of communication channels means the implementation of the communication policy of the main stakeholders. based on competitive rationality, which is based on a focus on process creation of additional value in order to attract consumers and better meet their needs. It is stated that the expected result of the marketing communication environment functioning will be increase of information and trade efficiency of the enterprise activity. Its importance and necessity in the conditions of changing economic and socio-cultural environment are proved.

Keywords: marketing communications, marketing changes, market trends, variability of the marketing environment.

Вовк О.М.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки повітряного транспорту,
Національний авіаційний університет*

Vovk Olha

National Aviation University

Ковальчук А.М.

*старший викладач кафедри економіки повітряного транспорту,
Національний авіаційний університет*

Kovalchuk Alyona

National Aviation University

Кривенко В.О.

*студентка,
Національний авіаційний університет*

Kryvenko Victoriia

National Aviation University

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

CONCEPTUAL BASES OF ENSURING EFFICIENCY OF INVESTMENT ACTIVITY OF TRANSPORT COMPANIES

Анотація. У статті досліджено форми та джерела фінансування інвестиційної діяльності підприємств. Джерелами інвестиційних ресурсів є власні, залучені та позичені активи, до яких автори відносять не лише фінансові, але й усі види економічних ресурсів. Застосовуючи стратегічний підхід, автори запропонували таку послідовність забезпечення ефективності інвестиційної діяльності: визначення напрямів і цілей, пріоритетних інвестиційних проєктів; формування стратегічного портфеля інвестицій; обґрунтування форм і джерел залучення інвестиційних ресурсів; оцінювання вартості їх застосування. Під час реалізації інвестиційної діяльності транспортним підприємствам необхідно дотримуватися функцій моніторингу й контролю, а також адаптувати проєкти відповідно до змін середовища. Авторами описано особливості застосування концептуальних підходів до забезпечення ефективності інвестиційної діяльності на транспортних підприємствах.

Ключові слова: транспортне підприємство, інвестиційна діяльність, забезпечення ефективності, інвестиційні ресурси, підходи.

Постановка проблеми. Відповідно до сучасних викликів неотехнологічного оновлення, трансформації та систем управління, джерел фінансування, цілей розвитку транспортних підприємств активізація інвестиційної діяльності є одним з найважливіших напрямів стабільного нарощування прибутковості та конкурентоспроможності, адже ефективна робота транспортних підприємств є невід'ємною умовою функціонування всієї економіки в Україні, забезпечення розподілу капіталу та формування вартості продукції.

Для забезпечення ефективності інвестиційної діяльності транспортного підприємства необхідна налагоджена та впорядкована система управління, що здатна до адаптації та сприйняття інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасній літературі дослідженню шляхів забезпечення ефективності інвестиційної діяльності підприємства присвячено роботи багатьох науковців, найвідомішими з яких є Ф. Кларк, Дж. Кейнс, М. Міллер, І.О. Бланк, В.М. Гриньова, Т.В. Майорова, С.М. Пересада, М.І. Крупка [1–5] Методичні підходи й практичні рекомендації, які були запропоновані, описують сучасні концепції управління інвестиційною діяльністю підприємства, інструментарій розроблення та оцінювання інвестиційних стратегій.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Тенденції та умови господарської діяльності транспортних підприємств, технологічні особливості, специфіка надання й забезпечення прибутковості транспортних послуг, форми та джерела фінансування інвестиційної діяльності потребують уточнення сучасних концепцій управління інвестиційною діяльністю в контексті визначення відповідності тих чи інших положень викликам та особливостям розвитку транспорту.

Мета статті. Головною метою роботи є опис та формалізація концептуальних положень забезпечення ефективності інвестиційної діяльності транспортних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Ефективність системи управління інвестиційною діяльністю транспортних підприємств буде досягатись за рахунок покращення організаційної, інформаційної, фінансової та кадрової забезпеченості, інноваційності інструментарію планування, контролю, моніторингу умов обґрунтування та реалізації інвестиційних стратегій.

Для врахування особливостей діяльності транспортного підприємства процес управління інвестиційною діяльністю має виконувати такі завдання:

1) узгодження інвестиційних потреб із техніко-технологічними запитами, станом ринку транспортних послуг того чи іншого виду та позицією підприємства на ньому, інноваційною спрямованістю розвитку підприємства;

2) підбір і використання ефективних інструментів оцінювання, прогнозування та проєктування транспортних потоків, відповідних шляхів ефективності реалізації інвестиційної діяльності;

3) стратегічна та поточна максимізація інвестиційного прибутку транспортного підприємства;

4) мінімізація інвестиційних ризиків, зокрема специфічних (наприклад, в авіації найжорсткіший контроль безпеки потребує додаткових інвестиційних витрат);

5) підтримання оптимального рівня ліквідності інвестицій підприємства;

6) підтримання стійкого фінансового стану підприємства в процесі здійснення інвестиційної діяльності.

Підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю необхідне для оптимізації реалізації інвестиційних проєктів на підприємстві, тобто для покращення всіх показників оцінювання інвестиційної діяльності. В.В. Левицький представив низку умов, від яких може залежати підвищення такої ефективності. Отже, ними є:

1) оптимальне поєднання централізації та децентралізації управління інвестиційною діяльністю;

2) науковість процесу організації аналітичного забезпечення управління інвестиційною діяльністю;

3) вироблення нових цілей та завдань щодо вдосконалення організації аналітичного забезпечення методичного апарату управління інвестиційною діяльністю;

4) безперервне вдосконалення управління інвестиційною діяльністю;

5) взаємодія та розумна регламентація;

6) постійність та незмінність аналітичного забезпечення й інформаційної достатності управління інвестиційною діяльністю;

7) відповідність характеру роботи потенційним можливостям та спроможностям виконавця;

8) безперервність підвищення кваліфікації менеджерів з управління інвестиційною діяльністю [6].

У процесі управління інвестиційною діяльністю потрібно мінімізувати вартість ресурсів, їхній склад та структуру, а також максимізувати результативність інвестиційної діяльності з урахуванням усіх можливостей, ресурсів та умов їхнього використання [7].

Узагальнюючи, процес управління інвестиційною діяльністю транспортних підприємств можемо формалізувати в таких етапах (рис. 1):

1) визначення напрямів та цілей, пріоритетних інвестиційних проєктів;

2) формування стратегічного портфеля інвестицій, що передбачає оцінювання та порівняння проєктів, визначення їх економічної та соціальної ефективності;

3) обґрунтування форм та джерел залучення інвестиційних ресурсів, оцінювання вартості їх застосування;

4) моніторинг і контроль досягнення поставлених інвестиційних цілей на запроєктованому рівні ефективності;

5) адаптація проєктів відповідно до змін середовища.

Джерелами фінансування інвестиційної діяльності підприємств можуть бути власні кошти, залучені кошти, позикові кошти. Концептуально авторами розподіляються відмінності між внутрішніми та зовнішніми, власними й залученими (позиченими) джерелами фінансування (рис. 2). При цьому необхідно зазначити, що не лише фінансові активи можуть виступати в ролі інвестиційно формуючих ресурсів [8]. Так, персонал та інформаційний простір формують мотиваційні запити інноваційного розвитку та є джерелами інтелектуального інвестиційного капіталу підприємства. Транспортна інфраструктура є, з одного боку, основним об'єктом інвестування в технологічне оновлення, а з іншого боку, матеріальною гарантією для залучення кредитних коштів. Інформація та інші нематеріальні активи є джерелами інноваційних стратегій транспортного підприємства, засобами формування інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності. На транспортних підприємствах основними формами фінансування інвестицій є державне, комунальне, приватне та концесійне залучення активів.

За фінансового забезпечення інвестиційної діяльності найчастіше транспортні підприємства як джерела фінансування можуть використовувати прибуток та амортизаційні відрахування.



Рис. 1. Етапи управління інвестиційною діяльністю транспортного підприємства

Джерело: розроблено авторами

ДЖЕРЕЛА ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ				
ВНУТРІШНІ		ЗОВНІШНІ		
ВЛАСНІ	– Статутний капітал; – резерви, накопичені підприємством: 1) накопичена амортизація; 2) резервні фонди; – мобілізація резервів (зокрема, поточний прибуток, надходження від реалізації нематеріальних активів, фінансових інвестицій, оборотних та необоротних засобів); – доходи, отримані від фінансових інвестицій (дивіденди та відсотки).	– Емісія акцій: 1) відкрита підписка простих акцій; 2) закрита підписка простих акцій; 3) привілейовані акції; 4) венчурне фінансування; 5) портфельні інвестиції; – прямі інвестиції (без цінних паперів): 1) додаткові внески власників у Статутний фонд; 2) створення спільного підприємства; – благодійні пожертвування та безоплатна фінансова допомога; – державні субсидії.		ВЛАСНІ
ПОЗИКОВІ	– Внутрішня кредиторська заборгованість (рахунок до нарахування); – нерозподілений прибуток.	– Короткостроковий банківський кредит; – факторинг; – форфейтинг; – комерційний кредит; – оренда; – кредитна лінія; – овердрафт.	короткострокові	ПОЗИКОВІ
		– Середньо- і довгостроковий банківський кредит закордонних і вітчизняних банків; – облігаційний займ; – фінансовий лізинг; – цільовий державний кредит; – довгострокові цільові міжнародні гранди під конкретні інфраструктурні проекти, що формуються під окремі транспортні підприємства.	довгострокові	
ВНУТРІШНІ		ЗОВНІШНІ		

Рис. 2. Джерела фінансування інвестиційної діяльності транспортних підприємств

Джерело: розроблено авторами

Для забезпечення ефективності інвестиційної діяльності транспортних підприємств застосовуються функціональний, вартісний, процесний, системний, структурний та проєктний підходи (табл. 1). Технічний стан та зношеність транспортної інфраструктури вимагають застосування функціонального підходу до управління інвестиціями. Вартісний підхід застосовується до інвестицій у нарошування капіталу та збільшення ефективності фінансової системи підприємств. Процесний та структурний підходи використовуються під час проєктування стратегічних цілей інноваційно-інвестиційного розвитку, побудови структури корпоративного управління транспортним під-

приємством. Проєктний підхід до забезпечення ефективності інвестицій використовується під час реалізації поточних проєктів та прогнозування окремих змін у напрямках інвестування.

Процес управління інвестиційною діяльністю є складовою частиною загальної системи управління на підприємстві, тому її взаємозв'язок і координація з іншими підсистемами є необхідними. Як правило, найчастіше на вітчизняних підприємствах застосовують функціональний підхід. За такого підходу всі структурні підрозділи мають взаємозв'язки, які формують функціональні напрями. Проте цей підхід не дає змогу швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, що призводить

Підходи до забезпечення ефективності інвестиційної діяльності підприємства

Управлінські підходи	Прояв	Особливості застосування на транспортних підприємствах
Функціональний	Підприємство – це механізм, що виконує певний перелік функцій, які розподілені між окремими підрозділами та співробітниками.	Найчастіше застосовується для технологічного оновлення інфраструктури та транспортних засобів.
Процесний	Досягнення запланованого ефекту за рахунок залучення інвестицій є процесом.	Використовується для оновлення організаційної структури, впровадження управлінських інновацій.
Вартісний	Управлінський вплив має бути спрямований на збільшення вартості вкладених коштів.	Інвестування здійснюється в інтелектуальний капітал та персонал. Управління ринковою вартістю капіталу присутнє переважно у залізничному, авіаційному та газотранспортному секторах.
Структурний	Встановлення співвідношення значущості факторів, методів, принципів та інструментів у досягненні поставлених цілей.	Застосовується під час проєктування напрямів розвитку й перебудови архітектури транспортного підприємства.
Проєктний	Формування гнучкої організаційної структури управління, що здатна своєчасно реагувати на зміни.	Застосовується під час капітального будівництва (поточного оновлення) техніко-технологічної бази, впровадження інформаційних систем, оптимізації транспортних потоків.

до відсутності гнучкості та адаптивності інвестиційної діяльності підприємства, що в підсумку стає причиною неефективності інвестицій.

Процесний підхід передбачає розроблення планів, прогнозів реалізації інвестиційних проєктів, оцінювання ефективності, формування горизонтальної організаційної структури відповідно до набору процесів, які притаманні конкретному підприємству чи інвестиційному проєкту.

Перевагами вартісного підходу до управління інвестиційною діяльністю є відповідність інтересам власників та максимізація вартості компанії. За такого підходу разом з інвестиційними якостями капіталу розглядається невизначеність майбутніх ресурсів та додаткових можливостей. В інвестиційній діяльності транспортного підприємства важливим є процес управління інвестиційними ресурсами, які формують і вартість майбутнього проєкту, і новостворену вартість транспортного підприємства.

Висновки і пропозиції. Від уміння інвестувати та здійснювати управління інвестиційною діяльністю залежить подальший розвиток підприємства, тому проблема здійснення інвестиційної діяльності є однією з найактуальніших не лише в транспортній галузі. Отже, забезпечення ефективності інвестиційної діяльності дає змогу покращити основні показники діяльності транспортного підприємства та його конкурентний статус на ринку послуг. Саме тому головною інвестиційною метою підприємства є раціональне використання наявних інвестиційних ресурсів та забезпечення реалізації стратегічної мети інвестиційного розвитку підприємства, адже ефективність інвестиційної діяльності транспортних підприємств відображає темпи техніко-технологічного оновлення, розвитку професійних компетенцій персоналу та впровадження цифрових інновацій.

Література:

- Francis J.C. Management of Investment. 2nd ed. New-York : McGraw-Hill, 1988.
- Keynes I.M. General Theory of Employment, Interest and Money. Collected Writings of Jhm Maynad Keynes, vol. VII. London : Macmillan, 1973.

- Blank I.A. Основи інвестиційного менеджменту. Київ : Ніка-Центр, 2001. 672 с.
- Гриньова В.М. Інвестування. Київ : Знання, 2008. 456 с.
- Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
- Levytskyi V.V. The optimization of system financial management of enterprise based on the analysis of investments in its marketing activities. *Економічний часопис CHU імені Лесі Українки*. 2019. № 2(18). С. 101–107.
- Вовк О.М. Формування системи управління інвестиційними ресурсами авіаційно-ремонтних підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 28. С. 217–219.
- Щелкунов В.І., Вовк О.М. Формалізація методичного забезпечення управління інвестиційними ресурсами підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2011. Вип. 31. С. 41–48.

References:

- Francis, Jack Clark. *Management of Investment*. 2nd ed. New-York : McGraw-Hill, 1988.
- Keynes I.M. *General Theory of Employment, Interest and Money*. Collected Writings of Jhm Maynad Keynes, vol. VII, London : Macmillan, 1973.
- Blank I.A. (2001) *Osnovy investycijnogho menedzhmentu* [Fundamentals of Investment Management]. Kyiv : Nika-Center Edition. (in Ukrainian)
- Ghrynjova V.M. (2008) *Investuvannja* [Investment]. Kyiv : Knowledge Publishing House. (in Ukrainian)
- Majorova T.V. (2009) *Investycijna dijalnistj* [Investment activity]. Kyiv : Knowledge Publishing House. (in Ukrainian)
- Levyckij V.V. (2019) The optimization of system financial management of enterprise based on the analysis of investments in its marketing activities. *Ekonomichnyj chasopys SNU imeni Lesi Ukrainky*, no. 2(18), pp. 101–107. (in Ukrainian)
- Vovk O.M. (2017) Formuvannja systemy upravlinnja investycijnymy resursamy aviacijno-remontnykh pidpryjemstv [Formation of the system of management of investment resources of aviation-repair enterprises]. *Bulletin of Economics of Transport and Industry*, no. 28, 2017, pp. 217–219. (in Ukrainian)
- Shhelkunov V.I. and Vovk O.M. (2011) Formalizacija metodychnogho zabezpechennja upravlinnja investycijnymy resursamy pidpryjemstva [Formation of the system of management of investment resources of aviation-repair enterprises]. *Problems of improving the efficiency of infrastructure*, vol. 31, pp. 41–48. (in Ukrainian)

Аннотация. В статье исследованы формы и источники финансирования инвестиционной деятельности предприятий. Источниками инвестиционных ресурсов являются собственные, привлеченные и заемные активы, к которым авторы относят не только финансовые, но и все виды экономических ресурсов. Применяя стратегический подход, авторы предложили такую последовательность обеспечения эффективности инвестиционной деятельности: определение направлений и целей, приоритетных инвестиционных проектов; формирование стратегического портфеля инвестиций; обоснование форм и источников привлечения инвестиционных ресурсов; оценивание стоимости их применения. При реализации инвестиционной деятельности транспортным предприятиям необходимо соблюдать функции мониторинга и контроля, а также адаптировать проекты в соответствии с изменениями среды. Авторами описаны особенности применения концептуальных подходов к обеспечению эффективности инвестиционной деятельности на транспортных предприятиях.

Ключевые слова: транспортное предприятие, инвестиционная деятельность, обеспечение эффективности, инвестиционные ресурсы, подходы.

Summary. The article explores the forms and sources of financing investment activities of enterprises. At transport enterprises, the main forms of investment financing are state, municipal, private and concession rising of assets. Sources of investment resources are own, attracted and borrowed assets. The authors identify to investment resources not only financial, but also all types of economic resources. For example, personnel and information space form the motivational demands of innovative development and is a source of intellectual investment capital of an enterprise. Transport infrastructure is the main object of investment in technological updating and a material guarantee for attracting credit resources. Using a strategic approach, the authors proposed a sequence of ensuring the effectiveness of investment activity. The first step is to identify areas and goals, priority investment projects. The second stage is the formation of a strategic investment portfolio, evaluation and comparison of projects, determining their economic and social effectiveness. The next stage provides a justification of the forms and sources of attracting investment resources and an assessment of the cost of their application. The implementation of investment activities by transport enterprises requires observing the monitoring and control functions. Transport companies need to adapt their projects to the changing environment. To ensure the efficiency of investment activities of transport enterprises, the following approaches are used: functional, cost, process, system, structural and design. The technical condition and depreciation of the transport infrastructure require a functional approach to investment management. The cost approach is applied to investments in building capital and increasing the efficiency of the financial system of enterprises. The process and structural approaches are used in the design of strategic goals of innovation and investment development, in the construction of a corporate structure for transport company management. A project approach to ensuring investment efficiency is used to implement ongoing projects and forecast individual changes in investment areas. The investment activity of transport enterprises reflects the pace of technological and technological renewal, the development of professional competencies of personnel and the introduction of digital innovations.

Keywords: transport company, investment activity, ensuring efficiency, investment resources, approaches.

*Демочані О.Е.**аспірантка кафедри «Менеджмент в будівництві»,
Київський національний університет будівництва і архітектури**Demochani Olena**Kyiv National University of Construction and Architecture*

ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АНАЛІТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ КОНТРОЛІНГУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

INNOVATIVE FUNDAMENTALS FOR THE DEVELOPMENT OF ANALYTICAL CONTROLLING MODELS OF CONSTRUCTION ENTERPRISES

Анотація. У статті з'ясовано, що український будівельний комплекс характеризується високими внутрішніми ризиками, однак якщо відмовитися від інноваційного складника у зв'язку з ними, це спричинить ще більші фінансові втрати як в окремих фірмах, так і в будівельній галузі загалом. Здійснено аналіз витрат на інноваційну діяльність будівельних підприємств та виявлено, що підприємства нерегулярно приділяють увагу розвитку інновацій на власному виробництві, зокрема жодне з підприємств не виділяє кошти на інноваційну діяльність кожного року. Проведено оцінку механізму управління інноваційним потенціалом будівельних підприємств та виявлено, що механізм управління інноваційним потенціалом потребує вдосконалення, а виробництво – впровадження нових технологій. У межах будівельного ринку нашої країни інноваційна політика застосовується поки що стихійно та винятково інтуїтивно. Через це необхідне не лише розроблення інноваційної моделі, відповідно до якої має розвиватися будівельний комплекс України, а й конкретизація діяльності його структур. Це пов'язано з тим, що у зв'язку з технологічним відставанням будівельний ринок може спіткати криза, коли необхідне буде здійснення радикальних змін у стислі строки із серйозним напруженням і надмірною витратою ресурсів.

Ключові слова: аналітика, контролінг, контролінгова діяльність, аналітичні моделі, будівельні підприємства.

Постановка проблеми. Питання, пов'язане із забезпеченням ефективної оперативної роботи будівельних компаній, за останній час стало надзвичайно гострим у зв'язку з притаманною навколишньому середовищу значною стохастичністю, яка перешкоджає стратегічному плануванню. Завдяки вдалим оперативним крокам можна суттєво пом'якшити наслідки, викликані невдалими стратегічними рішеннями, а якщо стратегічне планування неможливо здійснити, вони перетворюються на фактично єдиний по-справжньому діючий інструментарій. Через це зараз керівництво фірм будівельного сегменту має приділити більше уваги методам оперативної управлінської діяльності як фактично єдиному надійному способу зробити виробничу діяльність ефективнішою, серед яких важливе місце належить контролінгу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження даної проблематики свою увагу присвятили такі науковці,

як: Г. Долженко [1], який досліджував парадигму будівельної науки, В. Осольський [4], котрий досліджував перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки, Ю. Суркова [8], яка досліджувала проблеми реалізації інноваційної моделі розвитку у вітчизняному будівельному комплексі, М. Шульга [10], у наукових доробках якого висвітлено особливості застосування методів оперативного контролінгу в системі управління підприємством, І. Якимчук [11], у центрі уваги якого відображено генезис стратегій розвитку будівельних організацій у реаліях сьогодення та шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин, та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не применшуючи важливість уже здійснених наукових розробок, варто зазначити, що актуальним завданням залишається дослідження інноваційних засад розвитку аналітичних моделей контролінгу будівельних підприємств.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є з'ясування інноваційних засад розвитку аналітичних моделей контролінгу будівельних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Український будівельний комплекс характеризується високими внутрішніми ризиками, однак якщо відмовитися від інноваційного складника у зв'язку з ними, це спричинить ще більші фінансові втрати як в окремих фірмах, так і в будівельній економіці загалом. Використання незначних ресурсів, джерелом яких є венчурні фонди, припадає, на жаль, не на інноваційні, а на традиційні будівельні проекти, оскільки в Україні відсутнє законодавче регулювання венчурного бізнесу. До того ж для діяльності будь-якої венчурної фірми важливим є те, наскільки прибутки будівельного ринку виправдовують коло існуючих ризиків і перевищують прибутки з інших ринків.

При цьому саме інноваційність є вирішальним чинником мікроекономічної стабільності будівельного комплексу за умови реального включення науки у процес виробництва. Це досягається шляхом забезпечення максимального узгодження науково-технічної, інноваційної політики з усіма видами державного економічного регулювання й механізмами підтримки будівельного сектору економіки. Незаперечним висновком із нагромадженого міжнародного досвіду є те, що «інноваційна економіка» та «економіка бідних» – поняття не сумісні [7]. Інноваційна політика, спрямована на сприяння ефективному обміну інформацією

між суб'єктами будівельного ринку, є обов'язковим елементом державного регулювання будівельного комплексу України. Держава відіграє вирішальну роль в інноваційному розвитку будівельної індустрії країни, підтримуючи інноваційну діяльність, визначаючи пріоритети розбудови будівельного комплексу, створюючи умови для фінансування проєктно-аналітичних центрів та інжинірингових компаній, фондів фінансування житла, іпотечних установ, а також сприяючи піднесенню фундаментальних знань і будівельних технологій стратегічного характеру, створюючи та забезпечуючи сприятливий інвестиційний клімат для впровадження інновацій у будівництві [8].

Погоджуємося з науковцями у тому, що будівельна галузь, як і українська економіка у цілому, знаходиться перед довготривалими системними викликами, які відображають як світові тенденції, так і внутрішні бар'єри розвитку. Сьогодні об'єктивні показники виробничої діяльності будівельних організацій переконливо свідчать про те, що багато з них ще не повною мірою адаптувалися до ринкових умов [11]. Стримуючими чинниками розвитку будівельного бізнесу є загальна обмеженість ринкового середовища в Україні, відсутність розвинутого фондового і страхового ринку. До того ж не в повному обсязі реалізуються науковий потенціал, інформаційні ресурси системи науково-технічної інформації, зокрема бази даних із питань будівельних технологій, науково-технічних досягнень у проведенні будівельно-монтажних робіт [8].

Немає системного підходу стосовно переходу на європейські освітні й наукові стандарти. На території Євросоюзу більша частина вчених працює у структурі будівельної промисловості, а в нашій країні вони зосереджуються здебільшого в організаціях науково-дослідного і проєктного характеру. І в цьому полягає чергова причина того, що науково-технічні будівельні розробки недостатньо готові до комерціалізації.

Для вітчизняної будівельної науки характерними є централізована форма управління і майже повна залежність від державного фінансування, тому немає відповідності між інституціональною структурою науки та світовими стандартами. Розрив між науковою дослідницькою роботою та запровадженням новацій у виробничий процес спричинений тим, що відсутній ефективний механізм, відповідно до якого наукові знання трансформувалися б у форми наукових ідей і нових будівельних технологій.

Діяльність винахідників, раціоналізаторів, науковців не підтримується належним чином. Окрім того, у будівельній економіці високий рівень тіньового сектору, тому інтелектуальна власність не захищена. Погіршилася також матеріально-технічна база досліджень. Ігноруючи законодавство щодо мораторію на приватизацію науково-дослідних і проєктних інститутів, посилюються приватизаційні процеси у цій сфері: відбираються приміщення, руйнуються наукові школи, знищується обладнання й інтелектуальна власність [4]. Протягом останнього часу частішають випадки рейдерства – вкрай негативного суспільного явища.

Відомий факт, що визначення науково-технічного рівня дослідження проблематики будівельного виробництва відбувається за рахунок кадрового забезпечення. І саме через низку недоліків системи управління науковою роботою та у її фінансовій підтримці деформувалася структура типів організацій, які займаються виконанням наукових і проєктних робіт, а отже, розроблення будівельних проєктів стало суттєво менш результативним. У результаті численні (близько 80%) великі будівельно-проєктні інститути України розділилися, а слабким

і нечисленним організаціям виявилось не під силу знайти відповіді на виклики сучасності щодо необхідності застосовувати новітні технології та устаткування.

Варто пригадати і складнощі, з якими зіткнулася вітчизняна будівельна економіка, адаптуючись до світових глобалізаційних процесів. Відомо, що Українська держава декларувала євроінтеграційний шлях, а це вимагає від неї розроблення цілої низки законодавчих документів для акредитації і підтвердження того, що вітчизняне законодавство відповідає євростандартам.

На території розвинених країн розгортається діяльність професійних будівельних організацій, які акредитують професійні програми, сертифікують і реєструють інженерів із відповідними будівельними спеціальностями. В Україні така система відсутня, що погано впливає на якісні характеристики наукових кадрів.

Будівельна індустрія відстає в технологічному плані, що зумовлено низькою факторною продуктивністю будівельної промисловості: енерговитратністю, великою ресурсоемністю. Така відсталість, зокрема низька інноваційність суб'єктів будівельного ринку, є наслідком відсутності належної кооперації між наукою й виробництвом. Відомо, що в діючих будівельних проєктах сталі й бетону на 25–30% більше, ніж у німецьких аналогах. Подібна картина і з фундаментами: палі може бути використано на 25–30% менше [1]. Окрім того, показник продуктивності роботи в нашій країні становить 30% від значень, продемонстрованих країнами Євросоюзу.

Актуальною є нестача нового будівельного обладнання: одиниці українського обладнання відстають від іноземних аналогів за надійністю і продуктивністю; будівельний бізнес характеризується тим, що широко використовуються морально застаріла техніка й низькопродуктивне устаткування.

Інноваційний процес у будівельному секторі економіки характеризується тим, що діяльність у ринкових умовах вимагає відкинути типові рішення під час будівництва, вдаватися до складних архітектурно-містобудівних форм, опікуватися енергозбереженням, захистом людей і довколишнього середовища у межах сучасного урбанізованого простору. Також, урахувавши поширене зараз індивідуальне проєктування, можна втратити значні ресурси і кошти, якщо не провести відповідне наукове опрацювання [8].

Українському будівельному ринку не притаманна роль каталізатора, тільки умови для появи новацій. Завдяки роботі державних органів має відбуватися формування підприємницького середовища й відповідної інфраструктури, яка підвищить сприйнятливість і схильність до нововведень. Потреба створити таку інноваційну систему – це виклик часу і водночас прерогатива держави, можливість її керівництва виявити політичну волю і необхідність консолідації зусиль владних структур та будівельного бізнесу. Аналіз витрат на інноваційну діяльність будівельних підприємств відображено в табл. 1.

За наведеними розрахунками можна зробити висновок, що підприємства нерегулярно приділяють увагу розвитку інновацій на власному виробництві, зокрема жодне з підприємств не виділяє кошти на інноваційну діяльність кожного року. Так, найбільш активно використовує власний інноваційний потенціал інвестиційно-будівельна корпорація «Авантаж», при цьому варто зазначити, що на підприємстві встановлено програмне забезпечення оцінки ефективності діяльності підприємства загалом та інноваційної активності зокрема. Найгірша ситуація спостерігається у корпорації «Граніт», де інноваційні витрати були здійснені лише один раз у 2016 р., коли підприємство

Таблиця 1

Аналіз витрат на інноваційну діяльність будівельних підприємств у 2014–2018 рр., тис грн

Назва підприємства	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення, +/-	Відносне відхилення, %
ПАТ «Київпроект»	8524,07	0,00	0,00	0,00	651,76	-7872,31	-92,35
Інвестиційно-будівельна корпорація «Авантаж»	0,00	9567,12	15670,53	0,00	13266,65	13266,65	-
Корпорація «Граніт»	0,00	0,00	397,49	0,00	0,00	0,00	-
ТОВ «Спецбудмонтаж Україна»	729,41	0,00	484,45	662,32	511,46	-217,95	-29,88
ПАТ «Мостобуд»	0,00	205,11	0,00	0,00	796,84	796,84	-

Джерело: складено автором на основі [2; 3; 5; 6; 9]

оновило інструменти, що дають змогу здійснювати будівельну діяльність за більш сучасними технологіями. Проведемо оцінку механізму управління інноваційним потенціалом будівельних підприємств за допомогою експертної оцінки в табл. 2.

Як бачимо, механізм управління інноваційним потенціалом потребує вдосконалення, а виробництво – впровадження нових технологій. Зокрема, рівень упровадження інноваційних

аналітичних моделей контролінгу є незадовільним та потребує розвитку на будівельних підприємствах. У межах будівельного ринку нашої країни інноваційна політика застосовується поки що стихійно та винятково інтуїтивно. Через це необхідне не лише розроблення інноваційної моделі контролінгу, відповідно до якої має розвиватися будівельний комплекс України, а й конкретизація діяльності його структур.

Таблиця 2

Оцінка механізму управління інноваційним потенціалом будівельних підприємств

Складові	Параметри	Вага	бали				
			ПАТ «Київпроект»	Інвестиційно-будівельна корпорація «Авантаж»	Корпорація «Граніт»	ТОВ «Спецбудмонтаж Україна»	ПАТ «Мостобуд»
1. Виробничі можливості	1.1. Використання виробничої потужності		2	3	1	2	3
	1.2. Рівень прогресивності застосовуваних технологій		2	2	2	2	2
	1.3. Ступінь гнучкості виробництва		1	3	1	1	2
Підсумковий бал			5	8	4	5	7
Оцінка		0,26	1,3	2,08	1,04	1,3	1,82
2. Кадрові можливості	2.1. Рівень кваліфікації персоналу		2	3	2	2	3
	2.2. Ступінь готовності персоналу до змін		2	3	1	2	3
	2.3. Розвиненість системи мотивації персоналу		3	3	1	3	2
	2.4. Ступінь творчої ініціативності персоналу		2	3	1	1	3
Підсумковий бал			9	12	5	8	11
Оцінка		0,16	1,44	1,92	0,8	1,28	1,76
3. Науково-технічні можливості	3.1. Рівень витрат на наукові розробки в собівартості товарної продукції		3	4	2	3	3
	3.2. Рівень витрат на використання науково-технічних досягнень у собівартості продукції		2	4	3	3	4
	3.3. Рівень використання наукових розробок		2	3	1	2	3
	3.4. Рівень упровадження інноваційних аналітичних моделей контролінгу		3	3	1	1	2
Підсумковий бал			10	14	7	9	12
Оцінка		0,26	2,6	3,64	1,82	2,34	3,12
4. Маркетингові можливості	4.1. Рациональність використання каналів розподілу товарів		1	3	1	1	3
	4.2. Гнучкість цінової політики		2	2	1	2	3
	4.3. Рівень використання реклами		1	2	1	2	1
	4.4. Ефективність системи збуту		1	2	1	1	1
Підсумковий бал			5	9	4	6	8
Оцінка		0,16	0,8	1,44	0,64	0,96	1,28
5. Організаційні можливості	5.1. Ступінь інноваційної спрямованості організаційної структури		3	4	2	3	3
	5.2. Рівень відповідності організаційної культури інноваційному розвитку		2	4	2	3	4
	5.3. Рівень компетенції керівників		3	3	1	3	
	5.4. Розвиненість системи інформаційного забезпечення		2	3	3	2	43
Підсумковий бал			12	14	8	11	14
Оцінка		0,16	1,92	2,24	1,28	1,76	2,24

Джерело: складено автором на основі [2; 3; 5; 6; 9]

Це пов'язано з тим, що у зв'язку з технологічним відставанням будівельний ринок може спіткати криза, коли необхідне буде здійснення радикальних змін у стислі строки із серйозним напруженням і надмірною витратою ресурсів. Найістотніше інноваційну діяльність стримують фінансові обмеження та недостатній розвиток інноваційного програмного забезпечення для обробки аналітичної інформації про діяльність підприємств. При цьому справа не лише в недостатці коштів, а й у тому, що падає платоспроможний попит на науково-технічні вироби з боку країни і будівельного сегменту економічної системи. Однак головна проблема, ми вважаємо, полягає у тому, що відсутні стимули для проєктування та запровадження новацій. Одним із імовірних способів розв'язати проблему, пов'язану з тим, що будівельна техніка й устаткування відстають від зарубіжних аналогів, є можливість створити інноваційний лізинговий фонд будівельної техніки, завдяки якому для українського будівельного ринку стане доступним обладнання, що відповідає світовим стандартам. Варто зауважити, що для того щоб реалізувати такі інвестиційні програми, необхідне організоване на високому рівні виробництво, треба детально опрацювати всі можливі варіанти застосування закордонної техніки й устаткування.

При цьому головною стратегічною метою всіх суб'єктів господарювання є прагнення отримати фінансовий результат. Саме через це економічна захищеність формується за суттєвої участі контролінгу як сучасної системи ефективної управлінської діяльності стосовно прибутку промислової компанії. У деяких випадках суб'єкт підприємництва може переслідувати відмінну мету, у тому числі цілком може бути освоєння нового сегменту ринку чи витіснення конкурента. У цьому разі зосередження контролінгу відбувається саме на цих завданнях, водночас не забуваючи про бажання фінансових результатів.

Ураховуючи облік, інформаційний супровід, фінансову безпеку фірми і контроль, контролінг стає ключовим елементом у менеджменті будівельної компанії, адже завдяки ньому відбувається поєднання зазначених завдань, їхнє впровадження та узгодження, крім того, без дублювання керівних завдань, але з наданням їм якісно нової ролі. Контролінг здійснюється в особливому механізмі внутрішнього регулювання фірми, який забезпечує формування певного оперативного зв'язку у менеджмент-системі. Тобто якщо глибоко зрозуміти контролінг та його основні завдання, можна поліпшити продуктивність управлінського процесу. Ефективна реалізація цього напрямку передбачає передусім, що перспективно удосконалюватиметься науковий та методичний інструментарій контролінгу та створюватиметься належна організаційно-методична основа, щоб система контролінгу всебічно інтегрувалася в структуру менеджменту будівельних підприємств.

Що стосується аналітичних моделей контролінгу будівельних підприємств, на нашу думку, найбільш доцільним та базовим є підхід М. Шульги, який розрізняє чотири основні моделі контролінгу [10]:

1. Ключові показники ефективності – система оцінки, що допомагає організації визначити досягнення стратегічних і тактичних (операційних) цілей. Їх використання дає організації можливість оцінити свій стан і допомогти в оцінці реалізації стратегії. KPI дає змогу провадити контроль ділової активності співробітників і компанії у цілому в реальному часі.

2. Збалансована система показників (ЗСП) – це механізм послідовного доведення до персоналу стратегічних чинників успіху, цілей компанії й контроль їхнього досягнення через так звані ключові показники ефективності (KPI). Перевага ЗСП

полягає у тому, що підприємство, що впровадило цю систему, одержує в результаті «систему координат» дій згідно зі стратегією на будь-яких рівнях керування. Система збалансованих показників – це: нова система керування компанією; механізм реалізації стратегії та її коригувань; інструмент перекладу стратегії в площину конкретних цілей, показників і завдань; надійний засіб контролю показників майбутнього; система мотивації персоналу; система зворотного зв'язку, навчання та постійного розвитку.

3. Процесний розрахунок витрат є одним із методів розрахунку витрат в управлінському обліку, обліку витрат і аналізі, який дає змогу більш об'єктивно (у причинно-наслідковому змісті обрахунку) розподілити непрямі витрати на кінцеву продукцію або ж на витрати підрозділів підприємств (залежно від цілей розрахунку). При цьому можливе застосування таких методів:

– «Директ-кост» – це метод обрахування витрат по усіченій собівартості. Цей метод дає змогу реалізувати продукцію за маржинальною собівартістю, при цьому рентабельність продукції, розрахована на базі змінних витрат, збільшується, тому що постійні витрати вже відшкодовані у складі повної собівартості основного продукту.

– «Стандарт-кост» – під час використання даного методу контролюються витрати виробництва. Цей метод доповнює «директ-кост», базуючись на розробленні стандартів (норм) на витрати праці, матеріалів, накладних витрат та обліку фактичних витрат з урахуванням відхилень від нормативів. Окремо взяті системи обліку витрат на практиці не зустрічаються в чистому вигляді, бо жодна з них не має істотних переваг, тому найліпшим вибором буде комбінування методів «директ-кост» та «стандарт-кост».

4. Розрахунок собівартості по видах діяльності (Activity Based Costing, ABC) – забезпечує аналітичну модель, що описує, як конкретні продукти або клієнти використовують різні обсяги послуг, що поставляються із непрямих або додаткових джерел. На першому етапі моделі ABC витрати на отримані ресурси погоджують із виконаними діями й процесами: правильно складена модель ABC є основним елементом оцінки витрат внутрішнього складника збалансованої системи показників. Однак визначення витрат операційного процесу – це тільки перший крок, після якого менеджери й працівники повинні почати діяти в напрямі його вдосконалювання. Керування на основі видів діяльності охоплює ті функції, які підвищують ефективність, скорочують витрати й поліпшують використання активів. ABC прагне або збільшити потужність, або знизити витрати так, щоб для виробництва продуктів або послуг компанії було потрібно менше фізичних, людських і оборотних капітальних ресурсів. Фінансова вигода від керування на основі видів діяльності оцінюється скороченням витрат, зростанням доходів (за рахунок більш оптимального використання ресурсів), а також можливістю ухилитися від витрат, оскільки нарощування продуктивності існуючих ресурсів усуває необхідність додаткових інвестицій у капітал і людей.

Однак варто зазначити, що суттєвим внеском у розвиток аналітичних моделей контролінгу будівельних підприємств є інтегрування такої сучасної аналітичної моделі, як бенчмаркінг. На разі українські будівельні підприємства не впроваджують даний інструмент у свою практичну діяльність, однак окремі елементи зустрічаються в багатьох проєктах з удосконалення їх системи контролінгу. Особливість бенчмаркінгу відрізняється від інших аналітичних моделей тим, що надає можливості аналізу та контролю поточної ситуації господарської діяльності

підприємства, деталізації комплексу процесів, методів і технологій, які використовує підприємство, та дає змогу порівняти з аналогічними позиціями господарських суб'єктів, що діють на спільному ринку.

За умови впровадження даного методу поліпшується результат роботи підприємства за рахунок зростання його конкурентоспроможності як наслідку акумуляції ефективних методів та інструментів здійснення господарської діяльності підприємств-конкурентів та з'ясування їхніх сильних сторін. Таким чином, для того щоб активізувати процес упровадження даної інноваційної аналітичної моделі контролінгу на будівельних підприємствах України, необхідно забезпечити такі засади:

- вивчити методи бенчмаркінгу як сучасного ефективного інструменту контролінгу будівельних підприємств;

- забезпечити професійну підготовку фахівців у даній галузі, створити умови для підготовки, перепідготовки та підвищення їхньої кваліфікації;

- посилити впровадження інформаційних систем управління на підприємствах будівельної галузі з метою осучаснення системи менеджменту;

- забезпечити високий рівень мотивації керівників будівельних підприємств до інноваційного трансформування управлінської діяльності;

- створити Інноваційний центр бенчмаркінгу для задоволення потреб будівельних підприємств України;

- розробити програми бенчмаркінгу з державним фінансовим забезпеченням.

Висновки і пропозиції. Підсумовуючи усе вищесказане, можемо зробити висновок, що за умов, коли відбувається ринкова трансформація та актуалізується потреба підвищення соціальних стандартів життя людей, необхідно ефективно використовувати і надалі нарощувати інноваційний потенціал будівельного комплексу. Це повинно бути одним з основних пріоритетних напрямів в економічній політиці країни. Невідкладно реалізуючи інноваційну політику, можна своєчасно створити конкурентоспроможну будівельну галузь, адже інноваційність є найпоказовішим параметром, який дає можливість оцінити, наскільки якісними є будівельна продукція та виробництво. Варто зазначити, що суттєвим внеском у розвиток аналітичних моделей контролінгу будівельних підприємств є інтегрування такої сучасної аналітичної моделі, як бенчмаркінг, що передбачає забезпечення необхідних для цього засад.

Література:

1. Долженко Г. Парадигма будівельної науки. *Урядовий кур'єр*. 2008. № 108.
2. Інвестиційно-будівельна корпорація «Авантаж». Офіційний сайт. URL : <https://avantazh.ua> (дата звернення: 29.04.2020).
3. Корпорація «Граніт». Офіційний сайт. URL : <http://www.granit.org.ua>.

4. Оскольський В. Про перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки. *Економіка України*. 2007. № 12.
5. ПАТ «Київпроект». Офіційний сайт. URL : <http://www.kyivproekt.com.ua> (дата звернення: 28.04.2020).
6. ПАТ «Мостобуд». Офіційний сайт. URL : <https://impuls.cv.ua> (дата звернення 29.04.2020).
7. Стан та перспективи розвитку проектної справи в Україні. *Будівництво України*. 2008. № 5.
8. Суркова Ю.О. Проблеми реалізації інноваційної моделі розвитку у вітчизняному будівельному комплексі. *Фінанси України*. 2008. № 6. С. 99–110.
9. ТОВ «Спецбудмонтаж Україна». Офіційний сайт. URL : <http://specstrojmontazh.ua> (дата звернення: 30.04.2020).
10. Шульга М.О. Застосування методів оперативного контролінгу в системі управління підприємством. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2011. Вип. 7. С. 85–89.
11. Якимчук І.М., Демочані О.Е. Генезис стратегій розвитку будівельних організацій в реаліях сьогодення. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2018. Вип. 36. Ч. 2. С. 201–212.

References:

1. Dolzhenko H. (2008) Paradyma budivel'noi nauky [The paradigm of construction science]. *Uriadovyy kur'ier*, no.108.
2. Investytsijno-budivel'na korporatsiia «Avantazh». Official site. URL: <https://avantazh.ua> (date of application 29.04.2020).
3. Korporatsiia «Hranit». Official site. URL: <http://www.granit.org.ua>.
4. Oskol's'kyj V. (2007) Prosperspektyvy stanovlennia konkurento-spro-mozhnoi rehional'noi ekonomiky [Prospects for the development of a competitive regional economy. Ukraine economy]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 12.
5. PAT «Kyivproekt». Official site. URL: <http://www.kyivproekt.com.ua> (date of application 28.04.2020).
6. PAT «Mostobud». Official site. URL: <https://impuls.cv.ua> (date of application 29.04.2020).
7. Stan ta perspektyvy rozvytku proektnoi spravy v Ukraini. *Budivnytstvo Ukrainy* [Status and prospects of development of project business in Ukraine]. *Budivnytstvo Ukrainy*, 2008, no. 5.
8. Surkova Yu. O. (2008) Problemy realizatsii innovatsijnoi modeli rozvytku u vitchyznianomu budivel'nomu kompleksi [Problems of realization of innovative model of development in the domestic building complex]. *Finansy Ukrainy*, no. 6. P. 99–110.
9. TOV «Spetsbudmontazh Ukraina». Official site. URL: <http://specstrojmontazh.ua> (date of application 30.04.2020).
10. Shul'ha M.O. (2011) Zastosuvannia metodiv operativnoho kontrolinhu v systemi upravlinnia pidpriemstvom [Application of operational controlling methods in the enterprise management system]. *Naukovi zapysky L'viv's'koho universytetu biznesu ta prava*, vol. 7, pp. 85–89.
11. Yakymchuk I.M., Demochani O.E. (2018) Henezys stratehij rozvytku budivel'nykh orhanizatsij v realiakh s'ohodennia [Genesis of strategies of development of construction organizations in the realities of today]. *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn*, vyp. 36, ch. 2, pp. 201–212.

Аннотация. В статье установлено, что украинский строительный комплекс характеризуется высокими внутренними рисками, однако если отказаться от инновационной составляющей в связи с ними, это вызовет еще большие финансовые потери как в отдельных фирмах, так и в строительной экономике в целом. Осуществлен анализ затрат на инновационную деятельность строительных предприятий и выявлено, что предприятия нерегулярно уделяют внимание развитию инноваций на собственном производстве, в частности ни одно из предприятий не выделяет средства на инновационную деятельность каждый год. Проведена оценка механизма управления инновационным потенциалом строительных предприятий и выявлено, что механизм управления инновационным потенциалом нуждается в совершенствовании, а производство – во внедрении новых технологий. В рамках строительного рынка нашей страны инновационная политика применяется пока стихийным и исключительно интуитивным образом. Поэтому необходима не только разработка инновационной модели, согласно которой должен развиваться строительный комплекс Украины, но и конкретизация деятельности его структур. Это связано с тем, что в связи с технологическим отставанием строительный рынок может постигнуть кризис, когда необходимо будет осуществление радикальных изменений в сжатые сроки с серьезным напряжением и чрезмерной тратой ресурсов.

Ключевые слова: аналитика, контроллинг, контроллинговая деятельность, аналитические модели, строительные предприятия.

Summary. The article shows that the Ukrainian construction complex is characterized by high internal risks, however, if abandoning the innovative component in connection with them, it will cause even greater financial losses for both individual firms and the construction economy as a whole. The problems faced by the domestic construction economy, adapting to the global globalization processes are highlighted: lack of new construction equipment: Ukrainian equipment units lag behind foreign analogues in reliability and performance; construction business is characterized by the widespread use of outdated equipment and low-performance equipment, etc. Costs for innovation activity of construction enterprises in 2014–2018 were analyzed and it was found that enterprises do not regularly pay attention to the development of innovations in their own production, in particular, none of the enterprises allocates funds for innovation activity every year. An evaluation of the mechanism for managing the innovation potential of construction enterprises has been carried out, and it is found that the mechanism for managing the innovation potential requires improvement and production of the introduction of new technologies. Within the framework of the construction market of our country, innovation policy is applied in a spontaneous and extremely intuitive way. Therefore, it is necessary not only to develop an innovative model, according to which the construction complex of Ukraine should develop, but also to specify the activity of its structures. This is due to the fact that, due to technological backwardness, the construction market may face a crisis when radical short-term changes with severe stress and excessive resource consumption are required. It is found that the most significant innovation activity is constrained by financial constraints and insufficient development of innovative software for processing analytical information about the activity of enterprises. At the same time, it is not only a lack of funds, but also that there is a falling demand for scientific and technical products from the country and the construction segment of the economic system. However, the main problem, we believe, is that there is no incentive to design and innovate.

Keywords: analytics, controlling, controlling activity, analytical models, construction enterprises.

Крайнюченко О.Ф.

*к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій*

Krainiuchenko Olga

National University of Food Technology

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0811-696X>

Петрович М.В.

*студентка кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій*

Petrovych Marharyta

National University of Food Technology

GAP-АНАЛІЗ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ РОЗРИВІВ: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДОЛОГІЯ

GAP-ANALYSIS AS EFFECTIVE INSTRUMENT FOR STRATEGIC SPREADS' EVALUATION: ESSENCE AND METHODOLOGY

Анотація. У статті розглянуто поняття та сутність GAP-аналізу. Окреслено загальні рекомендації щодо методики використання GAP-аналізу для виявлення невідповідностей між стратегічними цілями та ринковими можливостями підприємства. Проаналізовано етапи застосування GAP-аналізу в процесі стратегічного планування. Охарактеризовано методи, які складають підґрунтя для визначення очікуваних, тактичних та базових показників як основи визначення стратегічного та операційного розривів. Стаття пропонує розглянути один з можливих методичних підходів до аналізу стратегічних невідповідностей компанії з використанням методів екстраполяції тренду й методу експертних оцінок та рекомендацій на основі результатів дослідження для процесу ліквідації розривів, що заважають підприємству працювати продуктивніше.

Ключові слова: стратегічне планування, стратегічні розриви, GAP-аналіз, тактичні показники, очікувані показники, стратегічний розрив, операційний розрив.

Постановка проблеми. Всі управлінські функції ґрунтуються на основі процесу стратегічного планування. Цей складний процес передбачає складання стратегічних прогнозів, розподіл економічних ресурсів та адаптування до зовнішньоекономічного середовища. Актуальність проблеми полягає в тому, що на створення та здійснення стратегічних рішень будь-якого підприємства активно впливають фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що створює потребу постійного дослідження цього процесу, а саме виділення ефективних шляхів для реалізації стратегічного планування у сучасних умовах та усунення розривів між цілями підприємства та його можливостями. Для вдосконалення процесу стратегічного управління використовують безліч аналітичних підходів, одним з яких є GAP-аналіз. Цей метод є стратегічним інструментом, який призначений для аналізу розривів між можливостями та цілями підприємства, оцінюючи ступінь їхньої відповідності

та шляхів, за якими наявний розрив може бути усунений, що забезпечить можливість досягнення поставлених цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику ефективності процесів стратегічного управління діяльності на підприємствах загалом та можливості використання GAP-аналізу зокрема досліджували Д.В. Арутюнова, О.М. Борисова, І.В. Зенкіна, Н.В. Лохман, А.М. Федоров [1–5] та інші науковці.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні більшість наукових робіт пов'язана з поясненням поняття GAP-аналізу та ефективністю залучення цього інструменту в процес стратегічного планування. Однак залишаються невирішеними питання розроблення методичних підходів до виконання GAP-аналізу, що значно обмежує можливість використання цього методу стратегічного управління.

Мета статті. Головною метою роботи є систематизація визначень та сутності GAP-аналізу як інструменту стратегічного управління та окреслення загальних рекомендацій щодо методики проведення GAP-аналізу для виявлення невідповідностей між стратегічними цілями та ринковими можливостями підприємства.

Виклад основного матеріалу. GAP-аналіз добре відомий як метод, який може успішно використовуватися в управлінській та маркетинговій діяльності. Він передбачає порівняння рівня діяльності суб'єкта господарювання або підрозділу, який був установлений раніше, з поточним рівнем [6].

Аналіз прогалів (розривів) можна охарактеризувати як метод оцінювання відмінностей в ефективності між інформаційними та програмними системами бізнесу для того, щоби визначити, чи відповідають вони вимогам підприємства. Якщо вони не відповідають, то аналіз допомагає визначити, що необхідно вжити для забезпечення їх вдалого здійснення. Аналіз розривів також має назви «аналіз потреб» та «оцінка потреб» [6]. Метод GAP-аналізу був започаткований у Каліфорнії, а саме у Стенфордському дослідницькому інституті. Він уособлює намагання відшукати такий інструмент розроблення стратегії, завдяки

якому можна буде привести діяльність компанії у відповідність до найвищого рівня вимог [7].

Порівнюючи поточний стан із цільовим станом, підприємства, бізнес-підрозділи або групи компаній можуть визначити, над чим їм потрібно працювати, щоби поліпшити свою продуктивність або результати, а також швидше стати на правильний шлях. Компанії також можуть використовувати процес аналізу розривів для підвищення індивідуальної або колективної продуктивності та розгляду таких атрибутів, як компетентність у задачах, рівень продуктивності.

На відміну від оцінки ризику, яка, як правило, орієнтована на майбутнє, аналіз прогалин досліджує поточний стан. Аналіз прогалин під час застосування до інших бізнес-процесів стає результатом звітності, що використовується для поліпшення роботи компанії. Під час використання у виробництві аналіз розривів допомагає збалансувати інтеграцію та розподіл ресурсів від їх поточного рівня розподілу ближче до оптимального рівня. Цими ресурсами можуть бути час, гроші, матеріальні або людські ресурси.

GAP-аналіз дає змогу виявити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози фірми. Якщо в процесі дослідження виявлено, що розрив вузький, найкращою альтернативою є стратегія стабільності. Проте коли розрив є широким, а його причина обумовлена оточуючим середовищем, то доцільною є стратегія розширення, а якщо це пояснюється запропонованими поганими показниками в минулому, то ідеальним варіантом є стратегія відмови [6].

Аналіз розривів може бути стратегічним і фокусуватися на управлінні та плануванні загалом або оперативним і фокусуватися на повсякденній роботі команди чи відділу. Оскільки обидва методи засновані на реальних ситуаціях, немає необхідності робити припущення. Аналіз стратегічного розриву розглядає стратегію компанії та тісно пов'язаний з порівняльним аналізом (порівняння себе з конкурентами або кращими практиками) [8].

Термін «розрив стратегії» означає різницю між фактичною ефективністю та бажаною, як зазначено в місії, цілях компанії та стратегії їх досягнення. Це загроза для майбутньої діяльності фірми, зростання та виживання, що, ймовірно, вплине на ефективність компанії. Існує чотири типи прогалин:

- розрив у прибутках (відмінність між цільовим та фактичним прибутком компанії);
- розрив у продуктивності (різниця між очікуваною та фактичною ефективністю);
- розрив у продукті/ринку (розрив між бюджетними продажами та фактичними продажами);
- розрив робочої сили, коли спостерігається відставання між необхідною кількістю та кількістю робочої сили й фактичною чисельністю в організації [9].

Аналіз розривів часто використовується через безліч переваг, які він може дати компаніям та організаціям, які його застосовують. Ці переваги включають таке:

- аналіз областей, які потребують покращення, таких як задоволеність клієнтів, прибутковість, продукти, конкурентні переваги, ефективність, продуктивність;
- надання інформації для керівництва осіб, які приймають рішення, які можуть привести до кращих рішень;
- забезпечення виконання вимог проекту;
- виявлення відмінностей у сприйнятті та реальності;
- пошук слабких місць і недоліків для усунення;
- чіткість та зрозумілість прогалин за правильного виконання аналізу;

- пошук кращих місць для розміщення ресурсів та зосередження енергії.

Незважаючи на свою цінність, аналіз прогалин не є ідеальним. Деякі проблеми, пов'язані з процесом аналізу прогалин, включають таке:

- успішне закінчення залежить від знань та наполегливості людей, залучених до процесу;
- хоча цей процес може виявити деякі причини, якщо він не буде досить глибоким, запропоновані рішення не будуть усувати справжню основну причину або можуть пропустити складнощі, які стоять за ними;
- аналіз може бути неточним, оскільки основа для дослідження постійно змінюється.

GAP-аналіз передбачає розрахунок і порівняння очікуваних, тактичних та бажаних показників.

Очікувані показники втілюють перспективні можливості підприємства, що відображаються у величинах, які отримуються шляхом перенесення досягнутих за попередній період тенденцій на майбутнє за умови відсутності зусиль підприємства, спрямованих на підвищення ефективності виробництва. Розрахунок цих показників здійснюється за допомогою екстраполяції тренду на основі припущення, що досягнуті тенденції розвитку матимуть також місце в майбутньому.

Тактичні показники прогнозують здатність підприємства до отримання результатів, які можуть бути досягнуті під час вжиття локальних заходів, спрямованих на підвищення ефективності діяльності. Для обчислення зазначених показників передбачається використання методів експертних оцінок.

Бажані результати є індикаторами, які окреслюються стратегічними прагненнями підприємства та визначаються кількісними показниками бачення того, чого компанія має досягти в перспективі. Прогалину між бажаними та очікуваними показниками складають тактичні (операційні) та стратегічні розриви, шляхи ліквідації яких різняться.

Операційне відхилення визначається різницею між тактичними та очікуваними показниками. Ліквідувати таке відхилення можна шляхом вжиття заходів локального характеру, що застосовуються до наявних товарів та ринків за незмінного складу та структури портфеля компанії завдяки забезпеченню високої результативності маркетингової діяльності фірми.

Стратегічне відхилення оцінюється як різниця між тактичними та бажаними показниками, а усувається шляхом завоювання нових ринків, створення нових товарів, диверсифікації діяльності тощо.

За запропонованою методикою проведення GAP-аналізу на першому етапі розраховуються очікувані показники задля виявлення невідповідностей між стратегічними цілями підприємства та його ринковими можливостями. Задля цього шляхом екстраполяції тренду прогнозуються майбутні обсяги, тобто визначаються очікувані показники. Прогноз очікуваних показників виконується на базі даних минулих років.

Екстраполяція тренду є одним з простих методів прогнозування. Цей метод бере історичний тренд із плином часу та екстраполює, де буде лінія тренду, якщо вона продовжиться в майбутньому. Загальне припущення полягає в тому, що все, що сталося в минулому, буде продовжуватися в майбутньому. У деяких галузях це може бути цілком відповідним способом встановити ситуацію. Наприклад, демографічні тенденції є повільними, тому більш передбачуваними. Проте трендові лінії можуть ввести в оману планувальників, якщо вони не зможуть зрозуміти основну природу ринку. Основним компонентом

часового ряду є тенденція, що є загальним напрямом та головним трендом розвитку. Часові ряди цих показників, які можна спрогнозувати, наприклад обсяг виробництва, виручка від реалізації продукції, попит, прибуток, є базою для перенесення виявленої тенденції на майбутнє. Екстраполяція має здатність передбачати минулу та майбутню ситуації на ринку, отже, може робити прогноз щодо можливих тенденцій. Метод екстраполяції застосовується переважно для прогнозів стабільного ринку, адже відомо, що будь-які несподівані якісні зміни ситуації здатні різко знизити точність прогнозів, збудованих на екстраполяції, і навіть робить їх непридатними.

Задля перевірки на вірогідність отриманого лінійного рівняння тренду, за допомогою якого будуть визначатися прогнозні величини, оцінюється сила зв'язку між фактичними та розрахунковими значеннями показників, що досліджуються. Щільність зв'язку між явищами, що визначається кількісним значенням, оцінюється за допомогою коефіцієнта детермінації. Коефіцієнт детермінації є мірою, яку використовують у статистичному аналізі, що оцінює, наскільки добре модель пояснює та прогнозує майбутні результати. Цей коефіцієнт вказує на рівень поясненої мінливості в наборі даних. Коефіцієнт визначення є орієнтиром для вимірювання точності моделі, також відомий як R-квадрат, а розраховується за формулою:

$$R^2 = \frac{\sum (\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2}, \quad (1)$$

Коефіцієнт детермінації є зручною мірою того, наскільки добре лінійна модель підходить для ряду спостережень. Проте хоча коефіцієнт детермінації оцінює силу взаємозв'язку між моделлю та змінної, він не надає формальної перевірки гіпотези для цього взаємозв'язку. Корисність цього показника полягає в його здатності знаходити ймовірність майбутніх подій, що потрапляють у прогнозовані результати. Ідея полягає в тому, що якщо буде додано більше зразків, то коефіцієнт покаже ймовірність падіння нової точки на лінії.

Тактичні показники визначаються на основі методу експертних оцінок, для чого здійснюються опитування керівників відділів та провідних фахівців компанії. Метод експертних оцінок дає змогу передбачити та оцінити майбутні результати дій на основі прогнозів фахівців. Експертна оцінка проста для визначення, але важка для ефективного використання з огляду на її складність. Важливість використання структурованої методології для збирання та агрегування експертної думки недооцінюється в аналізі ризиків. Думка експерта може бути необхідна в кількісному аналізі ризиків. Наприклад, отримання думки експертів, коли дані рідкісні, недоступні, існують труднощі в їх пошуку або аналіз не потребує точності. Доповнення даних думкою експертів є ефективним та поширеним методом. Цей метод використовується в багатьох галузях, зокрема інженерії, медицині, розвідці нафти та газу, плануванні війни, тобто фактично будь-якою мірою невизначеності в прийнятті рішень експерти використовуються для генерування, коригування або доповнення даних. Це досягається шляхом збирання якомога більшої кількості оцінок, щоби включити в аналіз розмаїття думок. Однак як тільки всі дані зібрані, аналітик об'єднує всі думки, щоби створити єдиний вхід для використання в аналізі. Проте немає єдиного способу зробити це, а один метод не обов'язково краще, ніж інші. Проблема агрегування думок розділила науковців та інших, які покладаються на експертні оцінки, але після десятиліть досліджень галузь звужу-

ється до кількох методів з явними перевагами та недоліками для кожного.

Два основні методи об'єднання думок експертів діляться на дві категорії, а саме поведінкові та математичні. Поведінкові методи припускають, що фасилітатор опрацьовує питання з групою експертів до досягнення консенсусу. Методи варіюються від анонімних опитувань, неформальних опитувань, групових обговорень та проведення переговорів. Друга основна категорія, а саме математичне агрегування, включає опитування експертів про оцінювання вартості та використання рівняння для агрегування всіх думок. У кожній категорії є свої плюси та мінуси, а вибір аналітиком ризику може залежати від складності аналізу, доступних ресурсів, точності, необхідної для аналізу, а також від того, чи прийнятними є недоліки вибраного методу як для аналітика, так і для того, хто приймає рішення.

Для визначення однорідності сукупності думок використовується коефіцієнт варіації. Коефіцієнт варіації є відносною величиною, що характеризує коливання ознак. Коефіцієнт варіації є відношенням абсолютних характеристик варіації до характеристики центру розподілу. Коефіцієнт варіації дає змогу порівняти різні сукупності. Основною метою визначення коефіцієнта варіації є вивчення забезпечення якості шляхом вимірювання дисперсії.

Коефіцієнт варіації вимірює мінливість ряду чисел, що не залежать від одиниці виміру, що використовується для цих чисел. Коефіцієнт варіації можна використовувати для порівняння розподілів, отриманих з різними одиницями, такими як мінливість ваги новонароджених (вимірюється в грамах) з розміром дорослих (вимірюється в сантиметрах). Коефіцієнт варіації має сенс тільки для вимірювань з реальним нулем, оскільки середнє значення має сенс тільки для цих шкал.

Чим менше коливання в сукупності та більш однорідна сукупність, тим менше значення показника, і навпаки. Коефіцієнт варіації розраховується за формулою:

$$V = \sigma / X_{cp}, \quad (2)$$

де σ – середнє квадратичне відхилення; X_{cp} – середня арифметична варіаційного ряду.

Розрахунок коефіцієнта варіації потребує такого показника, як середнє квадратичне відхилення. Ідея стандартного відхилення була вперше представлена Карлом Пірсоном у 1893 році. Цей захід широко використовується для вивчення дисперсії. Стандартне відхилення також називається середньоквадратичним відхиленням, оскільки воно є квадратним коренем із середнього квадрата відхилень від фактичного середнього значення.

Стандартне відхилення перевершує інші показники через його переваги, що показують мінливість, яка важлива для статистичних даних. Стандартне відхилення володіє багатьма якостями як хороша міра розсіювання. Як середнє відхилення береться сума відхилень від фактичного середнього значення після ігнорування знаків $\pm$. При стандартному відхиленні можна отримати ті ж результати, що отримуються без ігнорування знаків. В цьому разі відхилення від фактичного середнього зводяться в квадрат, тому кожен член є позитивним.

Як і коефіцієнт варіації, він також є відносною мірою дисперсії. Якщо необхідно перевірити чи порівняти мінливість або узгодженість двох або більше рядів, використовується ця міра. Якщо змінність більше, то узгодженість менше, а якщо мінливість менше, то узгодженість більше.

У науці середнє квадратичне відхилення має подвійну мету, а саме служити алгоритмом для тренувальних моделей та оці-

нити навчені моделі щодо корисності й точності. Це піднімає важливе питання про те, що означає, якщо показник середнього квадратичного відхилення не є великим. Перш за все необхідно відзначити, що все буде залежати від вибору одиниць виміру та конкретного застосування. Для моделей не має значення, які одиниці вимірювання використовуються, необхідно дбати тільки про відносний розмір помилки від одного кроку до наступного, а не про абсолютний розмір помилки.

Після розрахунку всіх показників встановлюються розриви між можливостями підприємства та його стратегічними цілями, а саме операційний та стратегічний розриви. Операційний розрив може бути ліквідованим за рахунок проведення рекламної кампанії в межах наявного ринку та товару. Стратегічний розрив ліквідувати підприємство може завдяки новим продуктам, виходу на нові ринки, а також реалізації стратегії диверсифікації та інтеграції.

Висновки і пропозиції. Однією з функцій стратегічного планування є складання прогнозів в умовах невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовища задля виявлення та усунення невідповідностей між визначеними цілями підприємства та його можливостями. Серед численних аналітичних підходів виявлення таких невідповідностей цільне місце посідає GAP-аналіз.

Запропонована методика проведення GAP-аналізу з використанням методів екстраполяції тренду й експертних оцінок та рекомендацій щодо виявлення й усунення операційних та стратегічних розривів сприятиме більш широкому застосуванню цього аналітичного інструменту у господарській діяльності суб'єктів підприємництва. Вона створюватиме підґрунтя для успішного досягнення поставлених цілей шляхом надання управлінському персоналу достовірної інформації щодо прогалин між окресленими цілями та їх можливими значеннями, що дасть змогу своєчасно ліквідувати виявлені розриви, діючи на упередження.

Література:

1. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент. Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.
2. Борисова О.М. Gap-анализ как эффективный метод стратегического анализа (на примере рынка слабоалкогольных напитков). *Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий*. 2016. № 3(19). С. 16–24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gap-analiz-kak-effektivnyy-metod-strategicheskogo-analiza-na-primere-rynka-slaboalkogolnyh-napitkov/viewer> (дата звернення: 20.03.2020).
3. Зенкина И.В. Анализ стратегических разрывов как инструмент стратегического анализа и потенциал его применения в стратегическом управлении организацией. *Аудит и финансовый анализ*. 2012. № 14. С. 107–112. URL: https://auditfin.com/fin/2012/4/2012_IV_03_09.pdf (дата звернення: 19.03.2020).
4. Лохман Н.В. GAP-анализ достижения целей организационной деятельности предприятия. *Development strategy of science and education: Collection of scientific articles*. Намюр : Видання Fidelite, 2017. С. 106–109. URL: <http://elibrary.donnnet.edu.ua/id/eprint/37> (дата звернення: 18.03.2020).
5. Федоров А.М. Проведение Gap-анализа компании. *FB*. URL: <http://fb.ru/article/222759/provedenie-gap-analiza-kompanii> (дата звернення: 19.03.2020).
6. Business Capability Analysis: How to analyze capabilities. *Capstera*. Available at: <https://www.capstera.com/business-capability-analysis> (дата звернення: 12.03.2020).
7. Gap Analysis. *Business Jargons*. Available at: <https://businessjargons.com/gap-analysis.html> (дата звернення: 18.03.2020).
8. Strategy Spotlight: 8 Common Strategic Planning Mistakes You're Making. *Batimes*. Available at: <https://www.batimes.com/articles/strategy-spotlight-8-common-strategic-planning-mistakes-you-re-making.html> (дата звернення: 12.03.2020).
9. The Complete Guide to Gap Analysis. *Smartsheet*. Available at: <https://www.smartsheet.com/gap-analysis-method-examples> (дата звернення: 12.03.2020).

References:

1. Arutyunova D.V. (2010) Strategicheskii menedzhment [Strategic management]. Taganrog : TTI SFU. (in Russian)
2. Borisova O.M. (2016) Gap-analiz kak effektivnyy metod strategicheskogo analiza (na primere rynka slaboalkogol'nykh napitkov) [Gap analysis as an effective method of strategic analysis (on the example of the market of low alcohol drinks)] *Vestnik Sibirskogo instituta biznesa i informatsionnykh tekhnologiy* [Bulletin of the Siberian Institute of Business and Information Technology] (electronic journal), vol. 3(19), pp. 16–24. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/gap-analiz-kak-effektivnyy-metod-strategicheskogo-analiza-na-primere-rynka-slaboalkogolnyh-napitkov/viewer> (accessed 20 March 2020).
3. Zenkina I.V. (2012) Analiz strategicheskikh razryvov kak instrument strategicheskogo analiza i potentsial ego primeneniya v strategicheskoy upravlenii organizatsiy [Analysis of strategic gaps as a tool for strategic analysis and the potential for its application in the strategic management of an organization] *Audit i finansovyy analiz* [Audit and financial analysis] (electronic journal), vol. 14, pp. 107–112. Available at: https://auditfin.com/fin/2012/4/2012_IV_03_09.pdf (accessed 19 March 2020).
4. Lokhman N.V. (2017) GAP-analiz dosyaghnenniya cilej orghanizatsionnoy diyalnosti pidpryemstva [GAP-analysis of achievement of goals of organizational activity of enterprise] *Development strategy of science and education: Collection of scientific articles*. Namur: Fidelite editions, pp. 106–109. Available at: <http://elibrary.donnnet.edu.ua/id/eprint/37> (accessed 18 March 2020).
5. Fedorov A.M. (2016) Provedenie Gap-analiza kompanii [Gap analysis of the company]. *FB*. Available at: <http://fb.ru/article/222759/provedenie-gap-analiza-kompanii> (accessed 19 March 2020).
6. Business Capability Analysis: How to analyze capabilities. *Capstera*. Available at: <https://www.capstera.com/business-capability-analysis> (accessed 12 March 2020).
7. Gap Analysis. *Business Jargons*. Available at: <https://businessjargons.com/gap-analysis.html> (accessed 18 March 2020).
8. Strategy Spotlight: 8 Common Strategic Planning Mistakes You're Making. *Batimes*. Available at: <https://www.batimes.com/articles/strategy-spotlight-8-common-strategic-planning-mistakes-you-re-making.html> (accessed 12 March 2020).
9. The Complete Guide to Gap Analysis. *Smartsheet*. Available at: <https://www.smartsheet.com/gap-analysis-method-examples> (accessed 12 March 2020).

Аннотация. В статье рассмотрено понятие и сущность GAP-анализа. Определены общие рекомендации по практическому использованию GAP-анализа для выявления несоответствий между стратегическими целями и рыночными возможностями предприятия. Проанализированы этапы применения GAP-анализа в процессе стратегического планирования. Охарактеризованы методы, которые составляют основу для определения ожидаемых, тактических и базовых показателей как основы определения стратегического и операционного разрывов. Статья предлагает рассмотреть один из возможных методических подходов к анализу стратегических несоответствий компании с использованием методов экстраполяции тренда и метода экспертных оценок и рекомендаций на основе результатов исследования для процесса ликвидации разрывов, мешающих предприятию работать более продуктивно.

Ключевые слова: стратегическое планирование, стратегические разрывы, GAP-анализ, тактические показатели, ожидаемые показатели, стратегический разрыв, операционный разрыв.

Summary. The concept and essence of GAP-analysis are examined in the article. General recommendations are laid out in the relation to the method of the use of GAP-analysis for the exposure of divergences between strategic aims and market possibilities. The stages of GAP-analysis application are analyzed in the process of strategic planning. Methodical approaches that is used for determination the tactical and desirable indexes expected, as basis for determination of strategic and operating spreads are described. All business process that workers of the organization constantly carry out for commodity or service creation is begun with forming the aims and ends with their achievement. However, there is a problem of disparity between the real possibilities of the enterprise and desirable aims that can be attained. The set of certain methods of business processes improvement allows educating, to analyze and improve existent processes in the organization for better achievement of organization's aims. It is suggested to consider one of the possible methodical approaches to the analysis of strategic disparities by market possibilities and strategic company's aims with the use of extrapolation trend's methods and method of expert estimations and recommendations on the basis of the research's results for the process of bridging spreads that interfere enterprise to work more productive. The special attention is paid to providing of exactness, reliability and typicality of given GAP-analysis results of the size of strategic and operational spread. For this it is envisaged to use the coefficients of determination and variation for authenticity evaluation of expected and tactical indexes. The analysis of existent methods of estimation of the enterprise's strategic possibilities shows that none of given methods fully dissatisfies the requirements of modern terms of the Ukrainian enterprise, as it does not take into account the aspect of enterprise's cooperation with market environment. The search of correct administrative decisions of best methods' acceptance for the enterprise requires complex approach that envisages the use of various evaluation methods and methods of analysis.

Keywords: strategic planning, strategic gaps, GAP-analysis, tactical metrics, expected metrics, strategic gap, operational gap.

Некрасова Л.А.

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств,
Одеський національний політехнічний університет*

Niekrasova Lybov

Odessa National Polytechnic University

Богаченко М.В.

*аспірант,
Одеський національний політехнічний університет*

Bohachenko Marharyta

Odessa National Polytechnic University

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ПАСАЖИРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ

STRATEGIC DEVELOPMENT ORIENTATIONS OF PUBLIC TRANSPORT IN ODESSA REGION

Анотація. У статті розкрито роль транспортної інфраструктури Одеського регіону в рамках розвитку України загалом. Визначено поняття «стратегія розвитку підприємств» як категорія. Представлено основні напрями розвитку автомобільного пасажирського транспорту, такі як конкурентоспроможна та ефективна транспортна система; інноваційний розвиток транспортної галузі та глобальні інвестиційні проекти; безпечний для суспільства, екологічно чистий та енерго-ефективний транспорт; безперешкодна мобільність та міжрегіональна інтеграція, а також представлена характеристика кожного з них. Запропоновано впровадження інтегрованої системи пасажирських перевезень, яка є поєднанням в єдину систему всіх видів пасажирського транспорту, впровадженням нової єдиної тарифної системи для пасажирських перевезень, яка характеризується уніфікованістю, зональністю та диверсифікованим рівнем тарифу на перевезення.

Ключові слова: стратегія розвитку, тарифна політика, пасажирські перевезення, ефективність транспортного обслуговування, транспортні моделі обслуговування населення.

Постановка проблеми. Транспорт – це один з основних елементів економіки держави. У транспортній системі України функціонують розгалужена залізнична мережа, розвинена мережа доріг, морських портів та річкових терміналів, аеропортів та широка мережа авіаційних сполучень, маршрутів громадського пасажирського транспорту, автовокзалів та вантажних митних терміналів, тому задоволення потреб громадян у наданні необхідних транспортних послуг та розвитку бізнесу є пріоритетним.

Транспортна інфраструктура також є ключовою для економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності та процвітання. Ці показники сприяють збільшенню зайнятості та є ключовим фактором для іноземних інвестицій, розвитку

туризму, а також допомагають зменшити розбіжність між регіонами та країнами.

Розвиток транспортного сектору є необхідною умовою успішного розвитку України загалом. Ретельне планування, безперервна підготовка та реалізація проєктів розвитку, які визначають напрям у всіх галузях транспортного сектору, є вкрай важливими. Пріоритетною метою розвитку транспорту має бути підтримка тих сфер та аспектів, що формують стійку транспортну систему в середньостроковій перспективі. Це може бути забезпечено розробленням стратегії розвитку, яка буде розроблена на основі тарифної політики автотранспортних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Л.В. Олійник та А.П. Кузнецова визначають, що формування стратегії підприємства є комплексною системою управління, яка заснована на прогнозуванні зовнішнього навколишнього середовища та виробленні методів адаптації підприємства до її змін [1].

Р.І. Біловол зауважує, що сутність політики у стратегічному управлінні підприємствами можна визначити як діяльність, яка ґрунтується на стратегічній орієнтації як компоненті філософії підприємництва й має спрямованість на досягнення цільових орієнтирів у стратегічній перспективі, забезпечення конкурентоспроможності, стійкості конкурентних позицій та довготривалого успіху на зовнішньому й внутрішньому ринках [2].

Л.Е. Касьян та В.В. Бугас визнали, що на стратегічно орієнтованому підприємстві за основу важливо взяти стратегічне мислення як принципову установку в діяльності персоналу підприємства, перш за все вищого керівництва; систему стратегічного управління, в якій застосовується раціональний процес стратегічного планування, що дає змогу розробляти та використовувати інтегровану систему стратегічних планів; поточну, щоденну діяльність, яка підпорядкована досягненню стратегічних орієнтирів [3].

Виходячи з цього, можемо сказати, що стратегічне управління спрямоване на управління ресурсами організації для

досягнення її цілей та завдань. При цьому стратегія розвитку має включати встановлення цілей, аналіз конкурентного середовища, аналіз внутрішньої організації, оцінювання стратегій та забезпечення інтересів усіх учасників процесу.

Мета статті. Головною метою роботи є визначення пріоритетних напрямів розвитку підприємств автомобільного пасажирського транспорту та оцінювання впливу тарифної політики на їх стратегію розвитку Одеського регіону.

Виклад основного матеріалу. Розвиток автомобільного транспорту є важливим компонентом стратегії європейської інтеграції. Автомобільний транспорт має такі об'єктивні переваги, як швидкість доставки вантажів та пасажирів; здатність безперешкодної доставки товарів «від дверей до дверей»; розвинута мережа маршрутів громадського пасажирського транспорту; цінова доступність для споживачів послуг автомобільних перевізників, що надають більшою мірою приватні оператори; передовий логістичний досвід міжнародних автомобільних перевізників; ефективне надання послуг у межах ТЕМ-Т.

Автомобільний транспорт функціонує в розвиненому конкурентному середовищі, є привабливим з точки зору капітальних інвестицій, має досить швидкі темпи окупності вкладень, низькі витрати операторів задля функціонування автодорожньої мережі. Щодо забезпечення цінової доступності послуг галузь демонструє найвищу цінність для користувачів серед інших видів транспорту.

Оскільки автомобільний транспорт є майже повністю приватним, особливої уваги потребує опрацювання питання покращення статистичної інформації щодо перевезень, необхідної для вдосконалення планування у транспортному секторі на

основі національної транспортної моделі у зв'язку з іншими видами транспорту, щоби забезпечити раціональне використання транспортної інфраструктури та формування державної політики, спрямованої на зниження негативного впливу автомобільного транспорту щодо безпеки руху та навколишнього середовища.

Автомобільний транспорт є вагомою складовою частиною транспортної системи України щодо перевезень пасажирів і вантажів та впливу на економіку й суспільство. Його частка у перевезенні пасажирів складає 49,4%, вантажів – 60%. Автобуси є основним громадським транспортом для 412 з 460 міст України та понад 96% сільських населених пунктів.

За роки переходу від планової економіки до ринкової частка автомобільного транспорту збільшувалась. Це пов'язано з розвитком малого бізнесу, можливістю доставки в строк, вимогами збереження вантажу. Водночас діяльність автомобільного транспорту має негативні наслідки, такі як шкода для навколишнього середовища, високий рівень втрат від дорожньо-транспортних пригод, руйнування мережі доріг за відсутності коштів на їх оновлення, тому доцільно розвивати мультимодальний транспорт із залученням екологічно сприятливого внутрішнього водного та залізничного транспорту.

Для аналізу ефективності стратегії розвитку саме міського пасажирського транспорту розглянемо дані статистичних досліджень, а саме:

- розподіл окремих видів транспорту у загальному перевезенні пасажирів у 2018 році (рис. 1);
- перевезення пасажирів автомобільним транспортом (автобусами) за регіонами у 2018 році (рис. 2);

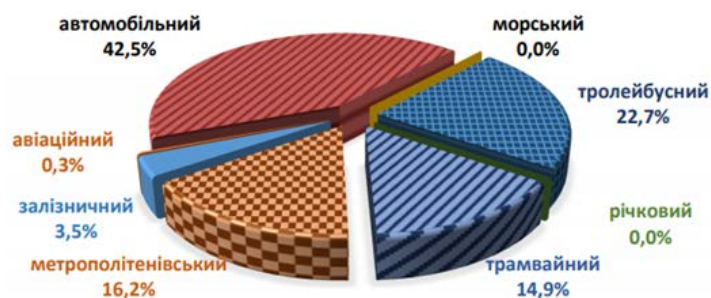


Рис. 1. Розподіл пасажиропотоку за видами транспорту у 2018 році

Джерело: [7]

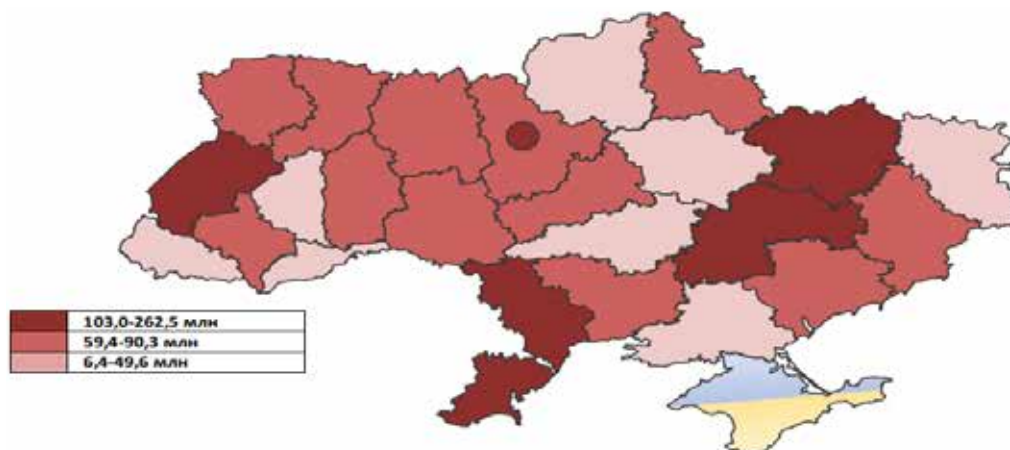


Рис. 2. Розподіл пасажирських перевезень за регіонами у 2018 році

Джерело: [7]

– перевезення пасажирів автомобільним транспортом (автобусами) у міжміському сполученні за регіонами (табл. 1).

З рис. 2 видно, що перевезення пасажирів автомобільним транспортом (автобусами) в Одеському регіоні посідає одне з провідних місць разом із Львівською, Харківською та Дніпропетровською областями та містом Києвом.

Аналізуючи дані табл. 1, бачимо, що в Одеській області кількість перевезених пасажирів автомобільним транспортом (автобусами) у міжміському сполученні є одною з найбільших. При цьому міська транспортна інфраструктура перебуває на незадовільному рівні розвитку через значну зношеність рухомого складу (який є переважно застарілим за конструкцією, неефективним, екологічно небезпечним) та автомобільних доріг, а також недостатній розвиток транспортної мережі. Ці проблеми можна було б вирішити за допомогою цільового фінансування, проте нестача інвестиційних можливостей для інновацій та оновлення автобусного парку, обмежене бюджетне фінансування витрат, пов'язаних з наданням громадських пасажирських послуг, потребують удосконалення процедури проведення конкурсів та укладання договорів. Значна кількість малих перевізників з неоптимальною структурою парку автобусів (на перевізників, які володіють 1–5 автобусами, припадає 81,2% всього парку), нелегальні пасажирські перевезення, ті-

ньовий ринок праці як результат значущості «сірої» економіки, недостовірна статистика автомобільних перевезень значно погіршують наявну ситуацію.

Враховуючи це, можемо визначити дві основні проблеми, на які має бути спрямована стратегія підприємств пасажирського транспорту Одеського регіону. Отже, ними є:

– підвищення якості транспортних послуг для населення, зокрема оновлення рухомого складу підприємства, підвищення безпеки перевезень та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище;

– оптимізація витрат населення на пасажирські перевезення.

Відповідно до Національної транспортної стратегії України [4] чотири пріоритетними напрямками розвитку транспортної системи України є:

– конкурентоспроможна та ефективна транспортна система;

– інноваційний розвиток транспортної галузі та глобальні інвестиційні проекти;

– безпечний для суспільства, екологічно чистий та енергоефективний транспорт;

– безперешкодна мобільність та міжрегіональна інтеграція.

Враховуючи ці напрями, пропонуємо основні заходи щодо розроблення стратегічних орієнтирів розвитку транспортної системи Одеського регіону (табл. 2).

Таблиця 1

Перевезення пасажирів автомобільним транспортом (автобусами) у міжміському сполученні за регіонами (тис. осіб)

Регіон	2000 рік	2005 рік	2010 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Україна	94,380	141,884	146,572	146,502	128,346	122,918	122,776	123,301	119,456
АР Крим	3,744	4,900	7,927	9,368	...	...	...	...	...
<i>Області</i>									
Вінницька	6,069	7,966	6,804	6,887	7,867	7,270	6,133	6,924	7,138
Волинська	2,618	6,094	7,471	11,977	12,671	8,623	8,256	8,151	9,464
Дніпропетровська	2,731	5,404	4,540	4,562	4,299	4,916	5,614	6,220	6,997
Донецька	7,070	9,674	10,553	8,855	4,418	1,642	1,692	2,109	2,739
Житомирська	2,848	4,910	6,791	6,307	5,882	5,907	5,541	5,296	5,194
Закарпатська	1,974	3,102	4,067	3,655	3,927	3,236	2,654	2,976	2,483
Запорізька	2,691	3,168	1,638	1,209	1,306	1,129	2,289	3,015	4,029
Івано-Франківська	6,289	7,183	5,752	7,474	6,427	4,455	4,305	4,665	5,252
Київська	4,378	5,014	10,925	10,085	9,524	7,750	8,445	7,535	8,374
Кіровоградська	1,904	2,033	2,009	1,973	2,235	2,236	2,322	1,959	1,677
Луганська	2,462	4,775	5,139	4,816	1,815	1,078	1,112	736	711
Львівська	14,139	23,689	22,820	19,388	17,882	18,587	17,523	15,131	13,335
Миколаївська	1,368	1,628	2,170	1,900	1,865	2,117	2,631	3,205	3,423
Одеська	4,307	6,786	6,254	5,091	5,833	9,513	13,415	10,669	7,033
Полтавська	2,631	2,676	1,778	1,630	2,231	2,752	3,303	2,877	2,486
Рівненська	2,626	11,454	4,684	4,454	4,077	3,713	3,786	8,506	8,355
Сумська	2,235	2,772	4,000	3,396	3,296	3,236	3,111	3,092	2,963
Тернопільська	3,433	5,144	7,074	7,063	6,786	7,407	6,667	6,298	6,191
Харківська	3,347	3,245	4,668	4,627	4,257	3,999	4,360	4,644	4,444
Херсонська	3,968	3,948	4,734	5,789	5,675	5,364	5,607	5,821	3,923
Хмельницька	3,298	4,095	3,270	3,901	4,588	5,272	4,703	4,538	4,215
Черкаська	3,293	3,616	4,206	4,030	3,521	3,178	2,855	3,047	2,707
Чернівецька	849	2,065	1,990	3,395	3,771	3,979	2,367	2,581	2,228
Чернігівська	3,316	4,982	3,519	3,264	3,140	2,922	2,862	2,424	2,284
<i>Міста</i>									
Київ	406	983	1,459	1,117	1,053	2,639	1,224	881	1,812
Севастополь	386	578	331	290	...	...	...	...	...

Джерело: [7]

Стратегічні орієнтири розвитку транспортної системи Одеського регіону

Напрямок № 1 «Конкурентоспроможна та ефективна транспортна система»	Напрямок № 2 «Інноваційний розвиток транспортної галузі та глобальні інвестиційні проекти»	Напрямок № 3 «Безпечний для суспільства, екологічно чистий та енергоефективний транспорт»	Напрямок № 4 «Безперешкодна мобільність та міжрегіональна інтеграція»
З кожним роком вимоги до транспортної системи стають все жорсткішими, тому для реалізації цього стратегічного напрямку потрібно провести поглиблене статистичне дослідження, зібрати статистичну інформацію за основними показниками та комплексно її проаналізувати задля кращого розуміння соціально-економічних тенденцій та майбутніх перспектив для вдосконалення транспортної мережі та задоволення потреб усіх користувачів пасажирського транспорту. Розроблення оптимальних маршрутів, антимонопольні обмеження, проведення тендерів із залученням незалежних експертів – такі заходи стимулюють справедливую конкуренцію та рівні можливості для підприємств – постачальників транспортних послуг. Слід також переглянути систему дотацій для пільгового транспорту.	Впровадження сучасних інформаційних систем має стати одним із пріоритетів транспортної галузі, оскільки інноваційне забезпечення дасть змогу забезпечити прозоре відстеження та оцінювання користування транспортними послугами міського пасажирського транспорту. Таке впровадження дає змогу встановити контроль за фінансовими операціями, поточною фіксацією локації, витратами палива, кількістю пасажиропотоку та дотриманням умов ліцензії на перевезення. Слід здійснювати використання сучасних засобів регулювання транспортного руху, використання електронних систем попередження про виїзд на смугу руху, попередження проти зіткнення та розпізнавання пішоходів.	Одним із головних пріоритетів розвитку транспорту має стати підвищення ефективності використання транспортних засобів за рахунок використання альтернативних видів палива, появи на дорогах нового покоління енергоефективних транспортних засобів, за допомогою яких можна мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище. Для зменшення дорожньо-транспортних пригод на дорогах потрібно посилити рівень підготовки та навчання водіїв, переглянути наявні стандарти щодо регулювання транспортного руху та експлуатації транспортних засобів. Варто ввести нові правила експлуатації та безпеки транспортних засобів.	Цей напрямок можна реалізувати шляхом впровадження мультимодальних або інтегрованих систем пасажирських перевезень для підвищення можливостей вільного пересування громадян будь-яким видом міського пасажирського транспорту. Створення графіків руху міського пасажирського транспорту, використання сучасних технологій обслуговування пасажирів (валідаторів) дадуть змогу зменшити час на перевезення, збільшити пропускну спроможність та ефективність пасажирського транспорту, що дасть можливість збільшити попит на користування послугами міського пасажирського транспорту.

Отже, для підтримання та досягнення основних пріоритетів стратегічного розвитку України, а саме Одеського регіону, необхідні чималі інвестиції та проведення комплексної дослідницької компанії, а також залучення спеціалістів впровадження інноваційних рішень у масове використання.

Для правильного визначення стратегії розвитку необхідний комплексний аналіз діяльності підприємства для найбільш ефективного використання його можливостей (аналіз поточних витрат, вплив кредитної та податкової політики [5], оцінювання ефективності інвестицій тощо) насамперед для визначення правильної тарифної політики. Відповідно до статті 10 Закону України «Про автомобільний транспорт» тарифна політика на автомобільному транспорті має задовольняти підприємницький інтерес, забезпечувати розвиток автомобільного транспорту, стимулювати впровадження новітніх технологій перевезень, застосування сучасних типів транспортних засобів [6].

Стратегічний аналіз дає змогу оцінити варіанти майбутнього розвитку підприємства, виявити та подолати проблеми, які заважають цьому розвитку, а найголовніше, прийняти найбільш ефективні управлінські рішення. Нині існує велика кількість інструментів та методів, за допомогою яких можна зробити комплексний аналіз стратегії розвитку підприємства. Саме визначення та вибір оптимальної методики, інструментів, методів є критичними факторами для проведення ефективного та коректного аналізу діяльності підприємств постачальників послуг із перевезення.

Отже, на рис. 3 представлено схему комплексного аналізу підприємств міського пасажирського транспорту для правильного визначення їх стратегії розвитку. Виокремлюємо такі три напрями аналізу:

- поточний стан підприємства;
- ринок пасажирських перевезень;

– тарифна політика підприємства.

Загалом подальша стратегія розвитку міського пасажирського транспорту Одеського регіону має бути спрямована на визначення оптимальної тарифної політики, а одним із пріоритетних напрямів розвитку автомобільного пасажирського транспорту має стати впровадження інтегрованої системи пасажирських перевезень на зразок європейських країн [8]. Ця система характеризується поєднанням у єдине ціле різних транспортних засобів (автобусів, тролейбусів, трамваїв та залізничного транспорту), створенням їх об'єднаного розкладу руху, розширенням тарифної системи та появою «єдиного квитка» [9].

В цьому разі тарифна система є сукупністю певних принципів та закономірностей, на основі яких розраховується тариф на транспортні послуги. Ця система характеризується рівномірністю (однакові тарифні ставки для всіх перевізників), зональністю (позначаються залежно від розміру охопленої площі) та дегресивністю (пропорційне зниження вартості проїзду, за якого пасажир, які подорожують на більш далекі відстані, платять менше, ніж ті, хто подорожує на більш короткі або перетинає менші тарифні зони, незалежно від ціни за кілометр). Отже, під час визначення зон транспортування визначається єдиний тариф як плата за транспортну послугу. При цьому виникають дві основні проблеми цієї системи, такі як правильне визначення зони та розрахунок оптимального тарифу за перевезення.

Висновки і пропозиції. Таким чином, тарифна політика має безпосередній вплив на формування стратегії розвитку пасажирських автотранспортних підприємств. При цьому правильно вибрана стратегія розвитку, яка заснована на комплексному аналізі зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, може в повному обсязі забезпечити всі необхідні передумови для забезпечення розвитку транспортної галузі загалом, підвищення якості та надійності надання транспортних послуг, тобто



Рис. 3. Комплексний аналіз підприємств міського транспорту

для підтримання та досягнення основних пріоритетів стратегічного розвитку України, а саме Одеського регіону, необхідні чималі інвестиції та проведення комплексного статистичного дослідження, залучення спеціалістів впровадження інноваційних рішень у масове використання. Необхідне покращення механізмів дотацій пільгових послуг транспортним підприємствам. Ця сфера діяльності притаманна державі та регулюється нею, але функціонально виконується приватними підприємствами, тому потреба в програмах співпраці, стимулюванні та підтримки малого та середнього бізнесу є дуже вагомою. Транспорт має важливе соціальне та екологічне навантаження, яким не можна нехтувати. Оцінювання економічної важливості перевезень вимагає категоризації видів впливу, які вона надає.

Література:

1. Олійник Л.В., Кузнецова А.П. Методологічні засади формування стратегії розвитку підприємства. *Економіка і організація управління*. 2018. URL: <http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/6325/6354> (дата звернення: 07.02.2020).
2. Біловол Р.І. Методологічні підходи до формування політики і стратегії в управлінні підприємством. *Науковий вісник Мука-*

чівського державного університету. Серія «Економіка». 2017. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/13.pdf (дата звернення: 07.02.2020).

3. Касьян Л.Е. Методичні підходи до визначення сутності стратегічного управління підприємствами. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2015. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_12_23 (дата звернення: 07.02.2020).
4. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80> (дата звернення: 08.02.2020).
5. Богаченко М.В. Теоретичні аспекти формування тарифної політики міського пасажирського транспорту. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvumevcg_2018_19\(1\)_6.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvumevcg_2018_19(1)_6.pdf) (дата звернення: 07.02.2020).
6. Про автомобільний транспорт : Закон України від 5 квітня 2001 року № 2344-III. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2344-14> (дата звернення: 08.02.2020).
7. Державна служба статистики. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/08/zb_tr2018pdf.pdf (дата звернення: 12.02.2020).

8. Богаченко М.В. Світовий досвід організації міського пасажирського транспорту. *Бізнес-Навігатор*. 2017. Вип. 4-1. С. 21–25. URL: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/bnav_2017_4-1_6.pdf (дата звернення: 07.02.2020).
 9. Abramovic B., Šipuš D. Tariffing in Integrated Passenger Transport Systems: A Literature Review. 2018. URL: https://www.academia.edu/38361947/Tariffing_in_Integrated_Passenger_Transport_Systems_A_Literature_Review (дата звернення: 08.02.2020).
- References:**
1. Oliynyk L.V., Kuznietsova A.P. (2018) Metodolohichni zasady formuvannia stratehii rozvytku pidpriemstva [METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY FORMATION]. *Economics and management organization*, vol. 3, no. 31, pp. 118–126.
 2. Bilovol R.I. (2017) Metodolohichni pidkhody do formuvannia polityky i stratehii v upravlinni pidpriemstvom [METHODOLOGICAL APPROACHES TO FORMING POLICY AND STRATEGY IN THE MANAGEMENT OF ENTERPRISES]. *Economy and society*, vol. 10, pp. 65–68.
 3. Kasian L.E. (2015) Metodychni pidkhody do vyznachennia sutnosti stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvamy [Methodical approaches defining the essence of strategic management]. *Scientific Journal of International Humanitarian University*, vol. 12, pp. 94–96.
 4. Ordinance of the Cabinet of Ministers of Ukraine (2018). Pro skhvalennia Natsionalnoi transportnoi stratehii Ukrainy na period do 2030 roku [On approval of the National Transport Strategy of Ukraine until 2030]. *Official Bulletin of Ukraine*, vol. 52, pp. 533.
 5. Bohachenko M.V. (2018) Teoretychni aspekty formuvannia taryfnoi polityky miskoho pasazhyrskoho transport [THE THEORETICAL ASPECTS OF TARIFF POLICY FORMATION OF PUBLIC PASSENGER TRANSPORT]. *Scientific Journal of Uzhgorod National University*, vol. 19, pp. 19–22.
 6. Law of Ukraine (2001). Pro avtomobilnyi transport [On Motor Vehicle Transport]. *Information of the Verkhovna Rada of Ukraine*, vol. 22.
 7. Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/08/zb_tr2018pdf.pdf (accessed 12 February 2020).
 8. Bohachenko M.V. (2017) Svitovyi dosvid orhanizatsii miskoho pasazhyrskoho transport [World experience of effective organization of urban passenger transport system]. *Business-Navigator*, vol. 4, no. 43, pp. 21–25.
 9. Borna Abramovic, Denis Šipuš. (2018) Tariffing in Integrated Passenger Transport Systems: A Literature Review. Available at: https://www.academia.edu/38361947/Tariffing_in_Integrated_Passenger_Transport_Systems_A_Literature_Review (accessed 08 February 2020).

Аннотация. В статье раскрыта роль транспортной инфраструктуры Одесского региона в рамках развития Украины в целом. Определено понятие «стратегия развития предприятий» как категория. Представлены основные направления развития автомобильного пассажирского транспорта, такие как конкурентоспособная и эффективная транспортная система; инновационное развитие транспортной отрасли и глобальные инвестиционные проекты; безопасный для общества, экологически чистый и энергоэффективный транспорт; беспрепятственная мобильность и межрегиональная интеграция, а также представлена характеристика каждого из них. Предложено внедрение интегрированной системы пассажирских перевозок, которая является сочетанием в единую систему всех видов пассажирского транспорта, внедрением новой единой тарифной системы для пассажирских перевозок, которая характеризуется унифицированностью, зональностью и диверсифицированным уровнем тарифа на перевозку.

Ключевые слова: стратегия развития, тарифная политика, пассажирские перевозки, эффективность транспортного обслуживания, транспортные модели обслуживания населения.

Summary. In the article the role of Odesa region transport infrastructure in the development of Ukraine as an integrated system is revealed. The concept of “enterprise development strategy” as a category is defined and says that it is aimed at managing the organization’s resources to achieve its goals and objectives. In doing so, the development strategy should include goal setting, competitive environment analysis, internal organization analysis, and evaluation of strategies and interests of all participants in the process. The directions of development of road passenger transport are presented: 1) “competitive and efficient transport system” is characterized of using the best international experience to ensure the development of the transport industry, improve the quality and reliability of the provision of transport and logistics services; 2) “innovative development of the transport industry and global investment projects and safe for the society” is manifested in providing comprehensive innovative development of transport; Main tasks of this area is to improve the legislation and economic mechanism to facilitate the localization of the best innovative technologies for the construction of transport infrastructure, production and renewal of vehicles on the basis of domestic enterprises, in particular to stimulate the development of their foreign economic activity through the establishment of customs privileges; 3) “environmentally friendly and energy efficient transport” appears to bring regulations in line with security regulations and EU directives concerning the accounting requirements for the safe operation of infrastructure and vehicles; 4) “unhindered mobility and interregional integration” is to ensure effective state supervision (control) of the quality of the provision of transport services for the carriage of passengers, and also streamlining the organization and financing of socially important passenger transportation by all types of transport. It is proposed to introduce an integrated system of passenger transportation, which is a combination of a single system of all types of passenger transport, the introduction of a new unified tariff system for passenger transportation, characterized by uniformity, zoning and diversified level of tariff for transportation.

Keywords: development strategy, tariff policy, passenger transportation, efficiency of transport services, transport models of public services.

Продіус О.І.*к.е.н., доцент,**завідувач кафедри менеджменту,**Одеський національний політехнічний університет***Prodius Oksana***Odessa National Polytechnic University*

КАТЕГОРІАЛЬНИЙ АПАРАТ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЯ» ЯК ФУНДАМЕНТ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ

CATEGORIAL APPARATUS OF THE STUDY OF THE CONCEPT «INNOVATION» AS THE FOUNDATION OF INCLUSIVE DEVELOPMENT

Анотація. У статті розглянуто загальні положення, досягнення та праці вчених у сфері інновацій від класиків економічної теорії до сучасників. Запропоновано авторський підхід до визначення інновацій як економічної категорії та вдосконалено теоретично-методичні аспекти щодо класифікації інновацій. Сформульовано основні тренди інклюзивних інновацій, відповідність яким може сприяти отриманню конкурентних переваг у сучасних умовах ведення бізнесу. Встановлено, що основною вимогою до реалізації сучасних бізнес-моделей управління підприємством є інклюзивні інновації, а пріоритетною стратегією стає інноваційна стратегія. Визначено та узагальнено основні ознаки сутності інклюзивних інновацій, які можуть стати поштовхом до економічного прогресу, фундаментом інклюзивного розвитку в контексті сприяння поліпшенню добробуту суспільства та включення маргінальних груп населення в економічне та соціальне життя суспільства.

Ключові слова: категоріальний апарат, інновація, класифікація інновацій, інклюзивні інновації, інклюзивний розвиток.

Постановка проблеми. У ситуації ускладнення умов господарської діяльності, ініційованих проявами світової економічної кризи, зростає актуальність кращої організації інноваційних напрямів розвитку і посилення впливу держави на економічну динаміку, забезпечивши високотехнологічну і соціальну якість розвитку вітчизняних підприємств, зробивши їх більш стійкими до коливань зовнішньоекономічної кон'юнктури. Поступово в країні створюються необхідні передумови для переходу до інноваційної моделі розвитку економіки: формується законодавча база, розвивається мале та середнє інноваційне підприємство, у стадії розвитку знаходиться його інфраструктура. Однак аналіз досвіду розвитку науки і технологій в інших країнах свідчить, що для переведення економіки на інноваційний шлях необхідне інклюзивне залучення всіх членів суспільства в інноваційну діяльність у контексті забезпечення гарантій безпеки і рівноправності, поваги прав і свобод кожної окремої людини. Важливим аспектом створення гармонійно розвинутого суспільства є повноцінне включення в інноваційний розвиток

держави вразливих груп населення, які виступають як суб'єкти, нездатні увійти в значимі для їх соціалізації зв'язки та відносини у сформованих у суспільстві економічних умовах. Зазначене актуалізує необхідність узагальнення теоретичних підходів до визначення категорій «інновація», «інклюзивні інновації», їх узгодження у контексті фундаменту інклюзивного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інновації вивчалися фахівцями різних дисциплін: економістами, соціологами, істориками, дослідниками управлінських процесів. Вагомий внесок у дослідження процесів, пов'язаних з інноваційним розвитком підприємства, зробили такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як Б. Санто, Б. Твіст, Й. Шумпетер, М. Портер, Г. Беккер, Дж. Бернал, Л. Венгер, П. Друкер, А. Мори, Н. Норман, Т. Шульц, Н.Д. Кондратьєв, Р.А. Фатхутдінов, М.К. Бондарчук, А.Ф. Гойко, С.І. Грицуленко, С.А. Давимука, М.П. Денисенко, А.О. Єпіфанов, С.В. Філіппова, С.М. Ілляшенко, С.В. Князь, Н.В. Краснокутська, О.В. Кужилева, А.С. Кузнецов, О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, П.П. Микитюк, М.П. Педан, Й.М. Петрович, А.А. Пересада, С.Ф. Покропивний, А.В. Прокопенко, Д.М. Стеченко, І.В. Федулова, Н.І. Чухрай [1–15]. У своїх працях науковці розкривають сутність інновацій, їхні види та форми, обґрунтовують методи формування і реалізації програм інноваційного розвитку та способи оцінювання їх ефективності. Серед вітчизняних учених дослідженню проблем інноваційного розвитку суб'єктів господарювання присвячено праці О.М. Алімова, В.Ф. Беседіна, О.М. Бойко, А.П. Гальчинського, В.М. Гесця, Ю.В. Гончарова, А.П. Гречан, А.В. Гриньова, І.М. Грищенко, М.П. Денисенка, Н.В. Краснокутської, А.С. Музиченка, В.М. Нижника, В.Д. Рожка, В.Я. Рубана, В.П. Семиноженка, Д.М. Черваньова [1–15].

Незважаючи на наявність значної кількості наукових публікацій із зазначеної тематики, окремі аспекти понятійного апарату інновацій, їх класифікацій носять дискусійний характер, що вимагає їх удосконалення та уточнення.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є узагальнення трактування економічних категорій, таких як «інновації» та «інклюзивні інновації», їх уточнення відповідно до сучасних вітчизняних економічних реалій у контексті необхідності активізації інклюзивного розвитку.

Виклад основного матеріалу. Зародження в системі економічних знань терміна «інновації» нерозривно пов'язане з розвитком концепції економічних циклів (хвиль). У 1925 р. було опубліковану роботу Н.Д. Кондратьєва «До питання про поняття економічної статистики, динаміки та кон'юнктури» (Kondratieff N.D., 1925). Із цього моменту в економічну науку увійшло уявлення про економічні цикли, циклічність економічного розвитку, хвильовий характер економічного розвитку, економічні хвилі, або, відповідно до визначення Н.Д. Кондратьєва, про великі цикли кон'юнктури (довжина хвилі 48–60 років) [1–3]. Отже, загальновизнаного поняття «інновації» ще не існувало, але концепція, яка пояснює особливості переходу економіки на новий рівень технічного розвитку, вже з'явилася.

Ідеї Н.Д. Кондратьєва лягли в основу досліджень австрійського економіста Й. Шумпетера, який ще в перших десятиліттях ХХ ст. сформулював головну роль інновацій у підйомі після економічних спадів і забезпеченні зростання економіки. Він указав, що основою для збільшення прибутку суб'єкта господарювання є заміна нерентабельної продукції на нову, оскільки зміни цінової політики і зниження витрат під час випуску продукції недостатньо. Й. Шумпетер визначає інновацію як принципово нове науково-організаційне поєднання виробничих чинників, сформоване підприємницькими здібностями. Саме завдяки цьому науковцю термін «інновація» потрапив до економічних термінів, де міцно закріпився і донині не втрачає актуальності. На думку Й. Шумпетера, інновація означає «втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новий технології або новому виді виробу». Окрім того, дана категорія розглядалася Й. Шумпетером як новітня функція виробництва, «нова її комбінація» [7].

Таким чином, за Й. Шумпетером інновації є впливом, здатним порушити рівновагу економічної системи і призвести до виникнення нового економічного циклу (його фази росту), причому наступний рівноважний рівень вже не буде збігатися з попереднім; саме інновації лежать в основі еволюції економіки.

Інновація як предмет і об'єкт дослідження вченими трактується по-різному, а саме інновації як процес (Т. Брайан, Б. Санто, Б. Твісс, Г.М. Гвишиани та ін.). На думку Т. Брайна і Б. Твісса, інновація – процес, в якому продукт інтелектуальної діяльності в умовах ринку отримує економічну основу. Таким продуктом вони вважають винахід, ідею, інформацію, ноу-хау. Б. Санто вважає інновацію засобом застосування на практиці нових винаходів та ідей, громадським, технічним і економічним процесом, що призводить до появи вдосконалених виробів, нових технологій, які сприяють підвищенню рентабельності продукції. Інноваційний процес, на його думку, проходить через види діяльності: наукові дослідження, розроблення, маркетинг та ін. [1; 2].

Важливе місце інноваціям як чиннику економічного зростання відводить і засновник теорії конкурентних переваг М. Портер. Описуючи зміст конкуренції і пояснюючи питання досягнення підприємствами успіху на міжнародних ринках, учений стверджує, що досягнення конкурентних переваг досягається саме завдяки інноваціям, які розуміє в широкому змісті, – від крупного технологічного прориву до нових методів праці, використання нових технологій. М. Портер зазначає, що інновації є результатом незвичайних зусиль та можуть з'являтися як у нових компаніях, так і в існуючих або ж виникати в результаті розширення сфери діяльності підприємств, використанні нових ресурсів, приходити з інших країн. Учений підкреслює, що конкуренти одразу ж обійдуть будь-яку компанію, яка припинить удосконалення та впровадження інновацій [10–13].

Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність», до основних видів інноваційної діяльності належать [9]:

- підготовка та організація виробництва, які охоплюють придбання виробничого обладнання, зміни в них для створення нового технологічного процесу;
- маркетинг нових продуктів, що передбачає види діяльності, пов'язані з випуском нової продукції на ринок;
- придбання технології у вигляді патентів, ліцензій, розкриття ноу-хау, торгових марок, конструкцій тощо.

Таким чином, досліджуючи наукові праці, присвячені питанням інноваційної діяльності підприємств, можна зробити висновок, що як у світовій, так і у вітчизняній практиці не існує єдності щодо визначення змісту поняття «інновація». Кожен науковець має свій погляд і своє розуміння сутності інновацій, і кожен погляд має право на існування в економічній науці (табл. 1).

Підводячи підсумки вищевикладеного, можна зробити висновок, що найбільш прийнятним є таке визначення: інновація – це складний динамічний процес створення і просування переважно нових або вдосконалених технологій чи товарів із метою отримання економічного чи соціального ефекту за рахунок більш повного задоволення суспільних потреб у контексті сталого розвитку економічних процесів.

Безліч визначень поняття «інновація» зумовлює необхідність їх узагальнення та систематизації, тобто певної класифікаційної роботи, що дасть змогу конкретизувати їхню структуру, виявити проблеми зв'язку між різними їхніми типами, провести більш точну ідентифікацію кожної окремо взятої інновації, визначити її місце серед інших типів інновацій, а також установити потенційні можливості і суттєві обмеження в їх практичному використанні (рис. 1).

Так, важливим моментом під час вивчення питання інновацій є дослідження їхнього розвитку. Оскільки дане поняття характеризує досить динамічну економічну категорію, воно перебуває у процесі постійного вдосконалення, що зумовлює виникнення нових видів інновацій. Яскравим прикладом цього явища є поява інклюзивних інновацій.

За твердженням вітчизняного науковця Л.І. Федулової, інклюзивні інновації уособлюють «створення й виведення на ринок нових якісних продуктів або послуг, які розроблені для й/або тими, хто позбавлений гідного рівня життя (наприклад, для осіб із низькими доходами, людей з інвалідністю, мігрантів, пенсіонерів та інших)» [6].

Основним призначенням і метою інновацій виступають економічний прогрес і підвищення добробуту різних груп суспільства. Проте в силу своєї специфіки інновації можуть служити чинником розширення суспільства і виникнення соціальної нерівності. Саме тому актуальності набуває питання «інклюзивних» інновацій. Їх спрямуванням є поліпшення добробуту малозабезпечених і маргінальних груп, зокрема в частині освіти, інфраструктури, охорони здоров'я.

Отже, первинна мета інклюзивних інновацій – забезпечення бідної частини населення товарами й послугами первинної необхідності. Однак сьогодні інклюзивність полягає у створенні механізмів залучення маргіналізованої частки молоді, осіб з обмеженими можливостями, людей, котрі проживають у віддалених регіонах, до спільного розроблення та втілення у життя інклюзивних рішень, тобто активна участь у подоланні загроз економічній безпеці.

Інклюзивні інновації спрямовані на стимулювання та заохочення людського розвитку і підвищення добробуту населення;

Дефініція поняття «інновації»

№	Автор	Визначення
1.	Й. Шумпетер	Зміни з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловості
2.	Ф. Ніксон	Сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що дають поштовх появи на ринку нових та поліпшених промислових процесів й устаткування
3.	Б. Санто	Суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів призводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій, і у разі якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, прибуток, її поява на ринку може принести додатковий дохід, охоплює весь спектр видів діяльності – від дослідження і розроблення до маркетингу
4.	Х. Барнет	Нові думки, способи поведінки або предмети, що якісно відрізняються від попередніх форм
5.	Р. Мюлер	Активна чи пасивна зміна конкретної системи щодо зовнішнього середовища
6.	Р.Т. Лапє	Інновація виражається у застосуванні нових видів інструментів або нових принципів використання інструментів; впровадженні нового технологічного процесу або нової процедури; застосуванні нового виду сировини або матеріалів; використанні нового місця або території, раніше не відомих, у здійсненні нового дійства
7.	Ф. Хаберланд	Основними характеристиками є: якісна новизна виробів, способів виробництва і технологій порівняно з попередніми, темп реалізації, динаміка циклу нововведення, економічна ефективність, соціальні наслідки
8.	Д.М. Черваньов, Л.І. Нейкова	Техніко-економічний процес, який завдяки практичному використанню продуктів розумової праці – ідей і винаходів, призводить до створення кращих за властивостями нових видів продукції і нових технологій, які, з'явившись на ринку як нововведення, можуть принести додатковий дохід
9.	А.М. Турило	Виступають необхідним і об'єктивним чинником конкурентоспроможного розвитку підприємств та відіграють роль найважливішого засобу розв'язання основних соціально-економічних завдань підприємства
10.	О.О. Лапко	Комплексний процес, який включає створення, розроблення, доведення до комерційного використання і поширення нового технічного або якого-небудь іншого рішення (новації), яке задовольняє окрему потребу
11.	П.Н. Завлін	Результат творчого процесу у вигляді створених (або впроваджених) нових споживчих вартостей, застосування яких вимагає від їх осіб, що їх використовують, організації зміни звичних стереотипів діяльності і навичок. Поняття інновації поширюється на новий продукт або послугу, спосіб їх виробництва, нововведення в організаційній, фінансовій, науково-дослідній та інших сферах, будь-яке вдосконалення, що забезпечує економію витрат або створює умови для такої економії
12.	Р.А. Фатхутдінов	Це кінцевий результат упровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління й одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту
13.	С.Д. Ільєнкова	Перетворення потенційного науково-технічного прогресу на реальний, такий, що втілюється в нових продуктах і технологіях
14.	В.В. Стадник, М.А. Йохна	Кінцевий результат креативної діяльності, втілений у виведеному на ринок новому або вдосконаленому продукті, технологічному процесі, який використовується у практичній діяльності або новому підході до надання споживчих послуг
15.	М.І. Крупка	Нововведення, використання якого призводить до якісних змін із метою отримання соціально-економічного ефекту
16.	І.Т. Балабанов	Матеріалізований результат, отриманий від вкладення капіталу в нову техніку або технологію, у нові форми організації виробництва праці, обслуговування й управління, аналізу тощо
17.	А.Н. Асаул	Оригінальний прояв науково-технічного прогресу, що має елемент новизни, результат творчої праці, втілений у вигляді нового або вдосконаленого продукту, нового технологічного процесу, що має сукупність функцій із виробництва товару або послуги, задовольняє потребам ринку і що приносить ефект
18.	О.В. Крисальний	Нагромадження нових знань, матеріалізованих у високоефективних, економічно вигідних технологіях, технологічних елементах: матеріалах, новітніх прогресивних методах організації виробничого процесу та праці, нових видах робіт тощо, сформованих у науково-дослідних інститутах, ефективних для практичного використання, що забезпечують підвищення економічної і соціальної ефективності суспільного виробництва

Джерело: складено на основі [1–11]

включення до соціально-економічного життя усіх груп населення, у тому числі найбільш маргіналізованих, тобто таких, чий спосіб життя не відповідає стандартам, притаманним суспільству, до якого вони належать, але не порушує його правових норм; зменшення бідності та нерівності; збільшення та активізація участі окремих груп в управлінні економічними процесами, а не тільки участь їх у результатах розподілу; сприяння раціональному використанню природних ресурсів та захисту клімату на глобальному рівні.

Таким чином, спираючись на дослідження різних науковців, можна узагальнити спільні риси і визначити принципи, які

можуть попередньо конкретизувати сутність інклюзивних інновацій (табл. 2).

Підсумовуючі вищевикладене, стає зрозумілим, що основною рушійною силою розвитку економічної системи країни та суспільства загалом є інновації різних видів. Вони необхідні в усіх без винятку сферах господарської діяльності. Упровадження передових прогресивних рішень дає змогу поліпшити показники фінансово-господарської діяльності на всіх рівнях, починаючи з окремого суб'єкта господарювання і закінчуючи національною економічною системою. Інновації дають змогу вийти на нові ринки, ще глибше задовольнити потреби споживачів,

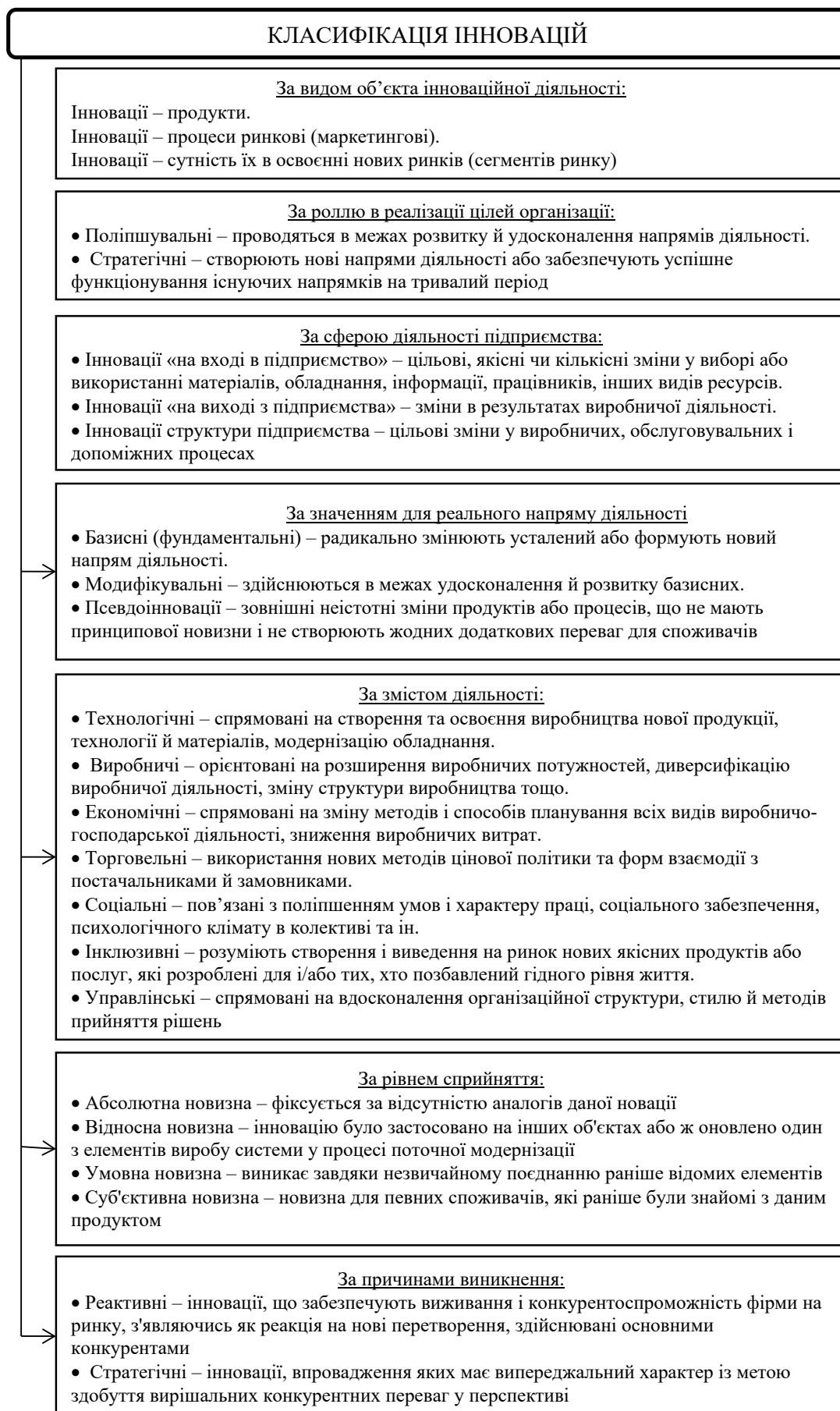


Рис. 1. Класифікація інновацій

Джерело: складено на основі [1–15]

Класифікаційна ознака інклюзивних інновацій

№ п/п	Класифікаційна ознака	Зміст
1	Рівень новизни інклюзивних інновацій	Абсолютна новизна; відносна новизна; умовна новизна; суб'єктивна новизна
2	Масштаб новизни інклюзивних інновацій	Інновації, нові у світовому масштабі; інновації, нові в країні; інновації, нові для галузі в країні; інновації, нові для підприємства
3	Характер інклюзивних інновацій	Технологічні; виробничі; організаційні; торговельні; управлінські; економічні; соціальні
4	За ступенем ризику запровадження	Малоризикові; середньоризикові; ризикові
5	Сфера застосування інклюзивних інновацій	Науково-технічна; виробнича; соціально-культурна; адміністративна; сфера поживання
6	Форма інклюзивних інновацій	Відкриття, винаходи, патенти; раціоналізаторські пропозиції; ноу-хау; товарні знаки, торговельні марки; нові документи, що описують технологічні, виробничі, управлінські процеси, структури, методи
7	Вид ефекту від запровадження інклюзивних інновацій	Економічний; екологічний; науково-технічний; соціальний; інтегральний
8	Темпи здійснення інклюзивних інновацій	Швидкі, уповільнені, наростаючі, рівномірні, стрибкоподібні

якомога повніше використовувати можливості зовнішнього середовища й уникати впливу його загроз. Саме нововведення можуть забезпечити підприємству достатні конкурентні переваги, створити умови для зміцнення його ринкових позицій та стабільного розвитку, особливо в умовах глобалізації ринків.

Висновки і пропозиції. В умовах глобальної економічної нестійкості виникає фундаментальна необхідність переосмислення та зміни існуючих моделей економічного зростання з метою подолання зростаючих соціально-економічних нерівностей. Із цієї позиції концепція інклюзивних інновацій може найбільш повною мірою забезпечити реалізацію принципів стабільного та збалансованого розвитку, уникаючи при цьому таких загроз, як: кризи, пов'язані з дефіцитом ресурсів; збільшення соціальної нерівності та бідності; виключення окремих маргінальних груп з економічного та соціального життя суспільства; зростання безробіття. Таким чином, на сучасному етапі формування теорії інноваційного розвитку інновації проявляються не тільки як нові продукти, послуги або технологічні процеси, а й охоплюють також соціальну сферу, стратегії і бізнес-моделі, що забезпечують фінансові та інші переваги. Саме інклюзивні інновації мають можливість стати поштовхом та позитивною тенденцією економічного прогресу і покликати сприяти поліпшенню добробуту різних груп суспільства. Повноцінне партнерство у контексті інклюзивного розвитку можливе лише за умови спільних цінностей, однаковості у розумінні механізмів розвитку, узгодженості думок щодо потреби суспільства в інклюзивному підході, у тому числі створення інклюзивних інновацій як інструменту посилення економічної безпеки держави.

Напрямом подальших досліджень може стати розроблення напрямів модернізації інноваційної політики, важливим засобом оновлення якої є краща організація інклюзивних інновацій, а також розумного впливу держави на економічну динаміку.

Література:

1. Концепти інноваційного розвитку підприємництва : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. В.В. Храпкіної ; Національний університет «Києво-Могилянська академія». Київ : Інтерсервіс, 2018. 263 с.
2. Ястремська О.М., Демченко Г.В. Активізація інноваційної діяльності підприємств : монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л.М., 2018. 232 с.
3. Парасій-Вергуненко І.М. Організаційно-методичні аспекти аналізу інноваційного розвитку підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2015. № 1(2). С. 181–186.

4. Продіус О.І. Інклюзивні інновації в контексті соціальної відповідальності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. № 14. С. 84–88.
5. Чайка Т.Ю. Класичні концепції інновацій і сучасність: емпіричні підтвердження та коригування. Базові індикатори інноваційної активності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. Вип. 18(3). С. 123–128.
6. Федуллова Л.І. Інклюзивні інновації в системі соціально-економічного розвитку. *Економіка: реалії часу*. 2016. № 3(25). С. 56–65.
7. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. В. Старка. Київ : Києво-Могилян. акад., 2011. 242 с.
8. Філіппова С.В. Інноваційні стратегії та інноваційні технології. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2018. № 1(3). С. 49–61.
9. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. № 40-IV. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
10. Вдовічена О.Г. Інклюзивний розвиток – сучасна парадигма стійкого економічного зростання. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2018. Вип. 3. С. 17–29.
11. Соловьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций) : монография. Киев : Феникс, 2006. 560 с.
12. Лапко О.А. Інноваційна діяльність у системі державного регулювання : монографія. Київ : ІЕПІНАУ, 1999. 254 с.
13. Андросова О.Ф. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності : монографія. Київ : Кондор, 2007. 356 с.
14. Деджула В.В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 5–8.
15. Бондаренко С.А. Сучасні принципи формування механізму інноваційного розвитку промислового підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2015. Вип. 1. № 56. С. 129–136.

References:

1. Kontsepty innovatsiinoho rozvytku pidpriemnytstva [Concepts of innovative development of entrepreneurship]: [Monohrafiia] (2018) / Za zah. red. d.e.n., prof. Khrapkinoi V.V.; Natsionalnyi universytet «Kyievo-Mohylianska akademiia». Kyiv: Interservis, 263 p.
2. Yastremska O.M., Demchenko H.V. (2018) Aktyvizatsiia innovatsiinoidiialnosti pidpriemstv [Activation of innovative activity of enterprises]: monohrafiia. Kharkiv: FOP Liburkina L.M. 232 p.
3. Parastii-Verhunencko I.M. (2015) Orhanizatsiino-metodychni aspekty analizu innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv [Organizational and methodical aspects of the analysis of innovative development of enterprises]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. Vol. 1(2). Pp. 181–186.

4. Prodius O.I. (2017) Inkluzivni innovatsii v konteksti sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva [Inclusive innovation in the context of corporate social responsibility]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. Vol. 14. pp. 84–87.
5. Chaika T.Yu. (2018) Klyachni kontseptsii innovatsii i suchasnist: empirichni pidtverdzhennia ta koryhuvannia. Bazovi indykatory innovatsiinoi aktyvnosti [Classic Concepts of Innovation and Modernity: Empirical Confirmations and Adjustments. Basic indicators of innovation activity]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seria: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. Vol. 18(3). pp. 123–128.
6. Fedulova L.I. (2016) Inkluzivni innovatsii v systemi sotsialno-ekonomichnoho rozvytku [Inclusive innovations in the system of socio-economic development]. *Ekonomika: realii chasu*. Vol. 3(25). pp. 56–65.
7. Shumpeter J.A. (2011) Teoriia ekonomichnoho rozvytku: Doslidzhen-nja prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho cyklu [Theory of Economic Development: Research on income, capital, credit, interest and the economic cycle]; per. zanghl. V. Starka. K.: Vyd. dim «Kyjevo-Moghyl. akad.», 242 p.
8. Filyppova S.V. (2018) Innovatsiini stratehii ta innovatsiini tekhnolohii [Innovative strategies and innovative technologies]. *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu*. Vol. 1(3). pp. 49–61.
9. Zakon Ukrainy «Pro innovacijnu dijalnistj» [The Law of Ukraine «On Innovation Activities»] vid 4 lypnja 2002 r. No 40-IV. – Available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. (accessed 10 January 2020).
10. Vdovichen O.H. (2018) Inkluzivnyi rozvytok – suchasna paradyhma stiikoho ekonomichnoho zrostantia [Inclusive development is the modern paradigm of sustainable economic growth]. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*. Vol. 3. pp. 17–29.
11. Solov'ev V.P. (2006) Innovatsionnaya deyatel'nost' kak sistemnyy protsess v konkurentnoy ekonomike (Sinergeticheskie efekty innovatsiy) [Innovation as a systemic process in a competitive economy (Synergetic effects of innovation)]; monografiya. Kiev: Feniks, 560 p.
12. Lapko O.A. (1999) Innovatsiina diialnist v systemi derzhavnoho rehuliuвання [Innovative activity in the system of state regulation]: monohrafiia. K.: IEPNANU, 254 p.
13. Androsova O.F. (2007) Transfer tekhnolohii yak instrument realizatsii innovatsiinoi diialnosti [Technology transfer as a tool for innovation]: monohrafiia K.: Kondor, 356 p.
14. Dzhezdzula V.V. (2017) Innovatsiina diialnist yak chynnyk konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Innovative activity as a factor of competitiveness of enterprises]. *Investysii: praktyka ta dosvid*. Vol. 4. pp. 5–8.
15. Bondarenko S.A. (2015) Suchasni pryntsypy formuvannia mekhanizmu innovatsiinoho rozvytku promyslovoho pidpriemstva [Modern principles of formation of mechanism of innovative development of industrial enterprise]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*. Vol. 1. 56. pp. 129–136.

Аннотация. В статье рассмотрены общие положения, достижения и труды ученых в области инноваций от классиков экономической теории до современников. Предложен авторский подход к определению инноваций как экономической категории и усовершенствованы теоретико-методические аспекты по классификации инноваций. Сформулированы основные тренды инклюзивных инноваций, соответствие которым может способствовать получению конкурентных преимуществ в современных условиях ведения бизнеса. Установлено, что основным требованием к реализации современных бизнес-моделей управления предприятием являются инклюзивные инновации, а приоритетной стратегией становится инновационная стратегия. Определены и обобщены основные признаки сущности инклюзивных инноваций, которые могут стать толчком к экономическому прогрессу, фундаментом инклюзивного развития в контексте содействия улучшению благосостояния общества и включения маргинальных групп населения в экономическую и социальную жизнь общества.

Ключевые слова: категориальный аппарат, инновация, классификация инноваций, инклюзивные инновации, инклюзивное развитие.

Summary. The article considers the general provisions, achievements and the main works of scientists in the field of innovation from the classics of economic theory to contemporaries. The author's approach to the definition of innovations as an economic category is proposed, and theoretical and methodological aspects for classifying innovations are improved. The most important source of creation and maintenance of competitive advantages of the enterprise is the identification and use of new scientific and technical products in the implementation of innovative activity, which is the result of intellectual, scientific and engineering creativity of specialists. In the context of global economic instability, there is a fundamental need to rethink and change existing patterns of economic growth in order to overcome growing socio-economic inequalities. From this point of view, the concept of inclusive innovation can most fully ensure the implementation of the principles of sustainable and balanced development, while avoiding threats such as: resource-related crises; increasing social inequality and poverty; exclusion of some marginalized groups from the economic and social life of society; rising unemployment. Thus, at the present stage of formation of the theory of innovative development, innovations are manifested not only as new products, services or technological processes, but also cover the social sphere, strategies and business models that provide financial and other benefits. Innovation is an impetus and a positive trend for economic progress and is intended to contribute to improving the well-being of different groups of society. A full-fledged partnership is possible only on the basis of common values, unanimity in understanding sustainable development, coherence of opinion on the need of society for an inclusive approach, including the creation of inclusive innovations, as a tool for strengthening the economic security of the state. The main trends of inclusive innovations are formulated, compliance with which can contribute to obtaining competitive advantages in modern business conditions. It is established that the main requirement for the implementation of new business models of enterprise management is inclusive innovation, and the innovation strategy becomes a priority strategy. Based on the results of the analysis, it was concluded that the model of inclusive innovative development is the most acceptable for ensuring the competitiveness of the economy and evenly improving the well-being of all citizens.

Keywords: categorical apparatus, innovation, classification of innovations, inclusive innovations, inclusive development.

Синиця С.М.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри управління та адміністрування,
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету*

Synytsia Svitlana

*Ivano-Frankivsk Educational and Scientific Institute of Management
Ternopil National Economic University*

Вакун О.В.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри управління та адміністрування,
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету*

Vakun Oksana

*Ivano-Frankivsk Educational and Scientific Institute of Management
Ternopil National Economic University*

Данилишин В.І.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри управління та адміністрування,
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету*

Danylyshyn Volodymyr

*Ivano-Frankivsk Educational and Scientific Institute of Management
Ternopil National Economic University*

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

RISK MANAGEMENT IN THE LOGISTICS OF THE ENTERPRISE

Анотація. У статті обґрунтовано необхідність визначення і врахування ризику при здійсненні логістичної діяльності та розробці логістичної системи підприємства. На основі вивчення основних досліджень з питань логістики охарактеризовано поняття логістики. Визначено основні поняття ризику та невизначеності, охарактеризовано визначення логістичного ризику різними науковцями. Запропоновано визначення поняття управління ризиками логістичної системи підприємства, охарактеризовано основні фактори виникнення ризиків у логістиці. На основі дослідження поняття ризику визначено специфічні логістичні ризики. Проаналізовано складові логістичної системи підприємства і на їх основі визначено показник ефективності функціонування логістичної системи підприємства ДП ВО «Карпати» як співвідношення логістичних витрат та обсягів реалізації продукції. Запропоновано послідовність проведення аналізу ризику, а також деталі, які необхідно враховувати при проведенні аналізу. Структуризовано сучасні методи оцінювання логістичних ризиків.

Ключові слова: логістика, невизначеність, ризик, логістична система підприємства, логістичні ризики.

Постановка проблеми. Динамічні зміни зовнішнього середовища підвищують ступінь ризику щодо діяльності підприємства, в тому числі логістичної. На даний час інноваційним інструментарієм в управлінні бізнесом є саме логістика, основною сферою діяльності якої є проблема оптимізації матеріальних та супутніх їм потоків в сфері товарно-грошового обігу. Система логістики у всіх практичних реалізаціях – від процесів руху в ринковому просторі товару до процесу вантажного переміщення – включає різноманітні елементи, на функціонування яких впливають певні фактори, що пов'язані з ризиком. Одним із логістичних принципів є надійність як на мікро- так і на макрологістичному рівнях. В свою чергу, це значить, що ризик функціонування логістичної системи повинен бути зведений до мінімуму або взагалі нейтралізований.

Аналіз ризику у логістиці показує різні шляхи визначення центрального елементу, що і зумовлює його виникнення. Серед таких ризикоутворюючих факторів можна виділити: порушення термінів постачання, небезпека виникнення затримки в роботі ланцюга постачання, порушення в роботі однієї або декількох ланок ланцюга, можливість збоїв у русі потоків ресурсів внаслідок впливів чинників внутрішнього та зовнішнього

середовища; небажана, неочікувана, подія або певна причина цієї події, що супроводжує відсутність необхідного товару чи сировини в потрібний момент часу, необхідної якості, в необхідному місці, за розрахованою ціною; невиконання операцій логістики, таких як складування, транспортування, управління запасами, переробки вантажів, а також ризики менеджменту логістики всіх рівнів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мінімізація логістичних ризиків є одним з найважливіших завдань усіх підприємств, які орієнтуються на успіх. Ці питання розглядали такі зарубіжні та вітчизняні учені, як: Р.К. Аюпов, А.П. Альгин, В.П. Буянов, В.В. Вітлінський, П.І. Верченко, В.М. Гранатуров, А.А. Кудрявцев, Б.А. Райзберг, М.В. Терський, Л. Севідж, Г.В. Чернова, О.Л. Устенко, Н.В. Хохлов, М. Фрідмен, Й. Шумпетер та ін. Незважаючи на велику кількість публікацій, які присвячені проблематиці економічних ризиків, у науковій літературі не отримали належного висвітлення питання управління ризиками в логістиці, що визначає актуальність теми дослідження.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Ризик і є усвідомленням небезпек щодо логістики підприємств, тому в області логістики менеджерам потрібно вміти ризики оцінювати, враховуючи вплив чинників ризику на результати діяльності логістики, приймати рішення щодо захисту від ризиків, а не тільки виявляти ризики. Недостатньо вивченою і систематизованою сферою діяльності в системі логістики є управління ризиками в ланцюгах поставок. Управління ризиками логістичної діяльності підприємства включає в коло своїх проблем аналіз, оцінювання та мінімізацію ризиків та наслідків їх реалізації для цієї сфери діяльності в цілому. Відповідно, є достатньо актуальним в ринкових умовах питання вдосконалення механізму управління ризиками в логістичних системах виробничих підприємств.

Мета статті. Метою є дослідження теоретичних положень і формуванні практичних рекомендацій щодо обґрунтування та вдосконалення управління ризиками у логістичній системі підприємства.

Виклад основного матеріалу. Сучасний економічний та політичний стан у країнах супроводжує надзвичайно необхідну проблематику управління, аналізу та визначення ризику на фірмах. Так само, і інші, логістична діяльність також супроводжується ризиками. Для того щоб визначити систему управління ризиками в логістиці, потрібно проаналізувати сучасні терміни логістики як дисципліни і виокремити функції її, відмінності серед інших різновидів виробництва та послуг [1, с. 55].

У теперішніх наукових та практичних публікаціях модно знайти досить велике коло специфікації логістики. Серед них можна узагальнити наступне:

Логістика – це керування матеріальними та супутніми їм інформаційними, фінансовими, сервісними потоками в економічних системах в умовах динамічних змін зовнішнього середовища. Це визначення можна узагальнити на основі досліджень більшості науковців (Р. Баллу, Дж. Хескет, А. Гаджинський, М. Окландер, С. Гордон, Ю. Неруш, Л. Миротин, О. Семененко) [2, с. 226].

Випадковість – певні обставини, які є непередбачуваними і формування яких здійснюється у зовнішньому середовищі.

Конфлікти ми розуміємо як розбіжність інтересів гравців.

Протидія – це свідомий опір між учасниками явищ або процесів [3, с. 86].

Як показує аналіз змісту праць, управління ризиками трактується досить різнобічно, проте слід виділити два основних види розуміння даного поняття: у вузькому та широкому значеннях. В широкому розумінні управління ризиками охоплює увесь набір інструментарію щодо передбачення, ідентифікації, вимірювання та зниження ризиків, тоді як у вузькому – це процес мінімізації руйнівного впливу чи ліквідації ризиків як таких.

В теперішній науковій літературі можна зустріти безліч визначень ризиків у логістиці. (табл. 1).

Під ризиком в логістиці розуміємо небезпеку виникнення збою у роботі ланцюга транспортування, порушення у визначених термінах доставки, ексцес у діяльності або однієї або декількох ланок ланцюга, а також вказують, що до найрозповсюдженіших ризиків належать такі, які пов'язані із здійсненням відповідних функцій логістики під час зберігання, виробництва, маркування транспортування різними видами транспорту, пакування, документування тощо [8, с. 23].

Ризики присутні в усіх ланках логістичного ланцюга: від транспортування матеріальних ресурсів через постачальників до поставки готової продукції для споживачів. Їх виникнення у логістиці пов'язане прорахунками або помилками в керуванні матеріальними та супроводжуваними потоками, ігноруванням певних ринкових умов (запізнілими поставками сировини на підприємства, неправильно розрахований обсяг закупівель, некомплектність замовлень тощо). Отож, логістичний ризик – це ситуація, що може призвести до втрати коштів, або шанс появи несприятливої події чи незадовільного результату, які пов'язані із рухом матеріальних потоків у логістичному ланцюгу під тиском внутрішніх і зовнішніх факторів.

Таблиця 1

Визначення логістичного ризику різними науковцями

Автор	Визначення поняття логістичного ризику
В.В. Вітлінський [4, с. 247]	Небезпека утворення затримки у роботі ланцюга постачання, порушення строків постачання, збій в роботі або однієї або кількох ланцюгових ланок. До найрозповсюдженіших належать такі ризики, які пов'язані із здійсненням певних функцій логістики під час вироблення, маркування, зберігання й пакування, перевезення різними видами транспорту, також документування, тощо.
Н.О. Кондратенко [5, с. 345]	Подія в системі логістики на фірмі, пов'язана з шансами виникнення несправностей у переміщенні потоків ресурсів в результаті збурення дії чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, результати яких є непередбачуваними і проявляють себе як відхилення показників потоків від вказаних, що дасть розглянути ризик, на який вийде впливати для забезпечення заданого рівня.
В.О. Левченко [6, с. 153]	Економічна категорія, яка відображає особливості усвідомлення менеджментом фірми об'єктивно наявних конфліктності та невизначеності, відсутності усієї інформації в момент прийняття рішень, які присутні в процесах прогнозування, контроль, планування матеріальних, інформаційних, фінансових потоків.
Н.Г. Плетнева [7, с. 216]	Небажана, несподівана подія що зумовлює дефіцит необхідної сировини чи товару в потрібний момент часу, необхідної якості, в необхідному місці, за задуманою ціною.

Управління ризиками логістичної системи підприємства – це цілеспрямований процес впливу суб'єкта логістичної системи підприємства на можливість виникнення небезпеки в роботі ланок логістичного ланцюга за допомогою спеціальних методів і засобів з метою недопущення зміни параметрів потоків від заданих.

Основними факторами виникнення ризиків у логістиці є:

- обмеженість інформації, мінливість економічних процесів (НТП, попит природні явища тощо);
- потреба у виборі певного варіанту керування рішеннями альтернативних варіантів;
- шанси здійснення визначеного варіанту, зменшення обсягів випуску товарів у результаті зниження попиту, присутність або виникнення конкурентів, шанси втрати постачальників і споживачів;
- неправильний розрахунок мита;
- неправильний вибір постачальників, посередників чи замовників;
- вибір невідповідних транспортних засобів;
- вплив природних явищ і стихійних лих;
- незбалансованість основних компонентів діяльності ланок логістичної системи;
- випадковість (аварії, пожежі тощо);
- політичний, економічний, екологічний стан в державі, недосконалість законодавства;
- низька якість роботи постачальників, посередників, споживачів і т.п.;
- розвиток і стан логістичного менеджменту тощо [5, с. 90].

Одне з перших місць в оцінюванні, аналізі, та врахуванні логістичного ризику підприємства займає його класифікація. Зараз не існує єдиної класифікації ризиків у логістиці, бо кожен з авторів пропонує свою власну.

До специфічних логістичних ризиків можна віднести наступні: ризик надійності і вибору партнера, зовнішньоекономічні ризики; маркетингові; реалізації товару; транспортні; ризики митного товарного оформлення; підвищення конкуренції; виникнення незапланованих втрат і ризики зменшення прибутків; також ризи втрати майна підприємства.

У всіх підсистемах логістики можна виділити ризики, визначити елементи та ланки, що пов'язані, відповідно із функціонуванням. Наприклад, транспортній підсистемі логістики можна виділити такі категорії: вантаж, місця зосередження вантажу, пересувний склад, транспортна мережа, засоби для розвантажування та навантажування, учасники процесів логістики, групове пакування, тара.

Вантаж можна характеризувати обсягом, масою, персональним пакуванням, іншими біологічними або фізичними властивостями, які можуть зумовити ризики. Наприклад, порушення персонального пакування може викликати відмову користувачів у певній продукції, і, як результат, неотримання компанією бажаного прибутку. А також, якщо вантаж є важким та громіздким за масою, тоді це вимагатиме потрібних засобів транспортування, що спричинює виникнення ризику [9, с. 291].

Значною перепорою та стримуючим чинником розвитку логістики є відсутність логістичної інфраструктури, що також збільшує ймовірність неотримання вантажу вчасно. Розвиток логістичної інфраструктури дає західним країнам змогу не тільки забезпечити власні потреби в транспортно-логістичних послугах, але і надавати їх іншим країнам. транзитний потенціал України використовується лише на 60%. Доходи від транзиту і комплексу пов'язаних з ним послуг складають біля 6%

ВВП. Через неефективне використання транзитного потенціалу Україна щорічно недоотримує близько 2,5 млрд. дол. США [10].

Коли ступінь ризику логістичної діяльності підприємства знаходиться на високому рівні, це призводить до необхідності пошуку шляхів для його зниження. Якщо ми говоримо про необхідність урахування ризику в певному виді економічної діяльності то маємо на увазі інтереси суб'єктів, які безпосередньо беруть у ньому участь: замовники, інвестори, виконавці чи продавці, покупці, а також страхові компанії.

Жорсткий підхід до оцінки ризиків в логістичній діяльності підприємства, дає змогу провести глибокий аналіз усіх сторін діяльності суб'єктів логістичної діяльності з точки зору їх підпорядкованості загальній стратегії розвитку підприємства. Це як інтереси акціонерів, менеджерів та інших пов'язаних груп, так і комплексний аналіз результатів діяльності, а також відповідності отриманих результатів поставленим цілям і завданням, наявному потенціалу розвитку.

Проведення системного аналізу ризиків логістичної діяльності підприємства є багаторівневою процедурою, яка включає величезний спектр специфічних знань, тому різні напрями аналізу досліджуються окремими спеціалізованими структурними підрозділами. Нажаль, основними проблемами, з якими стикаються вітчизняні підприємства полягають в несистематизованості окремих видів аналізу ризиків, також відсутність комплексних досліджень та сумарних висновків. Все це призводить тільки до внесення окремих коректив у логістичну діяльність і виключає можливість до своєчасного прийняття рішень під час виникнення будь-яких проблем.

Отже, аналіз ризику проводять у такій послідовності:

- виявлення внутрішніх та зовнішніх чинників, що мають вплив до росту чи падіння ступеню певного виду ризику;
- аналіз виявлених чинників;
- оцінка певного виду ризику;
- встановлення допустимого ступеня ризику;
- аналіз окремих операцій щодо вибраного ступеня ризику;
- розробка заходів щодо зниження ступеня ризику.

Під час аналізу ризику необхідно зважати на такі важливі деталі, як:

- витрати на реалізацію конкретного ризику, не повинні перевищувати фінансових можливостей підприємства;
- обсяги втрат від окремих видів ризику не повинні залежати один від одного;
- реалізація будь-якого виду ризику не гарантує ймовірність виникнення іншого, але й не відкидає дану ймовірність.

Сучасні методи оцінювання логістичних ризиків поділяються на:

- економіко-статистичні методи, тобто на основі статистичних даних досліджуються втрати й прибутки підприємства, встановлюється величина й частота отримання того чи іншого економічного результату й складається найбільш вірогідний прогноз на майбутнє. Недоліком цього методу є те, що ситуації ризику в минулому не завжди повторюються в майбутньому;
- експертні методи, застосовуються при умовах відсутності на підприємствах інформативних даних, які необхідні для розрахунку економіко-статистичним методом. Передбачають в собі опитування кваліфікованих фахівців з подальшою математичною обробкою результатів опитування. Недоліками цих методів є відсутність гарантій достовірності отриманих оцінок, суб'єктивність оцінки, складність формування експертної групи, необхідність дотримуватися вимоги до процедури експертного оцінювання;

– розрахунково-аналітичні методи, полягають на використанні прикладних математичних методів. Найпопулярнішим методом вимірювання ризику є вирахування очікуваного рішення за допомогою середньозважених величин. При цьому ймовірність кожного результату визначається як частота або питома вага відповідного значення.

Проте, його використання здебільшого підходить для вивчення сили впливу систематичних ризиків, які виникають під впливом зовнішніх факторів (динаміка інфляції, зміни в валютному курсу, процентних ставок тощо). Логістичні ризики відносять до несистематичних ризиків.

Важливим завданням управлінських структур кожного підприємства є мінімізація підприємницьких ризиків. На сучасному етапі розвитку економіки України, підприємства у своїй діяльності мають враховувати крім економічних ризиків, серед яких слід відокремити логістичні, які мають значний вплив на стабільну роботу будь-якого підприємства, також ризики, які пов'язані з зовнішньополітичними та соціальними загрозами.

Ступінь ризику пов'язаний з ефективністю функціонування логістичної системи підприємства, тобто злагодженого функціонування всіх її елементів (діяльність транспортної системи підприємства, функціонування складського господарства та допоміжна логістична діяльність). Ефективність функціонування логістичної системи підприємства є узагальненим показником співвідношення логістичних витрат та обсягів реалізованої

продукції. Для визначення впливу логістичних витрат на обсяги реалізованої продукції ми розглянули динаміку цих показників на ДП ВО «Карпати» в період з 2015 по 2019 рр. (табл. 2).

Для оцінки ефективності використання логістичної системи підприємствами, пропонується показником ефективності функціонування логістичної системи підприємств (ЕІ) вважати відношення загального обсягу наданих послуг у сферах діяльності транспорту і складського господарства до обсягу реалізованої продукції. Чим менше значення запропонованого показника, тим менше логістичних витрат приходить на одну гривню реалізованої продукції (рис. 1).

Розрахуємо показник ефективності функціонування логістичної системи підприємств (ЕІ) за 2015–2019 рр. (табл. 3).

Як можна побачити із наведених даних, у 2015–2019 рр. динаміка реалізованої продукції збігається із понесеними логістичними витратами, при цьому впродовж 2017–2018 рр. обсяг реалізованої продукції на підприємстві ВО «Карпати» дещо знизився, а саме, з 24,4% за 2017 р. до 23,6% за 2018 р. Оскільки обсяг реалізованої продукції за наступний рік не набув значних змін, відбулося зростання надання послуг транспортної діяльності та складського господарства, що привело до зменшення ефективності логістичної системи на підприємстві до 20,3%.

Для виробничих підприємств підходи до управління логістичними ризиками пов'язані з особливими властивостями логістичної системи. Однією із головних цілей дослідження

Таблиця 2

Показник ефективності функціонування логістичної системи підприємства ДП ВО «Карпати» за 2015–2019 рр.

Показник/рік	Обсяг реалізованих послуг, тис. грн.				
	2015	2016	2017	2018	2019
Діяльність транспорту	266480	284225	280062	281520	290002
Складське господарство та допоміжна діяльність у сфері транспорту	152122	160255	170178	169370	170110
Сума	418602	444480	450240	450890	460112
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг)	1566228	2191239	2403170	2250215	2255727

Джерело: побудовано на основі даних підприємства ДП ВО «Карпати»

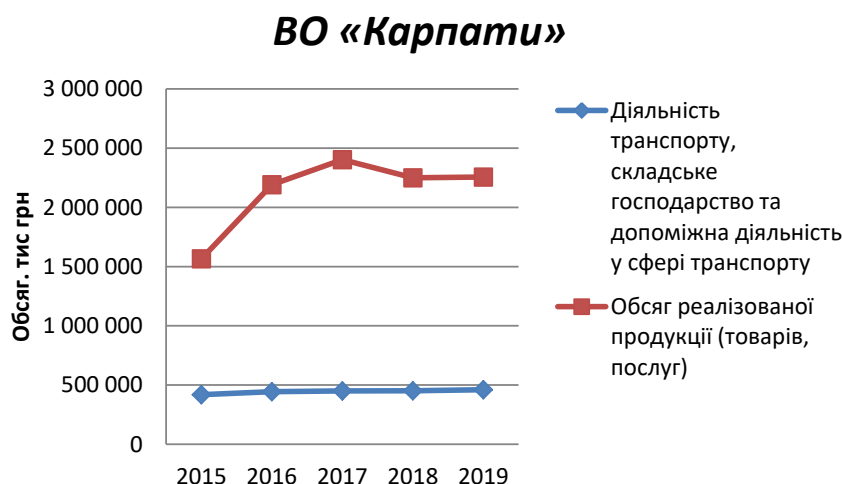


Рис. 1. Динаміка обсягу реалізованої продукції та сумарних послуг, наданих транспортом та складським господарством за 2015–2019 рр.

Таблиця 3

Показник ефективності функціонування логістичної системи (ЕІ) ДП ВО «Карпати» за 2015–2019 рр.

Підприємство/Рік	2015	2016	2017	2018	2019
ВО «Карпати»	26,7	20,2	18,7	20	20,3

ризиків у логістиці є зниження їх негативного прояву на діяльність підприємства. А це можна здійснити лише за умови побудови ефективного логістичного ризик-менеджменту на підприємстві, який повинен спиратись на науково обґрунтовану, предметно адаптовану до реалій підприємства методологію, на передові інтелектуальні, інноваційні та інформаційні технології, а також спиратись на світовий досвід управління логістичними ризиками підприємства.

Сучасний рівень вимог до врахування ризику в діяльності підприємства призводить до необхідності системного аналізу. Кількісний та якісний аналіз логістичних ризиків за системного підходу доповнюють один одного, тому що існують такі сфери логістичної діяльності, де неможливо прийняти рішення або тільки на основі якісного опису проблеми, або обійтись тільки математичними моделями. Системний підхід до аналізу ризиків логістичної діяльності промислового підприємства розширює уявлення про ризикологію за рахунок дослідження їх на мікро – і макrorівнях, а також системи зовнішніх взаємодій. Крім того, розвиток принципів системного підходу (цілісність, ієрархічність будови, структуризація, множинність, інтеграція) дає змогу виділити ще принаймні три типи системних уявлень про ризики в логістичній діяльності підприємств: функціональне, ієрархічне і процесуальне.

Висновки і пропозиції. В даному дослідженні проаналізовано та досліджено динаміку транспортно-складських витрат підприємств, пов'язаних з обсягом реалізованої продукції на прикладі ДП ВО «Карпати». В результаті дослідження було виявлено негативну динаміку розміру складських і транспортних витрат та загальне зниження ефективності логістичної системи підприємств ВО «Карпати». Розглянуто недоліки деяких існуючих методів управління ризиками (в т.ч. логістичними) у розрізі співвідношення розміру ризику та витрат щодо його мінімізації.

За допомогою коефіцієнта, що визначається відношенням загального обсягу наданих послуг у сферах діяльності транспорту і складського господарства до обсягу реалізованої продукції визначили ефективність функціонування логістичної діяльності кожного підприємства.

Література:

1. Аникина Б.А. Логистика: учебник: 3-е изд., перераб. и доп. Москва : ИНФРА-М, 2014. 368 с.
2. Аникина Б. А. Логистика: учебник. Москва : ИНФРА-М, 2016. 352 с.
3. Афанасьев М.В. Экономика предприятия: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Харків : ВД «ИНЖЕК», 2014. 410 с.
4. Вітлінський В. В., Скіцько В. І. Концептуальні засади моделювання та управління логістичним ризиком підприємства. Проблеми економіки. № 4. 2016. С. 246–253.
5. Кондратенко Н.О., Лобашов О.О. Інструменти управління та методи оцінки ризиків у логістичних системах. Комунальне господарство міст. № 102. 2015. С. 343–350.
6. Левчанко М.О. Методи оцінки ризиків зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. № 6 (Т. 3). 2010. С. 190–194.

7. Плетнева Н.Г. Анализ рисков логистики и цепей поставок: подход к классификации и алгоритм принятия решений. Вестник ИНЖЭКОНа. Сер. Экономика. Вып. 4(13). Санкт-Петербург : СПбГИЭУ. 2006. С. 213–220.
8. Колобов А.А., Омельченко И.Н. Основы промышленной логистики. Москва : МГТУ им. Баумана, 2016. 160 с.
9. Кондратиук Д.М. Суть концепцій логістики та перспективи їх застосування у торгівельній діяльності: веб-сайт. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Chem_Biol/Vzhnau/2015_1/179.pdf (дата звернення 28.03.2020).
10. Гринів Л.В., Синиця С.М. Шляхи підвищення конкурентоспроможності міжнародних транспортних перевезень. Наука й економіка. 2010. № 3(19). С. 115–121.

References:

1. Anykyna B.A. (2014) Lohystyka: uchebnyk: 3-e yzd., pererab. y dop. [Logistics: textbook. 3rd ed., Revised. and add.]. Moskva.: YNFRA-M. (in Russian)
2. Anykyna B.A. (2016) Lohystyka: uchebnyk. [Logistics: textbook]. Moskva.: YNFRA-M. (in Russian)
3. Afanasiev M.V. (2014) Ekonomika pidpriemstva: Navchalno-metodychnyy posibnyk dlia samostiynoho vyvchennia dystsyplyny. [Business Economics: A study guide for independent study of the discipline]. Kharkiv.: VD «INZhEK». (in Ukrainian)
4. Vitlinsky V.V., Skitsko V.I. (2016) Kontseptualni zasady modeliuвання ta upravlinnia lohistychnym ryzykom pidpriemstva. [Conceptual bases of modeling and management of logistic risk of the enterprise]. Problemy ekonomiky – Problems of economy. Vol. 4, pp. 246–253.
5. Kondratenko N.O., Lobashov O.O. (2015). Instrumenty upravlinnia ta metody otsinky ryzykiv u lohistychnykh systemakh. [Management tools and methods of risk assessment in logistics systems]. Komunalne hospodarstvo mist – Utilities of cities. Vol. 102, pp. 343–350.
6. Levchanko M.O. (2010). Metody otsinky ryzykiv zovnishnoekonomichnoi diialnosti mashynobudivnoho pidpriemstva. [Methods of risk assessment of foreign economic activity of machine-building enterprise]. Naukovo-teoretychnyi zhurnal Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Nauka i ekonomika – Khmelnytsky National University scientific-theoretical journal. Science and economics. Vol. 6, pp. 190–194. Khmelnytskyi.
7. Pletneva N.H. (2006). Analiz ryskov lohystyky y tsepei postavok: podkhod k klasyfikatsyy y alhorytm pryniatia resheniy. [Risk analysis of logistics and supply chains: classification approach and decision-making algorithm]. Vestnyk YNZhEKONa. Ser. Ekonomika – Bulletin of ENGECON. Ser. Economy. Vol. 4, pp. 213–220.
8. Kolobov A.A., Omelchenko Y.N. (2016). Osnovy promyshlennoy lohystyky. [Basics of Industrial Logistics]. Moskva.: MHTU ym. Baumana. (in Russian)
9. Kondratiuk D. M. Sut kontseptsiy lohystyky ta perspektyvy yikh zastosuvannya u torhivelnii diialnosti [The essence of the concept of logistics and perspectives of the congestion in the trade diialnosti]. Retrieved from https://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Chem_Biol/Vzhnau/2015_1/179.pdf. (accessed 28 March 2020).
10. Hryniv, L.V. & Sinicia, S.M. (2010), Shlyakhy pidvyshchennya konkurentospromozhnosti mizhnarodnykh transportnykh perevezen [Ways to increase the competitiveness of international transport]. Naukovo-teoretychnyi zhurnal Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Nauka i ekonomika – Khmelnytsky National University scientific-theoretical journal. Science and economics. (Vol. 19), (pp. 115–121). Khmelnytskyi. (in Ukrainian)

Аннотация. В статье обоснована необходимость определения и учета риска при осуществлении логистической деятельности и разработке логистической системы предприятия. На основе изучения основных исследований по вопросам логистики охарактеризованы основные определения логистики. Определены основные понятия риска и неопределенности, охарактеризованы Определение логистического риска различными учеными. Предложено определение понятия управления рисками логистической системы предприятия, охарактеризованы основные факторы возникновения рисков в логистике. На основе исследования понятия риска определены специфические логистические риски. Проанализированы составляющие логистической системы предприятия и на их основе определены показатель эффективности функционирования логистической системы предприятия ГП ПО «Карпаты» как соотношение логистических затрат и объемов реализации продукции. Предложена последовательность проведения анализа риска, а также детали, которые необходимо учитывать при проведении анализа. Структуризовано современные методы оценки логистических рисков.

Ключевые слова: логистика, неопределенность, риск, логистическая система предприятия, логистические риски.

Summary. Dynamic changes in the environment cause an increase in the degree of uncertainty and risk of all business operations, including logistics. As logistics is one of the basic functions and a determining condition for the acquisition and retention of competitive advantages, the greetings of minimizing the risks of logistics activities is of particular relevance. Based on the study of basic logistics research, the concept of logistics has been characterized. The basic concepts of risk and uncertainty are defined, the definition of logistical risk by different scientists is characterized. The definition of the concept of risk management of the logistics system of the enterprise is offered, the main factors of occurrence of risks in logistics are characterized. Specific logistical risks have been identified on the basis of research into the concept of risk. The sequence of risk analysis is offered, as well as details to be taken into account when conducting the analysis. The modern methods of logistic risk assessment are structured, among them economic-statistical methods, expert and calculation-analytical methods. The components of the logistic system of the enterprise are analyzed and on the basis of them the index of efficiency of functioning of the logistic system of the enterprise of SE "Karpaty" as a ratio of logistical costs and volumes of sales of products is determined. It is determined that at the present stage of development of economic systems the level of requirements for taking into account risk in the activity of the enterprise leads to the need for systematic analysis. Accordingly, quantitative and qualitative logistic risk analysis in a systematic approach complement each other, because there are areas of logistics where it is impossible to make a decision either solely on the basis of a qualitative description of the problem or do only mathematical models. It is established that taking into account the risks in managing the logistics systems of enterprises allow to provide flexibility of these systems, their adaptation to the volatility of the market situation and the use of the latest methods and technologies of logistics management.

Keywords: logistics, uncertainty, risk, enterprise logistics system, logistics risks.

Урсакий Ю.А.

к.е.н.,

доцент кафедри менеджменту і туризму,

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

Ursakii Yuliia

Chernivtsi Trade and Economic Institute

Kyiv National University of Trade and Economics

БРЕНДИНГ В2В-РИНКІВ: ЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

B2B-MARKET BRANDING: FORMATION SIGNIFICANCE AND FEATURES

Анотація. У дослідженні розглядається функціонування В2В-ринку та особливості формування на ньому брендингу. В умовах жорсткої конкуренції компанії використовують бренди не тільки з метою диференціації, але і з метою створення особливого емоційного зв'язку зі споживачами. Визначено, що В2В – особливе бізнес-середовище, продукція якого орієнтована на юридичних осіб. В2В-ринки виразно відрізняються від тих ринків, які працюють напівпрямі із споживачами, а основною вимогою вважається виконання функціональних вимог. Зазначено, що основною причиною зростаючого впливу брендів на В2В-ринку є сучасні особливості цього ринку та зростаюча обізнаність споживачів. Досліджено чинники впливу на прийняття рішення щодо покупки: правильно побудована система дистрибуції (вбудована система відносин із дистриб'ютором), ефективна робота сервісних служб та імідж компанії (перед- і постпродаж), імідж та досвід компанії, персональний підхід до кожного клієнта. Проаналізовано приклади бренд-подій, які спричинили успіх брендів компанії В2В-ринку. Виокремлено основні засади успішності брендингових стратегій В2В-ринку.

Ключові слова: бренд, брендинг, В2В-ринок, споживач, клієнт, споживчий вибір, постачальник, бренд-подія.

Постановка проблеми. В умовах сьогодишньої конкуренції на ринку В2В, коли споживачі володіють необмеженими можливостями вибору, мають у своєму розпорядженні велику кількість інформації і чіткі вимоги до продукції, виробники змушені докладати додаткових зусиль, щоб диференціювати свою продукцію і відрізнитися від конкурентів. Прийнято вважати, що бренди впливають переважно на покупців на В2С-ринку, а В2В-сфера характеризується формалізованим стилем прийняття рішень, у ній споживачі розглядаються як раціональні, що використовують під час покупки об'єктивні критерії [1, с. 415; 2, с.; 3].

Однак в останні роки раціональність процесу прийняття рішення щодо покупки на ринку В2В все частіше ставиться під

сумнів. Зокрема, є значна кількість досліджень, що підкреслюють роль емоційних складників і підтверджують важливу роль брендингу на В2В-ринку [4, с. 5; 5, с. 33].

В умовах жорсткої цінової конкуренції, швидкої імітації товарів і послуг конкурентами, коли ринок наповнюється схожими пропозиціями, саме бренд здатний наділити їх індивідуальним набором якостей. Так, «бренд, спочатку є ідентифікатором низки характеристик продукту, цін і дистрибуції, стає показником довіри і якості відносин, які купує споживач». Тому сьогодні компанії використовують бренди не тільки з метою диференціації, але і з метою створення особливого емоційного зв'язку зі споживачами [6, с. 35].

Аналіз основних досліджень і публікацій. П. Мітчелл, Дж. Кінг, Дж. Реаст, С.М. Мудамбі, П. Дойл, В. Вонг розглядають значення бренду на промислових ринках. П.Х. Андерсен, Р. Кумар, Дж. Лінч, Л. Чернатоні досліджують роль емоцій у бренд-комунікаціях на ринках «бізнес – бізнес». Д.Х. Мак-Куїстон, П.Р. Діксон вивчають вплив сприйнятих особистих консекцій на участь у покупці. Вітчизняні науковці В.Г. Алькем та К.А. Коченко розглядають брендингові стратегії у забезпеченні ефективності інноваційного підприємства. Особливості інтернет-маркетингу в секторі В2В досліджує Ю.О. Пунін. Виокремлення В2В-маркетингу як сучасного напрямку розвитку підприємств розглядає І.В. Бойчук.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Оскільки найбільше застосування брендингових технологій поширене на ринках В2С, то саме в цьому напрямі багато наукових публікацій та розробок. Помилково вважається, що В2В-ринок непридатний для створення та впровадження брендів. Особливості та значенню брендингу на В2В-ринках присвячено це дослідження.

Метою статті є визначення ключових засад функціонування В2В-ринку з особливостями використання на ньому брендингу та аналіз особливостей бренд-подій найуспішніших компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. У найбільш загальному плані під ринком В2В (business-to-business) розуміється ринок продукції, орієнтований на юридичних осіб. В2В – особливе бізнес-середовище, де донедавна більшість фірм не

приділяли уваги брендингу, оскільки вважали це зайвими фінансовими витратами.

Середньостатистичний громадянин відразу зможе назвати кілька відомих брендів, причому в найрізноманітніших галузях, будь то одяг, автомобілі, харчування або іграшки. Дещо інша річ, коли йдеться про B2B-брендинг. Мабуть, тільки ті, хто давно функціонує в тій чи іншій галузі, зможуть назвати лідерів, чиє ім'я стало прапором для позначення тієї чи іншої групи промислових товарів. Ймовірно, ця ситуація пов'язана з тим, що механізм ухвалення рішення про покупку на B2B-ринку прийнято вважати раціональним. Цей процес досить формалізований: у компаніях існують спеціальні відділи або центри управління закупівлями, співробітники яких мають доступ до об'єктивних джерел інформації. Як наслідок, бренди мають менш значний вплив на рішення про покупку порівняно, наприклад, із функціональними вигодами продуктів [7, с. 19; 8, с. 528; 9, с. 410].

B2B-ринки виразно відрізняються від тих ринків, які працюють напряду із споживачами. Цикл покупки зазвичай довший, вимоги краще визначаються, залучається більше людей, і ставки, як правило, вищі. Але насправді є різниця між раціональною та функціональною покупкою. Операції на B2B-ринку, як правило, потребують виважених рішень і вважаються закупівлями. Основною вимогою вважається виконання функціональних вимог. Але на ринку є й елементи вищого порядку. Такі чинники, як конкурентоспроможне ціноутворення, доставка та технічна підтримка, сприяють підвищенню продажів і впливають на прийняття рішення клієнтом. Це – фактори вищого порядку, які сприяють впливу на позитивне прийняття рішень щодо купівлі товару, а для конкурентів – це вже перепони. Якщо компанія веде бізнес легко, невимушено і відповідально, то клієнти це відчують. Це робить їхню роботу більш ефективною і передбачуваною. У компанії вони бачать партнера свого бізнесу та союзника у боротьбі. Персонал компанії має володіти ширшими компетенціями, ніж їхні прямі посадові обов'язки. Пропонуючи своїм клієнтам нові уявлення та ідеї, компанія здобуде ще одну конкурентну перевагу. Вона стане для клієнтів чимось більшим, ніж торговельний партнер. Саме в цьому полягає сила брендів. Замість того, щоби просто покладатися на керівників облікових записів суперзірок, щоби вести це повідомлення по черзі, найсильніші B2B-компанії створюють бренди, які роблять це для них.

Останні дослідження, присвячені вивченню впливу емоцій на поведінку B2B-клієнтів, а також значущості бренду як способу зміцнення довіри між компаніями та їхніми клієнтами, підтверджують це трактування. Варто відзначити, що ці дослідження не заперечують раціональності прийняття рішень про покупку на B2B-ринку, але допускають, що її рівень дещо нижчий, ніж прийнято вважати [8, с. 531; 10, с. 412, 11, с. 74].

Основною причиною зростаючого впливу брендів на B2B-ринку є сучасні особливості цього ринку. Насамперед це пов'язано з тенденцією B2B-ринків до стандартизації продуктів у межах галузі. У ситуації, коли клієнт стикається з безліччю стандартизованих продуктів, функціонально ідентичних один одному, компанії повинні шукати нові шляхи диференціації та створення цінності. До цінностей бренду можна віднести, наприклад, професійні компетенції співробітників або репутацію компанії [12, с. 390].

Друга тенденція пов'язана зі зростаючою обізнаністю споживачів. Сьогодні клієнти мають у своєму розпорядженні не тільки велику кількість інформації, але і легко доступні джерела для її отримання. Соціальні мережі та мобільні технології

вживаються на робочі місця співробітників B2B-сектору і впливають на процес вибору. Інформація про компанію та її продукцію поширюється клієнтами компанії, галузевими експертами і відділами продажів. У результаті клієнти мають ширші можливості вибору, а компанії стикаються з необхідністю посилення диференціації [1, с. 420; 13, с. 275]. Для вирішення цих проблем компанії активно прагнуть побудувати сильні бренди.

Рішення споживачів щодо вибору брендів будуються на об'єктивних і суб'єктивних даних. Слід розглянути ті аспекти продуктів, які є значущими під час ухвалення рішення про покупку на B2B-ринку. Як уже зазначалося раніше, одну з вирішальних ролей відіграє функціональна цінність продукту, що включає товарні характеристики і ціну. З огляду на доступність інформації, компанії мають можливість об'єктивно оцінити майже всі представлені на ринку продукти за цими критеріями. У зв'язку з цим з'являється необхідність перемикаєння уваги з продукту на бренд. На цьому засновано і сучасне бачення B2B-брендингу, яке полягає в уявленні бренду як обіцянки – набору очікувань, щодо того, що продукт пропонує певний тип і рівень цінності, яка лежить в основі міцних відносин з клієнтами і не визначається тільки функціональними характеристиками продукту і його ціною.

Якщо визначити ті випадки, коли фокус переміщується з матеріальних цінностей продукту на нематеріальні, переконуючи, наприклад, робити вибір на користь продукту з більш високою ціною, то можливо зрозуміти фактори, які мотивують цей вибір. Низка дослідників виділяють як основний чинник, що впливає на вибір продуктів на ринку B2B, здатність компанії-постачальника мінімізувати можливі ризики [14, с. 147; 15, с. 383]. Покупці на промисловому ринку відчують певні ризики, оскільки їм доводиться вибирати зі зростаючого числа технічно складних продуктів. Ціна помилки під час придбання продуктів для бізнесу вища, ніж на ринку B2C, тому рішення приймаються за наявності максимальної гарантії кінцевого результату. Окрім надійності і якості самої продукції, гарантією результату є:

- правильно вибудована система дистрибуції (вибудована система відносин з дистриб'ютором);
- ефективна робота сервісних служб й імідж компанії (перед- і постпродаж);
- імідж та досвід компанії;
- персональний підхід до кожного клієнта.

Здатність компанії вчасно доставити потрібну продукцію – один із компонентів цінності бренду на B2B ринку. Варто відзначити також роль, яку відіграє в системі дистрибуції посередник – він повинен знати стратегію компанії-виробника і транслювати її кінцевим користувачам без спотворень [4, с. 18; 16, с. 43]. Тому завдання виробника стає трохи ширше, ніж просто створення продуманої системи логістики, включаючи також вибудовування системи взаємовідносин з дистриб'юторами.

Одним із способів мінімізації ризиків і гарантом надійності є сервісні служби компанії, які є для клієнта показником того, як компанія реагує на його потреби. Цінність продукту на B2B-ринку зростає, якщо клієнт отримує кваліфіковане перед- і постпродажне обслуговування.

Ще одним дуже важливим фактором, що впливає на прийняття рішення на ринку B2B, є імідж компанії-виробника. Це доводять і результати досліджень: споживачі на ринку B2B вважають за краще вибирати бренди відомих компаній, бачачи в них спосіб зменшення як корпоративних, так і особистих ризиків [16, с. 167]. Якщо ж перевага віддається невідомій компанії, то ймовірність ризику збільшується, і для обґрунтування вибору потрібні серйозні причини. Таким чином, репутація

компанії дозволяє мінімізувати можливі ризики, виступаючи як додаткова гарантія.

Важливість репутації компанії для клієнта під час ухвалення рішення про покупку свідчить про те, що споживач на ринку B2B під час вибору потенційних постачальників звертає більшу увагу на властивості компанії, вважаючи якість і надійність продукції атрибутами, які повинні бути реалізовані в продукті за замовчуванням. У таких ситуаціях сформувати довіру споживача набагато легше від ресурсовитратності у разі використання стратегії корпоративного брендингу.

Ще однією особливістю, що впливає на прийняття рішення про покупку на ринку B2B, виступає особливий тип відносин між клієнтом і постачальником, які носять більш особистий і довгостроковий характер. Оскільки процес зміни постачальника на B2B-ринку досить складний, а ціна помилки – висока, B2B-клієнти не схильні до того, щоб часто змінювати постачальників. Тому якщо споживач за певний період часу отримує успішний досвід взаємодії з постачальником, то він впевнений у вигідності і цінності відносин із ним. У міру того, як відчуття цінності продовжує рости, у споживачів розвивається почуття впевненості в тому, що постачальник і надалі буде надавати цю цінність, таким чином і закладаються основи відносин на B2B-ринку. Як відзначають багато дослідників, ефективність багатьох B2B-брендів полягає у здатності співробітників компанії знайти персональний підхід до кожного клієнта і підтримувати міцні відносини з ними [8, с. 526; 9, с. 415]. У цьому разі бренд виступає як каталізатор, що зміцнює ці відносини і формує зв'язки, які важко зруйнувати конкурентам.

У результаті об'єктом брендингу на B2B-ринку часто стає компанія, а не окремі продукти. К. Келлер і Дж. Вебстер стверджують, що «типовий промисловий бренд є назвою компанії», а для позначення продуктів або напрямів можуть використовуватися суббренди, які, проте, «рідко існують окремо від бренду компанії». Останні дослідження підтверджують, що 31% компаній використовують стратегію корпоративного бренду, і майже 47% компаній поєднують корпоративну стратегію бренду з іншими рівнями в ієрархії брендингу. Імідж суббрендів поширюється на корпоративний бренд і навпаки, а також на канали, які беруть участь у поширенні продукту [1, с. 423].

Успішні B2B-бренди, на відміну від B2C, є альтер-его своїх творців. Наприклад, бренд-лідер і новатор Стів Джобс або бренд-організатор Білл Гейтс. Історія B2B-бренду повинна відповідати очікуванням ринку і враховувати особливості цієї галузі. B2B-бренди так само, як і B2C, потребують несподіваної комунікації, яка за рахунок емоційного впливу посилить їхні позиції на висококонкурентному ринку. Найяскравішими прикладами успішних B2B-брендів є:

1. Hewlett-Packard (HP). Відеореклам HP «Вовк» стосується теми, яка може здатися сухою та нецікавою, – безпеки принтера. Але цей короткометражний фільм неймовірно привабливий, оскільки створює загрозливий характер для представлення загрози компаніям, якщо у них відсутня захищеність принтеру. Це розважальна історія, яка також дає змогу глядачам зрозуміти, наскільки важливим може бути програмне забезпечення безпеки принтера HP.

Звичайно, у компанії може не вистачити бюджету на показ відомих людей у своїх відео – але все ж таки можна багато чому навчитися від унікального підходу HP до розповідей про B2B-продукт.

2. Microsoft. Одна з найбільших компаній у світі, Microsoft також є одним із найбільших прихильників розповідей історії як

тактики побудови бренду. На їхній платформі Microsoft Stories висвітлюються працівники кожного відділу в межах своєї компанії, від дослідників, художників до розробників відеоігор. Ці поглиблені профілі ілюструють, що Microsoft – це не просто масивна корпорація, а сукупність унікальних та обдарованих людей.

3. International Business Machines Corporation (IBM). Багато-національна технологічна корпорація десятиліттями використовувала розповіді для гуманізації своєї компанії. Якщо розглянути телевізійну роль, що висвітлює боротьбу в американській системі освіти та зусилля IBM щодо вдосконалення шкіл по всій країні, то виявляється такий цікавий факт: обголошенню більше 20 років, але воно досі залишається прикладом потужної розповіді про бренд.

4. Google. Google Adwords – послуга веб-реклами, з якою вже знайома більшість B2B-маркетологів. Google Adword Stories – це серіал відеороликів, у якому висвітлюється малий бізнес, який передає впливи, що змінюють життя. У двохвилинному відео Google розповідає захоплюючу історію місцевого ресторану, який використовував Adwords на своєму шляху, щоб стати національним бізнесом.

5. Trading force. Популярна компанія з продажу технологій спеціалізується на певному виді розповідей про бренд – вони дозволяють своїм клієнтам розповісти свою історію для них. На сторінці «Історії успіху» стежать за клієнтами, які використовували Salesforce для розширення свого бізнесу. Це тактика, яку можна легко повторити для власного бізнесу. Варто звернутися до найпопулярніших клієнтів і запитати, чи готові вони поговорити про їхній успіх із вашим продуктом. Висновок такий: не варто недооцінювати цінність хорошої історії успіху. Насправді 90% покупців, які читають позитивний зміст успіху клієнтів, стверджують, що це вплинуло на їхнє рішення про покупку.

6. Cisco. Cisco – це передова технологічна компанія, яка розробляє мережеве та телекомунікаційне обладнання. Хоча їхні послуги дуже складні, Cisco використовує розповіді для гуманізації передових технологій, які вони пропонують бізнесу. Чудовий приклад – Sea Change – історія про гоночну яхту, яка здобуває конкурентну перевагу за допомогою низки технологій Cisco Powered. Ця публікація поєднує зображення, відео та письмові розповіді, щоб розповісти захоплюючу історію, яка відображає вплив продуктів бренду.

7. Boeing. Виробник авіаційної техніки з великим ефектом використовує старомодну форму розповіді – статті новин. На своїй сторінці «Особливості» Boeing публікує поглиблені історії новин, які повідомляють про їхнє рішення та про те, як вони використовуються у всьому світі. Ці статті є інформаційними, а не рекламними, але успішно створюють бренд Boeing, зберігаючи свою технологію, обґрунтовану в поточних подіях.

8. General Electric (GE). Візуальне оповідання може зробити високотехнологічні ідеї, що здаються більш людськими та релевантними, – і немає кращого прикладу, ніж розповідь компанії General Electric. На своїй сторінці в Instagram GE регулярно публікує захоплюючі фотографії та відео, які демонструють, як їхні складні проекти мають величезний вплив на наше повсякденне життя.

9. ZoomInfo. Широка сторінка «Успіх клієнтів» містить докладні відгуки клієнтів, які досягли зростання за допомогою ZoomInfo. Розповідь – це також велика частина візуального контенту, який створюється. Прикладом може бути недавню інфографіку «Catch Them If You Can», яка використовує забавну детективну розповідь, щоб пояснити, як рекрутери можуть відстежувати пасивних кандидатів.

Найуспішніші стратегії брендингу B2B (глобальна, багатонаціональна, змішана, стратегія міжнародного бренду, стратегія транснаціонального бренду [17, с. 198]) мають позачасовий характер і дотримуються трьох різних правил:

1. Не потрібно бути модним. Тільки тому, що сьогодні щось популярне, не гарантує, що воно стане популярним і завтра. Щоб збільшити довговічність позиціонування торгової марки B2B, варто поглянути на деякі елементи брендингу B2B, які витримали тест часу як для малого бізнесу, так і для великих корпорацій, і потрібно використовувати ці ідеї як орієнтир.

2. Спілкуватися зі своєю аудиторією. Слід ознайомитись зі своєю ключовою клієнтурою, робити глибоке занурення у їхні потреби та використовувати свої повідомлення, щоб показати їм, що компанія справді розуміє, хто вони, що їм потрібно і що змушує їх бути іншими.

3. Залишатися «широкими». Це може бути заманливо – позиціонувати обмін повідомленнями, щоб виключно виділити одну нішеву особливість бізнесу, але таке обмеження може призвести до того, що компанія не тільки втратить із поля зору повний спектр потреб клієнтів, але й обмежить розвиток стратегій брендингу B2B, що мають здатність рости і змінюватися з часом.

Висновки і пропозиції. Отже, бренди в компаніях у B2B-секторі адресовані різним аудиторіям, тому мають розмити лінійну ідентичність. Для підвищення ефективності бізнесу потрібно залучати додаткові цільові аудиторії, формувати лояльність не тільки споживачів, але і чиновників, партнерів, лідерів думок, громадських організацій, нарешті, своїх власних співробітників. Визначено, що на споживчий вибір на B2B-ринках, крім надійності і якості самої продукції, гарантією результату є: правильно вибудована система дистрибуції (вибудована система відносин із дистриб'ютором); ефективна робота сервісних служб та імідж компанії (перед- і постпродаж); імідж та досвід компанії та персональний підхід до кожного клієнта. Дослідивши бренди відомих компаній, доходимо висновку, що основними складниками потужних брендових компаній є: історія бренду, історія успіху клієнтів та працівників, досвід, партнерство, використання відомих особистостей.

Брендинг B2B – це лише один аспект маркетингу. Але якщо компанія отримує право на свій промисловий бренд, ймовірність полягає в тому, що всі інші частини маркетингової суміші стануть на свої місця. Брендинг лежить в основі філософії компанії, оскільки бренд компанії – це те, що є компанією. Тому ефективне впровадження брендингу на основі сучасних технологій на B2B-ринках приведе до розширення ринків компанії, підвищення конкурентоспроможності та збільшення прибутку.

Література:

- Mitchell P., King, J., Reast, J. Brand values related to industrial products. *Industrial Marketing Management*. 2001. №30(5). P. 415–425.
- Mudambi S.M., Doyle P., Wong V. An exploration of branding in industrial markets. *Industrial Marketing Management*. 1997. № 26. P. 433–446.
- Erevelles S. The role of affect in marketing». *Journal of Business Research*. 2008. № 42. P. 199–215.
- Barnes B.R., Naudé P., Michell P. Exploring commitment and dependency in dyadic relationships. *Journal of Business-to-Business Marketing*. 2011. № 12. P. 1–26.
- Coulter K.S., Coulter R.A. The effects of industry knowledge on the development of trust in service relationships. *International Journal of Research in Marketing*. 2013. № 20. P. 31–43.
- Biedenbach G. Brand Building in the Business-to-Business Context: The Brand Equity Perspective. Umeå, Sweden, 2012. 66 p.

- Gilliland D.I., Johnston W.I. Toward a model of business-to-business marketing communication effects. *Industrial Marketing Management*. 1997. № 26. P. 15–29.
- Andersen P.H., Kumar R. Emotions, trust and relationship development in business relationships: A conceptual model for buyer-seller dyads. *Industrial Marketing Management*. 2006. № 35(4). P. 522–535.
- Lynch J., de Chernatony L. The power of emotion: Brand communication in business-to-business markets. *Journal of Brand Management*. 2004. № 11(5). P. 403–419.
- Roberts J., Merrilees B. Multiple roles of brands in business-to-business Services. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 2007. № 22(6). P. 410–417.
- Пунін Ю.О. Особливості інтернет-маркетингу в секторі B2B. *B2B Маркетинг* : праці XII Всеукраїнської науково-практичної конф. Київ, 2018. С. 73–75.
- Webster F.E. Jr., Keller K.L. A roadmap for branding in industrial markets. *Brand Management*. 2004. № 11(5). P. 388–402.
- Бойчук І.В. B2B маркетинг як сучасний напрям розвитку підприємств. Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство. Випуск № 18 / 2018. С. 272–279.
- Hunter L. et al. A Classification of business to business decisions / Hunter L., Kasouf Ch., Seluch K. and Curry K. 2004. № 33. P. 145–154.
- Kothandaraman P., Wilson D. The Future of Competition. *Industrial Marketing Management*. 2002. № 30(4). P. 379–389.
- Яцентюк С.В. Формування сукупного капіталу бренду: особливості споживчої взаємодії бренду на ринку B2B. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 7. Частина 4. 2014. С. 41–45.
- McQuiston D.H., Dickson P.R. The effect of perceived personal consequences on participation and influence in organizational buying. *Journal of Business Research*. 1991. № 23(2). P. 159–178.
- Алькема В.Г., Коченко К.А. Брендингові стратегії в забезпеченні ефективності інноваційного підприємства. Вчені записки Університету «КРОК». 2014. Випуск 36. С. 196–204.

References:

- Mitchell, P., King, J., Reast, J. (2001). Brand values related to industrial products. *Industrial Marketing Management*, vol. 30(5), pp. 415–425.
- Mudambi, S.M., Doyle, P., Wong V. (1997). An exploration of branding in industrial markets. *Industrial Marketing Management*, vol. 26, pp. 433–446.
- Erevelles, S. (2008). The role of affect in marketing». *Journal of Business Research*, vol. 42, pp. 199–215.
- Barnes, B.R., Naudé, P., Michell, P. (2011). Exploring commitment and dependency in dyadic relationships. *Journal of Business-to-Business Marketing*, vol. 12, pp. 1–26.
- Coulter, K.S., Coulter, R.A. (2013). The effects of industry knowledge on the development of trust in service relationships. *International Journal of Research in Marketing*, vol.20, pp. 31–43.
- Biedenbach, G. (2012). *Brand Building in the Business-to-Business Context: The Brand Equity Perspective*. Umeå, Sweden, 2012, 66 p.
- Gilliland, D.I., Johnston, W.I. (1997). Toward a model of business-to-business marketing communication effects. *Industrial Marketing Management*, vol. 26, pp. 15–29.
- Andersen, P.H., Kumar, R. (2006). Emotions, trust and relationship development in business relationships: A conceptual model for buyer-seller dyads. *Industrial Marketing Management*, vol. 35(4), pp. 522–535.
- Lynch, J., de Chernatony, L. (2004). The power of emotion: Brand communication in business-to-business markets. *Journal of Brand Management*, vol. 11(5), pp. 403–419.
- Roberts, J., Merrilees, B. (2007). Multiple roles of brands in business-to-business Services. *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 22(6), pp. 410–417.
- Punin Yu.O. (2018). Osoblyvosti internet-marketynhu v sektori B2BV. *B2B Marketynh* : pratsi XII Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi konf. [B2B Marketing: Proceedings of the XII All-Ukrainian Scientific and Practical Conf.] Kyiv, Ukraine, pp. 77–75. (in Ukr.)
- Webster, F.E. Jr., Keller, K.L. (2004). A roadmap for branding in industrial markets. *Brand Management*, vol. 11(5), pp. 388–402.

13. Bojchuk I.V. (2018). B2B marketing as a modern line of business development. *Mukachiv's'kyj derzhavnyj universytet. Ekonomika i suspil'stvo [Mukachevo State University. Economy and society]*, vol. 18, pp. 272–279. (in Ukr.)
14. Hunter, L., Kasouf Ch., Seluch K et al. A Classification of business to business decisions, vol. 33, pp. 145–154.
15. Kothandaraman, P., Wilson, D. (2002). The Future of Competition. *Industrial Marketing Management*, vol. 30(4), pp. 379–389.
16. Yatsentyuk S.V. (2014). Formation of total brand equity: features of the consumer interaction of the brand in the B2B market. *Naukovyy visnyk Kherson's'koho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomichni nauky [Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Economic Sciences]*, vol. 7, part 4, pp. 41–45. (in Ukr.)
17. McQuiston, D.H., Dickson, P.R. (1991). The effect of perceived personal consequences on participation and influence in organizational buying. *Journal of Business Research*, vol. 23(2), pp. 159–178.
18. Alkema V.G., Kochenko K.A. (2014). Kochenko KA Branding strategies in ensuring the efficiency of an innovative enterprise. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK» [Academic notes from KROK]*, vol.36, pp. 196–204. (in Ukr.)

Аннотация. В исследовании рассматривается функционирование B2B-рынка и особенности формирования на нем брендинга. В условиях жесткой конкуренции компании используют бренды не только с целью дифференциации, но и с целью создания особой эмоциональной связи с потребителями. Определено, что B2B – особая бизнес-среда, продукция которой ориентирована на юридических лиц. B2B-рынки определенно отличаются от тех рынков, которые работают напрямую с потребителями, а основным требованием считается выполнение функциональных требований. Отмечено, что основной причиной растущего влияния брендов на B2B-рынке есть современные особенности данного рынка и растущая осведомленность потребителей. Исследованы факторы влияния на принятие решения о покупке: правильно выстроенная система дистрибуции (выстроенная система взаимоотношений с дистрибьютором), эффективная работа сервисных служб и имидж компании (пред- и постпродажа), имидж и опыт компании, персональный подход к каждому клиенту. Проанализированы примеры бренд-событий, повлекших успех брендов компаний на B2B-рынке. Выделены основные принципы успешности брендинговых стратегий на B2B-рынке.

Ключевые слова: бренд, брендинг, B2B-рынок, потребитель, клиент, потребительский выбор, поставщик, бренд-событие.

Summary. The functioning of the B2B market and its branding peculiarities are examined in this research. Many companies use brands not only for the differentiation purpose, but also for creating a special emotional connection with consumers, due to fierce competition. It is determined that B2B is a special business environment whose products are aimed at legal entities. B2B markets are distinctly different from those markets that work directly with consumers, with functional requirements being the main claim there. Factors such as competitive pricing, delivery, and technical support drive sales and influence customer decision making. The modern features of B2B market are the main reasons for the growing brands influence on it. The second trend is related to increasing consumer awareness. Consumers' decisions about brand choice are based on objective and subjective data. Consumers in the industrial market face some risks as they have to choose from a growing number of technically complex products. Therefore, they need a maximum guarantee of the end result. The following factors influence the decision making regarding the purchase: a properly distributed distribution system; effective service and image of the company; company image and experience; personal approach to each client, in addition to the reliability and quality of the product itself. There are analyzed branding events of the most successful B2B companies in the market: Microsoft, International Business Machines Corporation, Google, Trading force, Cisco, Boeing, General Electric, ZoomInfo. It is researched that the main components of powerful brand companies are: brand histories, success stories of clients and employees, experience, partnership, use of famous personalities. The basic principles of success B2B branding strategies are highlighted: it is not necessary to be fashionable; communicate with your audience; staying “broad”. If company received its industrial brand – all other parts of the marketing mix will fall into place, it is the decisive thing. Branding is at the heart of company philosophy because brand of the company is what the company is.

Keywords: branding, B2B market, consumer, customer, sales, target audience, branding strategies.

Швец Ю.О.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Запорізький національний університет

Shvets Yuliia

Zaporizhzhia National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0294-1889>

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

FORECASTING FINANCIAL CONDITION INDICATORS AS AN ELEMENT OF MANAGING OPERATIONAL ACTIVITY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN CRISIS CONDITIONS

Анотація. Прогнозування фінансового стану підприємств машинобудування дає змогу визначити відхилення у фінансовій діяльності, причини погіршення показників, прийняти рішення щодо їх ліквідації, визначити напрями покращення фінансово-господарської діяльності. У статті розглянуто доцільність здійснення діагностики фінансових показників діяльності промислових підприємств. Охарактеризовано фінансовий стан підприємства машинобудування, проведено прогнозування основних показників фінансового стану та операційної діяльності. Визначено, що за результатами прогнозування фінансового стану можна визначити доцільність покращення управління операційною діяльністю, оскільки вона є показником ефективності виробництва, збуту продукції, постачальницької діяльності та прибутковості загалом. Зроблено висновок про доцільність підвищення операційної діяльності аналізованого підприємства шляхом здійснення управління. Сформовано напрями покращення операційної діяльності та фінансового стану підприємства відповідно до прогнозних даних.

Ключові слова: прогноз, прогнозування фінансового стану, криза, кризові явища, операційна діяльність, управління операційною діяльністю.

Постановка проблеми. Важливу роль для підприємств машинобудування в умовах фінансової кризи, нестабільності ринкового середовища, погіршення показників діяльності відіграє прогнозування фінансового стану, за результатами якого можна говорити про результати діяльності в майбутньому, приймати відповідні рішення щодо покращення діяльності. У процесі прогнозування фінансового стану здійснюється відбір та оцінка даних, його достовірність впливає на стабільність фінансового стану в майбутньому, якість прийнятих рішень. Крім того, спостерігається постійне загострення конкурентної боротьби, змінність податкового законодавства, зростання інфляції, коливання цін на сировину та матеріали, і тому виникає

потреба в прогнозуванні результатів діяльності підприємств, що є передумовою оцінки ефективності операційної діяльності. Для кожного підприємства важливе значення має виробнича, збутова, постачальницька діяльність, яка забезпечує необхідний рівень платоспроможності, прибутковості, впливає на рух грошових потоків. Тому є потреба у діагностиці фінансового стану підприємства машинобудування для визначення причин погіршення ефективності операційної діяльності та прийняття дієвих рішень в умовах кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми оцінки фінансового стану, використання методів прогнозування діяльності підприємств, управління операційною діяльністю розкриті у працях таких науковців, як: А.О. Азарова, О.В. Рузакіна [1]; Н.М. Архіпов [2]; В.В. Биба, Т.В. Лоза [3]; В.М. Білявський [4]; Ю.А. Гайбура, Л.А. Загнітко [5]; Д.Е. Пономарьов [6]; Т.В. Решетняк, О.Ю. Івченкова, К.М. Крикуненко [8]; Г.В. Ситник, Н.М. Архіпов [9]; Л.І. Скібіцька, В.В. Матвеев, В.І. Щелкунов, С.М. Подреза [10]; О.О. Трут, І.П. Миколайчук [11]; В.П. Шило, С.Б. Ільїна, В.В. Барабанова, І.І. Криштопа [12].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте в проаналізованих працях не досить уваги приділено питанню необхідності управління операційною діяльністю підприємств машинобудування відповідно до результатів прогнозування фінансового стану. Зокрема, результати прогнозування показників фінансового стану є необхідною інформаційною базою для визначення проблем, прийняття рішення щодо покращення операційної, фінансової діяльності. Також не визначено доцільність покращення операційної діяльності в умовах кризи та напрями її підвищення.

Мета статті. Метою статті є визначення доцільності прогнозування фінансового стану підприємств машинобудування, здійснення діагностики показників діяльності, ефективності операційної діяльності, формування напрямів покращення операційної діяльності та фінансового стану підприємства.

Виклад основного матеріалу. Функціонування підприємств машинобудування відбувається за складних обставин,

тобто змінності зовнішнього (політична ситуація, конкурентна боротьба, змінність законодавства, погіршення економічного стану, підвищення інфляції, коливання курсу валюти, зміна цін на сировину, матеріали, фінансова криза) та внутрішнього середовища (нестача ресурсного забезпечення, скорочення персоналу, виробничих потужностей, обсягів виробництва та збуту продукції), що позначається на фінансовому стані. Виникає потреба у дослідженні показників діяльності в майбутньому, що можливо шляхом проведення прогнозування фінансового стану. Здійснення прогнозу фінансового стану підприємства дасть змогу оцінити його можливості, загрозу настання кризового стану, виявити відхилення у фінансовій діяльності, причини погіршення аналізованих показників, прийняти рішення, що спрямовані на покращення функціонування та розвитку в майбутньому. Тому є потреба у здійсненні діагностики фінансового стану підприємств як передумови оцінки результативності всіх видів діяльності та формування шляхів до покращення роботи, усунення загроз, ризиків.

Проведення прогнозування фінансового стану підприємств дасть змогу отримати інформацію щодо основних показників діяльності, прийняти управлінські рішення та визначити резерви підвищення результативності. Відповідно, діагностика фінансового стану також проводиться для оцінки ефективності операційної діяльності за умови врахування відповідних показників. У процесі прогнозування доцільно аналізувати комплекс показників, що дасть змогу спрогнозувати операційну діяльність, рівень прибутковості, суму витрат.

Зокрема, на практиці використовують різні методи прогнозування результатів діяльності підприємств, серед яких: метод експертних оцінок (здійснюється за результатами оцінки фінансового стану групою експертів, що відображається у вигляді анкетування); метод екстраполяції (здійснюється за результатами тенденцій минулого, сьогодення та дає змогу прогнозувати результати на майбутнє); методи економіко-математичного моделювання (дають змогу оцінити вплив факторів на

фінансові процеси, динаміку фінансових показників та побудувати відповідні моделі); метод експоненціального згладжування (використовується для побудови прогнозних моделей, оцінки параметрів тренду); регресійний аналіз (дає змогу оцінити вплив факторів на результативний показник) [5].

Для прогнозування ефективності господарської діяльності передбачається оцінювання показників економічного та фінансового стану підприємства, таких як: показники ділової активності; показники майнового стану; показники рентабельності; показники ліквідності та платоспроможності; показники фінансової стійкості [3; 12].

Також для здійснення діагностики фінансового стану використовують різні моделі: нормативні (дають змогу порівняти фактичні результати функціонування підприємств із нормативними, з'ясувати причини відхилення отриманих даних від встановлених нормативів, використовуються для внутрішнього фінансового аналізу); дескриптивні (використовують для оцінки фінансового стану, здійснення вертикального та горизонтального аналізу звітності, порівняння фінансових показників, визначення факторів впливу на задані показники); предикативні (дають змогу здійснити прогноз доходів та витрат підприємства, показників діяльності, обсягів виробництва та збуту продукції) [1; 10].

Відповідно до проведеного аналізу методів, показників, моделей прогнозування фінансового стану підприємств слід відзначити, що вони мають як переваги, так і недоліки та є необхідними для використання, що дасть змогу оцінити перспективи розвитку.

Перш ніж розрахувати прогноз фінансового стану підприємства машинобудування, проаналізуємо його основні показники діяльності, що дасть змогу визначити ефективність фінансової, операційної діяльності, рівень прибутковості, що впливає на фінансову стабільність. Було проаналізовано основні показники фінансового стану на прикладі ПрАТ «Бердянські жнивварки» у 2013–2018 рр. (табл. 1).

Таблиця 1

Показники діяльності підприємства ПрАТ «Бердянські жнивварки» за 2013–2018 рр., тис. грн.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Середня кількість працівників (осіб)	342	463	515	686	836	882
Необоротні активи	30851	35184	39177	35557	38257	53510
Оборотні активи	45711	70308	144172	246669	387108	420442
Власний капітал	28344	56244	86837	119203	148541	173559
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	0	0	4251	2304	0	0
Поточні зобов'язання і забезпечення	48218	49878	92261	160719	276824	300393
Короткострокові кредити банків	0	0	0	50000	40900	44000
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	3452	1653	15297	77047	190656	106030
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	43739	86684	163380	406165	466312	430273
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	29442	50696	104188	294094	377849	313838
Валовий прибуток	14297	35988	59192	112071	88463	116435
Фінансовий результат від операційної діяльності	9478	29554	33746	40178	44220	53832
Фінансові витрати	8012	3812	0	4309	9995	19322
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток)	1804	25827	35358	32199	35573	32086
Чистий фінансовий результат (прибуток)	1767	25304	30593	25835	29338	25018
Операційні витрати	48832	73134	130126	358180	510100	374486
Чистий рух коштів від операційної діяльності	-80	1200	-78	-49448	15062	-491
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	23	0	0	0	644	0
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	0	0	0	50000	-9100	3100

Джерело: складено автором на основі [7]

З наведених даних бачимо, що відбулося зростання у 2013–2018 рр. середньої кількості працівників та за 2018 р. порівняно з 2017 р. кількість підвищилася на 46 осіб, що свідчить про нарощування виробничих потужностей, створення належних умов праці. Одночасно, у 2018 р. спостерігається позитивна динаміка щодо 2017 р. таких показників діяльності: необоротні активи підвищилися на 40%, або на 15253 тис. грн.; сума оборотних активів виросла на 8%, або на 33334 тис. грн.; сума власного капіталу виросла на 17%, або на 25018 тис. грн., тобто спостерігається раціональне використання фінансових ресурсів; поточні зобов'язання і забезпечення збільшилися на 8%, або на 23569 тис. грн., за рахунок зростання короткострокових кредитів банків на 7%, або на 3100 тис. грн., але поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги зменшилася на 44%, або на 84626 тис. грн.; підвищився фінансовий результат від операційної діяльності на 22%, або на 9612 тис. грн.

Поряд із цим, за окремими показниками у 2018 р. спостерігається зниження, а саме маємо зменшення чистого фінансового результату (прибутку) відносно 2017 р. на 4320 тис. грн., або на 15%, що є підтвердженням зниження ефективності функціонування. Одночасно у 2018 р. спостерігається зниження відносно 2017 р. таких показників: чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зменшився на 36039 тис. грн., або на 8%; собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) скоротилася на 64011 тис. грн., або на 17%; фінансовий результат до оподаткування (прибуток) знизився на 3487 тис. грн., або на 10%; операційні витрати скоротилися на 135614 тис. грн., або на 26%. Із проаналізованих даних також видно, що у 2018 р. порівняно з 2017 р. був від'ємним чистий рух коштів від операційної діяльності, скоротився чистий рух коштів від фінансової діяльності та відсутній чистий рух коштів від інвестиційної діяльності.

Відповідно до проаналізованих показників можна відзначити, що позитивну динаміку мають результати від операційної діяльності, що свідчить про покращення виробничої, збутової,

постачальницької діяльності, існування попиту на продукцію. Проте є певні проблеми в організації роботи підприємства, адже відбулося скорочення прибутку, виручки від реалізації продукції, що пояснюється негативним впливом факторів зовнішнього, внутрішнього середовища. Зважаючи на незначне погіршення показників підприємства, доцільно спрогнозувати фінансові результати діяльності станом на 2019 р.

Слід зауважити, що прогнозування фінансового стану є припущенням про можливі зміни в діяльності підприємства, які мають позитивну або негативну динаміку, що зумовлено дією факторів внутрішнього та зовнішнього середовища та визначенням варіантів до покращення. Для здійснення прогнозу скористаємося функцією Ексель ПРЕДСКАЗ.ETS та побудуємо лінійну регресію, що дасть змогу визначити слабкі сторони діяльності, перспективи розвитку, доцільність залучення ресурсів, ефективність фінансової та операційної діяльності. Результати прогнозування наведені в табл. 2 та на рис. 1.

Слід відзначити, що відповідно до отриманих прогнозних даних спостерігаються у 2019 р. відносно 2018 р. такі зміни: кількість працівників збільшиться на 147 осіб; сума оборотних активів підвищиться на 24%; власний капітал підвищиться на 32376,05 тис. грн., або на 19%; короткострокові кредити банків виростуть на суму 23399,42 тис. грн., або на 53%; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) виросте на суму 190316,48 тис. грн. або 44%; собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) підвищиться на 172038,63 тис. грн., або на 55%; сума валового прибутку виросте на 18277,85 тис. грн., або на 16%; відбудеться підвищення фінансового результату від операційної діяльності на 6697,19 тис. грн., або на 12%; фінансові витрати зростуть на 2947,70 тис. грн., або на 15%; сума операційних витрат зростає на 232933,35 тис. грн., або на 62%; сума чистого фінансового результату (прибутку) виросла на 2867,39 тис. грн., або на 11% (рис. 1). Доцільно відзначити, що рух коштів від усіх видів діяльності у 2019 р. матиме позитивну динаміку.

Таблиця 2

Прогнозні показники діяльності підприємства ПрАТ «Бердянські жнивварки» за 2019 р., тис. грн.

Показник	2018	2019
Середня кількість працівників (осіб)	882	1029,82
Необоротні активи	53510	51587,05
Оборотні активи	420442	522439,32
Власний капітал	173559	205935,06
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	0	170,52
Поточні зобов'язання і забезпечення	300393	367780,86
Короткострокові кредити банків	44000	67399,42
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	106030	199451,69
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	430273	620589,49
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	313838	485876,64
Валовий прибуток	116435	134712,85
Фінансовий результат від операційної діяльності	53832	60529,19
Фінансові витрати	19322	22269,70
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток)	32086	36546,50
Чистий фінансовий результат (прибуток)	25018	27885,39
Операційні витрати	374486	607419,36
Чистий рух коштів від операційної діяльності	-491	1162,21
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	0	482,03
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3100	3771,44

Джерело: складено автором на основі [7]

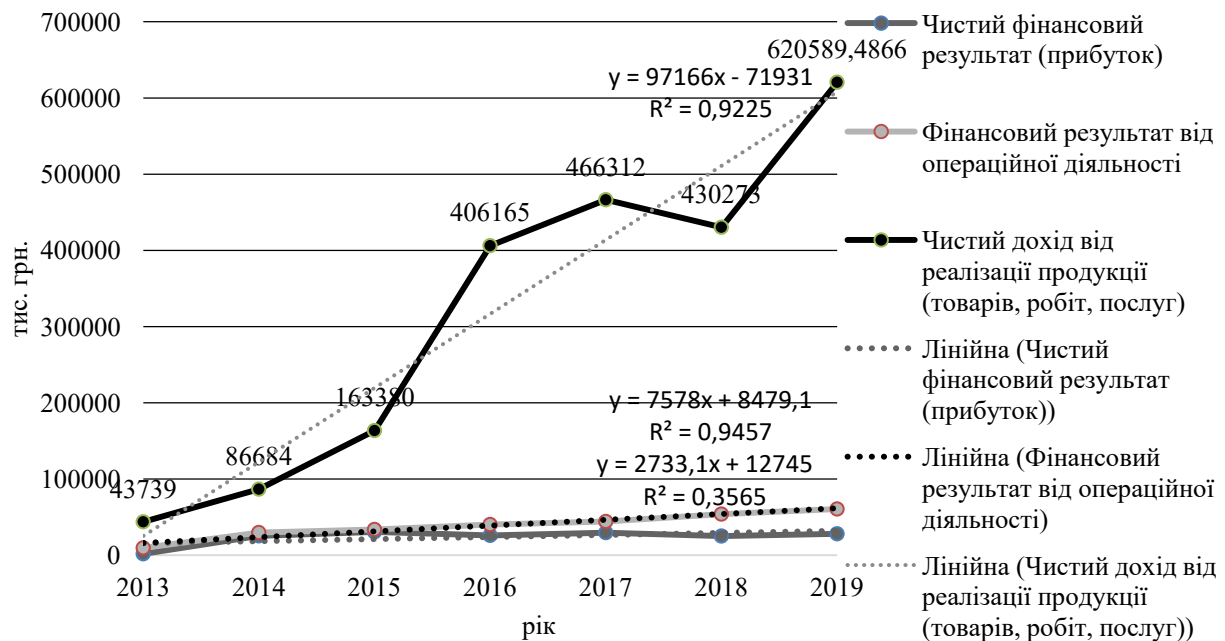


Рис. 1. Динаміка прогнозованих показників діяльності підприємства ПрАТ «Бердянські жнивварки» за 2019 р., тис. грн.

Отже, у 2018 р. на підприємстві було визначено незначне погіршення фінансового стану, але відповідно до прогнозованих даних у 2019 р. ситуація покращиться. Проаналізовані показники дозволяють стверджувати, що у 2018 р. відбулося незначне покращення операційної діяльності, але для нарощування виробничих потужностей, розширення ринків збуту, налагодження постачання товарів слід вжити відповідних заходів, що сприятиме досягненню прогнозованих результатів у 2019 р. Одним із напрямів підвищення ефективності операційної діяльності є здійснення управління, що забезпечить належний рівень організації та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

За результатами дослідження було сформовано напрями покращення операційної діяльності та фінансового стану аналізованого підприємства, а саме: залучення інвестиційних ресурсів; отримання кредитів та їх раціональне використання; покращення системи управління; забезпечення інформаційними технологіями; задоволення потреб клієнтів; управління кредиторською заборгованістю; здійснення управління запасами; здійснення маркетингової політики; налагодження логістики; купівля нового обладнання, устаткування, механізація та автоматизація виробництва; просування продукції через Інтернет; упровадження сучасних методів управління операційною діяльністю; формування конкурентних переваг; налагодження зв'язків із постачальниками, покупцями; активізація інноваційної діяльності; навчання персоналу; використання більш сучасного інформаційного забезпечення; раціональне використання ресурсів; підвищення продуктивності праці; скорочення витрат на виробництво продукції; впровадження методів мотивації; скорочення операційних витрат; розширення сегменту ринку та збільшення кількості клієнтів. Використання зазначених напрямів та здійснення управління операційною діяльністю спрямоване на підвищення ефективності господарської діяльності, виробництва товарів, збуту продукції, застосування інформаційних технологій, отримання прибутку.

Прогнозування фінансового стану підприємств машинобудування дасть змогу отримати дані щодо ефективності операційної діяльності для визначення причин її погіршення, розроб-

лення способів захисту від негативного впливу загроз, ризиків. Отже, здійснення прогнозування показників фінансової та операційної діяльності підприємств машинобудування сприяє визначенню перспектив розвитку, дає змогу прийняти рішення щодо оптимізації управління операційною діяльністю.

Висновки і пропозиції. Таким чином, здійснення прогнозування фінансового стану ПрАТ «Бердянські жнивварки» дає змогу стверджувати про існування перспективи до налагодження фінансово-господарської діяльності. Отримані результати діагностики є передумовою для покращення управління операційною діяльністю в умовах кризи, оскільки було з'ясовано, що ефективність операційної діяльності мала тенденцію до покращення. Вчасне здійснення управління операційною діяльністю підприємств матиме вплив на регулювання господарської діяльності, виробництво продукції, використання ресурсів, обсяги збуту продукції. Отримання прогнозованих даних про фінансовий стан, операційну діяльність є необхідною умовою для прийняття управлінських рішень, успішного розвитку, досягнення бажаних результатів.

Література:

- Азарова А.О., Рузакова О.В. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2010. 172 с.
- Архіпов Н.М. Напрями підвищення ефективності операційної діяльності підприємства роздрібної торгівлі. *Бізнес інформ.* 2018. № 6. С. 215–223.
- Биба В.В., Лоза Т.В. Діагностика та прогнозування фінансово-економічного стану підприємства. *Економіка та держава.* 2015. № 5. С. 110–113.
- Білявський В.М. Характеристика сутності управління операційною системою підприємства. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки.* 2013. № 4. С. 43–51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdnuete_2013_4_7 (дата звернення: 08.04.2020).
- Гайбура Ю.А., Загнітко Л.А. Фінансове прогнозування як елемент управління фінансовими ресурсами підприємства. *Економіка та суспільство.* 2017. Вип. 9. С. 968–974. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-9/16-stati-9/972-gajbura-yu-a-zagnitko-l-a> (дата звернення: 08.04.2020).

6. Пономарьов Д.Е. Прогнозування показників фінансового стану підприємства як основа формування фінансової стійкості. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки*. 2016. № 1(75). С. 49–54.
7. ПрАТ «Бердянські жнивварки». URL: <http://zhatki.pat.ua/> (дата звернення: 08.04.2020).
8. Решетняк Т.В., Івченко О.Ю., Крикуненко К.М. Діагностика та прогнозування фінансового стану машинобудівного підприємства. *Научный вестник Донбасской государственной машиностроительной академии*. 2017. № 3(24Е). С. 133–138.
9. Ситник Г.В., Архіпов Н.М. Система управління ефективністю операційної діяльності підприємства. *Проблеми економіки*. 2018. № 1. С. 223–230.
10. Скібіцька Л.І., Матвєєв В.В., Щелкунов В.І., Подреза С.М. Антикризовий менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 584 с.
11. Трут О.О., Миколайчук І.П. Ефективність операційної діяльності роздрібного торговельного підприємства та методологія її вимірювання. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки*. 2018. № 3(88). С. 26–32.
12. Шило В.П., Ільїна С.Б., Барабанова В.В., Криштопа І.І. Фінанси підприємств (за модульною системою навчання): теоретично-практичний посібник. Київ: Кондор, 2011. 429 с.
1. Azarova A.O., Ruzakova O.V. (2010). *Matematychni modeli ta metody otsiniuvannya finansovoho stanu pidpriemstva: monohrafiia* [Mathematical models and methods of estimation of financial state of the enterprise: monograph]. Vinnytsia: VNTU. (in Ukrainian)
2. Arkhipov N.M. (2018). Napriamy pidvyshchennia efektyvnosti operatsiinoi diialnosti pidpriemstva rozdribnoi torhivli [The Ways to Improve the Efficiency of Operational Activity of Retail Trade Enterprise]. *Business information*, no. 6, pp. 215–223.
3. Byba V., Loza T. (2015). Diahnostyka ta prohnozuvannya finansovo-ekonomichnoho stanu pidpriemstva [Diagnosis and prognosis of financial and economic state enterprises]. *Economy and state*, no. 5, pp. 110–113.
4. Biliavskiy V.M. (2013). Kharakterystyka sutnosti upravlinnia operatsiinoiu systemoiu pidpriemstva [Description of the nature of operational system enterprise]. *Bulletin of Donetsk National University of Economics and Trade. Michael Tugan-Baranovsky. Series: Economic Sciences*, no. 4, pp. 43–51. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdnuete_2013_4_7 (accessed 08 April 2020).
5. Haibura Yu.A., Zagnitko L.A. (2017). Finansove prohnozuvannya yak element upravlinnia finansovymy resursamy pidpriemstva [Financial forecasting as an element of financial resource management]. *Economy and society*, vol. 9, pp. 968–974. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-9/16-stati-9/972-ga-jbura-yu-a-zagnitko-l-a> (accessed 08 April 2020).
6. Ponomaryov D.E. (2016). Prohnozuvannya pokaznykiv finansovoho stanu pidpriemstva yak osnova formuvannya finansovoi stiiikosti [Predicting indicators of the financial condition of the enterprise as a basis for the formation of financial stability]. *ZhSTU Bulletin. Series: Economic Sciences*, no. 1(75), pp. 49–54.
7. JSC «Berdyansk Harvesters». Available at: <http://zhatki.pat.ua/> (accessed 08 April 2020).
8. Reshetnyak T.V., Ivchenko O.Y., Krikunenko K.M. (2017). Diahnostyka ta prohnozuvannya finansovoho stanu mashynobudivnoho pidpriemstva [Diagnosis and prediction of financial condition of machine-building enterprise]. *Scientific Bulletin of the Donbass State Engineering Academy*, no. 3(24E), pp. 133–138.
9. Sytnyk H.V., Arkhipov N.M. (2018). Systema upravlinnia efektyvnosti operatsiinoi diialnosti pidpriemstva [The System for Managing Enterprise Operational Efficiency]. *Problems of economy*, no. 1, pp. 223–230.
10. Skibitska L.I., Matvieiev V.V., Shchelkunov V.I., Podrieza S.M. (2014). *Antykryzovyi menedzhment: navchalnyi posibnyk* [Crisis management: a textbook]. Kyiv: Tsentru uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
11. Trut O., Mikolaychuk I. (2018). Efektyvnist operatsiinoi diialnosti rozdribnoho torhovelnogo pidpriemstva ta metodolohiia yii vymiriuвання [Effectiveness of retail trade enterprise operating activity and methodology of its measurement]. *Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade. Series: Economic Sciences*, no. 3(88), pp. 26–32.
12. Shylo V.P., Ilina S.B., Barabanova V.V., Kryshchopa I.I. (2011). *Finansy pidpriemstv (za modulnoiu systemoiu navchannia): teoretychno-praktychnyi posibnyk* [Enterprise Finance (Modular Training System): A Theoretical and Practical Handbook]. Kyiv: Kondor. (in Ukrainian)

References:

Аннотация. Прогнозирование финансового состояния предприятий машиностроения позволяет определить отклонения в финансовой деятельности, причины ухудшения показателей, принять решение об их ликвидации, определить направления улучшения финансово-хозяйственной деятельности. В статье рассмотрена целесообразность осуществления диагностики финансовых показателей деятельности промышленных предприятий. Охарактеризовано финансовое состояние предприятия машиностроения, проведено прогнозирование основных показателей финансового состояния и операционной деятельности. Определено, что по результатам прогнозирования финансового состояния можно определить целесообразность улучшения управления операционной деятельностью, поскольку она является показателем эффективности производства, сбыта продукции, снабженческой деятельности и прибыльности в целом. Сделан вывод о целесообразности повышения операционной деятельности рассматриваемого предприятия путем осуществления управления. Сформированы направления улучшения операционной деятельности и финансового состояния предприятия в соответствии с прогнозными данными.

Ключевые слова: прогноз, прогнозирование финансового состояния, кризис, кризисные явления, операционная деятельность, управление операционной деятельностью.

Summary. Forecasting the financial condition of machine-building enterprises allows to determine deviations in financial activity, reasons for deterioration of indicators, make decisions on their elimination, determine directions of improvement of financial and economic activity. The expediency of diagnostics of financial indicators of activity of industrial enterprises is considered in the article. The financial condition of the machine-building enterprise is characterized, the main indicators of financial condition and operating activity are forecasted. It is determined that the results of forecasting the financial condition can determine the feasibility of improving the management of operations, as it is an indicator of production efficiency, sales, delivery and profitability in general. The conclusion is made about the expediency of increasing the operational activity of the analyzed enterprise by exercising management. The directions of improvement of the operating activity and financial condition of the enterprise according to the forecast data have been formed, namely: obtaining credits and their rational use; attracting investment resources; provision of information technologies; improving the management system; introduction of modern methods of operating activity management; management of accounts payable; inventory management; implementation of marketing policy; customer satisfaction; debugging of logistics; promotion of products via the Internet; expanding the market segment and increasing the number of customers; purchase of new equipment, equipment, mechanization and automation of production; formation of competitive advantages; establishing relationships with suppliers, buyers; activation of innovative activity; staff training; rational use of resources; reduction of production costs; reduction of operating expenses; introduction of motivation methods. Thus, the implementation of forecasting indicators of financial and operating activities of mechanical engineering enterprises helps to determine the prospects for development, allows you to make decisions on optimizing the management of operational activities.

Keywords: forecast, financial forecasting, crisis, crisis phenomena, operational activity, operational management.

Якубенко Ю.Л.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри обліку, оподаткування

та управління фінансово-економічною безпекою,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Yakubenko Yuliia

Dnipro State Agrarian and Economic University

Донських А.С.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Donskykh Anastasiia

Dnipro State Agrarian and Economic University

Кадирус І.Г.

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Kadyrus Irina

Dnipro State Agrarian and Economic University

ЗАСТОСУВАННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОЇ СФЕРИ

APPLICATION OF RE-ENGINEERING AT AGRICULTURAL ENTERPRISES'

Анотація. У статті розглянуто наявні підходи до трактування сутності поняття «реінжиніринг» із наведенням власного розуміння зазначеного терміна. Досліджено принципи реалізації стратегії реінжинірингу в умовах підприємств. Розкрито можливі помилки, що супроводжують процес реалізації реінжинірингу. Встановлено основні вимоги для повномасштабного застосування реінжинірингу. Надано пропозиції щодо впровадження реінжинірингу на сільськогосподарських підприємствах. Наведено модель реінжинірингу для сільськогосподарських підприємств, яка передбачає ті чи інші дії керівництва, котрі необхідно виконати для своєчасного досягнення стратегічної мети з урахуванням оперативного коригування. Доведено, що реінжиніринг здатний забезпечити довгострокові конкурентні переваги сільськогосподарського підприємства, що створить умови для зайняття сильної конкурентної позиції та тим самим забезпечить беззбитковість діяльності.

Ключові слова: стратегія, управління, реінжиніринг, сільськогосподарські підприємства, розвиток, прибутковість.

Постановка проблеми. Ведення діяльності сільськогосподарськими підприємствами у сучасних умовах характеризується невизначеністю і мінливістю дії різноманітних чинників як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. Наслідки їхнього впли-

ву можуть бути позитивними чи негативними. Досить часто під час врегулювання дії чинників внутрішнього характеру вплинути на зовнішні жодне сільськогосподарське підприємство не має змоги. Тому можливі випадки, коли за певних змін дії зовнішніх чинників підприємство опиняється у кризовій ситуації.

Причиною зазначених наслідків є відсутність прогнозування дії чинників як внутрішнього, так і зовнішнього характеру кожного окремого підприємства, що позбавляє його можливості прийняття виваженого управлінського рішення.

Одним із напрямів вирішення зазначеної проблеми може стати реінжиніринг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням реінжинірингу присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, серед яких слід відзначити: А. Бородіну, А. Бикова, О. Виноградову, Т. Давенпорта, Т. Данько, Е. Зиндер, А. Забулонову, С. Кисельова, Е. Ойхмана, Т. Норберта, В. Пономаренка, Е. Попова, М. Робсона, П. Страссмана, А. Стрікланда, Ф. Уллаха. Кожен автор, надаючи власне визначення сутності поняття, ставив акцент на загальну концепцію управління процесом, базуючись на різних аспектах розроблення та реалізації стратегій реінжинірингу. Однак, незважаючи на розробленість цієї тематики, все ж питання застосування реінжинірингу сільськогосподарськими підприємствами залишається відкритим.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Застосування реінжинірингу на підприємствах аграрної

сфери дає можливість поліпшити показники ефективності діяльності шляхом кардинального та радикального перепроєктування процесів, однак реінжиніринг не може вирішити всі управлінські проблеми. Більшість менеджерів розглядають реінжиніринг, як метод антикризового управління та ототожнюють його із звичайною програмою покращення управлінських процесів. Однак дуже важливо відрізнити реінжиніринг від процесу оптимального скорочення підприємства, реструктуризації чи іншого механізму управлінських змін.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження та обґрунтування підходів щодо здійснення змін на сільськогосподарських підприємствах шляхом застосування технології реінжинірингу.

Виклад основного матеріалу. Дослідження в цьому напрямі велися ще у 80-х роках XIX століття науковцем Тейлором та Файолем у XX столітті, котрі наполягали на застосуванні методів удосконалення виробничих процесів та необхідності приділення належної уваги процесу управління, що в поєднанні дасть змогу покращити ефективність функціонування підприємства.

Вперше поняття реінжинірингу було запропоновано Майклом Хаммером і Джеймсом Чампі в 1990 році. Вони розглядали реінжиніринг як «спосіб миттєвого підвищення ефективності діяльності підприємства, стрімкого зростання рівня економічного потенціалу та інструмент антикризового управління» [1; 2]. Саме їхнє тлумачення лягло в основу всіх подальших розробок у цьому напрямі.

Серед сучасних науковців, як вітчизняних, так і закордонних, є безліч поглядів щодо тлумачення поняття «реінжиніринг» (табл. 1).

Проведений аналіз тлумачення поняття «реінжиніринг» науковцями дав змогу встановити, що для усіх авторів спільною є думка щодо повної перебудови системи організації підприємства, різниця полягає лише в методах досягнення поставленої цілі.

Спираючись на вищевикладене, вважаємо за доцільне навести таке трактування реінжинірингу: це кардинальна, місцями повна перебудова існуючої на підприємстві системи управління процесами задля задоволення інтересів як споживачів, так і виробників, що дасть змогу підвищити ефективність діяльності

останніх, враховуючи мінливість зовнішнього середовища. Досягнення зазначених цілей можливе лише за умови злагодженої роботи всіх працівників підприємства. Саме тому, ставлячи цілі, менеджери повинні враховувати інтереси всіх учасників. Найбільш поширеними завданнями «реінжинірингу» є:

- створення зворотного зв'язку зі споживачами;
- розподіл обов'язків між працівниками підприємства;
- мотивація працівників;
- дотримання вибраної стратегії всіма учасниками процесу;
- можливість докорінної перебудови наявних процесів [13].

Для реалізації зазначених завдань необхідно дотримуватися певних принципів:

- певні процедури об'єднуються в одну – загальну, таким чином відбувається горизонтальне поєднання процесів;
- самостійність у прийнятті рішень виконавцями, таким чином здійснюється горизонтальне та вертикальне поєднання процесів;
- кожен етап процесу має певну послідовність у виконанні;
- втілення процесів у життя можливо здійснити різними варіантами;
- робота виконується на місцях, що є найбільш доцільними;
- зменшення контролю виконання процесів;
- злагодженість між виробничою й управлінською ланками підприємства;
- єдність у досягненні поставлених цілей [14].

Для реалізації реінжинірингу початковим етапом є переосмислення організації діяльності підприємства, за якого центр уваги зміщується з вузькоокреслених завдань на виконання загального із безпосередньою участю усіх працівників підприємства.

Слід зазначити, що під час реалізації реінжинірингу можливі помилки:

- впровадження вже існуючих процесів як нових;
- фокусування всієї уваги виключно на процесах;
- перепланування процесу без урахування всіх складників;
- неврахування інтересів усіх учасників процесу;
- суворі обмеження під час визначення завдання;
- часткова реорганізація процесу;
- брак коштів на реорганізацію процесів [15; 16].

Таблиця 1

Тлумачення поняття «реінжиніринг» науковцями

Автор	Визначення
Попов Є., Шапот М.	повна перебудова існуючих бізнес-процесів підприємства, за якої змінюється побудова організації управління згідно з новими принципами
Черненко М.	зміна систем оцінки, мотивації та заохочення працівників підприємства
Яковенко С.	інструмент, що був спеціально створений для впровадження масштабних змін в управлінні процесами, котрі не можуть бути забезпечені існуючими методами удосконалення
Робсон М., Уллах Ф.	інструмент, що був спеціально створений для допомоги за обставин, які вимагають масштабних змін та для яких неможливо застосувати існуючі схеми поліпшення процесів
Балан О.С.	новий напрям, котрий виник на стику сфери управління та інформатизації
Шейн Л.	кардинальна, стрімка та рішуча перебудова системи управління підприємством
Виноградова О.М.	науково-практичний підхід здійснення рішучих, кардинальних перебудов процесів підприємства, що дозволить підвищити показники його прибутковості
Сохнич А.Я.	повна перебудова процесів підприємства, котрі базуються на задоволенні інтересів клієнтів, що в результаті дозволяє підвищити ефективність діяльності
Іпполітова І. Я.	етап підвищення конкурентоспроможності підприємства, який дозволить покращити існуючий рівень, зважаючи на мінливі зовнішні умови
Кривоконь М.О.	аналіз та докорінна зміна процесів, що використовуються натеper із метою вдосконалення організації підприємства загалом за рахунок застосування прогресивних методик управління, що дає змогу покращити ефективність діяльності

Джерело: складено авторами за матеріалами [3–12]

Для наглядного прикладу застосування реінжинірингу в аграрній сфері виберемо підприємство, що обходиться власними коштами і виробляє сільськогосподарську продукцію з метою її реалізації споживачеві для отримання прибутку.

Цей тип економічних систем можна уявити в кібернетичному вигляді, використовуючи системний підхід і теорію сервермеханізмів. Кожен попередній механізм є «пусковим» для наступних. Весь ланцюг механізмів безперервний і має свою логіку.

Описуючи гіпотетичну модель, слід відзначити, що сільськогосподарське підприємство, так само як і будь-які інші виробничі системи, має у своєму розпорядженні основні засоби, сировину, матеріали та трудові ресурси. Ресурси трансформуються (перетворюються) у вигляді праці в готову продукцію, яка має свої особливості.

Товарна продукція у вигляді зерна, насіння в результаті ціноутворення на основі калькулювання витрат і чинного законодавства (прямий вплив зовнішнього середовища) набуває обґрунтованої ціни та реалізується на ринку.

Сам виробничий процес побудований на кошторисі та вимагає підбору ефективної технології, відмінної від використовуваної конкурентами, за допомогою якої можна випередити їхні дії, прискорити процес із тим, щоб скоротити його терміни і реалізувати продукцію раніше конкурентів. Йдеться про швидкість захоплення ринку. Після отримання виручки на розрахунковий рахунок і зіставлення її з собівартістю визначається прибуток. Потім здійснюється відтік частини грошових коштів для сплати податків (прямий вплив зовнішнього середовища) – і підприємство отримує чистий прибуток, який буде перебувати в управлінні менеджменту [17; 18].

Якісні кінцеві результати у вигляді абсолютних показників у нашому прикладі можуть ефективно формуватися лише за досить злагоджених діях усього персоналу підприємства.

Говорячи про досягнення значних результатів, слід мати на увазі, що менеджерам необхідне розроблення стратегії щодо докорінного перепроектування виробничої системи в критичних (кризових) ситуаціях, тобто реінжинірингу підприємства загалом або окремих його елементів, наприклад, реінжинірингу виробничої системи і його персоналу.

На нашу думку, під конкретні стратегічні цілі необхідно застосувати низку дій за заздалегідь спроектованим планом.

Очевидно, що потрібно розробити дії, які необхідно виконати для своєчасного досягнення стратегічної мети з урахуванням оперативного коригування.

На наш погляд, тільки за допомогою реінжинірингу виробництва можлива перемога над конкурентами, якщо підприємство і його конкуренти знаходяться в рівних умовах, зумовлених зовнішнім середовищем.

Ця гіпотеза доводить необхідність ефективного управління підприємством у період реінжинірингу. У цьому разі сам реінжиніринг є саме тим засобом нейтралізації дії неконтрольованих чинників, який необхідний у ситуації випередження конкурентів за виробництвом продукції з відмінною якістю. Обсяг економічної інформації безпосередньо залежить від тієї стратегії реінжинірингу, яка буде вибрана підприємством.

Узагальнюючи модель організації до рівня аграрної сфери або галузі, можна відзначити, що всі зазначені дії будуть перебувати під управлінням верхнього рівня, основним завданням якого є управління процесом виробництва. Для сільськогосподарських підприємств в умовах жорсткої конкуренції необхідно виділити елементи стратегії реінжинірингу виробництва на основі збільшення ефективності дій.

Можна розглянути елементи стратегії реінжинірингу в двох варіантах: за організаційними заходами і за діями. Очевидно, що дії і підходи персоналу, що визначають стратегію реінжинірингу, виходять із поліпшення існуючих організаційних заходів і впровадження в них новітніх методик для досягнення заданої множини цілей. Повертаючись до моделі, можна відзначити, що для якісного досягнення цілей необхідне ефективне функціонування фондів, призначених для фінансування основної (виробничої) діяльності. Звичайно, сам обсяг фінансування в цьому разі ми не можемо вважати основним, але рішення персоналу в межах цього обсягу може бути таким.

Надалі, посилюючи гіпотезу переходу підприємства від нормального функціонування в умовах слабкої конкуренції до жорсткої конкуренції, яка вимагає реінжинірингу виробництва, необхідно розглянути кризову ситуацію на сільськогосподарських підприємствах і визначити швидкість реакції керівництва.

У нашому разі реінжиніринг полягає у синтезі нової функціональної структури, здатної на своєму елементарному рівні брати участь у сукупності дій підприємства з протидії неконтрольованим впливам зовнішнього та внутрішнього середовища за допомогою реорганізації структурних і організаційних елементів. Інакше кажучи, в критичній ситуації керівництво повинно «створити» нову систему за допомогою прискореної реконструкції структурних підрозділів.

Попередження і подолання кризи на сільськогосподарських підприємствах базується на основі стратегії реінжинірингу виробництва. Так, досліджуване підприємство було орієнтоване на масове виробництво і на традиційне управління.

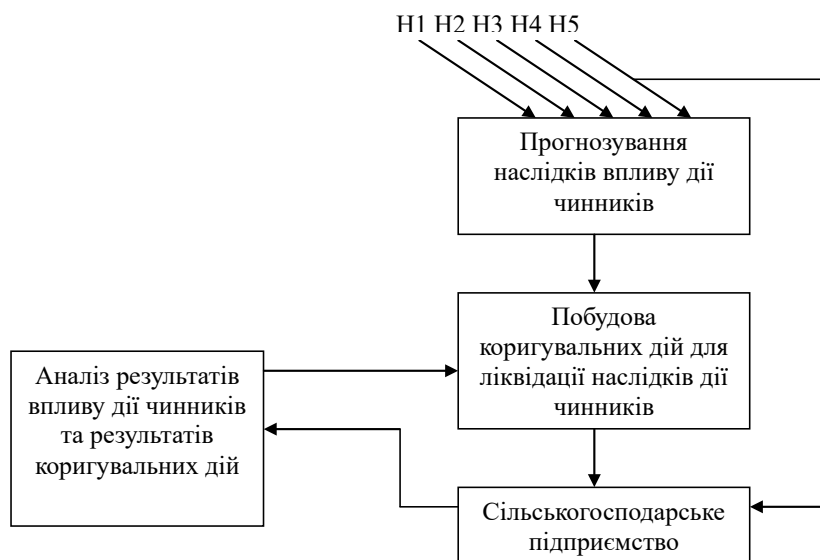
Стандартна пірамідальна структура підприємства сприяла зростанню в період масового попиту. Однак зі зростанням числа процесів і розширенням масштабів виробництва процеси ставали все більш тривалими і заплутаними. У результаті цього на підприємстві збільшилася кількість і штатна чисельність підрозділів планування та контролю, збільшилася дистанція між менеджерами і технологією, з'явилися процеси делегування повноважень співробітникам, які не мають відповідних організаційних знань та навичок для співпраці зі споживачем. Екстремне перекидання персоналу і техніки з об'єкта на об'єкт вимагало додаткових витрат і, як наслідок, збільшення вартості продукції і зменшення частки прибутку. У цьому разі потрібні значні зусилля щодо докорінної перебудови виробничих і реалізаційних бізнес-процесів.

Елементи реінжинірингу виробництва в умовах протидії конкурентам дадуть можливість прискорити дії персоналу, скоротити час за основними виробничими циклами і, найголовніше, визначити стратегію сільськогосподарського підприємства в складних умовах під впливом деструктивних впливів.

Під час виникнення наслідків впливу передбачуваного чинника необхідно виконати низку дій, які будуть становити основу реінжинірингу.

Інакше кажучи, реакція керівництва сільськогосподарського підприємства на деструктивний чинник проявляється в п'яти пропонуваніх напрямках (рис. 1).

Усі зазначені в стратегії реінжинірингу дії «поширені» у виробничих процесах і бізнес-процесах підприємства і в кінцевому підсумку опосередковано впливають на результативні показники діяльності – підвищення ефективності підприємницької діяльності та збільшення прибутку. Система управління як основна мета повинна використовувати положення про необхідність максимального економічного ефекту діяльності підприємства на основі довгострокового розвитку.



де, H1 – складається з елементів посилення різносторонніх техніко-економічних дій, метою яких є зняття напруженої ситуації;
H2 – складається з елементів скорочення часу різних дій, ціни за 1 т. виробленої сільськогосподарської продукції та раціонального управління запасами;

H3 – складається з елементів прискорення різних дій (видів діяльності) з метою гарантованої реалізації сільськогосподарської продукції на ринку;

H4 – складається з дій, пов'язаних із суворим дотриманням виконання планових завдань і контролю;

H5 – складається з елементів, що характеризують раціоналізацію діяльності та необхідність реорганізації структурних елементів сільськогосподарського підприємства.

Рис. 1. Модель реінжинірингу сільськогосподарського підприємства

Джерело: власна розробка авторів

Водночас забезпечення пріоритетних напрямів розвитку підприємства й організаційних змін здійснюється у межах реінжинірингу – у вигляді радикальних управлінських впливів, які притаманні системі управління в процесі її реакції на деструкцію. Коригування всіх типів негативних чинників (контрольованих і неконтрольованих) полягає в протидії загрозам за допомогою управлінських коригувальних дій, розподілених на п'ять напрямів за відповідними ознаками, прийнятими авторами за основу.

Усі перераховані вище напрями можуть бути використані в системі реінжинірингу у вигляді коригувальних дій під конкретну систему чинників, що несприятливо впливають на процес виробництва загалом і, як результат, втрата прибутку та банкрутство. У кібернетичному аспекті в системі управління це має такий вигляд: під час надходження в систему деструктивного сигналу ззовні або за внутрішнього збою зворотний зв'язок, що проходить через систему управління, сигналізує про можливе або існуюче відхилення від заданої величини. Деструктивні сигнали прагнуть «розхитати» економічну систему, ведучи її до деградації і, як наслідок, до ліквідації організаційно-штатної структури, створюючи нестерпні умови для існування або вимагаючи значних витрат. У результаті обробки сигналів цього типу результати впливу піддаються аналізу, і система управління пропонує свій варіант коригування входу в систему для приведення відхилення в заданий стан (до заданої величини).

Реінжинірингові заходи характеризуються тим, що за відповідного раннього прогнозування можна організувати коригувальні дії для ліквідації наслідків впливу чинників за різними напрямками.

Інноваційні підходи в реінжинірингу сільськогосподарського підприємства відрізняються великим ризиком, але водночас можуть привести не тільки до збільшення інтегрального ризику бізнесу, а й до значного підвищення ефективності виробництва. Реінжиніринг в аграрній сфері вимагає перепроєктування та поновлення процесів на основі ретельного вивчення послідовних дій зі зміни структури виробництва.

Висновки і пропозиції. Отже, ми пропонуємо представляти реінжиніринг у системі управління сільськогосподарського підприємства у вигляді напрямку для компенсації неконтрольованого впливу зовнішнього середовища. Це означає, що дії з реінжинірингу виробничих процесів компенсують негативні впливи і стабілізують оптимальну організаційну структуру сільськогосподарського підприємства. Тенденції розвитку організаційних змін погано піддаються кількісному опису, але результати моделювання як початкового етапу їхньої побудови прогнозуються позитивно. Аналіз результатів упровадження запропонованих напрямів щодо стратегії реінжинірингу виробничих процесів є перспективним напрямом подальших досліджень у контексті зазначеної проблематики.

Література:

1. Майкл Хаммер, Джеймс Чампи. Реінжиніринг корпорації. Манифест революції в бізнесі. Издательство: «Манн, Иванов и Фербер», 2011. 350 с.
2. Майкл Хаммер, Лиза Хершман. Быстрее, лучше, дешевле. Девять методов реинжиниринга бизнес-процессов. Издательство: «Альпина Паблишер», 2015. 270 с.
3. Попов Э., Шапот М. Реинжиниринг бизнес-процессов и информационные технологии. *Открытия системы*. 1996. № 15. С. 62–69.
4. Черненко М. Реінжиніринг і псевдореінжиніринг. *Рынок капитала*. 2000. № 21. С. 41–49.

5. Яковенко С. Реінжиніринг бізнес-процесів шляхом інформатизації управління на підприємствах України. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 9(39).
6. Робсон М., Уллах Ф. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов / пер. с англ. под ред. Н.Д. Эриашвили., М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. 224 с.
7. Балан О.С. Сценарне управління процесом прийняття інвестиційних рішень: *Економіка: реалії часу*. 2014. № 5(15). С. 128-132. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n5.html>.
8. Шейн Л. Реинжиниринг бизнес-процессов: модное лекарство? *Управление компанией*. 2002. № 6. С. 68–74.
9. Виноградова О. Реінжиніринг бізнес-процесів у сучасному менеджменті: монографія. Донецьк, 2005. 195 с.
10. Сохнич А.Я., Виноградова О.В. Аспекти реінжинірингу підприємства в умовах сучасної економіки. Львів: ПП «Арал», 2015. 56 с.
11. Іпполітова І.Я. Ефективність здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 13. С. 264–270.
12. Кривоконь М.О. Основні положення реінжинірингу та концентрації виробництва як інструментів антикризового управління. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 583–587.
13. Ковальов А.І. Підвищення ефективності антикризового управління в корпоративному секторі на основі реінжинірингу бізнес-процесів. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. № 3(54). С. 124–130.
14. Пономаренко В.С. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів: монографія / В.С. Пономаренко, С.В. Мінухін, С.В. Знахур. Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.
15. Бабак О.А. Реінжиніринг як сучасний інструмент інноваційної діяльності підприємств. *Економічний вісник Переяслав-Хмельницького ДПУ*. 2011. № 17/1. С. 55–60.
16. Гончарова О.М. Реінжиніринг бізнес-процесів як метод процесного управління. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2013. № 10(151). С. 78–82.
17. Управління процесом прийняття інвестиційних рішень на підприємствах виробничої сфери: дис. доктора екон. наук: 08.00.04 / Балан Олександр Сергійович. Одеса, 2015. – 496 с.
18. Степаненко Т.О. Методичні засади проектування та управління якістю бізнес-процесів. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. 2015. Т. 20. Вип. 3. С. 146–150.
4. Chernenko M. (2000). Reinzhyrnyrgh i psevdoreinzhyrnyrgh [Reengineering and pseudoreengineering]. *Capital market*, no. 21, pp. 41–49.
5. Yakovenko S. (2004) Reinzhyrnyrgh biznes-procesiv shljakhom informatyzaciji upravlinnja na pidpryemstvakh Ukrainy [Business process reengineering through management informatization at Ukrainian enterprises]. *Current problems of the economy*, no. 9(39).
6. Robson M., Ulah F. (1997). *Praktychne kerivnyctvo po reinzhyrnyrghu biznes-procesiv* [Practical Guide to Business Process Reengineering]. Moskva: Audit, UNITY, p. 224. (in Russian)
7. Balan O.S. (2014). Stsenarne upravlinnja protsesom pryynyattya investytsiynykh rishen [The scenario process control investment decisions]. *Economics: time realities. Scientific journal*, no. 5(15), pp. 128–132. Available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n5.html> (accessed 1 April 2020).
8. Shein L. (2002). Reinzhyrnyrgh biznes-procesiv: modni liky? [Business process reengineering: a fashionable cure?]. *Company management*, no.6, pp. 68–74.
9. Vinogradova O. (2005). *Reinzhyrnyrghu biznes-procesiv u suchasnomu menedzhmenty* [Business process reengineering in modern management]. Donetsk, p. 195. (in Ukrainian).
10. Sochnic A.Ya., Vinogradova O.V. (2015). *Aspektu reingeniringu pidpruemstva u umowach suchasni ekonomiki* [Aspects of the reengineering of the enterprise in today's economy]. Lviv. Aral, p. 56. (in Ukraine)
11. Ippolitova I.Ya. (2016) Efektivnist zdsennia reinzhyrnyrghu biznes-prozesiv na pidpruemstvi [Effectiveness of the implementation of reengineering business processes at the enterprise]. *Global and national problems of Economics*, no. 13, pp. 264–270.
12. Krivokon M.O. (2014). Osnovni polozhenia reingeniringu ta koncentrazia vurobnutstva yak instrumentiv antukrusovogo upravlinnia [The main provisions of the reengineering and concentration of production as instruments of crisis management]. *Global and national problems of Economics*, no. 2, pp. 583–587.
13. Kovalev A.I. (2014). Pidwuchennia efektivnosti antukrusovogo upravlinnia w korporatwnomu sektori na osnovi biznes-prozesiv [Improving the effectiveness of crisis management in the corporate sector based on business process reengineering]. *Bulletin of socio-economic research*, no. 3(54), pp. 124–130.
14. Ponomarenko S.V., Minuhin S.V., Znachur V.S. (2013). *Teoria ta praktika modeluvannja biznesprozesiv* [Theory and practice of modeling business processes]. Kharkiv: KhNEU, p. 244. (in Ukraine)
15. Babak O.A. (2011). Reinzhyrnyrgh yak suchasni instrument innovatynoi diialnosti pidpruemstva [Reengineering as a modern tool of innovation activities of enterprises]. *Economic Bulletin of Pereiaslav-Khmelnytsky DPU*, no.17/1, pp. 55–60.
16. Goncharova O.M. (2013). Reinzhyrnyrghu biznes-prozesiv metod prozesnogo upravlinnia [Reengineering of business processes as a method of process management]. *Bulletin of Kiev national University named Taras Shevchenko*, no. 10(151), pp. 78–82.
17. Balan O.S. (2015). *Upravlinnja protsesom pryynyattya investytsiynykh rishen na pidpryemstvakh vyrobnychoyi sfery* [Managing investment decisions in enterprises of industrial sphere]. (PhD thesis). Odessa.
18. Stepanenko T.O. (2015). Metodichni zasady proektuvannia ta upravlinnia yakistu biznes-prozesiv [Methodological fundamentals of design and quality management business processes]. *Bulletin of ONU I.I. Mechnikov*, no. 3, pp. 146–150.

References:

1. Hammer Michael, Chiampi James (2011). *Reingeniring korporacii. Manifest revolucii v biznese*. [Reengineering the Corporation. A Manifesto revolution in business]. Moskva: Mann, Ivanov and Ferber, p. 350. (in Russian)
2. Hammer Michael, Hersman Liza. (2015). *Bustree, lutsce, deschevle. Deviat metodov reinzhyrninga biznesprozesiv* [Faster, better, cheaper. Nine methods of reengineering of business processes]. Moskva: Alpina Publisher, p. 270. (in Russian)
3. Popov E., Shapot M. (1996). Reinzhyrnyrgh biznes-procesiv i informacijni tenologhiji [Business process reengineering and information technology.]. *Discovery system*. no. 15. pp. 62–69.

Аннотация. В статье рассмотрены существующие подходы к трактовке сущности понятия «реинжиниринг» с указанием собственного понимания указанного понятия. Исследованы принципы реализации стратегии реинжиниринга в условиях предприятий. Раскрыты возможные ошибки, сопровождающие процесс реализации реинжиниринга. Установлены основные требования для полномасштабного применения реинжиниринга. Даны предложения по внедрению реинжиниринга на сельскохозяйственных предприятиях. Представлена модель реинжиниринга для сельскохозяйственных предприятий, которая предусматривает те или иные действия руководства, которые необходимо выполнить для своевременного достижения стратегической цели с учетом оперативной корректировки. Доказано, что реинжиниринг способен обеспечить долгосрочные конкурентные преимущества сельскохозяйственного предприятия, создать условия для занятия сильной конкурентной позиции и тем самым обеспечить безубыточность деятельности.

Ключевые слова: стратегия, управление, реинжиниринг, сельскохозяйственные предприятия, развитие, прибыльность.

Summary. The article deals with the existing approaches to the interpretation of the essence of the concept of «reengineering» with the introduction of its own understanding of the term. The principles of implementation of the strategy of re-engineering in the conditions of agricultural enterprises conducting their activity in the agricultural sphere are investigated. Possible errors that accompany the process of reengineering implementation are revealed. The basic requirements for full-scale application of re-engineering at agricultural enterprises are set. Suggestions for implementation of re-engineering at agricultural enterprises are given. The model of reengineering at agricultural enterprises is presented, which envisages some or other management actions that must be performed in order to achieve the strategic goal in a timely manner, taking into account the operational adjustment. Implementation of re-engineering at agricultural enterprises will improve the performance indicators by drastically and radically redesigning processes, but re-engineering cannot solve all management problems. Most managers view reengineering as a method of crisis management and identify it with the usual program to improve management processes. However, it is very important to distinguish reengineering from the process of optimal enterprise reduction, restructuring, or other mechanism of managerial change. Production re-engineering is the main task of the strategic goals of the production process, which is the main component of the structural scheme of the production system. It is proved that reengineering is capable to provide long-term competitive advantages of an agricultural enterprise, which will create conditions for occupation of a strong competitive position and thereby ensure breakeven activity. The re-engineering of an agricultural enterprise also enhances the enterprise's adaptation to the ever-changing conditions of the market environment, in other words, it can compensate for the uncontrolled influences of the external environment, that is, an instrument of the management system.

Keywords: strategy, management, reengineering, agricultural enterprises, development, profitability.

Ліщинський І.О.

д.е.н., доцент,

доцент кафедри міжнародної економіки,

Тернопільський національний економічний університет

Lishchynskyy Ihor

Ternopil National Economic University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1602-1677>

Лизун М.В.

д.е.н., доцент, професор кафедри міжнародної економіки,

Тернопільський національний економічний університет

Lyzun Mariia

Ternopil National Economic University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3222-2962>

ЗАГРОЗИ РЕГІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ В ЄВРОПІ THREATS TO REGIONAL SECURITY IN EUROPE

Анотація. У статті розглянуто основні віхи еволюції терміна «регіональна безпека» та діапазон його сучасних значень. Наведено різні типи структур управління регіональною безпекою з виділенням регіонального балансу сил і ad hoc (неформальних) альянсів, регіональної узгодженості, регіональної кооперованої безпеки, регіонального колективного захисту, регіональної колективної безпеки, плюралістичної спільноти безпеки. Наголошено на тому, що інтеграція не завжди передбачає наявність солідарності між учасниками альянсу. Систематизовано рамкові геополітичні блоки в Європі. Наведено ключові організації управління регіональною безпекою на території Європи, такі як Організація Північноатлантичного договору, Європейський Союз, Організація з безпеки і співробітництва в Європі, Шанхайська організація співробітництва, Організація договору про колективну безпеку. Розглянуто базові стратегічні документи у сфері європейської безпеки. Проаналізовано основні загрози регіональній безпеці в Європі.

Ключові слова: регіональна безпека, світовий порядок, регіональний порядок, європейська інтеграція, дезінтеграційні процеси, стратегія безпеки.

Постановка проблеми. Перебуваючи на стику цивілізацій, Україна повністю відчула на собі недосконалість регіональної системи безпеки на Європейському континенті. Розташовуючись у буферній зоні між Заходом і Сходом, територія України перебуває під впливом як військово-політичних загроз із боку Росії, так і економічних небезпек з боку ЄС і НАТО. Без повноцінного розвитку власних комплексів безпеки Україна не може розраховувати на залучення до євроатлантичних інтеграційних блоків, які дали б можливість скористатись перевагами «клубного блага» у сфері військового захисту та економічного стимулювання й протекції. У зв'язку з цим підвищується актуальність удосконалення механізмів національної політики без-

пеки та активнішого залучення до євроатлантичних ініціатив у сфері безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретичних засад регіональної безпеки, зокрема на європейському континенті, здійснили такі вчені, як А. Адамі, М. Барнет, Б. Бузан, О. Вевер, П. Каценштайн, О. Коломієць, Д. Лейк, Д. Лемке, П. Морган, Е. Солінген. Загалом варто відзначити, що підходи до обґрунтування засад протидії регіональним та глобальним викликам у Європі відрізняються своєю багатогранністю та відсутністю уніфікованого підходу.

Мета статті. Головною метою роботи є систематизація досліджень з питань європейської регіональної безпеки та представлення інтересів України у цьому контексті.

Виклад основного матеріалу. Термін «регіональна безпека» почав активно використовуватись відносно нещодавно, з'явившись як реакція на протистояння країн «першого» та «другого» світів як між собою, так і за зони впливу в країнах «третього світу». Сьогодні регіональна безпека розглядається в більш самодостатньому аспекті, а серед основного масиву наукових досліджень у цьому напрямі можна виокремити порівняльний аналіз ключових регіональних систем [1]; детермінацію безпечної спільноти [2]; характеристику внутрішніх і міждержавних коаліцій та формування регіональних порядків [3]; теорію транзиту влади [4] в аспекті регіональних систем безпеки; теорію регіональних комплексів безпеки [5]; трактування пористих регіональних порядків [6] тощо.

Трансформувалось також загальне трактування терміна «регіональна безпека» від традиційного мілітаристського державоцентричного режиму до значно ширшого розуміння зі значним акцентом на внутрішні й транснаціональні загрози. Разом із системними змінами, генерованими розширенням автономії регіональної політики, зазначене привело до створення нових регіональних організацій, а також надало стимул до ускладнення наявних регіональних інститутів.

Серед номенклатури різних типів структур управління регіональною безпекою, які взаємно не виключають один одного, можна виділити такі:

- регіональний баланс сил і *ad hoc* (неформальні) альянси;
- регіональна узгодженість (англ. «regional concert») – більш інституціоналізована форма регіонального балансу сил;
- регіональна кооперована безпека;
- регіональний колективний захист (формальний альянс);
- регіональна колективна безпека;
- плюралістична спільнота безпеки [7].

Європейський регіон традиційно вважався флагманом і орієнтиром як економічної, так і політичної інтеграції. За чисельністю держав він є одним із найбільших серед усіх регіонів світу, що, однак, не стало перешкодою для демонстрації досить високого рівня конвергенції економічних критеріїв. Водночас інтеграція далеко не завжди передбачає наявність солідарності між учасниками альянсу (рис. 1), що породжує низку ендегенних проблем безпеки регіону.

Проте мало хто міг передбачити, що у XXI столітті європейський регіон зіткнеться також із потужними екзогенними викликами, які становитимуть серйозну загрозу безпеці держав-членів. Причому йдеться насамперед про традиційні виміри безпеки, пов'язані з військово-політичними чинниками та ризиками втрати територіальної цілісності, а не лише з економічними загрозами.

Економічний регіоналізм у Європі здебільшого відбувається в каркасі двох інтеграційних блоків, які, проте, також не є однорідними.

1) Умовна «Західна Європа» включає:

- Європейський Союз (ЄС);
- Європейську асоціацію вільної торгівлі (ЄАВТ) (розвинуті європейські держави, що не виявили бажання приєднатись до ЄС);
- Центральноевропейську асоціацію вільної торгівлі (ЦЕАВТ) (менш розвинуті європейські держави, що ставлять за мету інтеграцію до ЄС).

2) Умовна «Східна Європа» представлена такими двома ворогуючими таборами:

- країни-члени ЄврАзЕС (Євразійська економічна спільнота) та їх геополітичні сателіти;
- антагоністи вищенаведеного табору, насамперед представлені Грузією та Україною.

Водночас не всі зазначені організації та неформальні блоки характеризуються наявністю функціоналу, спрямованого на вирішення проблем безпеки. Основні сучасні організації з управління регіональною безпекою на території Європи наведені в табл. 1.

ЄС є базовим інтеграційним угрупованням в Європі, проте організація не характеризується гомогенністю, незважаючи на значний успіх процесів конвергенції. У цьому контексті варто згадати не лише процес Брекзиту, але й формалізацію процесу

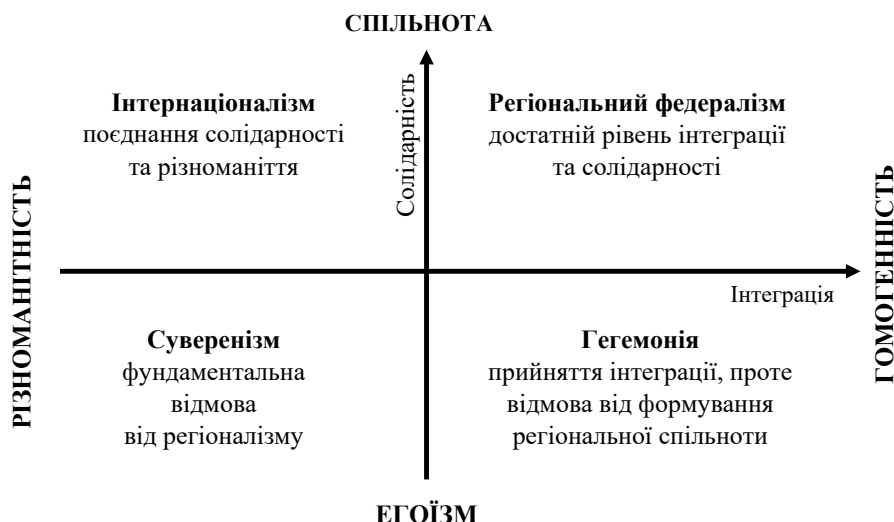


Рис. 1. Виміри світового/регіонального економічного порядку: інтеграція та солідарність

Джерело: складено за матеріалами [8]

Таблиця 1

Ключові організації управління регіональною безпекою на території Європи

Регіон	Рік заснування	Організація	Основні напрями діяльності	Кількість членів
Європа	1949	Організація Північноатлантичного договору (НАТО)	Безпека; регіональний колективний захист; плюралістична спільнота безпеки	30
	1992	Європейський Союз	Багатоцільовий характер; плюралістична спільнота безпеки	27
	1995	Організація з безпеки і співробітництва в Європі (ОБСЄ)	Багатоцільовий характер; регіональна кооперована безпека	57
Євразія	2001	Шанхайська організація співробітництва (ШОС)	Безпека; регіональна узгодженість	8
	2003	Організація договору про колективну безпеку (ОДКБ, Ташкентський договір)	Безпека; регіональна колективна безпека	6

Джерело: сформовано авторами на основі джерела [7]

«Європи різних швидкостей». Ядром ЄС можна вважати Європейський економічний та валютний союз (ЄЕВС), навколо якого планується проводити фундаментальні реформи засад функціонування альянсу на шляху до становлення «повноцінного» економічного альянсу та подолання наслідків двох останніх кризових станів. Останні роки виявились дуже складними для ЄЕВС, адже мали місце боргова криза, якої зазнали Ірландія, Португалія й особливо Греція; ефект Брекзит. Ці та інші події дають підстави євроскептикам говорити про колапс усієї системи євроінтеграції. Незважаючи на це, продовжують здійснюватися спроби реформувати архітектуру ЄЕВС (перший етап реформ завершився у 2015 р., другий етап – так званий «Звіт п'яти президентів» – запланований на 2015–2025 рр.). У новому тисячолітті виділяють кілька етапів реформування структури об'єднання (які традиційно подаються у стилістиці версій програмного продукту):

- ЄЕВС 1.0 – власне валютний союз;
- ЄЕВС 2.0 – банківський союз;
- ЄЕВС 3.0 – фінансовий та економічний союз (на етапі становлення) [9; 10].

Однак категорія безпеки починає також відігравати все більшу роль. Серед ключових сучасних факторів, що підвищують чутливість ЄС до загроз безпеці, можна виділити:

- 1) близькість до нових центрів загроз, які генерують та експортують їх;
- 2) сусідство з Близьким Сходом і породжені цим ризики тероризму;
- 3) значно вищий рівень достатку держав ЄС порівняно із сусідніми державами.

Цілісна європейська стратегія безпеки «Безпечна Європа в кращому світі» [11] вперше була розроблена та прийнята у 2003 р. Відповідно до неї головними проблемами безпеки в Європі називались:

- розвиток технологій балістичних ракет та зброї масового знищення;
- новий тероризм;
- слабкі держави та організована злочинність.

Стратегія була замінена у 2016 р. Глобальною стратегією Європейського Союзу (повна назва – Глобальна стратегія зовнішньої політики та політики безпеки Європейського Союзу) [12], у якій питання безпеки розкрито більш повною мірою та у прив'язці до зовнішньополітичних цілей з виділенням таких пріоритетів.

1) Безпека ЄС з акцентом на тероризмі, гібридних загрозах, економічній нестабільності, змінах клімату та енергетичній незахищеності, а також наміром інтенсифікувати зусилля з питань оборони, кіберзахисту, контртероризму, енергетики та стратегічних комунікацій насамперед із НАТО.

2) Стабільність на Сході та Півдні, що передбачає розширення фінансування Європейської політики сусідства у географічних векторах до Центральної Азії та Центральної Африки; розроблення ефективнішої міграційної політики для Європи та її партнерів.

3) Комплексний підхід до врегулювання конфліктів та криз, тобто послідовне використання всіх політик, які є в розпорядженні ЄС на всіх етапах конфліктного циклу з урахуванням локального, національного, регіонального та глобального аспектів, які необхідно вирішити.

4) Коопераційні регіональні порядки, тобто стимулювання добровільних форм регіонального врегулювання заради кращого керування питаннями безпеки, наслідками економічних вигід

глобалізації, а також більш повного вираження власної культури та ідентичності.

5) Глобальне врегулювання як орієнтир на XXI століття, за якого ЄС буде прагнути до глобального порядку, заснованого на міжнародному праві, що забезпечує права людини, стійкий розвиток та тривалий доступ до глобальних благ. ЄС буде прагнути до сильної ООН, яка є основою багатостороннього порядку, заснованого на нормах, і розроблятиме глобально узгоджені реакції спільно з міжнародними та регіональними організаціями, державами та недержавними суб'єктами [12].

Проте багато хто відзначає, що сьогодні загальна політика безпеки Європейського Союзу існує лише як гарна назва без ефективного наповнення [13]. Реалізація цілі та оперативних планів Стратегії безпеки пов'язана з багатьма перешкодами, насамперед пов'язаними з відсутністю консенсусу та диверсифікованими загрозами для різних частин ЄС. Так, наприклад, питання надмірної міграції породжує зовсім інші проблеми в Південній Європі та скандинавських державах, що не дає змогу комплексно підходити до їх вирішення. Аналогічно протистояння між Україною та Росією для Заходу ЄС є здебільшого питанням «статусності» в геополітичному протистоянні, тоді як для Сходу ЄС ця загроза поширення військового конфлікту візуалізується як нагальна й реальна небезпека територіальної цілісності.

Іншими словами, як не можна говорити про європейську політичну та економічну ідентичність, так неможливо констатувати наявність європейської ідентичності безпеки. Зазначена диверсифікація тільки розширюється. Різна природа криз безпеки та їх поляриність у Європейському Союзі стали одними з ключових факторів Брекзиту. Незважаючи на те, що офіційно оголошені політичні та економічні причини останнього, насправді вихід Великої Британії слід розглядати як похідну проблеми безпеки.

Як уже зазначалось раніше, основною загрозою безпеки на Європейському континенті продовжує залишатись протистояння між умовними Західними та Східними соціально-економічними системами, що триває фактично від завершення Другої світової війни, а на першому етапі виражалось у протистоянні між НАТО та Організацією варшавського договору. Задля врегулювання цих суперечностей ще у 1973 р. була створена Організація з безпеки і співробітництва в Європі (ОБСЄ). Проте, як підсумовує у своєму спеціалізованому дослідженні О. Коломієць, аналіз участі ОБСЄ у врегулюванні локальних конфліктів і новітніх викликів безпеці у постбіполярній Європі не дає змоги говорити про належну ефективність організації в системі регіональної безпеки. Під час врегулювання криз і конфліктів регулярно проявлялись розбіжності щодо ролі ОБСЄ в системі європейської регіональної безпеки, координації її дій з ООН, НАТО та ЄС. Внаслідок цього організація виконувала вторинні функції післявоєнного врегулювання локальних конфліктів на теренах Грузії, Боснії та Герцеговини, Косово, а тепер і України [14; 15].

Висновки і пропозиції. Економічні та політичні події останнього десятиліття ознаменували певний реванш дезінтеграційних процесів у глобальному суспільстві та зумовили підвищення актуальності як теоретичних дискурсів, так і практичних заходів у сфері регіональної безпеки. Події в Україні після 2013 р. яскраво продемонстрували, що система регіональної безпеки в Європі (як і глобальна безпека) є ненадійною та неефективною, поставивши під сумнів подальший сталий розвиток на континенті. Нова гонка озброєнь та загострення економічних конфліктів несуть у собі загрозу розпалювання міжцивілізаційних

мілітаристських протистоянь та потребують інтенсифікації зусиль світової спільноти у сфері глобального врядування, включаючи як урядові, так і неурядові суб'єкти впливу.

Література:

1. Lake D., Morgan P. Regional orders: Building security in a new world. Penn State Press, 2010.
2. Adler E., Barnett M., Smith S., eds. Security communities. Vol. 62. Cambridge University Press, 1998.
3. Solingen E. Regional orders at century's dawn: global and domestic influences on grand strategy. Vol. 77. Princeton University Press, 1998.
4. Lemke D. Regions of war and peace. Vol. 80. Cambridge University Press, 2002.
5. Buzan B. et al. Regions and powers: the structure of international security. Vol. 91. Cambridge University Press, 2003.
6. Katzenstein P. A world of regions: Asia and Europe in the American imperium. Cornell University Press, 2015.
7. Börzel T., Risse T., eds. The Oxford handbook of comparative regionalism. Oxford University Press, 2016.
8. Bolaños B.A. A Step Further in the Theory of Regional Integration: A Look at the Unasur's Integration Strategy. Rochester, NY : Social Science Research Network, 2016. URL: <https://ssrn.com/abstract=2780799> (дата звернення: 15.03.2020).
9. Лизун М. Глобальні виклики регіональної валютної інтеграції : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2017. 426 с.
10. Ліщинський І. Полюси та осі розвитку в контексті глобалізаційних процесів : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2019. 364 с.
11. European Security Strategy – a secure Europe in a better world. 2003. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/documents-publications/publications/european-security-strategy-secure-europe-better-world> (дата звернення: 12.03.2020).
12. Global Strategy for the European Union's Foreign and Security Policy. 2016. URL: http://eeas.europa.eu/archives/docs/top_stories/pdf/eugs_review_web.pdf (дата звернення: 11.03.2020).
13. Adami A. et al. The Future of the Security in Europe: From European Union to Regional Complexes. *Proceedings of International Academic Conferences*. – International Institute of Social and Economic Sciences. 2017. DOI: 10.20472/IAC.2017.034.002.
14. Коломієць О. Імперативи реформування ОБСЄ як чинник стабілізації системи європейської безпеки. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2019. № 2(12). С. 102–117.
15. Лизун М., Ліщинський І. Глобальне управління в контексті формування світового економічного порядку. *Наука молода*. 2013. Вип. 20. С. 40–46.

References:

1. Lake, D., Morgan, P. (2010) Regional orders: Building security in a new world. Penn State Press.
2. Adler, E., Barnett, M., and Smith, S., eds. (1998) Security communities. Vol. 62. Cambridge University Press.
3. Solingen, E. (1998) Regional orders at century's dawn: global and domestic influences on grand strategy. Vol. 77. Princeton University Press.
4. Lemke, D. (2002) Regions of war and peace. Vol. 80. Cambridge University Press.
5. Buzan, B. et al. (2003) Regions and powers: the structure of international security. Vol. 91. Cambridge University Press.
6. Katzenstein, P. (2015) A world of regions: Asia and Europe in the American imperium. Cornell University Press.
7. Börzel, T., Risse T., eds. (2016) The Oxford handbook of comparative regionalism. Oxford University Press.
8. Bolaños, B.A. (2016) A Step Further in the Theory of Regional Integration: A Look at the Unasur's Integration Strategy. Rochester, NY: Social Science Research Network. Retrieved from: <https://ssrn.com/abstract=2780799> (accessed 15 March 2020).
9. Lyzun, M. (2017) Hlobalni vyklyky rehionalnoi valiutnoi intehratsii: monohrafiia [Global challenges of regional monetary integration: a monograph]. Ternopil: Ekonomichna dumka, 2017. 426 p. (in Ukrainian)
10. Lishchynskyy, I. Poliusy ta osi rozvytku v konteksti hlobalizatsiynykh protsesiv: monohrafiia [Poles and axes of development in the context of globalization processes: monograph] Ternopil: TNEU, 2019. 364 p. (in Ukrainian)
11. European Security Strategy – a secure Europe in a better world (2003) Retrieved from: <https://www.consilium.europa.eu/en/documents-publications/publications/european-security-strategy-secure-europe-better-world> (accessed 12 March 2020).
12. Global Strategy for the European Union's Foreign and Security Policy (2016) Retrieved from: http://eeas.europa.eu/archives/docs/top_stories/pdf/eugs_review_web.pdf (accessed 11 March 2020).
13. Adami A. et al. (2017) The Future of the Security in Europe: From European Union to Regional Complexes. *Proceedings of International Academic Conferences*. – International Institute of Social and Economic Sciences, DOI: 10.20472/IAC.2017.034.002.
14. Kolomiets, O. (2019) Imperatyvy reformuvannya OBSYE yak chynnyk stabilizatsiyi systemy yevropeiskoyi bezpeky [The imperatives of reforming the OSCE as a factor in stabilizing the European security system] Retrieved from: <http://doi.org/10.5281/zenodo.167269>.
15. Lyzun, M., Lishchynskyy, I. (2013) Hlobalne upravlinnya v konteksti formuvannya svitovoho ekonomichnoho poriadku [Global governance in the context of the formation of the world economic order]. Nauka moloda. 2013. Issue 20. (in Ukrainian)

Аннотация. В статье рассмотрены основные вехи эволюции термина «региональная безопасность» и диапазон его современных значений. Приведены различные типы структур управления региональной безопасностью с выделением регионального баланса сил и ad hoc (неформальных) альянсов, региональной согласованности, региональной кооперативной безопасности, региональной коллективной защиты, региональной коллективной безопасности, плюралистического сообщества безопасности. Сделан акцент на том, что интеграция не всегда подразумевает наличие солидарности между участниками альянса. Систематизированы рамочные геополитические блоки в Европе. Приведены ключевые организации управления региональной безопасностью на территории Европы, такие как Организация Североатлантического договора, Европейский Союз, Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе, Шанхайская организация сотрудничества, Организация договора о коллективной безопасности. Рассмотрены базовые стратегические документы в сфере европейской безопасности. Проанализированы основные угрозы региональной безопасности в Европе.

Ключевые слова: региональная безопасность, мировой порядок, региональный порядок, европейская интеграция, дезинтеграционные процессы, стратегия безопасности.

Summary. The paper reveals the main milestones in the evolution of the term “regional security” and the range of its modern meanings. Different types of regional security governance structures are considered, including: regional balance of power and informal alliances, regional concert, regional cooperative security, regional collective defense, regional collective security, and a pluralistic security community. It is emphasized that integration does not always mean solidarity between members of the alliance. Basic geopolitical blocs in Europe are systematized. The key organizations of regional security management in Europe are listed: the North Atlantic Treaty Organization, the European Union, the Organization for Security and Cooperation in Europe, the Shanghai Cooperation Organization, and the Collective Security Treaty Organization. The main strategic documents in the field of European security are considered with a focus on future targets: EU security (emphasizing terrorism, hybrid threats, economic instability, and climate change and energy insecurity); stability in the East and South; integrated approach to conflict and crisis management; cooperative regional orders; global governance as a benchmark for the 21st century. The main threats to regional security in Europe are analyzed: proximity to new centers that generate and export threats; neighborhood with the Middle East, resulting risks of terrorism; significantly higher level of prosperity of EU countries compared to neighboring countries. It is noted that general security policy of the European Union exists in a large scale only as a good name without effective content. The implementation of the goal and operational plans of the Security Strategy is associated with many obstacles, primarily related to the lack of consensus and diversified threats to different parts of the EU. The issue of excessive migration raises completely different problems in Southern Europe and the Scandinavian countries, which does not allow for a comprehensive approach to solving them. Similarly, the confrontation between Ukraine and Russia for the EU West is largely a matter of “status” in the geopolitical confrontation, while for the EU East this threat of military conflict is visualized as an urgent and real risk of territorial integrity.

Keywords: regional security, world order, regional order, European integration, disintegration processes, security strategy.

*Іринчина І.Б.**к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу,
ВДНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»**Irynychyna Inna**Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman**ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3389-7726>*

НАПРЯМИ ЯКІСНОГО ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ З ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

AREAS OF QUALITATIVE GLOBAL DEVELOPMENT OF THE HEALTHCARE SERVICES MARKET

Анотація. У статті визначено перспективи, перепони та мотиватори глобалізаційних процесів на ринку послуг з охорони здоров'я. Встановлено, що геоекономічна ситуація на ринку медичних послуг характеризується ускладненою комунікацією держав, тому запропоновано як ефективний інструмент колаборацію фахівців та діджиталізацію. Охарактеризовано напрями якісного глобального розвитку ринку послуг з охорони здоров'я як результат колаборації економістів з медичною спільнотою у рамках ISPOR. В умовах асиметричного розвитку глобального ринку здоров'я встановлено, що медичний бізнес – це професіоналізм лікарів, помножений на чітке фінансово-економічне планування та наявні ресурси. Доведено, що цифрова технологізація є дієвим інструментом оптимізації інтеграційних процесів у галузі медицини та технологією ефективної взаємодії Урядів, закладів охорони здоров'я, фармацевтичного бізнесу, страхового бізнесу та споживачів послуг охорони здоров'я.

Ключові слова: глобалізація, державний бюджет, колаборація, національні системи охорони здоров'я, послуги охорони здоров'я, робоча сила, світове господарство, телемедицина, управління медичним бізнесом, цифрова трансформація.

Постановка проблеми. Чи слід говорити про глобальний розвиток за умов, коли необхідність відповідальності за добробут національного господарства поза задекларованою державами – суб'єктами світового господарства політикою лібералізації відчула на власному досвіді фактично кожна держава? Світ перебуває у кризі комунікацій. В умовах перевищення пропозиції над купівельно-спроможним попитом конфлікт інтересів на світових ринках товарів та послуг неминучий. Проблема глобального розвитку посилюється протиріччями в рамках взаємовідносин усталених торговельних партнерств. Країни Європейського Союзу, Північної Америки, колишньої СНД, США, Китай і багато інших прикладів геоекономічних та геополітичних непорозумінь є загрозами структурних трансформацій у глобальному співтоваристві. Проте глобальні протиріччя потребують узгодження, а не ігнорування, адже кожна держава у світовій економіці потребує певної необхідної части-

ни прибутку, який стає джерелом добробуту нації. Так, понад 50% добробуту України залежить від зовнішньоторговельної та зовнішньоекономічної діяльності її резидентів. Є сфери національного господарства, в ефективному інтеграційному розвитку яких зацікавлена кожна країна.

В умовах постійної зміни та ускладнення глобальних загроз першорядними постають загрози у сфері охорони здоров'я. Виникає потреба винайдення шляхів оптимізації якісних та кількісних показників розвитку інтеграційних процесів національних систем охорони здоров'я, адже незалежно від рівня розвитку національних економік (економічний, фінансовий, інноваційний, технологічний, цифровий) єдиним для всіх є високий рівень актуальності підвищення якісних та кількісних показників здоров'я населення. Зокрема, глобального масштабу набуває проблематика економічної та екологічної сталості. Екологічна система Землі переживає значне навантаження внаслідок індустріального розвитку держав світового господарства. Динаміка інноваційного розвитку світового господарства призвела до небезпечного, самовпевненого ставлення не тільки до екосистеми, але й до людського здоров'я. Маркетингові технології, значні успіхи систем охорони здоров'я держав призвели до того, що світ перебуває у стані самозаспокоєння, і це дійсно небезпечно. Зростаюча опірність, зокрема, антибіотикам може призвести до краху перевантаженої системи охорони здоров'я держав в умовах обмеженості бюджетних коштів. Тісні зв'язки між національними господарствами в процесі міжнародних торгово-економічних взаємовідносин дають змогу пандемії легко поширюватися, тому пошук напрямів інтенсифікації глобального розвитку ринку послуг з охорони здоров'я є, на наше переконання, логічним та безальтернативним способом використання конкурентних переваг суб'єктів у галузі медицини держав світового господарства задля як ефективного розвитку якісних та кількісних показників людських ресурсів, так і раціонального використання бюджетних коштів держав.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У контексті зазначених тенденцій інтенсифікації розвитку світового ринку послуг з охорони здоров'я в умовах асиметрії глобальної економіки показовими є праці видатних зарубіжних і вітчизняних учених, зокрема роботи О.Г. Білоруса, Д.І. Дмитрієвського, Т.М. Думенко,

О.А. Галенко, Б.П. Громова, О.М. Заліської, І.А. Зупанця, І.Б. Іринчиної, Д.Г. Лук'яненка, З.М. Мнушко, А.С. Немченко, В.М. Толочка, О.Б. Пінняк, А.М. Поручника, О.В. Посилкіної, В.В. Трохимчука, Т.М. Циганкової, О.М. Яценко.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на всебічну увагу, приділену сфері здоров'я, численні дослідження й публікації, спрямовані на пошук шляхів раціонального формування національних ринків здоров'я, вони проводилися переважно фахівцями у галузі медицини задля підвищення якісних і кількісних показників здоров'я населення, а окремо економістами задля оптимізації бюджетних витрат держав. Колаборація науковців і практиків зі сфер економіки та охорони здоров'я актуалізується тільки на сучасному етапі. Отже, представлене дослідження напрямів якісного глобального розвитку ринку послуг з охорони здоров'я є спробою пошуку інструментів раціональної взаємодії національних систем охорони здоров'я в межах глобального господарства за допомогою економічних методів науково-практичного пошуку за підсумками колаборації з медичною спільнотою у рамках ISPOR (International Society Pharmacoeconomic and outcome Research).

Мета статті. Головною метою роботи є характеристика умов функціонування світового та національного ринків послуг з охорони здоров'я з огляду на тренди глобального розвитку світогосподарської системи, обґрунтування напрямів якісного інноваційного глобального розвитку ринку послуг з охорони здоров'я.

Виклад основного матеріалу. Важливим є визначення напрямів узгодження вигід міжнародного інтеграційного процесу систем охорони здоров'я держав перш за все як ключового фактору підвищення ефективності національного економічного розвитку, для чого доречним є визначення загроз та переваг взаємодії держав та їх бізнес-суб'єктів у межах світової господарської системи.

Найбільш ймовірною із глобальних загроз у короткостроковій перспективі експерти вважають економічне протистояння найбільших держав [1]. Про це заявили 91% опитаних. На другому місці опинилося руйнування багатосторонніх торговельних угод і правил (88%), на третьому – політична конфронтація між найбільшими державами (85%). У список найбільш ймовірних загроз потрапили також кібератаки, поширення фейкових новин і втрата довіри до колективних договорів безпеки [1].

До 2050 року світ стане помешканням для 9,7 млрд. людей, що створить безпрецедентне навантаження на ресурси охорони здоров'я. Глобальні видатки на сектор зростуть майже втричі: з 921 трлн. дол. у 2014 році до 2424 трлн. дол. у 2040 році [1]. Забезпечення позитивних значень показників розвитку здоров'я населення в умовах дефіциту бюджету – це справжній челендж. Перш за все це справа пріоритетів та соціальної відповідальності усіх суб'єктів ринку медичних послуг, а саме споживача, медичних установ, фармацевтичного бізнесу, держави, страхового бізнесу. Це той випадок, коли пошук консенсусу лежить у площині економічної ефективності, а саме колаборації фахівців зі сфер охорони здоров'я та міжнародної економіки, як запорука ефективного взаємного обміну конкурентним досвідом та успішного вирішення все нових і нових викликів здоровій життєдіяльності людини.

Важливим є виокремлення перспектив, перепон та мотиваторів глобалізаційних процесів саме на ринку послуг з охорони здоров'я. Всі вони, як показало дослідження, перебувають у площині конфлікту національних інтересів, надзвичайно різних за розвитком медичних послуг та наповненістю державних бюджетів країн і глобальних викликів, що є загрозою

здоров'ю людини [2]. Перспективи та мотиватори обумовлені, по-перше, складністю (фінансовою, науково-технічною, професійною) вирішення все більшої кількості хворіб окремо однією державою, а по-друге, міграцією населення планети, що обумовлює поширення пандемії. Все це спонукає держави до пошуку консенсусу та руху щодо формування глобального ринку медичних послуг. Основною перепорою на шляху глобальних перетворень є складність врегулювання прибутків, що формуватимуться у глобальному просторі медичних послуг, як уже демонструє практика телемедицини, де для вирішення проблем акумулюються зусилля багатьох професіоналів з різних держав. Яка ж частка прибутку чия в умовах глобального ринку медичних послуг?

Створення нових глобальних проєктів за залучення суб'єктів світового ринку медичних послуг є необхідною вимогою адаптації до динамічних змін, отже, необхідною складовою частиною конкурентоспроможності результату. Щоби витримувати навантаження постійних змін, медичний бізнес має змінюватися дуже швидко й розуміти, що цей процес безупинний, попри традиційно-консервативну сутність медичної спеціалізації фахівців як такої. Для дослідження нами вибрана одна з провідних сфер світової економічної системи як за показниками інноваційного розвитку, так і за стратегічним значенням для існування всіх інших сфер економіки. В Україні ця сфера має назву системи охорони здоров'я. У провідних країнах Західної та Північної Європи, США її називають економікою здоров'я («Health economy»), «Health care»), «Health Police») [1]. Суб'єктами економіки здоров'я є фармацевтичний бізнес; медичні установи, які є локацією для надання медичних послуг; страховий бізнес; держава в особі компетентних органів регулювання системи охорони здоров'я; споживач медичних товарів та послуг (робоча сила, населення).

У сучасному світовому господарстві ви можете купувати, не відходячи від комп'ютера, проте в разі проблем із здоров'ям доводиться йти до лікаря. Технологізація охоплює всі сфери діяльності, але досі погано працює у секторі медицини. Так, на думку виконавчого віце-президента «Apollo Hospitals Enterprise» Шобани Камінени, майбутнє медицини – це мобільний телефон, який здатний контролювати артеріальний тиск чи рівень цукру в крові. Це лише один із численних прикладів технологізації сфери охорони здоров'я. Отже, експерти вважають, що велику роль у майбутньому системи охорони здоров'я, як і в більшості інших галузей, відіграватимуть штучний інтелект, цифрова трансформація, діджиталізація. Саме технологізація є дієвим інструментом оптимізації інтеграційних процесів у галузі медицини як інструмент ефективної взаємодії урядів в особі «making decision», закладів охорони здоров'я, фармацевтичного бізнесу, страхового бізнесу та споживачів послуг охорони здоров'я, що формуватиме єдиний глобальний простір ринку послуг з охорони здоров'я та сприятиме як вирішенню, так і запобіганню проблем щодо якості здоров'я людини. Вирішити це питання допоможе технологізація, що є як завданням, так й інструментом інтеграції медичного бізнесу, а також об'єднання зусиль національних систем охорони здоров'я, тобто інтеграція національних ринків медичних послуг, важливість чого з різною швидкістю, проте усвідомлюють уряди країн світової економічної системи.

Галузь медицини – це одна з галузей, яку нові технології змінюють найпомітніше. Кожен із суб'єктів-інноваторів намагається зробити внесок у вдосконалення забезпечення розвитку ринку медичних послуг, адже сприяння розвитку якісних та

кількісних характеристик життєдіяльності людини є метою, бажанням і відповідальністю кожного гравця ринку.

Фармакоекономіка – це економічна оцінка фармацевтичних та біоінженерних продуктів, коли вимірюють та порівнюють результати лікування та затрати, інтерпретують їх під час прийняття рішень [4]. Це є досить новою науковою галуззю, створеною як симбіоз економіки та фармації в умовах безупинного розширення світового фармацевтичного ринку та актуалізації як проблематики пошуку оптимальних технологій лікування, так і необхідності раціонального використання бюджетних коштів держав.

Яскравим прикладом усвідомлення та роботи з проблематику фондації та ефективного функціонування економік здоров'я в особі всіх дотичних фахівців до національних систем охорони здоров'я є заснована у 1995 році Міжнародна співдружність фармакоекономічних досліджень (The International Society for Pharmacoeconomics and Outcomes Research, ISPOR). ISPOR є лідером, що акумулює науковців і практиків для пошуку оптимальних моделей прийняття рішень у сфері здоров'я країн Глобальної співдружності [2].

Доцільно відштовхуватися у дослідженні від загальнови-знаних суб'єктів світового господарства компетентних джерел, зокрема COT, у рамках роботи якої сформовано перелік послуг за секторами (перелік W/120), що є класифікацією послуг за секторами та колаборацією, створеною в рамках Генеральної угоди з торгівлею послугами в липні 1991 року як результат Уругвайських переговорів. Згідно з цією класифікацією виділяють такі сектори [3]:

- 1) бізнес та професійні послуги (бухгалтерські послуги; послуги у сфері реклами; послуги в архітектурі та інженерії; комп'ютерні та суміжні послуги; юридичні послуги);
- 2) послуги зв'язку (аудіовізуальні; поштові та кур'єрські перевезення, послуги експрес-пошти; телекомунікаційні);
- 3) конструкторські та суміжні послуги;
- 4) послуги з дистрибуції;
- 5) освітні послуги;
- 6) послуги з поставки та генерування електроенергії;
- 7) послуги з охорони навколишнього середовища;
- 8) фінансові послуги;
- 9) послуги з охорони здоров'я та соціальної допомоги;
- 10) туристичні послуги;
- 11) транспортні послуги (авіа-, авто- та морські перевезення, допоміжні послуги).

Послуги з охорони здоров'я та соціальні послуги (9) включають лікарняні послуги (послуги з охорони здоров'я, що надаються під наглядом лікарів), інші послуги з охорони здоров'я (наприклад, послуги швидкої допомоги та інших медичних установ), соціальні послуги та «інші» медичні та соціальні послуги. Вони не включають стоматологічні послуги, ветеринарні послуги та послуги, що надаються медсестрами, акушерами та іншими особами, які згруповані окремо під категорією «професійні послуги».

Послуги з охорони здоров'я є одними з найменш відпрацьованих у рамках COT. Менше 50 членів COT (27 країн ЄС виступають як один член) взяли на себе зобов'язання в одній з чотирьох медичних послуг; більшість зобов'язань стосується послуг ліка-рень. Рівень зобов'язань у секторі професійних послуг, пов'язаних з охороною здоров'я, також залишається низьким [3].

Вплив торгівлі на систему охорони здоров'я в певній країні може значно різнитися залежно від способу надання послуг, структури внутрішнього ринку медичних послуг та адекватності нормативно-правової бази та політик країни. Водночас торгівля медичними послугами може створювати можливості та мати низку переваг не тільки для ділових партнерів, що беруть участь у торгівлі, але й для населення загалом. Однак він потенційно може викликати збитки та інші негативні наслідки, тому сьогодні існує загальна тенденція до захисту внутрішнього ринку від імпорту медичних послуг, що потенційно може стати особливо небезпечним для сектору охорони здоров'я.

Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС) надає країнам гнучкість в управлінні торгівлею медичними послугами таким чином, щоб вона відповідала національним цілям політики в галузі охорони здоров'я. Країни можуть дотримуватися зобов'язань лише в деяких секторах та можуть встановлювати обмеження, необхідні для вирішення різних політичних та соціальних проблем. Незважаючи на те, що зобов'язання є юридично обов'язковими гарантіями, уряди можуть змінювати їх або відмовлятися від їх дотримання за умови компенсації через три роки після набуття ними чинності. Уряди, звичайно, користуються можливістю приймати нормативні акти, необхідні для досягнення цілей внутрішньої політики [2].

Сьогодні зростає кількість країн, які конкурують за першість в експорті медичних послуг. Зокрема, феномен оздоровчого туризму («health tourism») стає привабливим для іноземних пацієнтів, особливо в країнах, які розвиваються, але мають

Таблиця 1

Класифікація медичних послуг за режимом їх надання

Режим	Медичні послуги	Допоміжні послуги, торгівля яких здійснюється за режимом
Режим 1 «Транскордонне постачання»	Телемедицина	Освітні послуги та тренінги у сфері охорони здоров'я, що надаються дистанційно; дослідження у сфері охорони здоров'я та введення статистики; медичне страхування.
Режим 2 «Споживання за кордоном»	Оздоровчий туризм; лікарняна допомога пенсіонерам з постійним проживанням; надання медичних послуг експатріантам та іноземцям в разі нещасних випадків	Будь-які послуги для забезпечення оздоровчого туризму (наприклад, транспортування, готельні та ресторани послуги); освітні послуги іноземцям на території країни.
Режим 3 «Комерційна присутність»	Створення партнерства чи придбання ліка-рень (наприклад, через капітальні інвести-цій, надання технологій)	Надання освітніх послуг, які фінансуються з-за кордону; проведення профінансованого з-за кордону дослідження у сфері охорони здоров'я.
Режим 4 «Присутність фізичних осіб»	Переміщення лікарів та медичного пер-соналу для надання медичних послуг на комерційній основі	Переміщення лікарів та медичного персоналу для надання інших послуг (наприклад, для проведення на-вчання та тренінгів).

Джерело: [2]

достатній рівень надання медичних послуг. Все більше й більше країн (наприклад Коста-Ріка, Індія, Таїланд та країни Південної Африки) пропонують послуги з хірургії, стоматології та цілі оздоровчі туристичні пакети. Медичний туризм отримав велике освітлення у ЗМІ.

Проте торгівля медичними послугами не обмежується транскордонним переміщенням пацієнтів (тобто режимом 2). Це лише один з чотирьох можливих способів надання послуг, визначених Генеральною угодою про торгівлю послугами (ГАТС). Медичні послуги можуть бути надані в інші способи. Наприклад, тимчасове переміщення медичних працівників для надання послуг через кордон (режим 4, наприклад, транскордонне переміщення лікарів та медсестер), створення організації на території іноземної країни (режим 3, наприклад, відкриття за кордоном філії клініки), а надання медичних послуг через засоби теле- та відеозв'язку (режим 1, наприклад, телемедицина).

З розвитком телемедицини (медичні послуги, що надаються через телекомунікації), транскордонне постачання послуг (режим 1) набуває все більшого значення. Можливість надання певних медичних послуг на відстані та через державні кордони тісно пов'язана з появою комунікаційних технологій. Незважаючи на те, що телекомунікаційні технології були значною мірою відомі більше 25 років тому, тепер вони можуть бути використані для заміни лікаря чи комплектації медичної бригади для надання медичних послуг. Між тим новизна надання медичних послуг таким чином викликала занепокоєння у багатьох членів СОТ. Так, наприклад, у сфері надання професійних медичних послуг та послуг стоматології існує близько 50 зобов'язань.

Деякі країни вбачають у режимі 2 (споживання послуг за кордоном) хороші можливості для економічного розвитку. Як і в інших секторах, зобов'язання в режимі 2, як правило, є досить ліберальними, оскільки більшість урядів має обмежені права щодо унеможливлення отримання споживачем лікування за кордоном. Цей режим є особливо вигідним для країн, що розвиваються, які мають конкурентні переваги через порівняну дешевизну надання медичних послуг чи спеціалізації на традиційній медицині. Щодо високорозвинених країн, то їх конкурентна перевага полягає в можливості надання своїм пацієнтам високотехнологічних послуг. Проте в обох випадках можливість надання медичних послуг за режимом 2 залежить від національного регулювання тієї країни, звідки приїжджає пацієнт. Іншими словами, країни, які хочуть залучати іноземних пацієнтів, будуть шукати поступок за режимом 2 з іншими країнами.

Більше половини всіх медичних, стоматологічних послуг і лікарняних послуг, наданих за режимом 2, не має обмежень. Це частково можна пояснити тим, що багато країн – членів СОТ розглядають режим 2 як вирішення проблеми дефіциту можливості надання медичних послуг на вітчизняному ринку. До того ж влада уряду щодо заборони виїзду громадян для отримання медичних послуг є обмеженою в будь-якому разі. Без додаткової підтримки з боку держави (наприклад, поширення медичного страхування на послуги, надані за кордоном) споживання за кордоном залишається варіантом лише для заможних пацієнтів.

Світова тенденція до збільшення приватного сектору у сфері охорони здоров'я та медичного страхування в деяких країнах супроводжується зростанням присутності іноземних інвестицій, зокрема у формі спільних підприємств. Зобов'язання в межах 3 режиму «Комерційна присутність» (іноземна компанія, яка створює дочірні компанії або філії для надання послуг в іншій країні) є хорошим варіантом для країн, які бажають заохочувати іноземні інвестиції в сектор охорони здоров'я. Понад 40

учасників СОТ зобов'язались регулювати надання послуг через цей режим шляхом впровадження певних обмежень, таких як оцінювання економічних потреб (тест з використанням економічних критеріїв для вирішення питання про те, чи є вихід фірми на іноземний ринок економічно обґрунтованим) та обмеження частки іноземного капіталу. Доречним є припущення, що ці зобов'язання переважно відповідають умовам статусу-кво, а не лібералізації доступу до ринку або наданню національного режиму. Крім того, варто відзначити, що приблизно 80 членів СОТ прийняли зобов'язання щодо доступу до ринку, пов'язані з іноземною комерційною присутністю компаній зі страхування здоров'я. Більшість таких зобов'язань складають часткові зобов'язання, що переважно вказують на обмеження кількості операторів або типів юридичних форм, які допускаються на ринок. Такі зобов'язання не є стимулюючими для іноземних страхових компаній [4, с. 113–115; 5].

Загалом зобов'язання за режимом 4 «Присутність фізичних осіб» залишаються обмеженими, як і в усіх інших секторах послуг. Якщо порівнювати з іншими режимами постачання послуг, то обсяг торгівлі за режимом «Присутність фізичних осіб» є досить незначною, становлячи від 1 до 2% від загального обсягу [5]. Цей режим охоплює фізичних осіб, які є постачальниками послуг (наприклад, незалежними професіоналами) або працюють на постачальника послуг і які є присутніми на території іншої країни – члена СОТ, щоб надавати свої послуги. Цей режим не стосується осіб, які шукають доступ на ринок праці у приймаючій країні, а також таких ситуацій, коли той, хто надає послуги, намагається отримати громадянство, місце проживання чи роботу на постійній основі.

Вимірювання торгівлі за режимом 4 є досить проблематичним. Сьогодні немає чіткої статистичної бази для оцінювання розміру торгівлі в режимі 4, навіть якщо концептуальна робота над цим питанням ведеться Групою статистики міжнародної торгівлі послугами СОТ. Елементи платіжного балансу «компенсація працівникам» та «грошові перекази працівників» часто використовуються як статистичні показники для вимірювання потоків 4 режиму. Проте вони забезпечують потоки доходів, що виникають внаслідок переміщення людей через кордони, отже, вони не є показниками торгівлі у режимі 4. До того ж якщо взяти показник «грошові перекази працівників», то складно підрахувати, яку частину складають саме перекази від працівників у сфері охорони здоров'я. Також слід зазначити, що підраховувати за цією статтею баланс не є доцільним, адже не кожен фахівець, який працює за кордоном, здійснює грошові перекази.

Країни-учасники узгодили зобов'язання за режимом 4 на горизонтальній основі, тобто зобов'язання за цим режимом є однаковими для всіх секторів. Зазвичай ці зобов'язання стосуються внутрішніх трансферів у компанії (наприклад, менеджерів та технічних спеціалістів, які перебувають на комерційній основі в приймаючій країні) та візитів бізнесменів (на короткочасній основі, які не працевлаштовані в приймаючій країні) [6].

Висновки і пропозиції. Сучасна геополітична та геоекономічна ситуація характеризується ускладненою комунікацією держав під час досягнення консенсусу в ході вирішення проблематики стабілізації світового господарства, яке увійшло в епоху хаосу. Актуалізується пошук інструментів попередження екологічних проблем, підходів до гармонізації соціального розвитку суспільства, трансформації національних систем охорони здоров'я в межах світового економічного розвитку. Ефективною технологією результативного вирішення проблем

стає колаборація фахівців різних сфер світового господарства. Долучення фахівців-економістів, міжнародників-економістів до національних систем охорони здоров'я оптимізує їх трансформацію в напрямі інтеграції у новий вимір глобальної економіки здоров'я. Жодна держава, жоден сектор глобального господарства не спроможні одноосібно вирішувати досягнутий рівень та масштаб проблематики, перш за все потребує упорядкування сектор охорони здоров'я як в окремо взятих державах, так і в глобальному вимірі, адже він покликаний гарантувати й забезпечувати всі галузі світового господарства продуктивною робочою силою.

В умовах хаотичного та асиметричного розвитку глобального господарського простору бізнес – це інтуїція, помножена на чітке планування та ресурси. Для медичного бізнесу формула набуває особливого змісту. Так, інтуїції на заміну приходять виявлені та чітко прораховані потреби споживача медичних послуг, або «unmet needs». Ресурсами є кваліфіковані медичні працівники різної спеціалізації та профіля діяльності, а також медичні товари та медичні технології, безперечно, планування й розподіл у межах регіону, держави, інтеграційного угруповування, глобального ринку здоров'я. Медичний бізнес, як і бізнес в інших сферах, потребує наявності конкурентного менеджменту та маркетингу. Проте, окрім фундаментальних економічних знань, в умовах специфіки сфери охорони здоров'я обов'язковою складовою частиною медичного бізнесу має бути корпоративна соціальна відповідальність.

Таким чином, встановлено, що велику роль у якісному глобальному розвитку системи охорони здоров'я відіграватимуть штучний інтелект, цифрова трансформація, діджиталізація. Вважаємо, що це дасть змогу оптимізувати обмін конкурентними технологіями, методами та інструментами надання медичних послуг між учасниками національних систем охорони здоров'я, раціонально розподіляти національні бюджети. Цифрова технологізація може стати дієвим інструментом оптимізації інтеграційних процесів у галузі медицини як інструмент ефектної взаємодії урядів в особі «making decision», закладів охорони здоров'я, фармацевтичного бізнесу, страхового бізнесу та споживачів послуг охорони здоров'я, що формуватиме єдиний глобальний простір ринку послуг з охорони здоров'я, а також сприятиме як вирішенню, так і запобіганню проблем із якістю здоров'я людини.

Література:

1. Експерти назвали глобальні загрози 2019 року, про які будуть говорити у Давосі. *Економічна правда*. 2019. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2019/01/17/644372/?utm_source=traqli&utm_medium=email&utm_campaign=357&utm_id=l6K1dSAqG1wBHB_mmzHRG51fkPKps6caGQjaGfcJ&fbclid=IwAR3XThYDosi5S0RBBRLIBkJubCoq5Y6yp3hejMb0hBnQvK4Es3SftVhawKQ (дата звернення: 12.03.2020).

2. Офіційний сайт ISPOR (International Social Pharmaceutical and Outcome Research). URL: https://www.ispor.org/conferences-education/conferences/upcoming-conferences/ispor-europe-2019/about/why-attend?utm_medium=email&utm_source=key+issues&utm_campaign=isor+europe+2019&utm_content=key+issues (дата звернення: 15.03.2020).
3. Офіційний сайт WTO URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/serv_sectors_e.htm (дата звернення: 14.03.2020).
4. Заліська О.М. Фармакоэкономика / за ред. Б.Л. Парновського. Львів : Афіша, 2007. 400 с.
5. Іринчина І.Б. Підвищення ефективності інновацій як фактор міжнародної конкурентоспроможності національного ринку фармацевтичної та біотехнологічної діяльності в Україні: проблеми розвитку та регулювання : збірник матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції (27 червня 2014 року). Київ : Наук. парк КНЕУ, 2014. С. 69–71.
6. Костюк Г.В., Коваленко А.В. Конкурентоспроможність фармацевтичної галузі України. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2547> (дата звернення: 28.03.2020).
7. Офіційний статистичний сайт України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 30.03.2020).
8. Міжнародний статистичний сайт. URL: <http://www.tradingeconomics.com> (дата звернення: 13.03.2020).

References:

1. Eksperti nazvali globalni zagrozi 2019 roky, pro yaki bydyt govorit u Davosi [Experts have named the global threats of 2019 that will be discussed in Davos.] // *Economic Truth* – 2019. – (Electronic journal), vol. 1, no. 17, pp 3. Available at: https://www.epravda.com.ua/news/2019/01/17/644372/?utm_source=traqli&utm_medium=email&utm_campaign=357&utm_id=l6K1dSAqG1wBHB_mmzHRG51fkPKps6caGQjaGfcJ&fbclid=IwAR3XThYDosi5S0RBBRLIBkJubCoq5Y6yp3hejMb0hBnQvK4Es3SftVhawKQ (accessed 12 March 2020).
2. ISPOR Oficiyniy Websait [ISPOR (International Social Pharmaceutical and Outcome Research) Official Website]. Available at: https://www.ispor.org/conferences-education/conferences/upcoming-conferences/ispor-europe-2019/about/why-attend?utm_medium=email&utm_source=key+issues&utm_campaign=isor+europe+2019&utm_content=key+issues (accessed 15 March 2020).
3. WTO Oficiyniy Websait [WTO Official Website]. Available at: https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/serv_sectors_e.htm (accessed 14 March 2020).
4. Zalisska O.M. Farmakoeconomika [Pharmacoeconomics] / ed. B.L. Parnovsky. – Lviv : Billboard, 2007. – 400 s.
5. Irinchina I.B. [Improving innovation efficiency as a factor of international competitiveness of the national pharmacy and biotechnology market] / *Entrepreneurial activity in Ukraine: development and regulation problems: Coll. materials VIII International. Sciences.-practice. conf.*; June 27. 2014. – K. : Sciences. KNEU Park, 2014, p. 69–71.
6. Kostyuk G.V., Kovalenko A.V. “Competitiveness of the Ukrainian pharmaceutical industry”. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2547> (accessed: 28 March 2020).
7. Official Statistical Site of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 30 March 2020).
8. International Statistical Site. Available at: <http://www.tradingeconomics.com> (accessed 13 March 2020).

Аннотация. В статье определены перспективы, препятствия и мотиваторы глобализационных процессов на рынке услуг по здравоохранению. Установлено, что геоэкономическая ситуация на рынке медицинских услуг характеризуется осложненной коммуникацией государств, поэтому предложено в качестве эффективного инструмента коллаборацию и диджитализацию. Охарактеризованы направления качественного глобального развития рынка услуг по здравоохранению как результат коллаборации экономистов с медицинским сообществом в рамках ISPOR. В условиях асимметрического развития глобального рынка здоровья установлено, что медицинский бизнес – это профессионализм докторов, умноженный на четкое финансово-экономическое планирование и существующие ресурсы. Доказано, что цифровая технологизация является действенным инструментом оптимизации интеграционных процессов в сфере медицины и технологией эффективного взаимодействия правительств, учреждений здравоохранения, фармацевтического бизнеса, страхового бизнеса и потребителей услуг здравоохранения.

Ключевые слова: глобализация, государственный бюджет, коллаборация, национальные системы здравоохранения, услуги здравоохранения, рабочая сила, мировое хозяйство, телемедицина, управление медицинским бизнесом, цифровая трансформация.

Summary. The purpose of the scientific and practical research is to characterize the conditions of functioning of the world and national markets of health services due to the trends of global development of the World Economic System, and to substantiate the directions of qualitative innovative global development of the market of health services. First of all, it is important to identify the areas for harmonizing the benefits of the international integration process of health systems of countries, as a key factor in improving the effectiveness of national economic development. What is relevant is the identification of the threats and benefits of interaction between countries and their business entities within the World Economic System. Creation of new global projects, with the involvement of the global market of medical services is a necessary requirement to adapt to dynamic changes and a necessary component of competitive results. The study of the directions of the qualitative global development of the market for health protection services is an attempt to find tools for the rational interaction of national health systems within the framework of the Global Economy, using economic methods of scientific and practical search, based on the results of collaboration with the medical community in the framework of ISPOR (International Society Pharmacoeconomic and outcome Research). Collaboration of experts from different sectors of the world is an effective technology for solving problems effectively. We believe that artificial intelligence, digital transformation, and digitalization play a large role in the qualitative global development of the healthcare system. This will optimize the exchange of competitive technologies, methods and tools for the provision of medical services between participants in national health systems. Technologization is an effective tool for optimizing integration processes in the field of medicine as a tool for effective interaction between governments, as a decision maker, healthcare institutions, pharmaceutical business, insurance business and consumers of healthcare services.

Keywords: globalization, government budget, collaboration, national system of health care, health care service, human resource, World market TV medicine, management of medicine business, digital transformation.

Братусь Г.А.*к.е.н., доцент, заступник директора-декан,**Навчально-науковий інститут**менеджменту, економіки та фінансів**ПрАТ «ВНЗ» Міжрегіональна Академія управління персоналом***Bratus Hanna***PJSC "Higher Educational Institution**"Interregional Academy of Personnel Management"*

ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ФРАКТАЛЬНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ОБ'ЄКТАМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ISSUES OF THE FRACTAL MODEL FORMATION OF THE INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT

Анотація. У статті аргументовано актуальність створення дієвої системи управління інтелектуальною власністю на державному рівні. Визначено основні елементи процесу управління інтелектуальною діяльністю у вигляді відповідних методів, процедур та інструментарію на основі методології IDEFO. Обґрунтовано основні проблеми державного управління інтелектуальною власністю в Україні. Державне управління інтелектуальною власністю розглядається як регулятор процесу управління інтелектуальними активами. Запропоновано науковий підхід до формування фрактальної моделі управління інтелектуальною власністю, яка враховує агреговане просторове поле взаємовідносин, що виникають на ринку інтелектуальної власності між учасниками та об'єктами інтелектуальної діяльності, та створює можливість ідентифікувати ключові чинники впливу на процес формування та розвитку інтелектуальної діяльності на державному рівні.

Ключові слова: інтелектуальна власність, інтелектуальний продукт, процесно-орієнтований підхід, державне управління, система, концептуальний підхід, фрактальна модель.

Постановка проблеми. За останні п'ять років в економіці України спостерігається тенденція до перебудови сучасної економічної політики держави відповідно до умов євроінтеграції. Стратегічна мета держави полягає в підвищенні її конкурентоспроможності за рахунок збільшення частки наукоємної продукції. Для успішного впровадження в економіку держави інновацій велике значення має розвиток інформаційних технологій, які є драйвером зростання продуктивності праці, як наслідок, зниження витратосємності продукції, що випускається. Прогрес технологій та інновацій прямо пропорційно залежить від відносин, що пов'язані з управлінням інтелектуальною власністю та правами на інтелектуальну діяльність. Досвід розвинених економік свідчить про те, що країни досягли успіху в галузі інновацій за рахунок ефективної системи управління інтелектуальною власністю. Зараз відносини, що пов'язані з інтелектуальними продуктами в Україні, перебувають у недостатньо розвиненому стані.

Незважаючи на те, що за останні роки сучасною наукою накопичено значний досвід щодо формування механізму та системи управління інтелектуальною власністю у світі, перед Україною постає складне завдання щодо гармонізації законодавства та створення дієвої системи управління інтелектуальною власністю на національному рівні. Таким чином, побудова дієвої системи управління інтелектуальною власністю на рівні держави здатна забезпечити конкурентну перевагу Україні на ринку інновацій. Актуальність зазначених положень обумовила напрям наукового дослідження, його мету та завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань формування системи управління інтелектуальною власністю та державного регулювання об'єктів інтелектуальної власності є предметом активних наукових дискусій серед учених-економістів, серед яких слід виділити О.І. Васильєва, І.В. Венедіктова, В.О. Жарова, Н.С. Орлову, В.Д. Пархоменко, О.А. Підпригору, Р.О. Стефанчука, П.М. Цибульова. Узагальнення наявних наукових здобутків учених дає змогу зробити висновок про те, що, незважаючи на наявний широкий діапазон аналізу процесів управління об'єктами інтелектуальної власності, потребує подальшої доробки та апробації система управління об'єктами інтелектуальної власності, впровадження якої сприятиме ефективному розвитку національної інтелектуальної діяльності.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Головним завданням підвищення конкурентоздатності економіки та досягнення успіху України на інноваційному шляху її розвитку є формування ефективної моделі управління об'єктами інтелектуальної власності. З огляду на це актуалізуються питання дослідження процесу управління інтелектуальною діяльністю, державного управління інтелектуальною власністю та формування концептуальної моделі управління інтелектуальною власністю на державному рівні.

Мета статті. Головною метою роботи є дослідження питань державного управління інтелектуальною власністю, вивчення особливостей та обґрунтування фрактальної моделі управління об'єктами інтелектуальної власності.

Виклад основного матеріалу. Україна, визначаючи свій вектор подальшого економічного розвитку в сучасному

геоекономічному просторі у жорстких умовах ринкової економіки, наголосила на інноваційному шляху, який для нашої країни з огляду на її потенціал є не тільки реальним, але й фактично єдиним у сучасних умовах переходу розвинених країн світу від економіки індустріального типу. Забезпечення конкурентоздатності економіки та досягнення успіху Україною на інноваційному шляху її розвитку вже не є можливими без ґрунтового осмислення сучасного стану такого впливового чинника економіки, як інтелектуальна власність. Водночас економіку України вже неможливо уявити без надійної системи правової охорони інтелектуальної власності [5].

Розвиток та ефективне управління інтелектуальною діяльністю на сучасному етапі є необхідними умовами перспективного розвитку інноваційних підприємств. Стратегією розвитку науки та інновацій в Україні на період до 2020 року визначено завдання інноваційної політики, які полягають у створенні ефективної інноваційної системи та розвитку інститутів використання й правової охорони результатів досліджень та розробок, що мають пряме й безпосереднє відношення до сфери інтелектуальної власності [5].

Відповідно до національної стратегії розвитку сфери інтелектуальної власності в Україні на період до 2020 року [5] підвищення результативності інтелектуальної діяльності є можливим лише за наявності системи управління інтелектуальною власністю з єдиною для всіх учасників процесу ідеологією, регламентованим механізмом, чіткою структурою та формалізованим процесом. Саме тому питання організації інтелектуальної власності посідають особливе місце у плануванні заходів з інноваційного розвитку підприємств.

Беручи до уваги загальні вимоги процесно-орієнтованого підходу та вважаючи на методологію загальноприйнятого алгоритму процесу управління об'єктами інтелектуальної діяльності, на рис. 1 ми відобразили процес управління інтелектуальною діяльністю.

Запропонований підхід до процесу управління інтелектуальною діяльністю у вигляді відповідних методів, процедур та інструментарію з урахуванням вимог методології IDEF0 створює можливість підвищити відповідальність усіх учасників процесу управління інтелектуальною діяльністю та дає змогу

здійснити його реалізацію задля забезпечення більш ефективного перетворення результату інтелектуальної діяльності на об'єкт інтелектуальної власності.

Розгляд управління розвитком підприємства як процесу розроблення, прийняття та реалізації управлінських рішень визначає необхідність характеристики змісту етапів цього процесу за основними концепціями та напрямками управління, які можуть бути виділені згідно з його основними характеристиками.

Слід зазначити, що в процесі опису змісту етапів процесу управління інтелектуальною власністю слід визначити ключові елементи управління за рівнями абстрагування, такими як рівні концептуалізації, формалізації, операционалізації. В контексті цього запропонована формалізована модель процесу розроблення управлінських рішень, сутність та призначення якої полягають у пошуку керуючої функції, що забезпечує досягнення поставленої мети шляхом прийняття управлінського рішення щодо переведення об'єкта управління з фактичного стану в бажаний (цільовий) стан за ресурсних і фазових обмежень.

Результати проведених досліджень дають змогу констатувати, що виділення системи управління інтелектуальною діяльністю в рамках державного управління в самостійну функціональну підсистему управління дасть змогу максимізувати прибуток від її результату, підвищити імідж та інвестиційну привабливість і, як наслідок, зміцнити конкурентні переваги в умовах інноваційної економіки регіону або держави загалом.

Нині проблема формування системи управління інтелектуальною власністю в рамках державного управління, що активно й гнучко реагує на всі зміни, набула особливої актуальності, оскільки діюча система управління інтелектуальною власністю не відповідає сучасним вимогам інноваційної економіки й потребує необхідності розроблення тактики ефективного використання об'єктів інтелектуальної власності. Застосування сучасних механізмів управління інтелектуальною власністю забезпечить Україні високу віддачу від її використання.

В рамках становлення теорії державного управління інтелектуальною власністю в умовах переходу до нової європейської моделі слід погодитися з тим, що інтелектуальна власність виконує певну економічну функцію за однієї важливої умови: результат інтелектуальної діяльності має бути потрібний

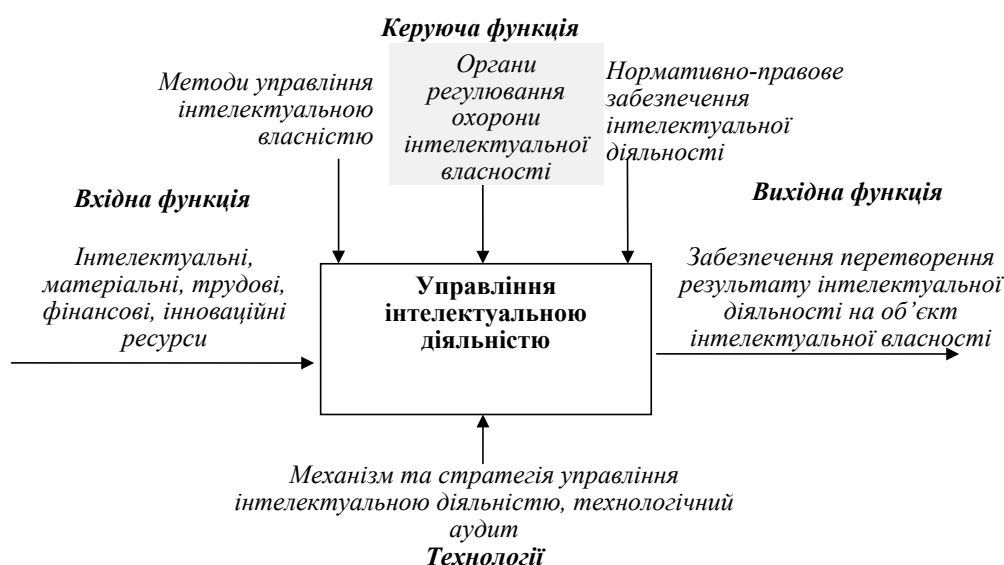


Рис. 1. Процес управління інтелектуальною діяльністю на основі нотації IDEF0

Джерело: розроблено автором

в суспільстві, в подальшому споживатися ним, тобто отримати властивість товару [3].

Відповідно до В.Р. Нерсесова, необхідність аналізу інтелектуальної власності викликана трансформацією державної системи. Завдяки стрімкому розвитку інформаційних технологій, зростанню ролі знань відбувається становлення державної системи нового типу, умовно іменованої «нова держава». Питання прав власності в «новій державі» набувають глибокого сенсу та змісту. Не можна уявити Україну на шляху переходу до нової, інформаційної щаблі розвитку без державного управління інтелектуальною власністю [6, с. 80].

Заслугує на увагу підхід, відповідно до якого під державним управлінням інтелектуальної власності розуміється «сукупність норм, відносин, механізмів і процесів формування та обігу продуктів інтелектуальної праці. В рамках державного управління відбувається відтворення інновацій, перетворення результатів інтелектуальної діяльності в об'єкти інтелектуальної власності, а його аналіз передбачає дослідження сфери управління інтелектуальною діяльністю та створення інтелектуального продукту, який виходить на перший план у інноваційній економіці України» [7, с. 75].

Фокусуючи увагу на тому, що під системою управління інтелектуальною власністю більшість науковців розуміє сукупність організованих в єдине ціле взаємозалежних об'єктів і ресурсів, призначених для управління комплексним цілеспрямованим процесом [2, с. 269], резюмуємо, що державне управління інтелектуальною власністю є регулятором процесу управління інтелектуальними активами (рис. 2).

Представлений на рис. 2 процес формування інтелектуального продукту є циклічним та безперервним, адже розроблення, набуття права власності, комерціалізація та трансфер об'єктів інтелектуальної власності складають тривалий і складний процес, що вимагає врахування результатів науково-технічної творчості та обмеження технологій з боку технічних, ринкових та соціальних факторів [8, с. 268]. Отже, стає очевидним, що результати інтелектуальної діяльності можуть бути не трансформованими в об'єкти інтелектуальної власності, а об'єкти інтелектуальної власності – не комерціалізованими в нематеріальні активи, проте наявність нематеріальних активів є обов'язковою умовою для створення інтелектуального продукту.

Нині забезпечення конкурентоспроможності наукоємного виробництва як усередині країни, так і на міжнародному рівні є можливим тільки за умови організації ефективної моделі управління інтелектуальною власністю. Ця система має забезпечувати безперервний процес генерування ідей, здатних приносити дохід, патентування та реалізацію цих ідей у конкретних інноваційних проєктах. З наведеного вище випливає, що для успішної реалізації інноваційного процесу необхідна

адекватна організація на державному рівні управління інтелектуальною власністю, що включає механізм створення й подальшої комерціалізації інтелектуальної власності.

Державне управління інтелектуальною власністю є сукупністю формальних відносин, що виникають у рамках законодавчих норм, і неформальних відносин, які включають усі випадки поза зоною дії нормативно-правових актів. Формальна складова частина представлена елементами, які діють на стороні пропозиції (авторське й патентне право), та елементами, які діють на стороні попиту (товарні знаки та комерційна таємниця). Формальні елементи мають як характер норм і правил, так і характер обмежень [9, с. 15–16].

Для ефективного вдосконалення наявної системи управління інтелектуальною власністю в Україні необхідно побудувати модель управління інтелектуальною власністю, яка б відповідала принципам інноваційної економіки України.

Формування концептуального підходу до державного управління інтелектуальною власністю в нашій країні може дати змогу наздогнати розвинені країни за ступенем зрілості нової інноваційної економіки.

Авторський підхід до формування концептуальної моделі управління інтелектуальною власністю на державному рівні (рис. 3) ґрунтується на засадах фрактального аналізу, запропонованого Б. Мандельбротом у 1959 році, за якого «фрактал» (від лат. «fractus» – подрібнений, зламаний, розбитий) – це геометрична фігура, що має властивість самоподібності, тобто складена з декількох частин, кожна з яких подібна до всієї фігури [4, с. 37].

Для фракталів як самостійних одиниць характерна можливість формулювання локальних завдань, необхідних для вирішення. Специфічною особливістю фракталів є можливість їх виникнення, змінення та розпаду. Результатом такої самоорганізації фракталів є кластеризація. Кластери утворюються в результаті відсутності зовнішнього тиску й формування загальної мети для нього як системи більш високого рівня. Фрактали мають централізовані функції, які пов'язані зі спеціальною інформацією, яка в підфракталах не може мати фрагментарного характеру [1, с. 18].

Беручи до уваги альтернативність об'єктів інтелектуальної власності, які можуть бути створені та, відповідно, реалізовані в процесі управління, ми запропонували фрактальну атомарну модель управління інтелектуальною власністю, вузлами якої позначено органи регулювання охорони інтелектуальної власності (рис. 3).

Інваріантний опис системи управління інтелектуальною власністю (рис. 3) представлено у вигляді сфери з нанесеною на неї контекстною сіткою (об'єкти інтелектуальної власності) та вузлами (органи регулювання охорони інтелектуальної влас-

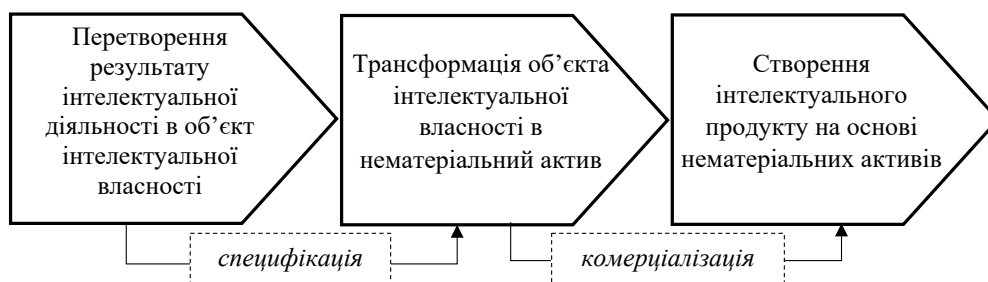
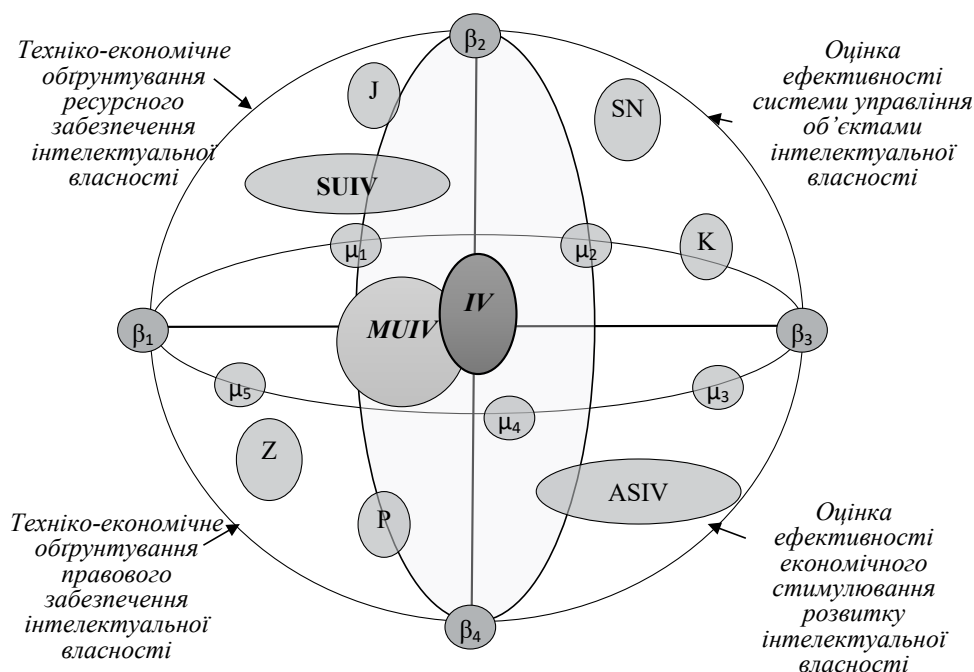


Рис. 2. Процес формування інтелектуального продукту

Джерело: розроблено на основі джерел [2; 6; 9]



Умовні позначення:

β_1 – об'єкти авторського права; β_2 – об'єкти суміжних прав; β_3 – об'єкти права промислової власності; β_4 – особливі об'єкти інтелектуальної власності; μ_1 – Українське агентство з авторських і суміжних прав; μ_2 – Інститут інтелектуальної власності і права; μ_3 – Український центр інновацій та патентно-інформаційних послуг; μ_4 – Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності; μ_5 – Український інститут промислової власності; MUIV – механізм управління об'єктами інтелектуальної власності; SUIV – стратегія управління об'єктами інтелектуальної власності; SN – сукупність норм і правил; ASIV – аналіз середовища та оцінка стану розвитку інтелектуальної діяльності; Z – визначення цілей системи управління інтелектуальної власності та їх декомпозиція; K – конкурентоспроможність об'єктів інтелектуальної власності; P – процес формування та особливості обігу об'єктів інтелектуальної власності; J – критерії управління об'єктами інтелектуальної власності

Рис. 3. Фрактальна модель управління інтелектуальною власністю

Джерело: розроблено автором

ності). Візуалізація у вигляді сфери дає змогу ідентифікувати ключові чинники впливу на процес формування та розвиток інтелектуальної діяльності на державному рівні. Типологію факторів та базових елементів механізму системи управління інтелектуальною діяльністю можна коректно екстраполювати на мезо- та мікрорівнях, оскільки сфера володіє властивістю фрактальності.

Висновки і пропозиції. Узагальнюючи результати проведеного наукового дослідження, зазначимо, що запропоновано науковий підхід до формування моделі управління об'єктами інтелектуальної власності, який враховує агреговане просторове поле взаємовідносин, що виникають на ринку інтелектуальної власності між учасниками та об'єктами інтелектуальної діяльності, та створює можливість ефективно використовувати інструменти інноваційного розвитку в умовах поглиблення інтеграційних процесів в Україні. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є обґрунтування науково-методичного підходу до оцінювання ефективності економічного стимулювання розвитку об'єктів інтелектуальної власності.

Література:

1. Бевзенко Л.Д. Социальная самоорганизация. Синергетическая парадигма: возможности социальных интерпретаций. Киев: ИС НАНУ, 2002. 437 с.
2. Гаев А.В. Формирование систем управления интеллектуальной собственностью на предприятиях промышленности. Труды СПИИРАН. 2011. Вып. 3(18). С. 267–285.

3. Дроб'язко В.С., Дроб'язко Р.В. Право інтелектуальної власності: навчальний посібник. Київ: Юрінком Інтер, 2004. 512 с.
4. Мандельброт Б. Фрактальна геометрія природи. Москва: Інститут комп'ютерних досліджень, 2002. 656 с.
5. Національна стратегія розвитку сфери інтелектуальної власності в Україні на період до 2020 року. URL: <https://uba.ua/documents/ip-strategy28082014.pdf> (дата звернення: 28.03.2020).
6. Нерсесов В.Р. Аналіз правового забезпечення державного регулювання створення і використання об'єктів інтелектуальної власності. Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. 2016. Вип. 3(72). С. 79–84.
7. Нерсесов В.Р. Інститут управління інтелектуальною власністю: сутність та особливості становлення в Україні. Механізм розвитку і безпеки економіки та суспільства: монографія / за заг. ред. В.В. Дятлової. Харків: Видавництво НТМТ, 2015. С. 74–81.
8. Павленко Т.В. Процес управління інтелектуальною власністю підприємства. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2012. № 9. С. 266–270.
9. Пилипчук В.Г., Брижко В.М. Проблеми становлення і розвитку інформаційного законодавства в контексті євроінтеграції України. Інформація і право. 2011. № 1(1). С. 11–19.

References:

1. Bevzenko L.D. (2002). *Social'naja samoorganizacija. Sinergeticheskaja paradigma: vozmozhnosti social'nyh interpretacij* [Social self-organization. Synergetic paradigm: possibilities of social interpretations]. Kyjiv: IS NANU. (in Russian)
2. Gaev A.V. (2011). *Formirovanie sistem upravlenija intellektual'noj sobstvennost'ju na predprijatijah promyshlennosti* [Formation of intellectual property management systems at industrial enterprises]. *Tруды SPIIRAN*, vol. 3, no. 18, pp. 267–285.

3. Drob'jazko V.S., Drob'jazko R.V. (2004). *Pravo intelektual'noji vlasnosti* [Intellectual property law]. Kyiv : Jurinkom Inter. (in Ukrainian)
4. Mandelbrot B. (2002). *Fraktalna gheometrija pryrody* [Fractal geometry of nature]. Moskva : Instytut komp'juternykh doslidzhenj. (in Ukrainian)
5. Nacionaljna strateghija rozvytku sfery intelektual'noji vlasnosti v Ukraini na period do 2020 roku. URL: <https://uba.ua/documents/ip-strategy28082014.pdf> (accessed 28 March 2020).
6. Nersesov V.R. (2016). Analiz pravovogho zabezpechennja derzhavnogho rehuljuvannja stvorennja i vykorystannja ob'ektiv intelektual'noji vlasnosti [Analysis of legal support for state regulation of creation and use of intellectual property objects]. *Menedzher. Visnyk Doneckogo derzhavnogho universytetu upravlinnja*, vol. 3, no. 72, pp. 79–84.
7. Nersesov V.R. (2015). Instytut upravlinnja intelektual'noju vlasnistju: sutnistj ta osoblyvosti stanovlennja v Ukraini [Institute of Intellectual Property Management: Essence and Peculiarities of Becoming in Ukraine]. *Mekhanizm rozvytku i bezpeky ekonomiky ta suspiljstva* [Mechanism of development and security of economy and society]. Kharkiv : Vydavnytvo NTMT, pp. 74–81.
8. Pavlenko T.V. (2012). Proces upravlinnja intelektual'noju vlasnistju pidpryjemstva [The process of enterprise intellectual property management]. *Ekonomichnyj visnyk NTUU "KPI"*, no. 9, pp. 266–270.
9. Pylypchuk V.Gh., Bryzhko V.M. (2011). Problemy stanovlennja i rozvytku informacijnogho zakonodavstva v konteksti jevointeghraciji Ukrainy [Problems of formation and development information legislation in the context of Ukraine's European integration.]. *Informacija i pravo*, no. 1 (1), pp. 11–19.

Аннотация. В статье аргументирована актуальность создания действенной системы управления интеллектуальной собственностью на государственном уровне. Определены основные элементы процесса управления интеллектуальной деятельностью в виде соответствующих методов, процедур и инструментария на основе методологии IDEF0. Обоснованы основные проблемы государственного управления интеллектуальной собственностью в Украине. Государственное управление интеллектуальной собственностью рассматривается как регулятор процесса управления интеллектуальными активами. Предложен научный подход к формированию фрактальной модели управления интеллектуальной собственностью, которая учитывает агрегированное пространственное поле взаимоотношений, возникающих на рынке интеллектуальной собственности между участниками и объектами интеллектуальной деятельности, и создает возможность идентифицировать ключевые факторы влияния на процесс формирования и развития интеллектуальной деятельности на государственном уровне.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, интеллектуальный продукт, процессно-ориентированный подход, государственное управление, система, концептуальный подход, фрактальная модель.

Summary. In the article were reasoned the urgency of solving the problem of harmonization of legislation and the creation of an effective system of intellectual property management at the national level. It is determined that the strategic goal of the state is to increase its competitiveness by increasing the share of high-tech products. It is substantiated that for the successful introduction of innovations into the economy of the state, the development of information technologies, which are the driver of the growth of labor productivity, and as a consequence of reducing the cost of production, is of great importance. In order to improve the performance of intellectual activity, the basic elements of the process of intellectual activity management have been identified. The intellectual property management process based on IDEF0 notation has been created, the implementation of which creates an opportunity to increase the responsibility of all participants of the intellectual property management process and allows it to be implemented in order to more effectively transform the result of intellectual activity into an intellectual property object. The main problems of state management of intellectual property in Ukraine are considered. In particular, special attention is paid to issues of public administration of intellectual property as a regulator of the process of intellectual assets' management. Taking into account the need to improve the existing system of intellectual property management in Ukraine in accordance with the principles of innovative economy, as well as the alternative of intellectual property objects that can be created and implemented accordingly in the management process, the approach to justifying the formation of a fractal model of intellectual property management is grounded. The developed fractal model of intellectual property management takes into account the aggregate spatial field of relations arising in the market of intellectual property between participants and objects of intellectual activity and creates the opportunity to effectively use the tools of innovative development in the conditions of deepening integration processes in Ukraine. The advantage of the proposed fractal model of intellectual property management is the ability to identify key factors influencing the formation and development of intellectual activity and the state level.

Keywords: intellectual property, intellectual product, process-oriented approach, public administration, system, conceptual approach, fractal model.

Глубіш Л.Я.

к.е.н., доцент, здобувач,

Львівський національний аграрний університет

Hlubish Lesya

Lviv National Agrarian University

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ АГРЕГОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ГАРМОНІЗАЦІЇ РИНКОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ У СФЕРІ ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА ЗАСАДАХ АНТРОПОЦЕНТРИЗМУ

THE CREATION OF THE AGGREGATED INDICATORS SYSTEM OF ASSESSING THE MARKET INTERACTION HARMONIZATION LEVEL IN THE FOOD PROVISION SPHERE ON THE ANTHROPOCENTRISM BASIS

Анотація. У статті сформовано систему агрегованих показників, що визначають результативність двосторонньої взаємодії для кожної сторони ринку у кожній із двовимірних площин системної тріади. Встановлено тип взаємозалежності кожної пари індикаторів, на основі чого доведено дихотомію ринкової взаємодії у двовимірних площинах. Виявлено взаємовплив ефектів двосторонньої взаємодії, що спонукало до визначення серед їхнього числа лімітуючого, приведення якого до оптимального рівня дасть змогу досягти оптимуму в побудові гармонійного ринку продовольства. Задля більш реалістичного визначення типу подальшого функціонування сфери продовольчого забезпечення напрацьовано методiku оцінювання рівня гармонізації ринкової взаємодії стейкхолдерів крізь призму антропоцентризму, основоположними детермінантами динамізму якої визначено функції трьох антропоморфних показників.

Ключові слова: агреговані показники, лімітуючий критерій, рівень гармонізації, антропоцентризм, антропоморфні функції, дихотомія ринкової взаємодії.

Постановка проблеми. З огляду на те, що кількісні ознаки економічних інтересів стейкхолдерів можуть змінюватися досить швидко й тяжіють до зростання, то вирішення проблеми вимагає напрацювання підходів, здатних забезпечити досягнення їх взаємоузгодженості. При цьому слід брати до уваги той факт, що рішення щодо дій суб'єктів економічної діяльності завжди ухвалює індивід або їх група в межах чинного правового поля.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Впродовж останнього десятиліття в наукових колах досить багато уваги приділяється питанню продовольчої безпеки як одного з аспектів державної політики, при цьому наголошується на необхідності запровадження новітніх методів прийняття управлінських рішень на загальнодержавному рівні задля виведення України на лідируючі позиції на світовому ринку продовольства в часи політичної та, як наслідок, економічної нестабільності, вели-

кою мірою спричиненої боротьбою за природні ресурси. Теоретиками розробляються методологічні підходи, орієнтовані на оцінювання взаємодії з урахуванням багатогранності економічних процесів [5; 6]. Крім того, окремі науковці [5] зазначають, що головною причиною збурень їхньої результативності є людський чинник.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Спроби агрегованого опису економічних ефектів взаємодії з позицій макроекономічного аналізу зустрічаються в науковій літературі досить часто, зокрема у форматі потрійної спіралі. Проте суттєві обмеження на процес пошуку методичних підходів накладає те, що застосовуваний економістами математичний апарат не може врахувати такої різноманітності чинників впливу на інтегрований показник, тому він не здатний описувати триєдину взаємодію як алгоритм її гармонізації [6], що вимагає додаткового окреслення умов оптимального формату ринкової взаємодії стейкхолдерів.

Мета статті. Головною метою роботи є формування системи агрегованих показників, здатних оцінити результативність багатогранної ринкової взаємодії груп стейкхолдерів у сфері продовольчого забезпечення з позицій антропоцентризму.

Виклад основного матеріалу. За наявності значної кількості фактів суперечності, конфліктності агрегованих економічних інтересів стейкхолдерів сфери продовольчого забезпечення існує ризик значного їх дисбалансу, що є передумовою дисгармонії тристоронньої ринкової взаємодії, наслідком якої, як правило, є відсутність оптимальної конструкції ринку продовольства як організаційної структури, тому результативність оцінювання збалансованості економічних інтересів груп стейкхолдерів вказує на досягнутий рівень стійкості (толерантності) сфери продовольчого забезпечення як простору тристоронньої ринкової взаємодії. Рівень її стійкості як економічної системи залежить від щільності економічних зв'язків між стейкхолдерами завдяки налагодженим партнерським відносинам, що можуть розгалужуватися за умови врахування та узгодження економічних інтересів не лише щодо організації виробництва та

споживання, але й стосовно постачання продуктів харчування до ринків збуту, що передбачає врахування умов їх транспортування та обсягів надходження імпортного продовольства.

Застосування стейкхолдерно-орієнтованого підходу до гармонізації тристоронньої ринкової взаємодії множини стейкхолдерів як системної цілісності має враховувати етапи технологічного циклу продовольчого забезпечення за групами стейкхолдерів, що дасть змогу виявити диспропорції та напрацювати алгоритм їх усунення. Отриманий результат дасть можливість встановити ступінь взаємозалежності груп стейкхолдерів вітчизняної сфери продовольчого забезпечення, в процесі якого слід брати до уваги те, що економічні інтереси різних груп стейкхолдерів можуть мати різний вектор спрямування. Крім того, стейкхолдери можуть діяти в інтересах певних кіл, тому незадоволеність економічних інтересів справді значущих стейкхолдерів буде утворювати зони прихованих конфліктів, які з часом можуть перетворитися на відкритий конфлікт інтересів, провокуючи поглиблення диспропорцій коеволюції тріади суб'єктно-функціональних складових частин сфери продовольчого забезпечення.

У пошуках компромісного рішення, здатного забезпечити отримання економічної вигоди від участі в ринковій взаємодії для стейкхолдерів усіх сторін ринку в процесі продовольчого забезпечення, доцільно вдатися до методу послідовних поступок [1], оскільки він дає можливість проаналізувати залежність між значеннями поступок і рівнем наближеності отриманого результату до оптимального [2]. Гармонізація тристоронньої ринкової взаємодії стейкхолдерів сфери продовольчого забезпечення України характеризується трьома критеріями, а саме рентабельністю підприємницької діяльності, достатністю споживання продуктів харчування й продовольчою незалежністю країни, найкращі значення яких є полярними, що передбачає формування багатокритеріальних компромісів, серед яких найбільш поширеними є оптимальні розв'язки у значенні Парето. Їхнє визначення базується на припущенні [2], що розв'язок багатокритеріальної задачі $X' \in L$ є оптимальним за Парето тоді, коли не існує жодної точки, за якої:

$$f_i(X) < f_j(X'), j = 1, 2, \dots, n, \quad (1)$$

де n – кількість компонентів функції оптимізації; L – область допустимих значень X .

Така оптимальна ситуація має місце, коли значення кожного локального критерію не може бути покращене без погіршення значень інших [3], а також може бути спроектоване на імітаційну просторову модель у вигляді точки. Для розв'язків Парето чим більше точок, тим більш складною є задача, оскільки всі вони з формальних позицій є однаково важливими. З огляду на такі обставини виникає проблема визначення $f_{j \max}$, вирішити яку об'єктивним чином практично неможливо, оскільки всі належні рішення цієї множини не можуть бути покращені за всіма частковими критеріями. Тоді сфера продовольчого забезпечення як слабо структурована економічна система може бути записана у вигляді математичної моделі, тобто ряду величин, що описують процес ринкової взаємодії її стейкхолдерів, класифікованих за функціональною ознакою, формуючи такі підсистеми:

- сукупність вхідних дій на систему: $x_i, \in X; i = 1, n_x$;
- сукупність дій зовнішнього середовища: $v_l, \in V; l = 1, n_v$;
- сукупність внутрішніх параметрів системи: $\beta_k, \in B; k = 1, n_\beta$;
- сукупність вихідних характеристик системи: $y_j, \in Y; j = 1, n_y$.

Характеристики вихідних параметрів (y), тобто ефектів ринкової взаємодії, визначаються детермінованими вхідними діями (x), що відповідають економічній поведінці стейкхолдерів, зумовленій впливом агрегованих економічних інтересів, стохастичними внутрішніми параметрами (ϵ), якими визначено критерії, що визначають межі субоптимуму, а також стохастичними діями зовнішнього середовища (v), тобто загальносвіттовими трендами на ринках продовольства. Звідси випливає, що підсистеми 1–3 є екзогенними змінними, між якими та підсистемою 4 існує лінійна залежність. З огляду на те, що перехід системи з одного стану рівноваги в інший відбувається під впливом вхідних сигналів або змін усередині системи, сферу продовольчого забезпечення як економічну систему слід вважати стійкою [4].

Стійкість та синергізм функціонування тріади суб'єктно-функціональних складових частин сфери продовольчого забезпечення як системної цілісності забезпечуються через досягнення структурної пропорції в розподілі економічної вигоди стейкхолдерами від участі в ринковій взаємодії з урахуванням їхнього функціонального спрямування. Може скластися враження, що тут має мати місце системна оптимізація, яка орієнтується на пошук не максимальних, а оптимальних з області значень, що значно збільшує ймовірність успішного розв'язання задачі, проте тільки класична оптимізація передбачає вибір оптимального варіанта з простору незалежних змінних, тому їй підпорядковані економічні системи, для яких характерна стійкість (толерантність). Проте, як справедливо зауважує М.М. Глушенко, інколи кількість точок Парето є надто великою, вони непорівнювані між собою, що вимагає застосування інтуїтивних суб'єктивних методів [2] для досягнення бажаного результату. В такому разі окреслену задачу слід розв'язувати крізь призму цінностей ринкової взаємодії як економічного процесу у сфері продовольчого забезпечення. В основу раціональності економічної поведінки груп стейкхолдерів мають бути закладені моральні принципи, що мають слугувати основним критеріальним параметром гармонізації ринкової взаємодії загалом. Отже, стає зрозумілим, що ринкова взаємодія набуває ознак стохастичності через те, що динамічним елементом пошуку компромісного розв'язку, здатного задовольнити всі сторони ринкової взаємодії, є стейкхолдер як психофізична особа.

Припускаючи, що впорядкованість складних економічних систем може мати місце завдяки імпульсному простору подій, А.С. Харітонов пропонує досліджувати їхній розвиток крізь призму антропоцентризму, основою характеристик якого є три ентропії індивіда, а саме споживач, виробник та управлінець (чиновник). Власне бачення динамізму ринкової взаємодії автор подає через функції трьох антропоморфних показників. Так, на його переконання, внаслідок суспільно-корисного поділу праці кількість різноманітних кваліфікацій зростає, проте трудова поведінка особи (n) обмежується її професійними інтересами, тому перша функція набуде такого вигляду: $\Delta H(n) < 0$. Натомість можливість споживати різноманітні продовольчі товари (m) має тенденцію до зростання: $\Delta H(m) > 0$. Одночасно кількість обмежень, визначених законодавчими та нормативно-правовими актами, збільшується, тому варіативність (r) взаємодії особи з оточенням скорочується: $\Delta H(r) < 0$. На основі такої логіки взаємопов'язані зміни трьох ентропій науковець записує у вигляді такого рівняння:

$$H(m) + H(n) + H(r) = 0. \quad (2)$$

Цю рівність А.С. Харітонов пояснює так: наскільки збільшується споживання товарів, настільки же зменшуються

різноманітність інтересів щодо трудової діяльності та свобода поведінки [5]. Отже, стає зрозумілим, що три взаємопов'язані ентропії допомагають збагнути природу та визначити тип подальшого функціонування економічної системи (прогрес, регрес, стійкість), а визначення його тренду дасть змогу описати ймовірні умови досягнення симетрії розвитку (коеволюції) її складових частин.

Для аналізу тенденцій гармонізації ринкової взаємодії стейкхолдерів тріади суб'єктно-функціональних складових частин, крім трьох основоположних граничних критеріїв, слід зосередити увагу на визначенні агрегованих показників, що здійснюватиметься з урахуванням отримання коефіцієнтів, які характеризують насиченість ринку продовольства (його фізичну наявність), достатність споживання продовольчих товарів (їхню економічну доступність), а також державну підтримку, спрямовану на забезпечення безперервності надходження продуктів харчування населенню. Таким чином, агрегований опис здійснюватиметься на основі трьох груп показників, а саме за кількістю двовимірних площин сфери продовольчого забезпечення. Це дасть змогу вивчити глибинні процеси коеволюції її суб'єктно-функціональних складових частин як протилежних сторін слабо структурованої системи відкритого типу на основі дослідження динаміки агрегованих індикаторів результативності дихотомії ринкової взаємодії стейкхолдерів у системній тріаді (табл. 1).

Застосування під час наукового дослідження методу логічного пізнання дало змогу встановити тип залежності між кожною групою агрегованих індикаторів з урахуванням впливу умов наближення до критичних значень визначених граничних критеріальних параметрів. Виявлені залежності дають підстави для висловлення припущень про те, що трансформація сфери продовольчого забезпечення в цілісну рівноважну складну економічну систему вимагає зміни умов тристоронньої ринкової взаємодії, здатних забезпечити симетричний розвиток її сторін, завдяки утворенню та розгалуженню господарських зв'язків між стейкхолдерами. Їхня щільність забезпечить підвищення рівня стійкості (толерантності) вітчизняної сфери продовольчого забезпечення до внутрішніх викликів та зовнішніх впливів, отже, дасть змогу її складовим компонентам гармонійно розвиватися.

Таким чином, усвідомлення того, що економічна міцність держави підтверджується належно організованим процесом продовольчого забезпечення, вимагає формування зон і районів товарного виробництва продовольчих товарів, поглиблення економічних, технологічних та організаційних зв'язків між стейкхолдерами шляхом поглиблення інтеграційних процесів, розвитку торговельних зв'язків, що вимагає вдосконалення виробничої та соціальної інфраструктури відповідно до вимог часу, контролю за станом продовольчих земель, якістю та безпечністю продуктів харчування, що надходять на ринок.

Збалансованість агрегованих економічних інтересів груп стейкхолдерів сфери продовольчого забезпечення зумовлюється необхідністю досягнення трьох цілей, таких як ведення господарської діяльності на прибутковій основі; фізична та економічна доступність продуктів харчування за раціональною кількістю та структурою для всіх верств населення; створення сприятливих умов для систематичного задоволення потреб у продуктах харчування. Слід пам'ятати про те, що стейкхолдери, діючи задля отримання економічної вигоди, задіюють досить широкий спектр наявних у їхньому розпорядженні інструментів впливу на економічні процеси, що призводить до загострення продовольчої трилеми, характерної для сучасних українських реалій. Для ринкової взаємодії груп стейкхолдерів у сфері продовольчого забезпечення характерне функціональне переплетення трьох множин відносин у режимі потрійної спіралі, головною перевагою якої є досягнення інтегрального ефекту. Спроби агрегованого опису економічних ефектів взаємодії з позицій макроекономічного аналізу зустрічаються в науковій літературі досить часто, зокрема у форматі потрійної спіралі. Проте суттєві обмеження на процес пошуку методичних підходів накладає те, що застосовуваний економістами математичний апарат не може врахувати такої різноманітності чинників впливу на інтегрований показник, тому він не здатний описувати триєдину взаємодію як алгоритм її гармонізації [6], що вимагає додаткового окреслення умов оптимального формату ринкової взаємодії стейкхолдерів.

Висновки і пропозиції. Таким чином, детермінантами оцінювання рівня гармонізації ринкової взаємодії стейкхолдерів сфери продовольчого забезпечення України будуть економічні

Таблиця 1

Агреговані індикатори дихотомії ринкової взаємодії стейкхолдерів сфери продовольчого забезпечення

Дихотомія ринкової взаємодії	Агрегований індикатор
«Виробник – споживач»	Рівень рентабельності підприємницької діяльності
	Питома вага витрат на харчування у структурі витрат сімейного бюджету
Таким чином, прагнення підприємців підвищити рівень рентабельності підприємницької діяльності (Р) завдяки зростанню рівня реалізаційних цін до критичного рівня (р+) приведе до збільшення питомої ваги витрат на продукти харчування (С) у структурі витрат населення, що свідчить про прямо пропорційну залежність між агрегованими показниками.	
«Споживач – держава»	Рівень достатності споживання продуктів харчування
	Рівень купівельної спроможності доходів населення
Таким чином, прагнення уряду втримати купівельну спроможність доходів населення (РРІ) через утримання прожиткового мінімуму на низькому рівні (LW-) створює передумови для зниження рівня достатності споживання продуктів харчування (SFC), що свідчить про прямо пропорційну залежність між агрегованими показниками.	
«Держава – виробник»	Рівень продовольчої незалежності країни
	Рівень державної підтримки, спрямованої на забезпечення населення продовольством
Таким чином, через прагнення держави в особі уряду покрити витрати на утримання державного апарату підвищується податкове навантаження (Т+) на підприємницькі структури, тому вони не зацікавлені в економічній експансії на товарні ринки, внаслідок чого частка ринку (MS), на яку вони орієнтовані, має тенденцію до скорочення, яка ставить під загрозу продовольчу незалежність країни (FI), що свідчить про обернено пропорційну залежність між агрегованими показниками.	

Джерело: розробка автора

інтереси, індикатори їхньої реалізації, показники збалансованості та агреговані показники за функціональними ознаками дихотомії ринкової взаємодії стейкхолдерів у двовимірних площинах, а також умови, за яких буде досягнуто її оптимального формату.

Література:

1. Волошин О.Ф., Машченко С.О. Моделі та методи прийняття рішень : навчальний посібник. Київ : видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. 336 с.
2. Глущенко М.М. Методи розв'язку багатокритеріальної задачі оптимізації механізмів фінансової підтримки суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2015. Вип. 2(112). С. 23–27.
3. Чернецька Ю.А. Методи багатокритеріальної оптимізації структури капіталу підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Серія: Економіка, політологія, історія*. 2012. Вип. 10(162). С. 100–110.
4. Шевченко О.О. Прогнозування продовольчої безпеки в аграрній політиці держави. *Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія: Державне управління та місцеве самоврядування*. 2009. Вип. 4(6). С. 117–122.
5. Харитонов А.С. Тройная золотая спираль развития сложных систем. URL: <http://www.trinitas.ru/rus/doc/0232/013a/2022-hrt.pdf> (дата звернення: 15.03.2020).
6. Смородинская Н.В. Тройная спираль как новая матрица экономических систем. *Инновации*. 2011. № 4(150). С. 66–78.

References:

1. Voloshyn, O.F. and Maschenko, S.O. (2010) “Modeli ta metody pryiniattia rishen””. [Models and methods decisions making]. Text-Book. Kyiv; VPC “Kyivs’kyi universytet”. (in Ukrainian)
2. Gluschenko, M.M. (2015) “Metody rozv'iazku bagatokryterial'noi zadachi optymizatsii mekhanizmiv finansovoi pidtrymky subiektiv zovnishnioekonomichnoi diyal'nosti” [Methods for solving multicriteria problem of optimization of mechanisms of financial support of foreign economic entities]. *Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*. Vol. 2(112), pp. 23–27.
3. Chernets'ka, Yu.A. (2012) “Metody ahatokryterial'noi optymizatsii struktury kapitalu pidpriemstva” [Methods of multicriteria optimization of enterprise capital structure]. *Naukovyi visnyk Odes'kogo natsional'nogo ekonomichnogo universytetu*. Vol. 10(162), pp. 100–110.
4. Shevchenko, O.O. (2009) “Prohnozuvannia prodovol'choi bezpeky v agrarnii politytsi derzhavy” [Prediction of food security in the state agricultural policy]. *Naukovyi visnyk akademii munitsypal'nogo upravlinnia. Seriya. Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriadvannia*. Vol. 4(6), pp. 117–122.
5. Kharitonov, A.S. (2013) “Troinaia zolotaia spiral' razvitiia slozhnykh sistem” [The gold triple helix of complex systems development]. URL: <http://www.trinitas.ru/rus/doc/0232/013a/2022-hrt.pdf> (accessed 15 March 2020).
6. Smorodinskaya, N.V. (2011), “Troinaia spiral' kak novaia matritsa ekonomicheskikh sistem” [The triple helix as a new matrix of the economic systems]. *Innovatsii*. Vol. 4(150), pp. 66–78.

Аннотация. В статье разработана система агрегированных показателей, определяющих результативность двустороннего взаимодействия для каждой стороны рынка в каждой из двумерных плоскостей системной триады. Установлен тип взаимозависимости каждой пары индикаторов, на основе чего доказана дихотомия рыночного взаимодействия в двумерных плоскостях. Выявлено взаимовлияние эффектов двустороннего взаимодействия, что побудило к определению среди их числа лимитирующего, приведение которого к оптимальному уровню позволит достичь оптимума в построении гармоничного рынка продовольствия. С целью более реалистичного определения типа дальнейшего функционирования сферы продовольственного обеспечения разработана методика оценивания уровня гармонизации рыночного взаимодействия стейкхолдеров сквозь призму антропоцентризма, основополагающими детерминантами динамики которой определены функции трех антропоморфных показателей.

Ключевые слова: агрегированные показатели, лимитирующий критерий, уровень гармонизации, антропоцентризм, антропоморфные функции, дихотомия рыночного взаимодействия.

Summary. In the article is established that the level of sustainability of the food provision sphere as an economic system depends on the density of economic ties between stakeholders through well-established partnerships, which can be branched by taking into account and agreeing on economic interests not only in the organization of production and consumption, but also in the supply of foodstuffs, that provides for taking into account the conditions of their transportation, as well as taking into account the volume of imports into the domestic food market. A system of aggregated indicators to determine the effectiveness of two-way interaction for each side of the market in each of the two-dimensional planes of the system triad has been formed. The type of interdependence of each pair of indicators is established, on the basis of which the dichotomy of market interaction in two-dimensional planes is proved. Among the many criteria, as regulators of market' interaction, for each two-dimensional space, the criteria are defined, the critical values of which represent the peculiar Rubicons of regressive changes that pose a threat to building a harmonious food market. The mutual influence of the effects of bilateral interaction was revealed, which led to the determination of the limiting one among them, bringing it to the optimum level will allow to reach the optimum in the construction of a harmonious food market. In target to more realistically determine the type of further functioning of the sphere of food provision sphere, an estimating the level of harmonization of market interaction of stakeholders' method, through the prism of anthropocentrism, the basic indicators of dynamism of which are determined by the three anthropomorphic indicators functions, have done developed. Thus, as assessing determinants of stakeholders' market interaction harmonization level of food provision sphere will be an economic interest, indicators of their realization, balancing and aggregate indicators of the dichotomy stakeholders' market interaction by the functional characteristics in two-dimensional spaces.

Keywords: aggregated indicators, limiting criterion, harmonization level, anthropocentrism, anthropomorphic functions, dichotomy of market interaction.

Давиденко І.В.

*к.е.н., доцент, завідувачка кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет*

Davydenko Iryna

Odessa National Economic University

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4857-4129>

Михайлюк О.Л.

*к.е.н., доцент кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет*

Mykhayliuk Olena

Odessa National Economic University

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4857-4129>

ІНДИКАТОРИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ

EFFICIENCY ASSESSMENT INDICATORS OF TOURIST CLUSTER

Анотація. У статті висвітлено питання розвитку кластерної політики та визначення ефективності функціонування туристичних кластерів. Наведено приклади методів, за допомогою яких може вимірюватися ефективність кластерної політики, а саме методи фінансової звітності, кейс-стаді (аналіз конкретних ситуацій), економетричні, витратні. Запропоновано різні показники оцінювання ефективності туристичних кластерів, зокрема оцінювання через систему якості управління кластером. Для подальшого розвитку туристичних кластерів в Україні запропоновано розробити закон «Про кластери», де було б визначено особливості їх створення й функціонування, виділено окремі види кластерів, зокрема туристичні. Одним з розділів такого закону має бути характеристика індикаторів ефективності функціонування кластерів.

Ключові слова: кластери, туристичні кластери, ефективність, регіони, інноваційний та діловий потенціал регіонів.

Постановка проблеми. Багато країн світу вибрали для себе шлях інтенсивного інноваційного розвитку й кластерну модель організації економіки. В умовах глобалізації кластери стали консолідуючою силою, яка допомагає підприємствам досягати максимальної ефективності виробництва та отримувати значні конкурентні переваги, що приводить до підвищення конкурентоспроможності країни. Процес кластеризації туристичної діяльності розвивається високими темпами у більшості країн світу, створюються різні моделі та види кластерів, розробляються стратегії їх розвитку. Туристичні кластери – це форми територіальної організації, що стимулюють економічне зростання не тільки у сфері туризму, але й усього регіону, тому одним

з важливих питань розвитку туристичних кластерів є проблема визначення ефективності функціонування таких утворень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні та зарубіжні вчені багато уваги приділяють проблемі кластеризації та організації нових кластерів. До головних дослідників цієї сфери належать М.П. Войнаренко, Л.М. Кирилук, Ю.О. Ніколаєва, О.В. Ракієва, С.І. Соколенко, Г.Ю. Щекин. Проте питання визначення єдиних критеріїв оцінювання ефективності функціонування саме туристичних кластерів в літературі не розглядається.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Питанням розвитку кластерів присвячено багато наукових праць зарубіжних та українських учених, де детально вивчено різні типи туристичних кластерів, побудованих за географічним або функціональним принципом, що діють у різних країнах та секторах туристичного бізнесу. Однак питання вибору індикаторів, за допомогою яких можна було б відслідкувати ефективність діяльності того чи іншого кластеру, поки що залишається не розкритим.

Мета статті. Головною метою роботи є узагальнення наявного досвіду щодо критеріїв оцінювання ефективності функціонування туристичних кластерів.

Виклад основного матеріалу. Кластери – це групи спеціалізованих підприємств (часто малих та середніх підприємств), пов'язані з допоміжними суб'єктами, які тісно співпрацюють у визначеному місці. Спільнота учасників кластеру може бути більш інноваційною, може створити більше робочих місць і зареєструвати більше міжнародних торгових марок та патентів, які неможливо створити одноосібно.

Кластери – це складні та динамічні структури, у яких відбуваються постійні зміни. Сильні кластери продукують

економічне зростання за рахунок використання інноваційного та ділового потенціалу регіонів. Нові можливості трудової діяльності, нові продукти та послуги, нові компанії, нові дослідження та розробки можуть бути результатами діяльності в межах кластеру. Професійне управління кластером може створити умови для розвитку через проекти та послуги, які започаткує потенційний кластер.

Методи, які можуть бути використані в процесі проведення дослідження з вимірювання ефективності кластерної політики, представлені в роботах такого науковця, як С. Шмідберг [1]. Наведемо стислу характеристику сутності наявних методів (табл. 1).

До кластероутворюючих вигід, що стимулюють участь у кластерах, можна віднести:

- технологічні (кооперація, заснована на взаємному обміні надлишками потужностей, за рахунок чого збільшуються обсяги виробництва кожним учасником кооперації);
- продуктово-технологічні (кооперація, заснована на виборі відповідних ринкових пріоритетів для певних видів продукції та відмові від виробництва інших; поглиблення спеціалізації виробництва й забезпечення зростання його концентрації за рахунок виготовлення більшого обсягу продукції чи послуг кожним учасником кооперації);
- локалізація (кооперація у сфері закупівель матеріалів або створення на пайовій основі єдиного маркетингового центру з просування послуг);
- комерціалізація (розроблені нововведення трансформуються в інновації; комерційна складова частина посилюється за рахунок появи можливостей входження до глобальних мереж створення продуктів і технологій, надання туристичних послуг та послуг розміщення);
- централізація видів діяльності та ресурсів у межах маркетингової, рекрутингової, інвестиційної, інфраструктурної та інших видів діяльності за рахунок створення на пайовій основі організацій колективного користування.

У межах європейської кластерної політики існує система оцінювання якості менеджменту в кластерах (програма ECEI), а саме «знак якості менеджменту кластерної організації» [2]. Ця методика спрямована на стимулювання підвищення якості управління кластерних ініціатив.

«Знак якості» є незалежною системою оцінювання, методологія якої впливає з методології «Європейського фонду якості управління» (EFQM) та базується на індикаторах якості, які

можна застосувати до різних типів кластерів як у ЄС, так і за його межами [3]. У 2009 році під егідою ECEI Європейська комісія запустила низку проєктів та ініціатив, пов'язаних з кластерами, націлених на підвищення якості кластерної політики в Європі та підвищення ефективності управління кластерами.

У Європі налічується близько 2000 кластерів, з яких 150 вважають кластерами світового рівня з точки зору зайнятості, розмірів, спрямованості. Відповідно до інформації європейської платформи «Cluster Excellence Scoreboard» у 2010–2013 роки 33,3% фірм у кластерах продемонстрували зростання зайнятості, яке перевищувало 10%.

Європейська ініціатива щодо вдосконалення кластерів, ініційована Генеральною дирекцією з питань підприємництва та промисловості Європейської комісії, розробила методологію та інструменти для підтримки кластерних організацій, що сприяють підвищенню їх потенціалу. До інструментів входить так звана кластерна інтернаціоналізація. Ця ідея виникла в умовах міжнародної співпраці кластерів шляхом активізації співробітництва кластерів та ділових кіл через національні та секторальні кордони Європи.

Також у ЄС створена платформа «Smart Specialization» як інструмент, що об'єднує інтелектуальну спеціалізацію та міжрегіональне співробітництво для підвищення конкурентоспроможності промисловості та інновацій. Робота, розроблення та підтримка платформи «Smart Specialization» організовані за декількома тематичними спрямуваннями (економіка, інновації у сфері послуг тощо). Ці сфери можуть включати також творчі галузі та туризм. Кінцевою метою програми є створення можливостей для управління кластерами. Більш детально фокус стратегії управління кластерами представлено в табл. 2.

Кластери стали актуальною складовою частиною політики на федеральному рівні у США. Пояснюють це трьома чинниками. По-перше, у кластерах високий рівень зайнятості й заробітної плати, вони створюють умови для економічного зростання та інновацій. По-друге, кластери сприяють формуванню більш «заземленої» політики, виходячи з реалій та динаміки економічного розвитку, на відміну від абстрактного макроекономічного планування та управління. По-третє, кластери забезпечують концептуальну канву для перегляду економічної політики та оптимізації бюджетних витрат в умовах обмежених ресурсів.

Ефективність кластеру може оцінюватися через систему оцінювання якості управління кластером. У такому разі вона має включати такі основні показники:

Таблиця 1

Методи вимірювання ефективності кластерної політики

Назва методу	Сутність методу
Методи фінансової звітності	Може застосовуватися оцінювачами як контрольний інструмент у сукупності з іншими методами.
Кейс-стаді (аналіз конкретних ситуацій)	Метод дає змогу детально вивчити механізми функціонування кластеру. Однак у рамках вивчення конкретних ситуацій (прикладів) буває дуже складно узагальнити та інтерпретувати отримані результати, використовувати їх для вирішення проблем за межами конкретного прикладу.
Економетричні методи	Використання означених методів дасть змогу кількісно оцінити вплив кластерної політики на конкретних суб'єктів кластерної структури (переважно на одного суб'єкта в рамках кластеру), що підвищує достовірність результатів. Вимоги до даних високі, а результати можна отримати тільки через кілька років після реалізації програми (ex post оцінка).
Системний підхід	Орієнтований на оцінювання ефективності кластеру загалом, а не на аналіз результатів діяльності окремих учасників кластерної структури. До цього підходу належать кількісні методи, зокрема моделі «витрати – випуск», «мережевий аналіз», особливостями використання яких є високі вимоги до досліджуваних даних.
Витратні методи (економічні)	Мають використовуватися в кожній оцінці разом з одним або декількома вище наведеними методами, тому що їх використання дає змогу відповісти на головне питання ефективності вжиття програмних заходів.

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [1]

– показники, що характеризують ефективність управління фінансовими ресурсами керуючої компанії (кількість запущених спільних проєктів у розрахунку на обсяг витрат коштів, спрямованих на забезпечення діяльності керуючої компанії; обсяг залучених коштів у спільні проєкти кластеру (бюджетних і позабюджетних); приріст частки приватного фінансування в бюджеті керуючої компанії);

– показники, що характеризують інтенсивність надання послуг (кількість наданих послуг за видами діяльності; частка учасників кластеру, охоплених тим чи іншим видом послуг, що надаються);

– показники, що характеризують соціально-економічний ефект діяльності керуючої компанії (кількість організацій – учасників кластеру; кількість створених робочих місць з оплатою праці, що перевищує середній рівень по регіону; приріст податкової бази в регіоні базування кластеру).

Оцінити ефективність розвитку кластерів можна на основі непрямих параметрів, які у своїй сукупності дають уявлення про успішність того чи іншого кластеру, вплив на економіку регіону, а також виявляють «вузькі місця» для концентрації подальших зусиль органів державної влади та місцевого самоврядування щодо зниження негативних бар'єрів. Отже, ними є:

– вплив кластеру на регіональну економіку (показники зростання доданої вартості на рівні компанії, кластеру та сектору; показник частки підприємств кластеру у ВРП; обсяг податкових надходжень від резидентів кластеру; рівень зайнятості населення (% зайнятих у кластері); рівень доходів населення на території присутності кластерів);

– рівень розвитку людського капіталу (рівень продуктивності праці; кількість осіб, залучених до діяльності кластеру через участь у програмах професійної підготовки; кількість дипломованих фахівців, залучених до кластеру; кількість програм співпраці бізнесу та ЗВО у сфері підготовки фахівців для потреб кластеру; кількість практикантів, які стажуються в кластері);

– близькість до постачальників (показники, пов'язані з аналізом якості поставок, кількістю постачальників 1, 2, 3 порядку, оцінюванням фактичних постачальників);

– доступність капіталу (показники обсягів залучених інвестицій, обсягів залучених венчурних коштів, оцінювання участі банків у діяльності кластеру, обсягів державних і приватних інвестицій у розвиток інфраструктури; кількість отриманих грантів);

– зростання сектору послуг (показники обсягів робіт, переданих на аутсорсинг (у фінансовому вираженні); кількість залучених консультантів; кількість компаній, що надають продукцію та послуги для потреб кластеру);

– рівень розвитку зовнішніх зв'язків (кількість спільних підприємств, промислових спілок, маркетингових консорціумів тощо);

– рівень соціальної активності (кількість професійних, ділових і торгових асоціацій та число учасників у кожній; рівень активності асоціацій, аналіз їх взаємодії);

– якість ділового клімату (кількість виявлених підприємств у кластері; кількість компаній, залучених до кластеру; інтегральне оцінювання індивідуальних опитувань підприємств – учасників кластеру про їхню діяльність за оцінюваний період і середньострокові очікування);

– розвиток інновацій у кластері (показники обсягів коштів, залучених з державних і приватних джерел у НДДКР; кількість патентів, зареєстрованих компаніями – учасниками кластеру; обсяги інвестицій у нові технології; кількість нових продуктів, вироблених підприємствами кластеру);

– рівень конкурентоспроможності резидентів кластеру, що оцінюється з огляду на кількість угод, укладених резидентами кластеру, обсяги експорту продукції кластеру, обсяги продажів продукції резидентів кластеру за межами регіону, обсяги операцій з іноземною валютою).

Останніми роками у Європі відбулися зміни оціночної шкали кластерів. Замість використання статичних показників (на основі статистичних даних) пропонується приділяти увагу оцінюванню процесу та траєкторій змін.

Як «нові» індикатори пропонуються такі:

– залучення прямих іноземних інвестицій у нові та вже наявні компанії;

– зміни мобільності трудових ресурсів, зростання зайнятості;

– вплив (роль) ключових учасників або заходів.

Крім того, спостерігається зміщення оцінювання кластерів з матеріальних потоків на нематеріальні. Вимірювачами стають інновації, ліцензії на технології, запозичення (Citation) патентів (відображення реалій інноваційної політики), управлінські та підприємницькі навички.

Передбачаються такі ключові показники ефективності діяльності кластерів:

Таблиця 2

Фокус стратегії управління кластерами

1. Удосконалення інноваційних можливостей – НДДКР продуктів, процесів, технологій, послуг; – впровадження нових продуктів, процесів, технологій, послуг; – ініціювання та сприяння співпраці.	2. Вивчення можливостей бізнесу – Розширення ділових та ринкових можливостей учасників кластерів; – ініціювання та сприяння співпраці; – вивчення тенденцій, технологій та ринків.
3. Сприяння розвитку підприємницької діяльності – Підтримка підприємств; – сприяння підприємницькій інфраструктурі.	4. Освіта, навчання, розвиток людських ресурсів – Розроблення навчальних програм для учасників кластерів; – навчальні курси, лекції тощо.
5. Маркетинг і брендинг – Посилення наочності сприйняття та розпізнавання кластеру; – місцевий маркетинг.	6. Поліпшення рамкових умов, характерних для кластеру – Лобювання інтересів кластерів; – ініціювання необхідних змін у схемах фінансування, політиці підтримки кластерів тощо.
7. Розвиток кластерів – Збільшення частки приватного та державного фінансування; – розширення співпраці між учасниками.	8. Інтернаціоналізація – Ініціювання та сприяння співпраці; – ініціювання міжнародної науково-дослідної співпраці та проєктів; – створення міжнародного бізнесу.

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [3]

- обсяг податкових надходжень до державного бюджету;
- частка виробленої продукції кластеру у загальному обсязі виробленої продукції регіону;
- продуктивність праці у кластері;
- частка експорту продукції та послуг кластеру у загальному обсязі несировинного експорту країни;
- частка реалізованих товарів і послуг кластеру у загальному обсязі реалізованої продукції регіону;
- сукупні витрати на НДДКР підприємств кластеру;
- розмір чистого прибутку підприємств;
- частка залучених інвестицій на розвиток підприємств кластеру в сукупному обсязі інвестицій регіону [3].

Аналітичні звіти про результати реалізації кластерних програм відображають результати аналізу за такими напрямками [4].

1) Оцінювання продуктивності кластеру та її динаміка у часі. Основними аналізованими показниками є обсяги продажів, обсяги експорту продукції кластеру, витрати на дослідження й розробки, наявність патентів тощо. При цьому оцінювання має порівняльний характер, тому що об'єктом дослідження є не один кластер, а ціла низка кластерних структур.

2) Аналіз заходів, вжитих у межах кластерних ініціатив. У цьому разі проводиться оцінювання показників економічної ефективності кластеру (обсяги продажів, обсяги експорту тощо), а також аналіз внутрішньо кластерних процесів (спільні проекти учасників кластерної структури, ступінь розвитку внутрішньо кластерної інфраструктури тощо) та їх динаміки у часі.

3) Оцінювання впливу втручання держави в розвиток кластерів. В цьому разі оцінювання, як правило, довгострокове й має на меті аналіз впливу результатів діяльності кластеру на економіку конкретної території в результаті впровадження та реалізації кластерних програм.

4) Показники, що відображають ефективність системи організації та управління кластером. Ця група включає інтенсивність та ефективність мережі; згуртованість і рівень централізації; ступінь участі у кластері; чисельність управлінського персоналу та бюджет системи управління; якість управління кластером; цільову групу кластеру; задоволеність членів кластеру результатами його діяльності; ступінь інституціоналізації кластеру.

5) Результати діяльності кластеру, якими є рівень витрат на НДДКР; обсяг фінансування досліджень; частка міжнародних дослідників; рейтинг закладів вищої освіти та інших навчальних закладів, що входять до кластеру, кількість наукових розробок університетів; кількість компаній, що впровадили нові продукти або послуги протягом останніх трьох років; обсяг іноземних інвестицій.

Російські вчені обумовлюють ефективність кластерів через ефект агломерування. У концепції економії, обумовленої локалізацією, виділяють такі чотири чинники економічної вигоди для учасників агломерації.

1) Скорочення витрат на виробництво й обслуговування цільової інфраструктури та інших колективних ресурсів. Вигоди можуть бути отримані завдяки тому, що агломерація дає можливість поділити вартість визначених колективних ресурсів між декількома компаніями. Найчастіше це стосується витрат на створення необхідної інфраструктури. Коли агломерація однорідних або суміжних компаній сформувалася, з'являється потенціал для створення локальної інфраструктури, системи освіти та інших видів суспільних ресурсів відповідно до потреб конкретної галузі.

2) Розвиток місцевого ринку праці у сфері спеціалізованих кваліфікацій. Сусідство кількох однорідних та суміжних ком-

паній запобігає формуванню вузької спеціалізації персоналу, розширюючи ємність локального ринку праці.

3) Скорочення витрат на комунікації між партнерами. Територіальна близькість компаній та інституцій і регулярні контакти між ними сприяють поліпшенню координації та зміцненню довіри. Кластери пом'якшують проблеми, властиві взаєминам на відстані, не створюючи жорсткої вертикальної інтеграції або проблем управління, що пов'язані з формуванням і підтримкою структур формальних зв'язків, таких як мережі, альянси та партнерства.

4) Локалізовані кластери однорідних і суміжних компаній складають основу місцевого середовища, яке може сприяти перетокам знань і стимулювати різні форми адаптації, навчання та інноваційної діяльності. Спільне розташування може створити переваги перетоків знання, навіть якщо рівень довіри незначний, як, наприклад, у Силіконової долині, де ніхто нікого не знає і не існує довгої історії складних зв'язків. Таким чином, спільне розміщення допомагає компаніям виявляти та імітувати більш досконалі рішення, поєднуючи їх з власними ідеями [5].

Висновки і пропозиції. Оцінювання ефективності функціонування кластерів – це безперервний і послідовний процес, який охоплює весь цикл від етапу створення кластеру до етапу контролю за його діяльністю й передбачає застосування різних видів оцінювання. Оцінювання має проводитися на постійній основі з використанням різних методів, як математичних, так і експертних. Аналіз може проводитися із залученням як зовнішніх експертів, так і внутрішніх, які працюють безпосередньо у кластерній структурі. Задля підвищення ефективності оцінювання необхідно залучати до його проведення представників усіх зацікавлених у діяльності кластеру осіб, таких як державні структури, бізнес, наукове середовище, споживачі. Це дасть змогу отримати достовірні результати про реалізацію програми розвитку кластеру, розробити рекомендації щодо її вдосконалення та підвищити ефективність кластерної політики загалом.

В Україні поки що немає закону «Про кластери», де було б визначено особливості їх створення та функціонування, виділено окремі види кластерів, зокрема туристичні. Існує нагальна потреба розроблення відповідного закону, одним з розділів якого має бути характеристика індикаторів ефективності функціонування кластерів. Наступним етапом законотворчої діяльності може стати розроблення Закону «Про туристичні кластери», у якому би підкреслювалось значення розвитку кластерних структур саме у сфері туризму та було визначено показники вимірювання ефективності діяльності туристичних кластерів.

Література:

1. Schmiedeberg C. Evaluation of cluster policy: a methodological overview. *Evaluation*. 2010. № 16 (4). P. 389–412. URL: <https://danube-inco.net/object/document/10551/attach/Evaluation-2010-Schmiedeberg-389-412.pdf> (дата звернення: 05.04.2020).
2. Background the Foundation. European Foundation for Cluster Excellence. URL: <http://www.clusterexcellence.org/background> (дата звернення: 05.04.2020).
3. European Cluster Excellence Initiative (ECEI): The quality label for cluster organizations – criteria, processes, framework of implementation. URL: http://www.clusterpolisees3.eu/ClusterpoliSEEPortal/resources/cms/documents/2012.05.22_The_quality_label_and_indicators_for_cluster_organisations_assessment.pdf (дата звернення: 30.03.2020).
4. OECD. Innovation Policy Platform: Cluster policies. URL: <http://www.oecd.org/innovation/policyplatform/48137710.pdf> (дата звернення: 10.03.2020).

5. Ракиева О.В. Оценка эффективности кластерной политики: зарубежный опыт и российская практика. *Современные исследования социальных проблем*. 2010. № 4.1 (04). С. 508–516. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-klasternoy-politiki-zarubezhnyy-opyt-i-rossiyskaya-praktika-2> (дата звернення: 04.04.2020).
1. Schmiedeberg C. (2010) Evaluation of cluster policy: a methodological overview. *Evaluation*, vol. 16 (4), pp. 389–412. Available at: <https://danube-inco.net/object/document/10551/attach/Evaluation-2010-Schmiedeberg-389-412.pdf> (accessed 5 April 2020).
2. Background the Foundation. European Foundation for Cluster Excellence. Available at: <http://www.clusterexcellence.org/background> (accessed 5 April 2020).
3. European Cluster Excellence Initiative (ECEI): The quality label for cluster organizations – criteria, processes, framework of implementation. Available at: http://www.clusterpolisees3.eu/ClusterpoliSEE-Portal/resources/cms/documents/2012.05.22_The_quality_label_and_indicators_for_cluster_organisations_assessment.pdf (accessed 30 March 2020).
4. OECD. Innovation Policy Platform: Cluster policies. Available at: <http://www.oecd.org/innovation/policyplatform/48137710.pdf> (accessed 10 March 2020).
5. Rakieva O.V. (2010) Otsenka effektivnosti klasternoy politiki: zarubezhnyy opyt i rossiyskaya praktika [Cluster Policy Efficiency Assessment: Foreign Experience and Russian Practice]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem*. (electronic journal), vol. 4.1 (04), pp. 508–516. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-klasternoy-politiki-zarubezhnyy-opyt-i-rossiyskaya-praktika-2> (accessed 4 April 2020).

References:

Аннотация. В статье освещены вопросы развития кластерной политики и определения эффективности функционирования туристических кластеров. Приведены примеры методов, с помощью которых может измеряться эффективность кластерной политики, а именно методы финансовой отчетности, кейс-стади (анализ конкретных ситуаций), эконометрические, затратные. Предложены различные показатели оценивания эффективности туристических кластеров, в частности оценивание через систему качества управления кластером. Для дальнейшего развития туристических кластеров в Украине предложено разработать закон «О кластерах», где были бы определены особенности их создания и функционирования, выделены отдельные виды кластеров, в частности туристические. Одним из разделов такого закона должна быть характеристика индикаторов эффективности функционирования кластеров.

Ключевые слова: кластеры, туристические кластеры, эффективность, регионы, инновационный и деловой потенциал регионов.

Summary. The article covers the issues of cluster policy development and determining the efficiency of tourist clusters. Examples of methods by which the effectiveness of cluster policy can be measured are: financial reporting methods, case studies, econometric, cost, and more. Clusters are dynamic structure in which there are constant changes. Strong clusters produce economic growth through leveraging the innovation and business potential of the regions. The article identifies that the features of a cluster can be: high level of territorial concentration of cluster participants, which provides the most beneficial effect of interaction between them; the presence of links and cooperation (including joint cluster projects) that develop systematically between the participants; high innovative activity of participants, focus on continuous improvement of competitive advantages; strong internal competition as one of the most important driving forces of the cluster, which determines the high competitiveness of the participating companies. In recent years, changes in the cluster rating scale have taken place in Europe. Instead of using static indicators (based on statistics), it is suggested to focus on the evaluation process and trajectory changes. There is a shift in the assessment of clusters from material flows to intangible ones. The benchmarks are: innovation, technology licenses, citation; management and entrepreneurial skills. Various indicators for assessing the efficiency of tourist clusters are offered, including assessment through the cluster management quality system. It is noted that the effectiveness of cluster development can be based on indirect parameters that indicate the success of a cluster, the impact on the economy of the region and identify issues for further concentration of efforts of state and local governments. For the further development of tourist clusters in Ukraine it is proposed to develop a law “On Clusters”, which would determine the features of their creation and functioning, distinguished certain types of clusters, including tourist. One of the sections of such a law should be the definition of cluster efficiency indicators.

Keywords: clusters, tourist clusters, efficiency, regions, innovation and business potential of regions.

Ковтун В.Ю.

*аспірант кафедри економічної теорії та конкурентної політики,
Київський національний торговельно-економічний університет***Kovtun Viktoriia***Kyiv National University of Trade and Economics*

АДВОКАТУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ В УКРАЇНІ

COMPETITION ADVOCACY IN UKRAINE

Анотація. У статті досліджено основні фактори, що впливають на низький рівень ефективності конкурентної політики в Україні. Серед них особливу увагу акцентовано на впливі недостатньої конкурентної культури більшості економічно активного населення України, що значно посилюється відсутністю прозорих інформаційних потоків в економіці. Одним із основних превентивних методів боротьби з інформаційною асиметрією є адвокатування конкуренції. Саме тому у статті окрема увага приділена саме визначенню поняття адвокатування відомими вченими-економістами. Зроблено висновок про те, що кожне з наведених визначень має конкретно визначену автором мету адвокатування та суб'єкти реалізації, що часто йде в розріз із державною конкурентною політикою нашої держави. На основі дослідженої та проаналізованої інформації у статті запропоновано авторське визначення адвокатування конкуренції, яке, на думку автора, найбільше відповідає конкурентній політиці в Україні.

Ключові слова: конкуренція, конкурентна політика, конкурентна культура, адвокатування конкуренції, інформаційна асиметрія.

Постановка проблеми. Становлення економіки нового типу потребує залучення нових, адаптованих методів впливу. Для країн, які перебувають у процесі трансформації, важливим є баланс превентивних та контролюючих заходів. Адвокатування конкуренції – це один із основних заходів, який забезпечить ефективне вирішення проблем, пов'язаних із циркуляцією інформації на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питання адвокатування конкуренції присвячені численні праці А. Герасименко [1], Г. Філюк [2], В. Лагутіна [3], М. Стак [4], Т. Щербакіної та інших науковців [5].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Огляд проблем у статті представлено через виділення власного визначення адвокатування конкуренції, яке найбільш повно відображає ситуацію, що склалась у нашій державі.

Мета статті. Головною метою роботи є дослідження впливу адвокатування конкуренції на розвиток проконкурентної свідомості всіх учасників ринкових відносин.

Виклад основного матеріалу. Економіка нового типу потребує створення нових методів державного впливу. Для країн із переважаючою інформаційною економікою це можуть бути суто превентивні заходи, тоді як для країн, які перебувають у процесі трансформації, важливим є збереження балансу превентивних та контролюючих заходів.

Саме до країн із трансформаційною економікою належить Україна, адже, незважаючи на глобалізацію та розмиття кордонів з розвинутими країнами світу, за Україною залишається історичний слід країни колишнього соціалістичного устрою, що свідчить про необхідність контролюючого впливу з боку органів державної влади. З огляду на це перед органами державної влади постає серйозне завдання, що полягає в розробленні та реалізації комбінованої політики коригування інформаційної асиметрії, важливим аспектом якої буде розроблення стратегії адвокатування конкуренції.

Проте не слід забувати про те, що за ідеальних умов функціонування економіки (а таких, маємо зазначити, на практиці не існує) регулюючі державні органи усвідомлюють, що ефективна конкуренція сприяє росту добробуту споживачів, зменшенню інфляції та підвищує конкурентоспроможність виробників, сприяючи економічному росту країни. Основним завданням державного регулятора в таких умовах є захист економічної конкуренції на ринку, зокрема, через протидію поширенню інформаційної асиметрії на ринку. Проте в дійсності уповноважені представники різних органів державної влади, слідуючи інтересам обмеженого кола осіб, сприяють розробленню та прийняттю законодавчих актів і політик, які могли б надмірно обмежувати ініціативу в економічній діяльності та протидіяти принципам конкуренції. Виробники будь-якими методами намагаються зайняти ключову позицію на ринку, а споживачі невинувато втрачають свої кошти через неспроможність зробити правильний вибір.

Тим чи іншим чином всі представлені вище обставини притаманні всім, навіть найбільш розвинутим економікам світу. Проте важливо зазначити, що вони тісно пов'язані з рівнем конкурентної культури в країні, адже чим нижчою є конкурентна культура, тим більш фатальними є їх наслідки.

Часто органи державної влади в процесі формування конкурентної політики приділяють недостатньо уваги питанням конкурентної культури в державі, що значно зменшує ефективність такої політики, адже конкурентна культура є важливим елементом конкурентної політики держави.

Проблемою українського конкурентного середовища є необхідність формування свідомої конкурентної культури, адже поки вона не буде сформована, будь-які заходи, спрямовані на розвиток конкуренції на ринку, будуть зводитись до нуля.

Відсутність конкурентної культури має довгий історичний слід та простежується серед усіх учасників ринкових відносин в Україні.

Причиною цього є соціалістичне минуле нашої країни, адже поняття «конкуренція» увійшло в категорійний апарат

вітчизняної економічної науки відносно недавно. Натомість в економічній науці радянської доби конкуренція як явище поставала в негативному аспекті. Отже, сформувавшись як особистість в умовах адміністративно-командної економіки, у якій були відсутні конкурентні відносини та переважав дух співробітництва, більшість українців досі сприймає конкуренцію з тривогою та вороже [2].

Це проявляється у вигляді так званого економічного егоїзму, тобто у таких ціннісних орієнтаціях економічного суб'єкта, які призводять до переважання в його економічній поведінці корисних власних інтересів, які суперечать інтересам і потребам інших економічних суб'єктів [2].

Ускладнює ситуацію те, що, відповідно до дослідження Державної служби статистики України, 65% робочої сили в Україні складається з осіб віком від 35 до 70 років, тобто осіб, які навчались та формувались як особистість на постулатах адміністративно-командної економіки, а керуючі посади, які дають можливість прийняття рішень, що впливають на конкуренцію та формування конкурентних відносин, займають переважно працівники старшого віку. Отже, можна зробити висновок, що більшість керуючого складу підприємств не усвідомлює повністю цінності конкуренції на ринку [2].

Саме тому в процесі здійснення своєї господарської діяльності суб'єкти господарювання схильні дотримуватись агресивної конкурентної поведінки, яка характеризується тим, що система цінностей такого суб'єкта господарювання ґрунтується на повному відкиданні гуманності, добра, жалості, взаєморозуміння.

Такі суб'єкти господарювання та й індивіди загалом сприймають світ як поле битви, де, відповідно до дарвінівського вчення, виживають найбільш пристосовані, які знищують слабших. Зазвичай людські заздрість і ревності, агресивність та інші деструктивні прояви людської культури є ознаками так званої некультуреної конкуренції [2].

Аналогічною є ситуація у споживчому сегменті, якщо не брати до уваги дітей до 14 років, які не приймають самостійних рішень щодо придбання товарів та послуг, отже, фактично не виступають споживачами, відповідно, 74% споживачів в Україні складають люди старші за 35 років. Оскільки саме розуміння того, що конкуренція приносить користь, а дотримання правил

конкуренції веде до розширення асортименту товарів і послуг більш високої якості за нижчими цінами, приводить до можливості «зворотного зв'язку» та покращення конкурентної ситуації на ринку, то можна зробити висновок, що більшість споживачів схильна приймати деструктивні для себе рішення, які провокують невиправдані витрати [6].

Таким чином, більшість економічно активного населення України не усвідомлює в повній мірі всіх переваг існування конкуренції на ринку.

Підтверджується це кількістю порушень законодавства про захист економічної конкуренції, які щорічно розслідує Антимонопольний комітет України.

Як видно з рис. 1, в останні 4 роки діяльності АМКУ спостерігається тенденція до зменшення кількості припинених порушень на фоні зростаючого економічного ефекту.

Щодо динаміки сплачених штрафів, то тут важко говорити про наявність чіткої тенденції, та й шукати певну тенденцію в цьому показнику, на нашу думку, недоцільно, адже структура, вид і тяжкість порушень кожного року різняться.

Проте існують випадки, що повторюються досить регулярно.

Прикладом такої системності порушень є ситуація, що склалась на ринку роздрібної реалізації пального.

28 жовтня 2016 року після розгляду справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді антиконкурентних узгоджених дій між ТОВ «Золотий екватор», ТОВ «ВОГ Рітейл», ПП «Окко нафтопродукт», ТОВ «Альянс Холдинг», ПП «АМІК Україна», ТОВ «СОКАР ПЕТРОЛЕУМ» та ТОВ «Параллель М ЛТД» було прийнято рішення та накладено штрафи.

Напередодні, 27 жовтня 2016 року, АМКУ погодив «Правила професійної етики у конкуренції щодо чесності та прозорості роздрібного ринку пального в Україні», розроблені учасниками ринку (зокрема, суб'єктами господарювання, яких визнали порушниками у справі), які запобігатимуть виникненню порушень конкурентного законодавства на цих ринках, сприятимуть їх транспарентності.

Окремим пунктом зазначених Правил було визначено, що компанії ніколи формально або неформально не братимуть участь у встановленні «фіксованих» цін [7].

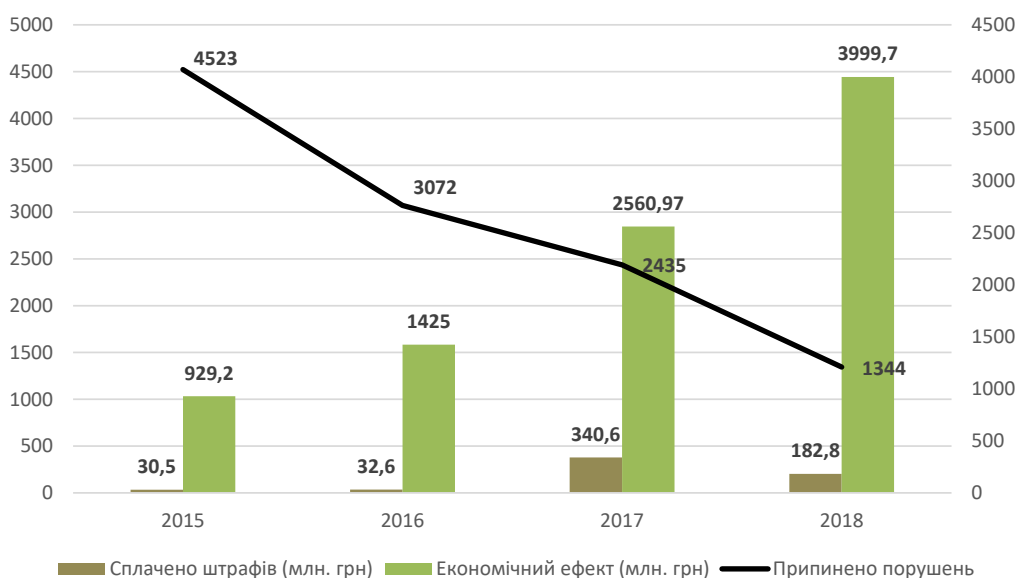


Рис. 1. Динаміка основних показників діяльності АМКУ (2015–2018 рр.)

Джерело: розроблено автором на основі джерел [12–14]

Проте вже 14 травня 2019 року за результатами розгляду справи АМКУ було знову прийнято рішення та накладено штраф на групу компаній ТОВ «ВОГ Рітейл», ТОВ «ОККО-Рітейл» та ТОВ «СОКАР ПЕТРОЛЕУМ» за вчинення протягом 2017 року антиконкурентних узгоджених дій у вигляді встановлення та підтримання на інформаційних табло АЗС подібних між собою роздрібних цін реалізації бензину.

Таким чином, маємо ситуацію за якою суб'єкти господарювання є поінформованими про діяльність на ринку, проте незацікавленими у підтриманні ефективної конкуренції, тому вони цілком свідомо йдуть на дії, що в результаті можуть призвести до фінансових втрат, адже фінансовий бонус від антиконкурентної поведінки значно перевищуватиме можливі втрати від сплати штрафу за порушення.

Отже, необхідним є адвокатування для подолання інформаційної асиметрії та покращення конкурентних відносин на ринку.

Адвокатування конкуренції в Україні необхідне не тільки для окремо взятих ринків, але й для повноцінного функціонування сучасної економіки загалом.

Саме тому дії антимонопольного відомства мають забезпечити роботу своєрідного 3-ядерного механізму конкуренції, в якому кожна зі сторін, усвідомлюючи переваги конкуренції та втрати, яких вона може зазнати від її обмеження, забезпечувала б ефективний контроль за антиконкурентними практиками інших сторін, зокрема за поширенням інформаційної асиметрії на ринку, утворивши своєрідну «невидиму руку контролю інформаційної асиметрії на ринку».

Саме тому стратегія адвокатування конкуренції в Україні має не просто забезпечувати підвищення обізнаності споживачів щодо способів добросовісного ведення конкуренції шляхом поширення зазначеної інформації органами державної влади, але й забезпечувати подолання інформаційної асиметрії та покращення конкуренції на ринку шляхом безперервного протистояння цих сторін. Ці завдання можуть вирішуватися за власною ініціативою антимонопольного відомства, у координації з іншими органами державної влади та за допомогою залучення третіх сторін.

В Україні адвокатування конкуренції – це відносно новий механізм державного впливу, який розвивався паралельно зі встановленням та запровадженням конкурентного законодавства, тобто тоді, коли у країні не було чітко напрацьованої практики роботи антимонопольних органів та підготовлених для цього спеціалістів, що значно вплинуло на якість механізму адвокатування.

Вперше поняття «адвокатування конкуренції» було визначено у 2002 р. робочою групою з адвокатування конкуренції Міжнародної конкурентної мережі. Відповідно до зазначеного визначення адвокатування конкуренції – це набір видів діяльності антимонопольних органів, спрямованих на посилення ефективності конкурентної політики, яка здійснюється конкурентним відомством задля сприяння розвитку конкуренції шляхом використання не примусових механізмів, а переважно за допомогою взаємодії з іншими державними суб'єктами та збільшення поінформованості громадськості щодо переваг конкуренції [8, с. 25].

Відповідно до зазначеного визначення основною метою адвокатування конкуренції є підвищення ефективності конкурентної політики в державі через взаємодію органів державної влади.

Поняттям, що використовується українським антимонопольним відомством, є таке: адвокатування конкуренції – це підтримка конкуренції за допомогою інших ніж правозастосування заходів,

зокрема шляхом оцінювання впливу на конкуренцію регуляторних актів та проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи. Отже, метою адвокатування в Україні є підтримка конкуренції [9].

Проте є інші підходи до визначення адвокатування, кожен з яких детермінує свою мету.

Так, наприклад, М. Стак визначає адвокатування конкуренції як інститут конкурентної політики, який допомагає покращити конкурентне середовище в умовах недосконалості інформації та обмеженої раціональності. Він ставиться до адвокатування конкуренції як до політики, основною метою якої є покращення конкуренції [4].

На думку української вченої-економіста Г. Филук, адвокатування конкуренції – це всі дії антимонопольних органів, які не пов'язані з примусом до виконання правил у сфері антимонопольного законодавства, а спрямовані на формування в суспільстві конкурентної культури, тобто мета адвокатування – це формування конкурентної політики.

В. Лагутін та І. Соколовська розглядають адвокатування конкуренції як набір видів діяльності державних конкурентних органів, спрямованих на зміцнення конкурентного середовища на товарних ринках за допомогою використання механізмів, які прямо не належать до системи примусу, а орієнтовані перш за все на усвідомлення суб'єктами підприємництва вигід конкуренції, зокрема, внаслідок впливу на державні організації [5].

Узагальнивши зазначені визначення, можемо зробити висновки, що сучасні вчені відходять від поняття, запропонованого у 2002 р., та визначають основною метою адвокатування конкуренції підтримку функціонування конкурентного середовища через діяльність органів державної влади. Проте слід зазначити, що фактично лише визначення, запропоноване Міжнародною конкурентною мережею, підкреслює необхідність посилення ефективності конкуренції не тільки завдяки дії органів державної влади, але й через взаємодію з іншими учасниками ринкових відносин.

З цим насправді важко не погодитись, оскільки важливим аспектом на шляху до розвитку та покращення конкурентної ситуації на ринку є саме діяльність різних галузевих асоціацій та експертних груп. Часто вона є навіть більш ефективною, ніж діяльність органів державної влади через те, що їх учасники є більш поінформованими про те, як працює ринок зсередини.

Проаналізувавши запропоновані визначення, пропонуємо застосовувати власне альтернативне визначення: адвокатування конкуренції – це система превентивних заходів антимонопольних органів, вжиття яких відбувається окремо та у взаємодії з іншими органами влади та бізнес-асоціаціями задля досягнення ефективного конкурентного середовища в державі.

З огляду на це та те, що, попри безумовно значний позитивний вплив, адвокатування конкуренції та усвідомлення її переваг недостатньо для того, щоби конкуренція в країні розвивалась, кінцевою метою стратегії адвокатування конкуренції є формування такої системи, у якій держава, споживачі та підприємства завдяки повноті своїх знань будуть збалансовувати один одного, виступати запобіжниками антиконкурентних дій один одного завдяки глибокому розумінню сутності конкурентних відносин, прав та обов'язків їх учасників.

Саме тому формування системи заходів щодо реалізації стратегії адвокатування конкуренції має повноцінно охоплювати всі напрями, а саме органи державної влади, підприємницькі кола та споживачів, адже тільки так вона дасть змогу забезпечити мультиплікативний ефект проконкурентних регуляторних рішень.

У статті ми пропонуємо систему заходів, зображену на рис. 2.



Рис. 2. Система заходів реалізації стратегії адвокатування конкуренції в Україні

Джерело: розроблено автором

Відповідно до запропонованої нами схеми механізм адвокатування конкуренції в системі органів державної влади в Україні передбачає погодження та роз'яснення нормативно-правових актів, надання адресних рекомендацій органам державної влади щодо запровадження ними регуляторних інститутів, відкриту дискусію по антиконкурентних справах та аргументацію прийнятих Антимонопольним комітетом України рішень, їх експертизу, а також різноманітні освітні заходи, такі як тренінги, майстер-класи, організація дискусійних платформ від онлайн-майданчиків до тематичних конференцій [10].

Адвокатування конкуренції в підприємницьких колах – це зазвичай набір класичних заходів антимонопольних органів, представлених рекомендаціями, що надаються суб'єктам господарювання, круглими столами, поширенням кращих практик та підписанням правил професійної етики.

Щодо адвокатування в середовищі споживачів, то тут цікавою, на нашу думку, є практика, запроваджена у США. Адвокатування конкуренції в середовищі споживачів у США має всеохоплюючий характер та спрямована навіть на найменших споживачів, майбутніх активних учасників ринкових відносин.

Основна місія, яку намагається виконати антимонопольне відомство США, полягає в тому, що будь-яка інформація потребує додаткової перевірки, тобто інформація потребує її пошуку.

Крім цього, ФТК активно використовує сучасні інформаційні канали. Так, регулятор має свій блог, який формально поділений на дві частини, такі як бізнес-блог та блог для споживачів, та активно використовує такі соціальні мережі, як «Twitter», «Facebook» та «YouTube».

Таким чином, інформація, що надається антимонопольним відомством, є легкою, доступною та передається через сучасні інформаційні канали, тому вона є легкою для сприйняття всіма учасниками ринкових відносин, адже відомство намагається здійснити максимальне охоплення зацікавленої аудиторії. Одним із результатів вжитих заходів часто є зниження ціни за рахунок здійснення оптимального споживчого вибору через більшу поінформованість споживачів, тоді як адвокатування конкуренції, що здійснюється Антимонопольним комітетом, часто ускладнюється через те, що матеріал подається важко та

зі значним превалюванням спеціалізованих економічних термінів, що не надто добре сприймається пересічним споживачем, не говорячи про підростаюче покоління.

Саме цієї частини, на нашу думку, довгий час не вистачало у стратегії адвокатування конкуренції в Україні, адже так чи інакше споживачі усвідомлюють свою роль на ринку, вони знають, що певні види товару підлягають поверненню, що етикетку необхідно уважно читати, що не завжди та інформація, що так красномовно подається нам у рекламі, є достовірною, часто більшість споживачів знає це на підсвідомому рівні, тоді як підприємець-початківець, який не має штату досвідчених юридичних консультантів, не завжди може усвідомлювати, що деякі умови, які надиктовуються більш досвідченими постачальниками або навіть органами державної влади, є такими, що обмежують конкуренцію на ринку.

Адвокатування конкуренції в Україні – це відносно новий напрям конкурентної політики, який потребує подальшого розвитку. Формальними механізмами адвокатування, зазначеними АМКУ у своєму щорічному звіті, є:

- 1) надання рекомендацій та пропозицій регуляторам, органам влади;
- 2) ініціатива перед Президентом України, Урядом щодо необхідності внесення змін до діючої нормативно-правової бази;
- 3) внесення пропозицій до Верховної Ради України щодо формування конкурентної політики в різних сферах економіки;
- 4) погодження проєктів нормативно-правових актів та інших рішень органів влади та місцевого самоврядування, які можуть вплинути на конкуренцію;
- 5) надання рекомендаційних роз'яснень учасникам ринків, вжиття комунікаційних заходів [9].

Серед основних неформальних механізмів, які використовує АМКУ на сучасному етапі, слід назвати регулярні публікації на офіційному сайті АМКУ, конференції, круглі столи, брифінги, семінари з проблемних питань, гарячу лінію з питань державної допомоги, інформаційний дайджест, публікації в офіційних виданнях.

Показником ефективного застосування адвокатування конкуренції можна вважати кількість справ, що перебувають на

розгляді в антимонопольному відомстві. В Україні ця цифра є досить великою порівняно зі справами, що розглядаються у країнах Євросоюзу та США.

Позитивним аспектом адвокатування в Україні стає все більша діджиталізація взаємодії органу із суспільством.

Так, у 2018 р. АМКУ було проведено 124 електронні консультації, розглянуто 97 звернень через сторінку АМКУ у «Facebook» (кількість читачів якої зросла порівняно з 2016 р. більш ніж на 54%), щомісячно на офіційній сторінці АМКУ розміщується більше 35 000 публікацій [14].

Слід зазначити, що, попри те, що нині органами АМКУ проводиться колосальна робота з адвокатування конкуренції, важко не підкреслити деякі суттєві недоліки, які вже давно виправили антимонопольні відомства інших розвинутих країн, перш за все доступність інформації, що подається органами. Нині вся інформація, що поширюється АМКУ, спрямована здебільшого на бізнес-середовище й не охоплює потреби пересічних споживачів. Більш того, результатом цього може стати поширення інформаційної асиметрії на ринку.

Саме тому найперше, що можна перейняти від зарубіжних колег, так це неформальність подачі інформації та використання більш сучасних каналів поширення, адже насправді поняття конкурентної політики для середньостатистичного українця досі залишається незрозумілим.

Висновки і пропозиції. Адвокатування конкуренції – це важливий механізм протидії поширенню порушень законодавства про захист економічної конкуренції, розвитку проконкурентної свідомості учасників ринкових відносин та боротьби з інформаційною асиметрією на ринку. Адвокатування має одночасно охоплювати всі напрями конкурентної політики держави, адже лише так можна сформувати таку стратегію адвокатування конкуренції, кінцевою метою якої буде формування системи, в якій держава, споживачі та підприємства завдяки повноті своїх знань будуть збалансовувати один одного, виступати запобіжниками антиконкурентних дій один одного завдяки глибокому розумінню сутності конкурентних відносин, прав та обов'язків їх учасників.

Література:

1. Герасименко А. Конкурентна політика: економічний зміст та напрями вдосконалення. *Стратегія розвитку України*. 2014. С. 27–33.
2. Филук Г. Конкурентна культура в системі заходів конкурентної політики. *Економічна теорія*. 2011. С. 46–58. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28468/04-Fyliuk.pdf?sequence=1> (дата звернення: 07.03.2020).
3. Лагутін В. Конкурентна політика держави: механізм реалізації. *Вісник КНТЕУ*. 2016. С. 22–37. URL: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2016/04/3.pdf> (дата звернення: 07.03.2020).
4. Stucke M.E. Better competition advocacy. *St. John's Law Review*. 2008. Vol. 82. No. 3. P. 951–1036.
5. Щербак Т. Модифікація конкурентної політики при умови трансформації економічних відносин. *Економіка України*. 2016. № 4 (645). С. 45–56.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.03.2020).
7. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=130996&schema=main> (дата звернення: 10.03.2020).
8. Advocacy and competition policy. Report prepared by the Advocacy Working Group ICN's Conference Naples, Italy, 2002. URL: <http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc358.Pdf> (дата звернення: 10.03.2020).
9. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/chg/uk/publish/article/82635> (дата звернення: 10.03.2020).

10. Масько А. Інститут державної влади в системі конкурентних відносин : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.01. Київ, 2020. 23 с.
11. Sofia Competition Forum. Guidelines for implementing competition advocacy. URL: unctad.org/meetings/en/Contribution/ccpb_SCF_AdvocacyGuidelines_en.pdf (дата звернення: 10.03.2020).
12. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/zvity/2016/AMCU_2016.pdf (дата звернення: 10.03.2020).
13. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/zvity/2017/AMCU_2017.pdf (дата звернення: 10.03.2020).
14. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/zvity/2018/AMCU_2018.pdf (дата звернення: 10.03.2020).

References:

1. Gherasymenko A. (2014) Konkurentna polityka: ekonomichnyj zmist ta naprjamy vdoskonalennja. [Competition policy: economic content and areas for improvement] magazine Strategy of Development of Ukraine, pp. 27–33.
2. Fyluk G. (2011) Konkurentna kuljtura v systemi zakhodiv konkurentnoji polityky. [Competitive culture in the system of competition policy measures] Journal of Economic Theory, pp. 46–58. Available at: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28468/04-Fyliuk.pdf?sequence=1> (accessed 07 March 2020).
3. Laghutin V. Konkurentna polityka derzhavy: mekhanizm realizaciji. [State competition policy: a mechanism for implementation]. KNTU Bulletin, pp. 22–37. Available at: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2016/04/3.pdf> (accessed 07 March 2020).
4. Stucke M. (2008) Krashe zakhyst konkurenciji [Better competition advocacy]. St. John's Law Review, vol. 82, no. 3, pp. 951–1036.
5. Shcherbakova T. (2016) Modifikatsiya konkurentnoy politiki pri uslovii transformatsii ekonomicheskikh otnosheniy [Modification of competition policy subject to the transformation of economic relations]. Scientific journal "Economics of Ukraine", vol. 4, no. 645, pp. 45–56.
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny (2019). Demografichna ta socialjna statystyka. Rynok praci. Zajnjatistj ta bezrobitnja [Demographic and social statistics. Labor market. Employment and unemployment]. Kyiv : Informatsiino-analitychne ahentstvo (accessed 10 March 2020).
7. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2016). Pravyla profesijnogo etyky u konkurenciji shhodo chesnosti ta prozorsti rozdrinogho rynku paljnogho v Ukraini. [Rules of professional ethics in competition on fairness and transparency of the Ukrainian fuel retail market], Kyiv : Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed 10 March 2020).
8. Advocacy Working Group ICN's (2002). Advokacija ta polityka konkurenciji. [Advocacy and competition policy]. Naples, Italy, 2002 Available at: <http://www.internationalcompetitionnetwork.org> (accessed 10 March 2020).
9. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2017). Advokatuvannja konkurenciji. [Competition advocacy], Kyiv : Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed 10 March 2020).
10. Mas'ko A. (2020) Instytut derzhavnoji vlady v systemi konkurentnykh vidnosyn. [Institute of State Power in the System of Competitive Relations], Kyiv. KNTU.
11. Sofia Competition Forum (2012). Kerivni pryncypy shhodo zdijsnennja konkurenciji [Guidelines for implementing competition advocacy], Sofia : Bulgarian Commission on protection of competition.
12. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2016). Richnyj zvit. [Annual report], Kyiv, Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed: 10 March 2020).
13. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2017). Richnyj zvit. [Annual report], Kyiv, Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed: 10 March 2020).
14. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2018). Richnyj zvit. [Annual report], Kyiv, Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed: 10 March 2020).

Аннотация. В статье исследованы основные факторы, влияющие на низкий уровень эффективности конкурентной политики в Украине. Среди них особое внимание акцентировано на воздействии недостаточной конкурентной культуры большинства экономически активного населения Украины, что значительно усиливается отсутствием прозрачных информационных потоков в экономике. Одним из основных превентивных методов борьбы с информационной асимметрией является адвокати́рование конкуренции. Именно поэтому в статье отдельное внимание уделено именно определению понятия адвокати́рования известными учеными-экономистами. Сделан вывод о том, что каждое из представленных определений имеет конкретно определенную автором цель адвокати́рования и субъекты реализации, что часто идет в разрез с государственной конкурентной политикой нашего государства. На основе исследованной и проанализированной информации в статье предложено авторское определение адвокати́рования конкуренции, которое, по мнению автора, наиболее соответствует конкурентной политике в Украине.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная политика, конкурентная культура, адвокати́рование конкуренции, информационная асимметрия.

Summary. The article investigates the main factors that influence the low level of effectiveness of competition policy in Ukraine. Among them, special attention is paid to the influence of the lack competitive culture majority of economically active population of our country, which is greatly enhanced by the lack of transparent information flows in the economic system of Ukraine. The reason for the low competitive culture is the author's history of our country, when the competition was hostile and with a certain amount of distrust. Competition advocacy is considered one of the main preventive methods of combating information asymmetry in modern society. That is why the article investigates the concept of competition advocacy. Often, lawyers explain competition advocacy as seen as a system of methods of influence solely by public authorities. However, according to the author, this statement is far from true. After all, only interaction, synergy can lead to a positive result. That is why the article focuses specifically on defining the apprehension of advocacy by prominent economists. It is concluded that each of the presented definitions carries a definite purpose of advocacy and subjects of its implementation, which in many cases goes against the state competition policy of our state. That is why, based on the researched and analyzed information, the article suggested the author's definition of competition advocacy, which, in the author's opinion, is most in line with the competition policy in Ukraine and focuses on the main factors, which, unfortunately, are lacking in our country today, and namely: the achievement of an effective competitive environment through the interaction of all participants in market relations. Separately, the author proposes a system of measures that, in his opinion, will help minimize the risks of information asymmetry spreading in the market and increase the efficiency of competition in Ukraine, which will be a significant step towards becoming Ukraine as a country with a new information economy and significantly improve its place in the modern political and economic life in the world.

Keywords: competition, competition policy, competition culture, competition advocacy, information asymmetry.

Решетняк О.І.*к.е.н., доцент, докторант,**Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку**Національної академії наук України***Reshetnyak Olena***Research Centre of Industrial Problems of Development**National Academy of Sciences of Ukraine**ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1183-302X>*

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ КОГНІТИВНОГО ПІДХОДУ

RESEARCH OF PROBLEMS OF SCIENTIFIC ACTIVITY FINANCING IN UKRAINE USING A COGNITIVE APPROACH

Анотація. Метою роботи є застосування когнітивного підходу задля дослідження проблем фінансування наукової діяльності в Україні. Завданнями дослідження є розроблення методичного підходу до дослідження проблем фінансування наукової діяльності на основі побудови когнітивної карти; моделювання когнітивної карти проблем фінансування наукової діяльності в Україні; обґрунтування напрямів реформування процесів фінансування наукової сфери на основі когнітивної моделі. Методами дослідження є огляд літератури, когнітивний підхід, статистичний та кореляційний аналіз, моделювання, імпульсний метод. Відповідно до запропонованого методичного підходу побудовано когнітивну карту, яка дає можливість в експрес-режимі оцінити ситуацію, що склалася у фінансуванні вітчизняної науки; провести аналіз взаємовпливу основних факторів, які визначають можливі сценарії покращення фінансового стану наукової сфери.

Ключові слова: фінансування наукової діяльності, когнітивний підхід, моделювання, проблеми фінансування, сценарій.

Постановка проблеми. Економічний розвиток передових країн світу залежить від стану наукових досягнень, які обумовлюються рівнем фінансування наукової діяльності. Проведення наукових досліджень вимагає збільшення фінансування, оновлення матеріально-технічної бази, підвищення зацікавленості науковців у виробництві наукового продукту. Збільшення вартості наукових досліджень стосується кожного етапу науково-інноваційного циклу, що відображається у збільшенні загальної вартості витрат на науку в рамках ВВП кожної з країн світу. Так, якщо у 2012 р. у світі частка витрат на дослідження та розроблення у світовому ВВП за даними Світового банку [1] складала 2,073%, то у 2017 р. вона зросла до 2,218%. Аналогічна тенденція спостерігається в окремих країнах світу, зокрема в Ізраїлі цей показник зріс з 34,157% у 2012 р. до 4,58% у 2017 р.; в Республіці Корея – з 4,026% у 2012 р. до 4,553% у 2017 р.,

в Німеччині – з 2,868% у 2012 р. до 3,022% у 2017 р., у США – з 2,682% у 2012 р. до 2,8% у 2017 р., в Китаї – з 1,912% у 2012 р. до 2,13% у 2017 р., в Польщі – з 0,883% у 2012 р. до 1,034% у 2017 р. Водночас в Україні спостерігається тенденція зменшення частки витрат на дослідження та розробки у ВВП країни з 0,752% у 2012 р. до 0,448% у 2017 р. [2].

Недостатність фінансування наукової сфери порівняно з іншими країнами світу є не єдиною проблемою, з якою стикається вітчизняна наука. Так, в Україні суттєво відрізняється від країн з розвинутою економікою структура фінансування досліджень та розробок (ДіР). У країнах світу здійснення ДіР відбувається більшою мірою за рахунок фінансування з підприємницького сектору економіки. Так, у 2017 р. підприємницький сектор фінансував 78,8% ДіР у Японії, 77,59% – у Китаї, 73,09% – у США, 69,1% – у Німеччині, тоді як в Україні було профінансовано за рахунок підприємницького сектору лише 34,49% ДіР. Більша частина фінансування ДіР належала державному сектору (58,21%) [1; 2].

Також в Україні актуальними є проблеми відсутності сучасної матеріально-технічної бази та ефективного інформаційного забезпечення наукових досліджень, низького рівня матеріального забезпечення й соціального захисту співробітників науково-технічної сфери, нерационального використання кредитів, відсутності ефективної системи розподілу фінансових ресурсів, низького рівня комерціалізації наукових розробок, що приводить до зниження частки високотехнологічної та наукоємної продукції у структурі ВВП країни та неможливості переходу з екстенсивної до інноваційної моделі економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність дослідження проблем фінансування наукової сфери в Україні підтверджується значною кількістю наукових публікацій українських учених та практиків. Так, питання, пов'язані з фінансуванням науки, досліджуються в роботах О. Мазура [3], А. Широкова [4]; проблеми фінансового забезпечення наукової діяльності та напрями їх вирішення розглядаються в дослідженнях Т. Ілляшенка [5], М. Кужелева [6], А. Соколовської [7], М. Репко [8], В. Хаустової [2; 9], М. Кизима [10–12].

Складність явищ, що відбуваються в процесі фінансування наукової діяльності, обумовлюється багатоаспектністю чинників, які впливають на стан та розвиток наукової сфери (технологічні, економічні, соціальні, екологічні тощо), їх взаємозв'язком, відсутністю достатньої кількісної інформації про динаміку наукових процесів, мінливістю характеру цих процесів у часі, невизначеністю економічного майбутнього, складністю оцінювання ефективності наукових продуктів та можливості їх впровадження тощо. З огляду на зазначені особливості наукова система (а також процеси фінансування, які в ній відбуваються) може розглядатися як слабко структурована, для вивчення якої доцільно застосовувати когнітивний підхід, який є досить універсальним науковим інструментарієм розуміння поведінки складних систем. Методологічні основи когнітивного підходу до вивчення складних слабко структурованих економічних систем були закладені у працях З. Авдєєвої, С. Ковриги, В. Максимова та інших науковців [13; 14].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак дослідженню процесів проблем фінансування наукової діяльності з використанням когнітивного підходу нині приділено недостатню увагу. Застосування когнітивного підходу сприятиме кращому розумінню проблем фінансування вітчизняної науки, визначенню їх взаємовпливу, виявленню суперечностей та якісному аналізу перспектив фінансової підтримки системи наукової діяльності в Україні.

Мета статті. Головною метою роботи є застосування когнітивного підходу до дослідження проблем фінансування наукової діяльності в Україні.

Завданнями дослідження є розроблення методичного підходу до дослідження проблем фінансування наукової діяльності на основі побудови когнітивної карти; моделювання когнітивної карти проблем фінансування наукової діяльності в Україні; обґрунтувати напрямів реформування процесів фінансування наукової сфери на основі когнітивної моделі.

Виклад основного матеріалу. Сутність моделювання когнітивної карти полягає в тому, щоби складні проблеми й тенденції розвитку динамічної системи, яка аналізується, описати у спрощеному вигляді задля визначення та дослідження можливих сценаріїв зміни стану системи (визначення можливості виникнення кризових ситуацій) і пошуку шляхів та умов їх вирішення.

Аналіз наявної теорії та практики побудови когнітивних карт та їх використання для пошуку напрямів вирішення проблем розвитку соціально-економічних систем [10–14] дав змогу сформувати методичний підхід до обґрунтування напрямів реформування наукової сфери України в умовах глобалізації, структурна схема якого наведена на рис. 1.

Розглянемо більш докладно методичний підхід до дослідження проблем фінансування наукової діяльності на основі побудови когнітивної карти.

1 етап. Вивчення об'єкта дослідження.

1.1 Опис проблемної ситуації. Під час опису проблемних ситуацій необхідно виявити повний обсяг знань про систему, яка досліджується. Процес опису проблемної ситуації складається з фіксації ситуації (невпорядкована ситуація), коли відбувається формування образної моделі; попереднього опису проблеми (упорядкування наявної інформації та усвідомлення її недостатності), коли відбувається формування вербальної моделі; інформаційного пошуку та повного опису проблемної ситуації (отримання додаткової інформації, яка приведе до її впорядкування, а також отримання достатньої та впорядкованої інформації про ситуацію), коли відбувається збирання

факторів, що підтверджують симптоми, тлумачення чинників; складання каталогу проблем на підставі сформованого опису вихідної проблемної ситуації.

1.2 Складання каталогу проблем та первинної когнітивної карти. Сформований образ проблемної ситуації та статистичні показники, що їх підтверджують, дають можливість сформувати список проблем, які необхідно вирішити для досягнення мети розвитку економічної системи. Доповнення каталогу проблем здійснюється на підставі апріорного та експертного аналізу. На цьому кроці також здійснюється скорочення каталогу проблем, а саме виключення проблем, що є несуттєвими або повторюваними в іншому формулюванні. Вихідною інформацією є каталог проблем $S_i (i = 0)$.

Наступним кроком є складання первинної когнітивної карти. Побудова моделі обґрунтування цілей та проблем базується на структуризації знань про проблемну ситуацію в вигляді знакової (первинної) когнітивної карти та подальшому виборі відповідного типу функціональної карти залежно від тих чи інших властивостей, притаманних досліджуваній ситуації та поставленим цілям.

Одними з ключових елементів під час формування напрямів бажаного розвитку економічної системи є виявлення та аналіз проблемних ситуацій формальної когнітивної карти, що розглядаються як відхилення розвитку економічної системи від бажаного. За методичного підходу здійснюється побудова лінійної функціональної карти, яка, на відміну від інших когнітивних карт, як основний елемент використовує функціональну одиницю, що розглядає поведінку залежного фактору вузла, яка представляється функцією (приклад вузла наведено на рис. 2).

Функціональна когнітивна карта лінійного типу K_n припускає такі типи факторів, як умовно незалежні, тобто ті, на які не впливають інші чинники карти й можуть змінюватися лише через зовнішні впливи (рис. 2 (а)), і змішані, зміна яких може бути обумовлена зміною факторів передумов і зовнішнім впливом U (рис. 2 (б)). На рис. 2 (а, б), відповідно, наведені їх структурні моделі.

Нехай карта K_F задана безліччю факторів $X = \{x_1, \dots, x_n\}$ та безліччю X_I прямих причинно-наслідкових впливів факторів на фактори. Прямому причинно-наслідковому впливу можна поставити різні параметри, а саме змінні або константні, які можуть мати різну інтерпретацію. У моделі карти такого впливу ставиться у відповідність вага впливу (позитивного або негативного), зокрема вага впливу фактору i на фактор $j - a_{ij}$, що може бути визначено як коефіцієнт кореляції між параметрами. Параметр l_{ji} – це показник, що характеризує коефіцієнт важливості j -го фактору відповідно до його впливу на i -й фактор. Оцінки вагомості факторів зручно представляти у вигляді матриці L розміру $n \times n$.

Фактори X приписані змінній $X(t)$, а задаються на підставі статистичного аналізу параметрів, які описують проблему в термінах природу (визначаються на підставі статистичних даних чи експертним шляхом). Час описуваної моделі умовний та не має предметної інтерпретації. На фактори карти допускається подача зовнішніх впливів U (не обумовлених прямими впливами від суміжних факторів), що задаються у шкалі $[-1, 1]$ з відповідним лінгвістичним значенням характеру впливу.

1.3 Визначення ступеня важливості проблем уявлення блоків проблем та зв'язків між ними.

Відбувається визначення коефіцієнтів важливості проблем експертним шляхом для проблем одного рівня на підставі методу рівневої ієрархії Сааті. Показник, що характеризує коефіцієнт важливості j -го фактору відповідно до його впливу

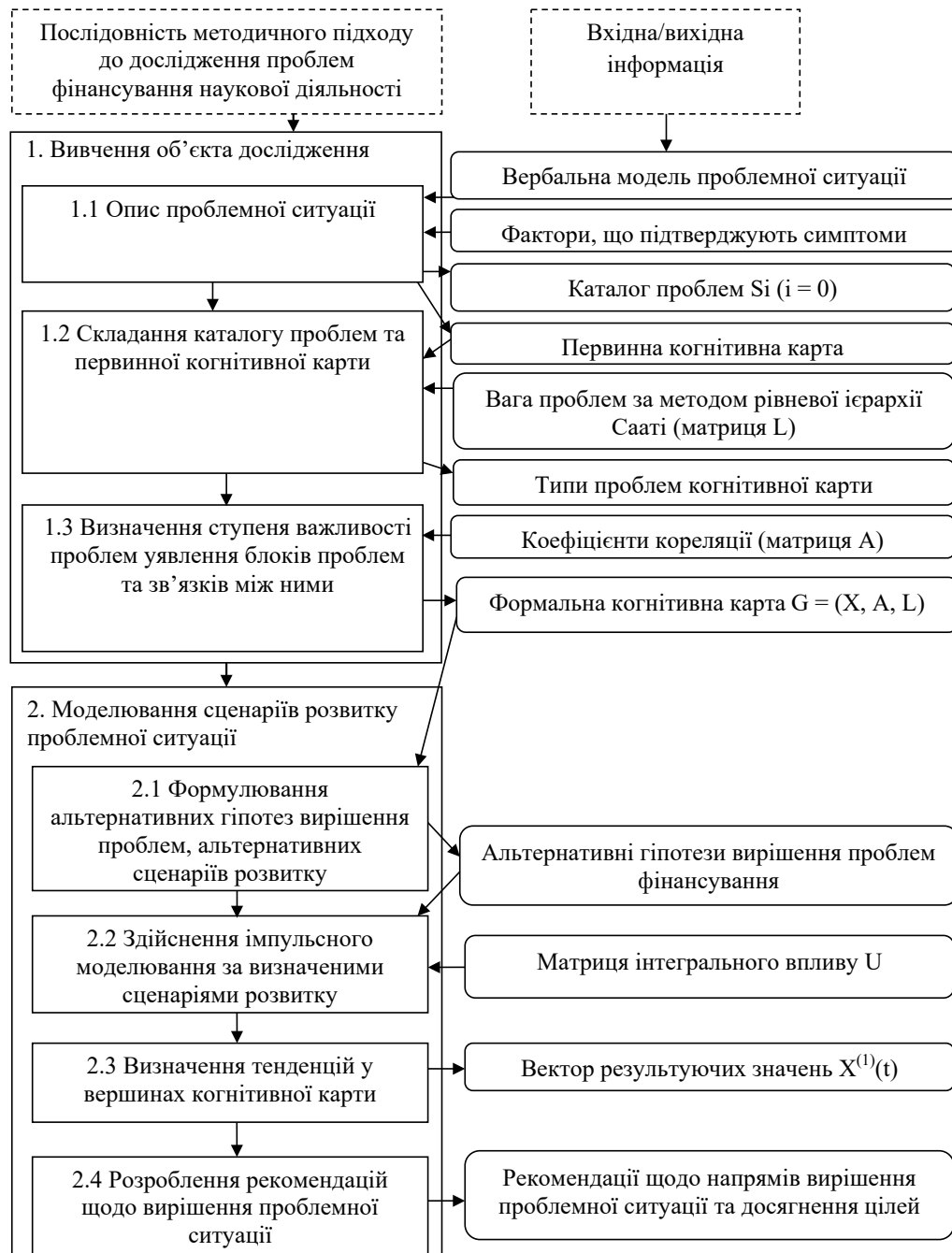


Рис. 1. Структурна схема методичного підходу до дослідження проблем фінансування наукової діяльності на основі побудови когнітивної карти

Джерело: розробка автора

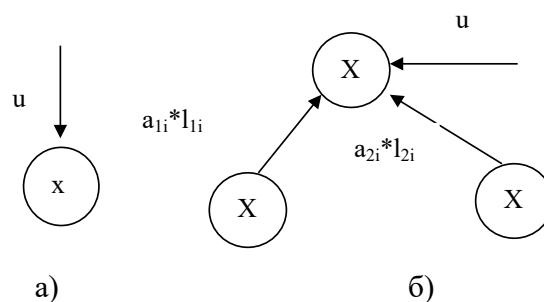


Рис. 2. Допустимі типи факторів когнітивної карти типу K_F

Джерело: [13]

на i -й фактор l_{ji} , визначається експертним шляхом на підставі методу рівневої ієрархії Сааті [15]. На підставі оцінювання експертами рівня вагомості проблем розраховується нормативний коефіцієнт важливості проблеми. Наступним кроком є розрахунок нормативного коефіцієнта важливості та типу проблеми.

На підставі розрахунку коефіцієнтів важливості проблеми в блоці проблем визначають її тип. Визначається тип проблеми (коренева, вузлова, результуюча). Кореневі викликають або загострюють інші проблеми; вузлові є залежними від деяких проблем, але водночас викликають або загострюють інші проблеми; результуючі є наслідком інших проблем; автономні досить значні, але ніяк не пов'язані з іншими.

Визначення типу проблем відбувається таким чином:

$$\text{Тип проблеми} \begin{cases} l_{ji} = 0 - \text{проблема кінцева} \\ l_{ji} = (0, \dots, \max) - \text{проблема вузлова} \\ l_{ji} = \max - \text{проблема коренева} \end{cases} \quad (1)$$

Для побудови когнітивної карти необхідно визначити рівень зв'язків між проблемами. Для визначення ступеня причинно-наслідкового впливу проблем та факторів, які їх характеризують, здійснюється формування матриць статичних даних, що описують їх динаміку. Вагу впливу фактору i на фактор j визначає параметр a_{ij} , що розраховується як коефіцієнт кореляції між кількісними параметрами.

Кінцевим кроком першого етапу методичного підходу до дослідження проблем фінансування наукової діяльності на основі побудови когнітивної карти є побудова когнітивної карти, модель якої в загальному вигляді включає відповідний кортеж параметрів:

$$M_S = \langle K_F (X = (X_{int} \cup X_{ext}), A, L, f_{K_F}); C(X^C, R(X^C)); X(0); U \rangle \quad (2)$$

де K_F – когнітивна карта, яка характеризує розвиток економічної системи; A – матриця значень коефіцієнтів причинно-наслідкового впливу фактору j на фактор i ; L – матриця значень

коефіцієнтів важливості проблеми; C – цільової образ; $X(0)$ – вектор початкових значень (оцінюється темпами зростання відповідного показника), X_{int} – індекси факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що характеризують проблему; U – вектор керуючих впливів.

2 етап. Визначення стану вирішення проблеми.

2.1. Формулювання альтернативних гіпотез вирішення проблем, альтернативних сценаріїв розвитку. На цьому кроці формуються гіпотези розвитку проблемних ситуацій під впливом різних керованих факторів.

2.2. Здійснення імпульсного моделювання за визначеними сценаріями розвитку.

Для побудови когнітивної карти та обґрунтування можливих напрямів розвитку проводиться імпульсне моделювання можливих сценаріїв проблем фінансування науки в Україні задля їх вирішення. Значення імпульсів у вершинах когнітивної карти на такті моделювання n визначається формулою:

$$c_{vi}(n+1) = c_{vi}(n) + \sum_{v_j, e=e_{ij} \in E}^{k=1} f(x_i, x_j, f_{ij}) P_j(n) + U_{vi}(n), \quad (3)$$

де $c_{vi}(n)$ і $c_{vi}(n+1)$ – значення імпульсів у вершині x_i на тактах моделювання n та $(n+1)$ відповідно, формування цільового образу; $f_{ij} = l_{ij} \times a_{ij}$ – функція зв'язку між вершинами x_i та x_j ; $P_j(n)$ – імпульси у вершинах x_j , суміжних із x_i ; $U_{vi}(n)$ – вектор збурень, що вноситься до вершини.

Імпульсний процес може відображати як еволюційний розвиток системи ($U = 0$), так і її розвиток під впливом збурень і керуючих впливів $U_{vi}(n)$, що вносяться до вершини x_i в момент t_n . Набір реалізацій імпульсних процесів – це «сценарій розвитку», що вказує на можливі тенденції розвитку ситуацій. Ситуація в імпульсному моделюванні характеризується набором значень усіх U та C в кожному такті моделювання.

2.3. Визначення тенденцій у вершинах когнітивної карти. На підставі формули (3) визначається тенденція в кожній вершині когнітивної карти.

Таблиця 1

Проблеми фінансування науки в Україні та показники їх оцінювання

Умовні позначення	Проблема	Показники, що оцінюють проблему	Оцінка
X_1	Недостатність фінансування ДіР	Частка витрат на фінансування ДіР у ВВП	Статистична, темп зростання
X_2	Відсутність сучасної матеріально-технічної бази та ефективного інформаційного забезпечення наукових досліджень	Обсяги капітальних та матеріальних витрат у доларовому еквіваленті	Статистична, темп зростання
X_3	Низький рівень матеріального забезпечення й соціального захисту співробітників науково-технічної сфери	Середня заробітна плата науковців у доларовому еквіваленті	Статистична, темп зростання
X_4	Низький рівень витрат бізнесу на дослідження та інновації	Частка фінансування від підприємницьких структур	Статистична, темп зростання
X_5	Низький рівень комерціалізації наукових розробок	Частка впровадження результатів ДіР	Статистична, темп зростання
X_6	Нераціональне використання кредитів	Ефективність використання кредитних ресурсів	Статистична, темп зростання
X_7	Низька наукоємність, екстенсивний тип розвитку вітчизняної економіки	Частка наукоємної продукції у структурі ВВП	Статистична, темп зростання
X_8	Незбалансованість структури фінансування	Частка державного фінансування в структурі джерел	Статистична, темп зростання
X_9	Відсутність ефективної системи розподілу фінансових ресурсів	Частка фінансування фундаментальних досліджень	Статистична, темп зростання

Джерело: сформовано автором

2.4. Розроблення рекомендацій щодо вирішення проблемної ситуації. На підставі отриманих результатів сценаріїв розвитку можна надати рекомендації щодо управлінських дій, вирішення проблем фінансування наукової діяльності.

Відповідно до запропонованого методичного підходу до дослідження проблем фінансування наукової діяльності (рис. 1) була побудована когнітивна карта, а саме на підставі апріорного аналізу визначають фактори, що впливають на процеси фінансування наукової діяльності в Україні. Це дало змогу визначити найбільш суттєві проблеми та виявити основні показники для їх оцінювання (табл. 1).

Після виділення основних проблем проблемного поля та побудови первинної когнітивної карти здійснено оцінювання важливості проблем і зв'язків між ними на основі методу аналізу ієрархій (MAI) Саати [10]. На підставі розрахунку коефіцієнтів вагомості проблеми було визначено типи проб-

лем на підставі формули (1) та їх вплив на інші проблеми (табл. 2).

На наступному етапі аналізу були визначені значення матриці L (формула 2), яка включає значення розрахованих коефіцієнтів важливості проблеми, які наведені в табл. 3.

Для визначення ступеня причинно-наслідкового впливу проблем фінансування наукової діяльності в Україні та факторів, які їх характеризують, на підставі матриць статистичних даних за 2000–2018 рр. [16] було розраховано коефіцієнти кореляції параметрів впливу фактору i на фактор $j - a_{ij}$. Оцінку впливу наведено в табл. 4.

Вимірювання причинно-наслідкових чинників та вагомості факторів з урахуванням їх взаємовпливу характеризується матрицею $A \times L$ за формулою (3), яка наведена в табл. 5.

На підставі проведених розрахунків побудовано когнітивну модель дослідження проблем розвитку науки в Україні, яка зображена на рис. 3.

Таблиця 2

Визначення типів проблем первинної когнітивної моделі

Умовні позначення	Коефіцієнт вагомості проблеми в блоці	Тип проблеми
X_1	3,000	коренева
X_2	0,030	вузлова
X_3	0,029	вузлова
X_4	2,496	вузлова
X_5	0,750	вузлова
X_6	0,351	вузлова
X_7	0,000	кінцева
X_8	1,125	вузлова
X_9	0,219	вузлова

Джерело: розраховано автором

Таблиця 3

Матриця L-значень коефіцієнтів важливості проблем когнітивної моделі

Умовні позначення	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9
X_1	0	0,529	0,75	0	0,350	0	0,538	0	0,833
X_2	0	0	0	0	0,030	0	0	0	0
X_3	0	0	0	0	0,029	0	0	0	0
X_4	0,875	0,421	0,25	0	0,321	0	0,378	0,25	0
X_5	0	0	0	0	0	0	0	0,75	0
X_6	0	0,05	0	0	0,134	0	0	0	0,167
X_7	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X_8	0,125	0	0	0	0	1	0	0	0
X_9	0	0	0	0	0,136	0	0,084	0	0

Джерело: розраховано автором

Таблиця 4

Матриця A-значень коефіцієнтів причинно-наслідкового впливу фактору j на фактор i між факторами визначених проблем

Умовні позначення	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9
X_1	0,000	0,864	0,681	0,000	0,187	0,000	0,820	0,000	0,851
X_2	0,000	0,000	0,000	0,000	0,191	0,000	0,000	0,000	0,000
X_3	0,000	0,000	0,000	0,000	0,062	0,000	0,000	0,000	0,000
X_4	0,741	-0,553	-0,269	0,000	0,195	0,000	0,606	-0,604	0,000
X_5	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,750	0,000
X_6	0,000	0,613	0,000	0,000	0,613	0,000	0,000	0,000	0,613
X_7	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
X_8	0,913	0,000	0,000	0,000	0,000	0,613	0,000	0,000	0,000
X_9	0,000	0,000	0,000	0,000	0,136	0,000	0,580	0,000	0,000

Джерело: розраховано автором

Розглянемо імпульсне моделювання впливу на прикладі використання запропонованої когнітивної моделі дослідження проблем фінансування наукової діяльності в Україні для різних управлінських рішень.

Сценарій 1 передбачає збільшення фінансування наукової діяльності в Україні з підприємницьких структур (бізнесу). Він отриманий при внесенні імпульсу (збурень) у вершину X_4 , значення $u_4 = +1$.

Збурення (імпульс) $U = \{u_4 = 0, 0, 0, +1, 0, 0, 0, 0, 0\}$ моделює гіпотезу, що за збільшення обсягів фінансування наукової діяльності від бізнесу очікується поступове зростання частки наукоємної продукції у ВВП.

Сценарій 2 передбачає збільшення фінансування Ді Р. Він отриманий при внесенні збурення в вершину X_1 , значення $u_1 = +1$.

Збурення (імпульс) $U = \{u_1 = +1, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0\}$ моделює гіпотезу, що за збільшення фінансування ДіР очікується поступове зростання частки наукоємної продукції у ВВП.

Сценарій 3 передбачає покращення структури та збільшення обсягів фінансування наукової діяльності в Україні. Він отриманий при внесенні імпульсу (збурень) у вершину X_1 , значення $u_1 = +1$, X_4 , значення $u_4 = +1$.

Збурення (імпульс) $U = \{+1, 0, 0, +1, 0, 0, 0, 0, 0\}$ моделює гіпотезу, що за покращення структури та збільшення обсягів фінансування наукової діяльності в Україні очікується поступове зростання частки наукоємної продукції у ВВП.

Визначення впливів імпульсів здійснюється відповідно до висунутих гіпотез за формулою (3). Згідно з обчислювальними експериментами визначено тенденції у вершинах когнітивної карти (табл. 6).

Таблиця 5

Визначення значення матриць $A \times L$ вимірювання причинно-наслідкових чинників та вагомості факторів з урахуванням їх взаємовпливу

Умовні позначення	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9
X_1	0,000	0,457	0,511	0,000	0,065	0,000	0,441	0,000	0,709
X_2	0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,000	0,000	0,000	0,000
X_3	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000
X_4	0,648	-0,233	-0,067	0,000	0,062	0,000	0,229	-0,151	0,000
X_5	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,563	0,000
X_6	0,000	0,031	0,000	0,000	0,082	0,000	0,000	0,000	0,102
X_7	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
X_8	0,114	0,000	0,000	0,000	0,000	0,613	0,000	0,000	0,000
X_9	0,000	0,000	0,000	0,000	0,019	0,000	0,049	0,000	0,000

Джерело: розраховано автором

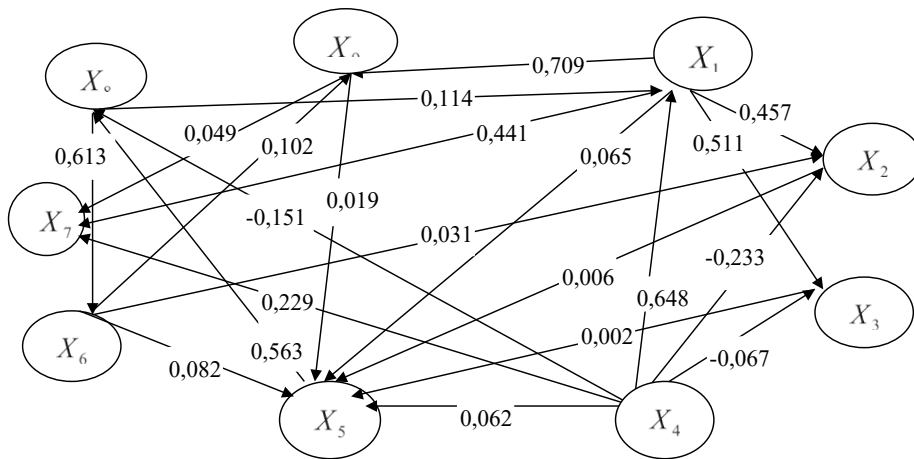


Рис. 3. Когнітивна модель дослідження проблем фінансування наукової діяльності в Україні

Джерело: власна розробка

Таблиця 6

Тенденції відповідно до моделювання імпульсного впливу

Сценарій	Імпульс	Тенденція у вершинах когнітивної карти									Очікуване зростання частки наукоємної продукції у ВВП (вершина X_9)
		X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	
1	$U = \{u_4 = 0, 0, 0, +1, 0, 0, 0, 0, 0\}$	3	3	3	-	3	1	2	1	3	3
2	$U = \{u_1 = +1, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0\}$	-	4	4	1	3	1	1	3	3	3
3	$U = \{+1, 0, 0, +1, 0, 0, 0, 0, 0\}$	-	4	4	-	3	1	3	3	3	3

Позначення: 1 – не впливає; 2 – несуттєве зменшення; 3 – несуттєве зростання; 4 – суттєве зростання

Джерело: власна розробка

Як видно з табл. 6, аналіз сценаріїв покращення фінансування науки в Україні, побудованих на базі когнітивної моделі наявних проблем, дав змогу визначити, що на цьому етапі економічного розвитку країни збільшення загальних обсягів фінансування наукової діяльності та коштів, які надходять з підприємницького сектору, приведе до зростання частки наукоємної продукції у структурі ВВП, а всі параметри цільового образу також збільшуються.

Висновки і пропозиції. Таким чином, у роботі запропоновано методичний підхід до дослідження проблем фінансування наукової діяльності на основі побудови когнітивної карти, застосування якого дало змогу побудувати когнітивну модель, яка дає можливість в експрес-режимі, в короткі терміни та на якісному рівні оцінити ситуацію, що склалася у фінансуванні вітчизняної науки; провести аналіз взаємовпливу основних факторів, які визначають можливі сценарії покращення фінансового стану наукової сфери; визначити реальні можливості учасників фінансування наукової діяльності; обґрунтувати та розробити альтернативні стратегії збільшення обсягів фінансування науки в країні з урахуванням як наявних тенденцій, так і можливих додаткових ресурсів. Використання когнітивної моделі дослідження проблем фінансування наукової діяльності надає інформацію щодо визначення напрямів реформування процесів фінансування наукової сфери у середньостроковому періоді. Однак запропонована когнітивна модель включає тільки агреговані проблеми фінансування наукової діяльності, які потребують подальшої декомпозиції та докладного вивчення причин виникнення складної ситуації, яка склалася нині в Україні.

Література:

- World Bank. Science Indicators. URL: <https://data.worldbank.org/about/get-started> (дата звернення: 01.04.2020).
- Хаустова В., Решетняк О. Дослідження стану та тенденцій розвитку науки в країнах світу та Україні. *Проблеми економіки*. 2019. № 3. С. 11–22. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-3-11-22> (дата звернення: 01.04.2020).
- Мазур О. Українська наука: цифри і факти. *Наука України у світовому інформаційному просторі*. URL: http://www1.nas.gov.ua/publications/books/serii/academy/1102010/Documents/2013_7/Nauka_Ukr_V7_2.pdf (дата звернення: 01.04.2020).
- Широков А. Щодо фінансування науки в Україні НАН України. *Вісник Національної академії наук України*. 2012. № 5. С. 43–45.
- Ілляшенко Т., Радіонова І. Проблеми та перспективи фінансування освіти і науки в Україні в умовах економічної кризи. *Механізм регулювання економіки*. 2010. № 1. С. 223–228.
- Кужелєв М. Сучасний стан фінансування української науки: проблеми та перспективи. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 13. Ч. 3. С. 129–131. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/116.pdf (дата звернення: 01.04.2020).
- Соколовська А. Фінансування науки в Україні: напрями змін. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. Серія: Економіка. 2018. № 5 (200). С. 50–57. DOI: 10.17721/1728-2667.2018/200-5/7.
- Репко М., Касперович Ю. Скільки коштів витрачають на науку в університетах? Аналітична записка. *Центр економічної стратегії*. 2020. 63 с. URL: <https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2020/01/Скільки-витрачають-на-науку-в-університетах-2.pdf> (дата звернення: 01.04.2020).
- Хаустова В., Решетняк О. Основні тенденції та проблеми розвитку науки в Україні. *Проблеми економіки*. 2019. № 2. С. 62–72. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-2-62-72> (дата звернення: 01.04.2020).
- Kyzym M., Reshetniak O., Lelyuk O. Simulating Development of Science in a Country with the Use of the Cognitive Approach. *SHS Web Conf.* 67, 2019. 01008. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196701008>.
- Kyzym M., Khaustova V., Reshetnyak O., Danko N. Research on Problems of Development of Science under Conditions of Adapting to the Digitalization of the Economy. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019. Vol. 8. Issue 3C. P. 7–13. DOI:10.35940/ijrte.C1002.1183C19.
- Research Study of the Problems of Human Resourcing of the Scientific and Innovation Entrepreneurship / M. Kyzym, V. Khaustova, O. Reshetnyak, G. Timohova, O. Sakhnenko. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019. Vol. 8. Issue 3C. P. 213–218. DOI: 10.35940/ijrte.C1036.1183C19.
- Avdeeva Z., Kovriga S. The technology of the strategic goal-setting and monitoring of a system development on the basis of cognitive mapping. *Procedia Computer Science*. 2017. № 4. P. 27–34.
- Коврига С., Максимов В. Когнитивная технология стратегического управления развитием сложных социально-экономических объектов в нестабильной внешней среде. Таганрог, 2001. 324 с.
- Saaty T., Sodenkamp M. Making decisions in hierarchic and network systems. *Int. J. Applied Decision Sciences*. 2008. № 1. P. 24–79.
- Укрстат. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 01.04.2020).

References:

- World Bank (2020) Science Indicators. Available at: <https://data.worldbank.org/about/get-started> (accessed: 01 April 2020).
- Khaustova V. and Reshetnyak O. (2019) Research of the state and tendencies of development of science in the countries of the world and Ukraine. *Problemy ekonomiky*, vol. 3. pp. 11–22. Available at: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-3-11-22> (accessed: 01 April 2020).
- Mazur O. (2013) Ukrayins'ka nauka: tsyfry i fakty [Ukrainian Science: Facts and Figures]. *Nauka Ukrayiny u svitovomu informatsiynomu prostori*. Available at: http://www1.nas.gov.ua/publications/books/serii/academy/1102010/Documents/2013_7/Nauka_Ukr_V7_2.pdf (accessed: 01 April 2020).
- Shyrokov A. (2012) Shchodo finansuvannya nauky v Ukraini NAN Ukrayiny. [About science funding in Ukraine NAS of Ukraine]. *Visnyk Natsional'noyi akademiyi nauk Ukrayiny*, vol. 5, pp. 43–45.
- Ilyashenko T., Radionova I. (2010) Problemy ta perspektyvy finansuvannya osvity i nauky v Ukraini v umovakh ekonomichnoyi kryzy [The Problems and Prospects of Financing Education and Science in Ukraine in the Economic Crisis]. *Mekhanizm rehulyuvannya ekonomiky*, vol. 1, pp. 223–228.
- Kuzhelyev M. (2015) Suchasnyy stan finansuvannya ukrayins'koyi nauky: problemy ta perspektyvy [Current state of financing Ukrainian science: problems and prospects]. *Naukovyy visnyk Kherson's'koho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomichni nauky*, vol. 13, no. 3, pp. 129–131. Available at: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/116.pdf (accessed: 01 April 2020).
- Sokolov's'ka A. (2018) Finansuvannya nauky v Ukraini: napryamy zmin [Current state of financing Ukrainian science: problems and prospects]. *Visnyk Kyiv's'koho natsional'noho universytetu im. Tarasa Shevchenka. Seriya: Ekonomika*, no. (200), pp. 50–57. DOI: 10.17721/1728-2667.2018/200-5/7.
- Repko M., Kasperovych Yy. (2020) Skil'ky koshtiv vytrachayut' na nauku v universytetakh? *Analitichna zapyska* [How much money is spent on science at universities? Analytical note]. *Tsentr ekonomichnoyi stratehiyi*. 63 p. Available at: <https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2020/01/Скільки-витрачають-на-науку-в-університетах-2.pdf> (accessed: 01 April 2020).
- Khaustova V. and Reshetnyak O. (2019) Basic tendencies and problems of development of science in Ukraine. *Problemy ekonomiky*, vol. 2, pp. 62–72. Available at: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-2-62-72> (accessed: 01 April 2020).
- Kyzym M., Reshetniak O. and Lelyuk O. (2019) Simulating Development of Science in a Country with the Use of the Cognitive Approach. *SHS Web Conf.*, vol. 67, 01008. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196701008>.

11. Kyzym M., Khaustova V., Reshetnyak O., Danko N. (2019) Research on Problems of Development of Science under Conditions of Adapting to the Digitalization of the Economy. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, vol. 8, no. 3C, pp. 7–13. DOI: 10.35940/ijrte.C1002.1183C19.
12. Kyzym M., Khaustova V., Reshetnyak O., Timohova G., Sakhnenko O. (2019) Research Study of the Problems of Human Resourcing of the Scientific and Innovation Entrepreneurship. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, vol. 8, no. 3C, pp. 213–218, DOI: 10.35940/ijrte.C1036.1183C19.
13. Avdeeva Z., Kovriga S. (2017) The technology of the strategic goal-setting and monitoring of a system development on the basis of cognitive mapping. *Procedia Computer Science*.
14. Kovriga S., Maksimov V. (2001) *Kognitivnaya tekhnologiya strategicheskogo upravleniya razvitiyem slozhnykh sotsial'no-ekonomicheskikh ob'yektov v nestabil'noy vneshney srede* [Cognitive technology of strategic management of the development of complex socio-economic objects in an unstable external environment]. Taganrog. (in Russian)
15. Saaty T., Sodenkamp M. (2008) Making decisions in hierarchic and network systems. *Int. J. Applied Decision Sciences*, vol. 1, pp. 24–79.
16. *The State Statistics Service of Ukraine* (2020). Available at: www.ukrstat.gov.ua (accessed: 01 April 2020).

Аннотация. Целью работы является применение когнитивного подхода с целью исследования проблем финансирования научной деятельности в Украине. Задачами исследования являются разработка методического подхода к исследованию проблем финансирования научной деятельности на основе построения когнитивной карты; моделирование когнитивной карты проблем финансирования научной деятельности в Украине; обоснование направлений реформирования процессов финансирования научной сферы на основе когнитивной модели. Методами исследования являются обзор литературы, когнитивный подход, статистический и корреляционный анализ, моделирование, импульсный метод. В соответствии с предложенным методическим подходом построена когнитивная карта, которая позволяет в экспресс-режиме оценить ситуацию, которая сложилась в финансировании отечественной науки; провести анализ взаимовлияния основных факторов, определяющих возможные сценарии улучшения финансового состояния научной сферы.

Ключевые слова: финансирование научной деятельности, когнитивный подход, моделирование, проблемы финансирования, сценарий.

Summary. The economic development of the world's leading countries depends on the level of scientific achievement, which determined by the level of funding for scientific activities. Complexity of the phenomena occurring in the process of scientific activity financing is caused by the multidimensionality of factors affecting the state and development of the scientific sphere. Due to these features, the scientific system can be considered as poorly structured, for the study of which it is appropriate to apply a cognitive approach. The main purpose of this work is to apply a cognitive approach to the study of problems of financing scientific activity in Ukraine. The objectives of the study are: the development of a methodological approach to the study of research funding problems based on the construction of a cognitive map, modeling a cognitive map of research funding problems in Ukraine, the justification of the directions of reforming the processes of scientific funding based on a cognitive model. Methods of research: literature review, cognitive approach, statistical and correlation analysis, modeling, pulse method. In accordance with the proposed methodological approach to research problems of scientific activity financing, a cognitive map was built. The work carried out impulse modeling on the example of developed cognitive model for various management decisions. The built cognitive model allows to estimate the situation in the financing of domestic science in express mode at a qualitative level; to analyze the mutual influence of the main factors that determine the possible scenarios of improving the financial condition of the scientific sphere; to determine the real possibilities of participants in the financing of scientific activity; to justify and develop alternative strategies to increase the amount of science financing in the country taking into account the attraction of additional resources. However, the proposed cognitive model includes only aggregated problems of scientific activity financing that require further decomposition and detailed study of the reasons for the complex situation that currently exists in Ukraine.

Keywords: scientific activity financing, cognitive approach, modeling, financing problems, scenario.

Серьогіна Д.О.

*к.е.н., доцент кафедри економіки,
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова
Serogina Daria
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Райна Д.О.

*студентка,
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова
Raina Dariia
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

СТАН РИНКУ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

STATUS MARKET OF HOUSING CONSTRUCTION OF KHARKIV REGION

Анотація. У статті досліджено вплив розвитку будівельної галузі на економіку країни через основні статистичні показники, такі як внесок будівельної галузі у ВВП України, інвестиції в основний капітал будівельної галузі та обсяг виконаних будівельних робіт. Визначено динаміку житлового будівництва в Україні загалом та в Харківській області зокрема на основі таких статистичних показників, як обсяг і темпи вводу в експлуатацію житла. Досліджено місце житлового будівництва Харківської області в структурі всієї країни. Визначено міста та райони, які є лідерами та аутсайдерами в Харківській області за динамікою зростання ринку житлового будівництва. Виявлено головні тенденції попиту та пропозиції на ринку нерухомості міста Харкова. Зазначено проблеми, що мають значний вплив на темпи будівництва в місті Харкові та Харківській області, а також можливі шляхи їх вирішення.

Ключові слова: будівельна галузь, житлове будівництво, первинний і вторинний ринок житла, житловий попит, житлова пропозиція, Харківська область.

Постановка проблеми. Будівельна галузь сьогодні є однією з найважливіших галузей національної економіки України. За допомогою будівельної галузі вирішуються найважливіші завдання переоснащення матеріальної бази всього виробничого комплексу України, а також створюються умови розвитку невиноробничої сфери.

Питання житлового будівництва сьогодні все ще залишається актуальним як для всієї України, так і для окремих її регіонів, включаючи Харківську область. Задля ефективного дослідження житлової політики необхідно проаналізувати тенденції формування сучасного ринку житлової нерухомості України та Харківської області за останні роки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато закордонних та вітчизняних науковців присвятили свої праці вивченню аспектів розвитку житлового будівництва. Зокрема, К.В. Паливода [1] довів, що житлове будівництво є локомотивом економічного розвитку країни. Вагомий внесок у вирішення проблем будівельної галузі, регулювання, відновлення та інвестування житлового будівництва здійснили такі вчені, як О.С. Телетов, А.А. Граділь, М.П. Рудь [2], Н.О. Фісуненко [3], Л.Л. Калініченко, Ю.Р. Сидорова [4].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак не до кінця розкритим залишається питання ситуації впливу різномірного розвитку регіонів на розвиток будівельної галузі, що є в нашій країні, тому дуже гостро стоїть питання дослідження саме регіонального впливу на загальну тенденцію розвитку будівельної галузі всієї України.

Мета статті. Головною метою роботи є дослідження стану житлового будівництва в Харківській області, визначення проблеми та запровадження напрямів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Обсяги та динаміка показника валового внутрішнього продукту визначають загальний розвиток національної економіки країни, тому доцільно визначити, яку питому вагу в загальному обсязі ВВП України має будівельна галузь.

Згідно з даними Державної служби статистики України абсолютний та відносний внесок будівельної галузі у ВВП мають тенденцію до зростання у 2010–2012 та 2015–2018 роках. Проте протягом 2013–2014 років в економіці країни відбулась фінансова криза, яка значно вплинула на розвиток будівельної галузі. Упродовж 2013 та 2014 років внески будівельної галузі у ВВП України значно зменшилися, склавши лише 36,66 та 36,03 млрд. грн., порівняно з 39,45 млрд. грн. 2012 року. Вже у 2015, 2017 та 2018 роках індекс будівельної галузі у ВВП

країни до попереднього року зрівнявся з індексом ВВП по Україні загалом (у 2015 та 2018 роках він становив 126,34% та 119,30% відповідно, у 2017 році індекс будівельної галузі у ВВП країни перевищує індекс загального ВВП по Україні на 11,58).

Важливим у дослідженні стану будівельної галузі країни є визначення процесів інвестування в основний капітал, адже функціонування будь-якої галузі економіки потребує масштабного відтворювання у вигляді ремонтів, модернізації, реконструкції. Інвестиційна ситуація за 2010–2018 роки повністю відповідає стану економіки країни загалом. Так, у 2010–2012 роках інвестиції в основний капітал зросли на 86,6 млрд. грн. Проте у 2014 році відбулося значне скорочення інвестицій в основний капітал на 43,8 млрд. грн., або на 17,69% відповідно до попереднього періоду. Скорочення обсягів інвестицій найбільш негативно впливає на будівельну галузь. Інвестиції в основний капітал щодо будівельної галузі у 2014 році становили 33,9 млрд. грн., отже, порівняно з 2013 роком, коли вони склали 43,4 млрд. грн., вони зменшилися на 9,6 млрд. грн., або 25,04%. Погіршення економічних показників спровокувало зменшення інвестування та попиту в будівельній галузі, що вплинуло на зменшення обсягів виконаних будівельних робіт та випуску будівельних матеріалів [5].

Щорічне поступове зростання капітальних вкладень забезпечило зростання обсягів будівельних робіт на 83,7 млрд. грн., або на 45,52%, у 2018 році порівняно з 2015 роком, тобто будівельна галузь за останні 4 роки сприяла розвитку суміжних галузей та економічному зростанню в Україні. Можна зробити висновки, що у 2010–2018 роки спостерігалось постійне зростання обсягу виконаних будівельних робіт в Україні, яке було перерване у 2014 році, але вже з наступного року й до сьогодні воно було відновлено й розвивається, що свідчить про певний чинний потенціал сталого функціонування розвитку цієї галузі.

Розвиток житлового будівництва відіграє одну з ключових ролей впливу на соціально-економічний розвиток як усієї країни, так і окремих її областей, бо саме забезпеченість житлом та його доступність для населення прямо впливають на рівень

життя й відбиваються на демографічній та економічній ситуації в кожному регіоні (рис. 1).

Ситуація житлового будівництва України за 2010–2017 роки характеризується збільшенням обсягів прийнятих в експлуатацію житлових будівель до 10206,0 тис. м² загальної площі (збільшилась на 18,6% до аналогічного періоду 2010 року), винятком є 2018 рік, за якого загальна площа прийнятих в експлуатацію житлових будівель стрімко знизилась на 14,9% порівняно до аналогічного періоду попереднього року (від 10206,0 до 8684,9 тис. м²) [6].

Лідерами введення житлового будівництва в Україні в розрізі регіонів у 2018 році залишаються Київська область (не враховуючи міста Києва), маючи 1541,0 тис. м² загальної площі (зменшилась на 10,4% до аналогічного періоду минулого року), Львівська область, маючи 897,3 тис. м² (збільшилась на 1,0%), Одеська область, маючи 567,8 тис. м² (зменшилась на 16,9%), Харківська область, маючи 528,9 тис. м² (збільшилась на 52,0%), Закарпатська область, маючи 428,7 тис. метрів² (збільшилась на 16,6%).

Шість передових областей України, а саме Київська, Львівська, Одеська, Харківська, Івано-Франківська, Закарпатська, нині забезпечують третю частину житлового будівництва України. Харківська область формує тренд розвитку житлового будівництва на північному сході України. Ця тенденція сформувалась багато років тому й зберігається сьогодні. За 2010–2019 роки обсяги житлового будівництва Харківської області фактично збільшилися із 416,0 тис. м² до 528,9 тис. м², але темп росту займає кращі позиції по Україні, адже за цей період він збільшився на 127,14% і, маючи більші обсяги, поступається за темпами приросту лише Волинській (212,17%), Рівненській (154,25%), Закарпатській (146,21%), Львівській (139,77%) та Київській областям (130,15%).

До складу будівельного комплексу Харківської області входять підприємства та організації, які виконують загальнобудівничі, проєктні, спеціальні, монтажні види робіт, а також підприємства, які виготовляють будівельні матеріали, конструкції та вироби. Отже, проаналізуємо та дослідимо стан та динаміку розвитку будівельної галузі Харківської області.

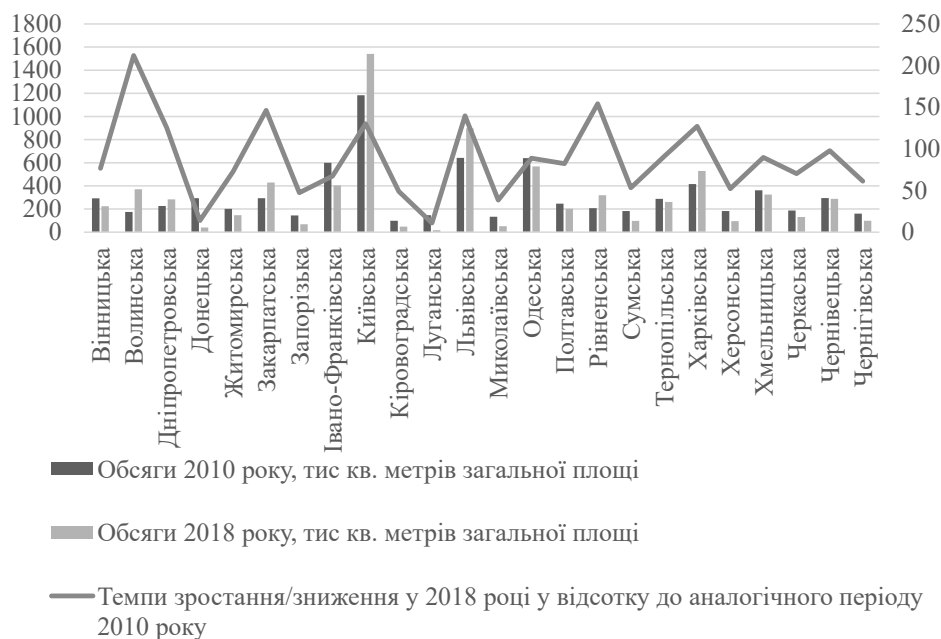


Рис. 1. Обсяги й темпи зростання прийнятого в експлуатацію житла в розрізі регіонів України за 2010–2018 роки

Джерело: сформовано автором на основі [6]

Найбільшу частку будівельного ринку Харківської області мають загальні будівельні роботи введення житлових будівель нового будівництва (78%), менші частки займають капітальний та поточний ремонт (22%). Детально динаміку введення житлового будівництва Харківської області у 2010–2018 роках зображено на рис. 2.

Зазначимо, що у 2010–2013 роках показник обсягу прийнятого в експлуатацію житла незначно коливається, за винятком 2014 року, під час якого показники значно зменшилися під дією впливу економічної кризи країни, яка призвела до зниження споживчого попиту на продукцію житлового будівництва жителів області. У 2015 році порівняно з аналогічним періодом минулого року стався значний стрибок, адже обсяги прийнятого в експлуатацію житла збільшилися на 102 051 тис. м², тобто на 36,25%, зберігаючи надалі тенденцію до зростання. Станом на 2018 рік досягнуто максимальний результат обсягів введення в експлуатацію житла. За весь час статистичних спостережень, тобто за останні 10 років, у Харківській області введено в експлуатацію близько 3,65 млн. м² житла.

Обсяг прийнятого в експлуатацію житла в Харківській області у міській місцевості характеризується тенденцією до збільшення, темпи зростання становлять 148,03% від 332,9 тис. м² у 2010 році до 492,8 тис. м² у 2018 році. В сільській місцевості, навпаки, спостерігається тенденція до скорочення обсягів прийнятого в експлуатацію житла, темпи зростання становлять 0,43% від 83,3 тис. м² до 36,1 тис. м² у 2018 році. Загалом обсяги прийнятого в експлуатацію житла в міській місцевості становлять 93% від загального обсягу, у сільській – 7%.

Більша частина районів має тенденцію до спадання обсягів і темпів прийнятого в експлуатацію житла у 2012–2018 роки. Більша частина житлового будівництва станом на 2018 рік, а саме 438 586 м² (82,93% від загальної площі), приходить на м. Харків, 11 272 м² (2,13%) – на м. Чугуїв, а 14,94% в рівномірних частинах приходяться на такі міста, як Ізюм (2 644 м²), Люботин (2 355 м²), Лозова (1 567 м²), Первомайський (826 м²), Куп'янськ (529 м²) [8].

Якщо спиратись на середньостатистичні показники, то можна визначити тенденцію більшого попиту на первинне житло за останні роки, тобто житло, на яке ще не оформлювалося право власності, адже співвідношення угод на ринку первинного будівництва м. Харкова становило 70%, вторинного – 30%. Така ситуація є наслідком впливу багатьох факторів.

По-перше, наявна тенденція зближення цін первинної та вторинної нерухомості м. Харкова за останні декілька років, що обумовлено, з одного боку, падінням цін на вторинну нерухомість через зниження платоспроможності населення, а з іншого боку, падінням цін на новозбудоване житло, що обумовлено збільшенням конкуренції поміж забудовниками та продажом приміщень на ранніх етапах будівництва.

По-друге, споживачі віддають перевагу купівлі первинного житла через низку кращих технологічних характеристик, тому доцільно провести повний аналіз первинної житлової нерухомості Харкова за попитом та пропозицією на нерухомість за найбільш використовуваними показниками, такими як комплексність забудови, структура за класами, цінова політика.

Нині найбільші забудовники м. Харкова збільшують кількість великих житлових комплексів і навіть цілих мікрорайонів. Комплексна забудова стає більш привабливою, ніж поодинокі як для будівельних компаній, так і для майбутніх мешканців.

Найчастіше комплексну забудову реалізує ПАТ «Трест Житлобуд-1» в таких проєктах, як ЖК «Салтівський», «Ньютона», «Левада», «Рогатинський». Найбільш масштабний проєкт – це ЖК «Мир», на якому розбудується три ділянки, на кожній із яких заплановано та вже будується від 19 до 25 дев'ятиповерхових будинків. Також до комплексної забудови вдаються «Житлобуд-2» (ЖК «Меридіан», «Пролісок»), «Градстрой» (ЖК «Лазурний») тощо.

Ринкова пропозиція м. Харкова за класами житла за показниками території поширення та середньорічної ціни за квадратний метр є такою: економ-клас – усі райони Харкова, найбільша кількість зафіксована в Індустріальному та Холодногірському районах (12 555 грн./м²), комфорт-клас – Салтівський район, територія уздовж Ключківської вулиці та Московського проспекту (15 659 грн./м²), бізнес-клас – центральна частина міста та наближених до неї територій, Салтівський район (19 936 грн./м²), преміум-клас – центральна частина міста, Павлове Поле (34 225 грн./м²), де-люкс – Сумська вулиця (43 609 грн./м²).

Залежно від попиту структура ринкової пропозиції на первинному ринку житла як м. Харкова, так і Харківської області загалом за класами залежно від кількості будинків чи секцій станом на 2018 рік є такою: економ-клас – 41%, комфорт – 25%, бізнес – 22%. Частка вищих класів преміум та де-люкс залишається незначною, становлячи 11% та 1% відповідно.

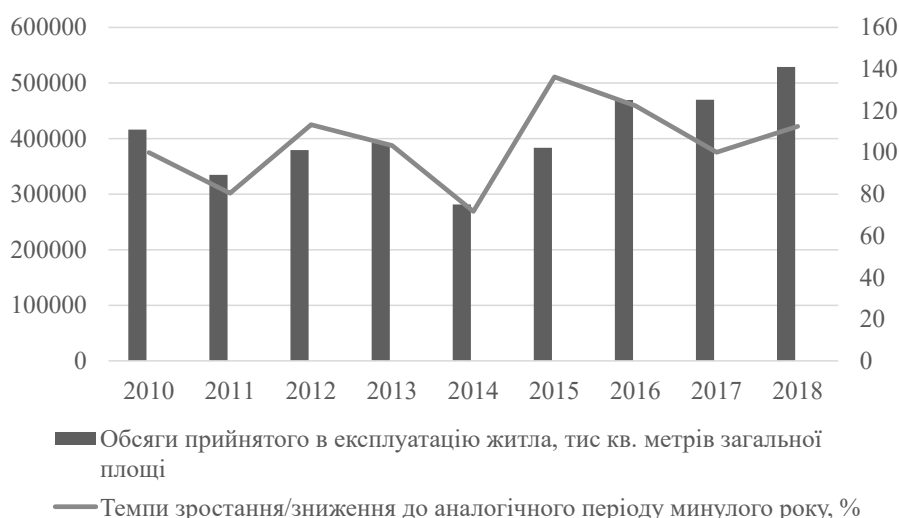


Рис. 2. Обсяги й темпи зростання прийнятого в експлуатацію житла в Харківській області за 2010–2018 роки

Джерело: сформовано автором на основі джерела [7]

Результати аналізу дають змогу виявити такі недоліки та проблеми, які перешкоджають стабілізації розвитку житлового ринку:

- недостатнє стимулювання залучення капітальних інвестицій до будівельної галузі задля збільшення її відсоткового значення в структурі ВВП України та збільшення його розмірів;
- недооцінка регіональної специфіки функціонування та розвитку житлового ринку в конкретних регіонах;
- збільшення попиту на житло економ-класу за рахунок зростання вартості будівництва та будівельно-монтажних робіт, а також зменшення доходів населення;
- будівництво переважно в містах (частка введеного в експлуатацію житла у сільській місцевості та районах Харківської області коливалася в межах чверті-третьої й почала зростати у 2010-х роках, ймовірно, через будівництво на вільних землях навколо найбільших міст);
- не перевищення пропозиції над попитом на житло, оскільки загальна кількість збудованих квадратних метрів зростає, але також зростає кількість населення, що проживає в перенаселеному житлі.

Основними напрямками виходу з цієї ситуації є:

- покращення платоспроможності населення через реформування системи заробітної плати та зниження ціни на будівництво шляхом оголошення тендеру на виконання підрядних робіт, а також через використання кредитних ресурсів банківських установ;
- покращення впливу політики держави на ринку житлового комплексу, яка має бути спрямована на створення ринкових структур забезпечення фінансування житлового будівництва (фінансові біржі, інвестиційні фонди).

Висновки і пропозиції. Таким чином, аналітичний огляд сучасного стану галузі регіону дав можливість зафіксувати основну тенденцію протягом останніх років, адже наявна позитивна динаміка будівельних показників як по країні загалом, так і по Харківській області та м. Харкові зокрема внаслідок поступових ринкових перетворень. Особливостями регіонального ринку є зайняття ключової позиції комплексів економ-класу в бюджетному сегменті, адже потіснене житло комфорт-класу. Це підтверджується структурою як попиту, так і пропозиції на первинне житло. Обсяг угод на ринку первинної житлової нерухомості у 2018 році виріс на 6% порівняно з аналогічним періодом попереднього року. На фоні відносної стабільності національної валюти рівень цін на ринку продовжує зростати.

Напрями розвитку будівельного комплексу Харківської області та міста Харкова мають складатися з комплексу заходів стимулювання більш ефективної його роботи, в основу яких має лягти створення конкурентного середовища у сфері виробництва будівельних матеріалів та будівництва житлових будинків, на що будуть спрямовані подальші дослідження, оскільки вони є одними з найбільш ринкових галузей економіки, які здійснюють значний вплив на розвиток будівельної галузі та народного господарства країни загалом.

Література:

1. Паливода К.В. Механізми та інструменти фінансування житлового будівництва за умов соціально-економічної нестабільності в Україні. *Інвестиції: практика і досвід*. 2018. № 1. С. 5–10.

2. Телетов О.С., Граділь А.А., Рудь М.П. Інноваційна маркетингова діяльність у житловому будівництві. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С. 33–46.
3. Фісуненко Н.О. Підходи до дослідження стану будівельної галузі. *Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи* : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 16–17 лютого 2018 року) / заг. ред. М.М. Палінчак, В.П. Приходько, А. Крип'як. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2018. С. 40–43 (дата звернення: 16.03.2020).
4. Калініченко Л.Л., Сидорова Ю.Р. Аналіз тенденцій розвитку будівельної галузі та будівельної продукції України. *Молодий вчений*. 2017. № 4.4(44.4). С. 64–69 URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4.4/15.pdf> (дата звернення: 12.03.2019).
5. Валовий внутрішній продукт // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 16.03.2020).
6. Кількість та загальна площа прийнятих в експлуатацію будівель по регіонах // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/bud/kzp/arh_kzp2018_u.htm (дата звернення: 16.03.2020).
7. Загальна площа прийнятого в експлуатацію житла // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 16.03.2020).
8. Обсяги прийнятих в експлуатацію житлових будівель по містах та районах Харківської області // Офіційний сайт Головного управління статистики в Харківській області. URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 16.03.2020).

References:

1. Palyvoda K.V. (2018), "Mechanisms and instruments of financing housing construction in times of social and economic instability in Ukraine", *Investitsii: praktyka ta dosvid*, vol. 1, pp. 5–10.
2. Tielietov O.S., Hradil A.A., Rud M.P. (2015). *Innovatsiina marketingova diialnist u zhytlovomu budivnytstvi* [Innovative marketing activity in housing construction]. *Marketing i menedzhment innovatsii – Marketing and management of innovations*, 3, 33–46.
3. Fisunenko N.O. (2018). *Pidkhody do doslidzhennia stanu budivelnnoi haluzi* [Approaches to the study of the state of the construction industry]. *Zabezpechennia staloho rozvytku ekonomiky: problemy, mozhlyvosti, perspektyvy – Ensuring Sustainable Development of the Economy: Problems, Opportunities, Perspectives: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*, (pp. 40–43). Uzhhorod, Helvetia Publishing House. (in Ukrainian)
4. Kalinichenko L.L., Sydorova Yu.R. (2017). *Analiz tendentsii rozvytku budivelnnoi haluzi ta budivelnnoi produktsii Ukrainy* [Analysis of trends in the construction industry and construction products in Ukraine]. *Molodyi vchenyi – Young scientist*. Issue 4.4(44.4), pp. 64–69. Available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4.4/15.pdf> (accessed 12 March 2020).
5. State Statistics Service of Ukraine (2018), "Gross domestics product of Ukraine", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 16 March 2020).
6. State Statistics Service of Ukraine (2018), "Number and total area of buildings commissioned by region", available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/bud/kzp/arh_kzp2018_u.htm (accessed 16 March 2020).
7. State Statistics Service of Ukraine (2018), "Total area of commissioned housing", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 16 March 2020).
8. Main Department of Statistics in Kharkiv Region (2018), "Volumes of residential buildings commissioned in cities and districts of Kharkiv region", available at: <http://kh.ukrstat.gov.ua> (accessed 16 March 2020).

Аннотация. В статье исследовано влияние развития строительной отрасли на экономику страны через основные статистические показатели, такие как вклад строительной отрасли в ВВП Украины, инвестиции в основной капитал строительной отрасли и объем выполненных строительных работ. Определена динамика жилищного строительства в Украине вообще и в Харьковской области в частности на основе таких статистических показателей, как объем и темпы введения в эксплуатацию жилья. Исследовано место жилищного строительства Харьковской области в структуре всей страны. Определены города и районы, которые являются лидерами и аутсайдерами в Харьковской области по динамике возрастания рынка жилищного строительства. Выявлены главные тенденции спроса и предложения на рынке недвижимости города Харькова. Указаны проблемы, которые имеют значительное влияние на темпы строительства в городе Харькове и Харьковской области, а также возможные пути их решения.

Ключевые слова: строительная отрасль, жилищное строительство, первичный и вторичный рынок жилья, жилищный спрос, жилищное предложение, Харьковская область.

Summary. The article discusses the problems of theory and practical aspects of the formation and functioning of housing in Ukraine. It is worth noting that housing is an important area of human activity, which is intended for commissioning, reconstruction, improvement of industrial and non-industrial facilities. Housing is a separate branch of science, the formation of which is currently taking place in Ukraine. Therefore, housing significantly affects the functioning of the economic system and domestic production as a whole. The article analyzes the latest changes in the volume of construction work performed by type of construction products, and presents the dynamics of capital investments in construction in Ukraine and the structure of investments in construction. The article analyzes the share of the construction industry in the gross domestic product of the country according to the main statistical indicators: the contribution of the construction industry to the GDP of Ukraine, investments in fixed assets of the industry and the volume of construction work performed. The housing construction industry deserves special attention as the basis for creating comfortable and safe living conditions for people. The main trends in the development of the housing market in the Kharkov region are identified. The dynamics of housing construction in Ukraine and the Kharkiv region was determined on the basis of statistical indicators, such as the volume and rate of commissioning of housing. The place of housing construction in the Kharkov region in the structure of the whole country is investigated. The cities and regions that are leaders and outsiders of the Kharkov region in terms of the dynamics of growth in the housing market are identified. The largest enterprises-builders of Kharkov are revealed. The main trends in supply and demand in the real estate market of Kharkov in the primary and secondary market are identified. Describes the classes of housing, which occupy the largest share in the structure of the market supply for housing in the city of Kharkov. The factors and problems that have a significant impact on the pace of construction in the city of Kharkov and the Kharkiv region, as well as ways to solve them are indicated.

Keywords: construction industry, housing, primary and secondary housing market, housing demand, housing supply, Kharkov region.

Шашина М.В.

*к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Shashyna Maryna

National Technical University of Ukraine

“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6676-3316>

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПРОСТОРОВИХ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

INSTITUTIONAL SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF SPATIAL FORMS OF BUSINESS ORGANIZATION IN UKRAINE

Анотація. У статті розглядаються особливості інституціонального забезпечення розвитку просторових форм організації бізнесу в Україні. Досліджуються особливості просторової організації економіки регіонів. У даному контексті також розглядається зміст функціонування вузлів і мереж. Доведено, що історично першими просторовими формами організації бізнесу, які виникли в Україні були спеціальні (вільні) економічні зони. Проте вони, як і території пріоритетного розвитку, фактично припинили своє повноцінне функціонування з моменту відміни податкових пільг. Доведено, що найбільшого розвитку з поміж інших просторових форм організації бізнесу в Україні набули кластери, наукові та індустріальні парки, потенціал яких, проте, ще практично не розкритий. Встановлено, що на державному рівні створення індустріальних парків визначено як один з пріоритетів регіонального економічного розвитку. Водночас, механізми заохочення їх заснування та подальшого функціонування все ще є недостатньо дієвими.

Ключові слова: просторові форми організації бізнесу, інституційне забезпечення, вільні економічні зони, кластери, технополіси, галузеві парки, територіально-виробничі комплекси.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток світового господарства має інноваційно-інформаційне підґрунтя та супроводжується трансформацією всіх процесів просторової організації економічних систем. Глобалізаційні процеси обумовлюють зміни у розподілі управлінських ресурсів та призводять до необхідності більш детального дослідження факторів впливу на економіку. Таким чином, досліджуючи економічний потенціал підприємств на внутрішньому та зовнішніх ринках необхідно розуміти наскільки широким є інституціональне забезпечення просторових форм організації бізнесу.

Рациональність функціонування всіх просторових форм організації бізнесу забезпечується державою. Серед основних завдань держави у даній сфері є самозбереження та стійкий їх розвиток. У даних процесах приймають участь всі без виклю-

чення державні інститути адже їх діяльність пов'язана з певною територією.

Слід констатувати, що подальший розвиток національної економіки в умовах всеохоплюючої глобалізації та інтеграції, потребуватиме пошуку принципово нових підходів щодо перебудови у сфері регулювання регіональної політики. Для цього, необхідно розвивати інституціональне забезпечення новітніх просторових форм організації бізнесу, які зможуть досягати цілей сучасного економічного розвитку нашої держави. На сьогодні, попри деякі зрушення, слід констатувати, що в Україні потенціал різних просторових форм організації бізнесу використовується вкрай обмежено. Проте, як свідчить досвід розвинених країн, вони є джерелом економічного розвитку і чим ширшим є їх інституціональне різноманіття і глибше проникнення у економіку регіону, тим більшим є потенціал майбутнього зростання на рівні країни загалом. Зазначене обумовлює актуальність тематики дослідження та обґрунтовує доцільність його здійснення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження різноманітних просторових форм організації бізнесу розглядають як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. До вітчизняних науковців, які аналізують ступінь розвитку інституціонального забезпечення даної сфери, зокрема належать: І.В. Заблудська, О.В. Кушнірецька, І.В. Лещух, Т.В. Медінська, М.І. Мельник, М.В. Плетньов, С.М. Ткач, І.В. Тяжкороб, Р.С. Чорний, С.Д. Щеглюк тощо.

Як у теоретичному, так і практичному контексті, зазначені питання були розглянуті також іноземними вченими. До сучасних дослідників, які вивчають дану проблематику належать А. Браманти, М. Енрайт, П. Маскелл, С. Розенфельд та інші.

Серед останніх досліджень вітчизняних науковців, досить широко проблематику розвитку просторових форм організації бізнесу розкриває С.М. Ткач [1; 2; 5], серія наукових праць якої присвячена нормативно-правовому регулюванню, а також проблемним питанням інституційного забезпечення їх діяльності.

Значний науковий інтерес становить докторська дисертація Тяжкороб І.В. [3], у якій розглядається інвестиційний аспект розвитку просторових форм організації економіки регіону, де

окрім теоретичного дослідження також пропонуються різноманітні підходи щодо їх стимулювання та розвитку.

Попри досить широке висвітлення особливостей просторових форм організації бізнесу у науковій літературі, слід відмітити, що окремі аспекти цієї тематики все ще потребують більш детального дослідження. Зокрема це стосується підходів до управління просторовими формами ведення бізнесу. Не достатньо дослідженими є і внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на їх розвиток. Потребує аналізу сучасний стан інституціонального забезпечення розвитку просторових форм ведення бізнесу, у контексті визначення основних факторів, що гальмують їх поширення в Україні.

Мета статті. Метою статті є з'ясування сучасного стану інституціонального забезпечення розвитку просторових форм організації бізнесу в Україні та визначення подальших перспектив його покращення. Згідно визначеної мети, пропонується вирішити наступні завдання:

- окреслити передумови розвитку просторових форм організації бізнесу в Україні;
- проаналізувати сучасний стан розвитку окремих просторових форм ведення бізнесу в Україні;
- визначити форми управління просторовими формами ведення бізнесу;
- здійснити аналіз факторів, що впливають на розвиток інституціонального забезпечення просторових форм організації бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Простір і засоби управління ним розглядаються як елементи, що визначають економічне зростання і процеси розвитку загалом. Просторову структуру економіки і соціальні явища пов'язують з певними регіонами, а у випадку аналізу території здебільшого мають на увазі окремі держави і географічні регіони.

У просторі, що генерується і трансформується під впливом людської діяльності, можна виділити певні повторювані закономірності і схеми, присутні в більшості просторових систем. Найбільш важливими з них, і такими, що здатні визначати природу простору, є вузли і мережі (в лінійних системах). Вузлами виступають міста і селища (як окремі центри або агломерації). Вони здатні формувати цілі системи розселення. Ядра систем вузлів утворюються містами різних розмірів. Вузлова система може приймати різні просторові форми тобто бути розсіяною або концентрованою, в рівновазі або поляризації. Лінійні системи пов'язані між собою 2 зв'язками просторового або реляційного характеру. Щодо вузлів, то вони пов'язані дорогами, залізничним сполученням, каналами та ріками, що забезпечує більш інтенсивне використання простору житлових, службових або виробничих функцій [4].

У найбільш розвинених країнах світу безперечними каталізаторами розвитку та зростання регіонів є активне використання різного роду просторових форм організації бізнесу, до яких зокрема належать наукові, технологічні, а також галузеві парки, територіально-виробничі комплекси, вільні економічні зони, кластери, технополіси, бізнес-інкубатори тощо.

Слід відмітити, що проблематика розвитку просторових форм організації бізнесу в Україні не нова. Вперше вони з'явилися ще наприкінці 1990-х років і протягом всіх наступних років спостерігалось урізноманітнення їх видів. Поряд з тим, слід констатувати, що здебільшого існуючі на тепер просторові форми організації бізнесу не досягають своєї первинної і основної мети – розвитку регіонів, а окремі з них, взагалі припинили функціонування.

Історично, функціонування перших просторових форм організації бізнесу в Україні було законодавчо закріплено ще у 1992 р. Це були спеціальні економічні зони. Прийняття Закону України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» мало на меті створення різних їх типів, зокрема: вільних митних/експортних/транзитних зон, технопарків та технополісів, комплексних виробничих зон тощо [5, с. 90]. Примітним є те, що навіть через 28 років, даний закон все ще залишається у статусі чинного. Поряд з тим, після 2006 р. до нього припинили вносити правки, а його функціонування по суті ніяким чином не впливає та не стимулює розвиток спеціальних економічних зон.

Загалом, на теперішній момент, попри те що спеціальних економічних зон все ще налічується 11, фактично, починаючи з 2005 р. переваги даного режиму у податковій сфері було скасовано. Виходячи з цього, попри фізичне існування спеціальних економічних зон та територій пріоритетного розвитку (на сьогодні їх налічується 9), на практиці вони не мають ніяких пілль, а отже зміст їх діяльності відсутній [6].

Окрім спеціальних економічних зон та територій пріоритетного розвитку, у 1998 р. виникли й інші просторові форми організації бізнесу в Україні – технологічні парки та кластери.

Щодо технологічних парків, то на сьогодні їх налічується 16, переважна більшість яких була створена у 2000–2008 рр [7]. Поряд з тим, існуючі небагаточисельні технопарки практично не мають особливих податкових, кредитних чи інших видів переваг. Зміст єдиного на сьогодні механізму їх підтримки полягає у можливостях одержання цільових субсидій у формі мита (при ввезенні нового обладнання або інших комплектуючих засобів із-зі кордону, у випадку якщо їх не можна придбати на території України).

Щодо кластерів, то їх діяльність подібно до технопарків та територій пріоритетного розвитку була започаткована ще у 1998 р. [8, с. 32]. Поряд з тим, на противагу іншим просторовим формам організації бізнесу в Україні, кластери поступово розвиваються, про що, у тому числі, свідчить хоча й повільне, але покращення показників України у міжнародному рейтингу визначення Глобального інноваційного індексу (рис. 1).

Кластери, як просторова форма організації бізнесу на сьогодні в Україні розвивається досить активно. Слід відмітити, що значна частина кластерів існуючих на даний час в Україні, були створені у 2010-х роках, проте, ті, які були засновані ще наприкінці 1990-х років припинили свою діяльність.

Попри те, що статистика відносно кількості є досить обмеженою, за оцінками науковців на теперішній час їх кількість перевищує 60 і продовжує зростати [10, с. 87]. Регіонами-лідерами щодо кластерних утворень є Запорізька, Львівська та Харківська області, тоді як аутсайдерами можна вважати Житомирську та Луганську області. Здебільшого на сьогодні кластери створюються у формі громадських організацій чи громадських спілок.

У останні роки питанням розвитку кластерів приділялось досить багато уваги, що пов'язано з процесами децентралізації в державі. Також це обґрунтовує активну участь міжнародних організацій у створенні кластерів в Україні.

Посилення регіонів сприяє та обумовлює розвиток міжрегіональних кластерів, яких на сьогодні налічується більше 10. Така форма кластерів насамперед пов'язана з розширенням можливостей збільшення конкурентоспроможності не лише на внутрішніх, але й насамперед на зовнішніх ринках.

Отже, можна констатувати, що кластери є досить перспективною просторовою формою організації бізнесу в Україні,



Рис. 1. Динаміка України у рейтингу Глобального інноваційного індексу в 2011–2019 рр. за компонентом «Стан розвитку кластерів»

Джерело: складено за даними The Global Innovation Index з 2011–2019 рр. [9]

і можна очікувати, що процеси децентралізації будуть лише сприяти їх розвитку у майбутньому.

Дещо пізніше ніж попередньо розглянуті просторові форми організації бізнесу (у 2006 р.) розпочали свою діяльність на території України наукові парки. Дані процеси були започатковані створенням наукового парку «Київська політехніка», для чого прийняли спеціальний закон. У 2009 р. законодавче підґрунтя отримали всі наукові парки України [11, с. 71].

На теперішній час, за даними Міністерства освіти і науки, в Україні існують 28 наукових парків. Така їх кількість безперечно є замалою. Також слід констатувати велику концентрацію наукових парків у м. Києві, Харкові, Львові та Одесі, тоді як значна більшість регіонів не провадить відповідну діяльність [12]. Подолати цю проблему можливо шляхом проведення широкої агітаційної діяльності та роз'яснювальної роботи з боку

Міністерства освіти і науки України, адже одним з головних чинників гальмування розвитку мережі наукових парків у регіонах є відсутність розуміння у навчальних закладів та інших наукових установах процесу заснування та переваг, які надають такі просторові форми організації бізнесу.

З прийняття у 2012 р. Закону України «Про індустріальні парки», у нашій країні почала досить активно розвиватись ще одна просторова форма організації бізнесу. Станом на 2020 р. кількість індустріальних парків внесених у реєстр складає 43, окрім того, у регіонах також існують незареєстровані індустріальні парки [13]. Повний перелік зареєстрованих та незареєстрованих індустріальних парків в Україні за регіонами наведено на рис. 2.

Таким чином, на основі даних рис. 2 можна зробити висновки, що регіонами-лідерами щодо кількості індустріальних

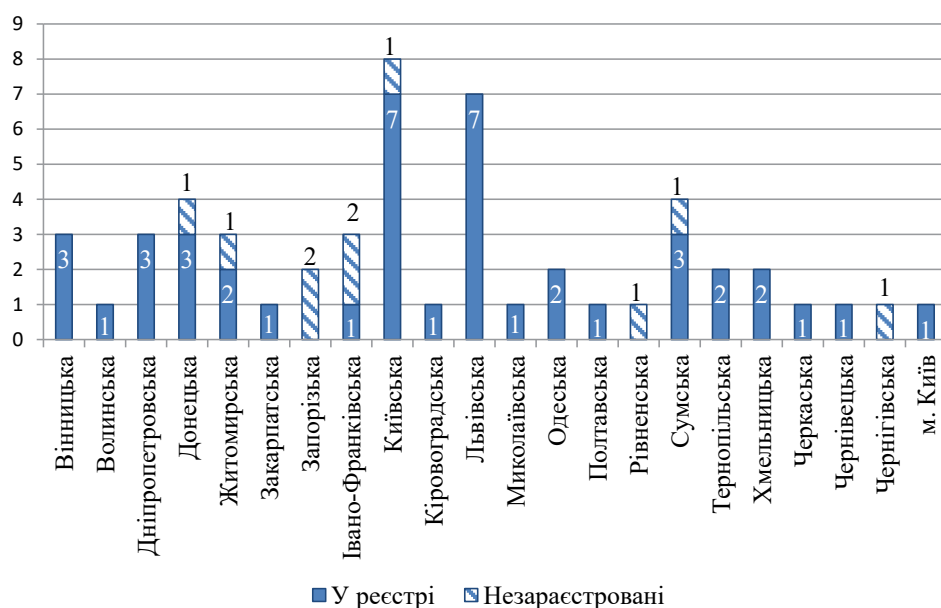


Рис. 2. Перелік зареєстрованих та інших індустріальних парків що існують в Україні за регіонами станом на 2020 р.

Джерело: складено за даними [13]

парків в Україні є Київська та Львівська області. Окрім цього, примітним також є те, що у трьох областях (Луганській, Харківській та Херсонській) вони взагалі відсутні.

Слід відмітити, що розвитку індустріальних парків на теперішній момент приділяється досить багато уваги. Так на державному рівні передбачається створення мереж індустріальних центрів у всіх без виключення регіонах. Поряд тим, реалізація цих заходів без відповідного податкового та іншого стимулювання може не досягти необхідної мети, яка безперечно полягає у стимулюванні розвитку регіонів України.

Як видно з проведеного дослідження, інституціональне забезпечення розвитку просторових форм ведення бізнесу в Україні є досить обмеженим. Для стимулювання їх розвитку, окрім забезпечення пільгових умов оподаткування та інших фінансових механізмів, має здійснюватися управління просторовими формами ведення бізнесу, яке залежить від місця розташування і відстані, та передбачає:

- управління відстанню (витрати, якість і види транспорту);
- управління природними ресурсами (водою, землею, ландшафтом і сировиною);
- вдосконалення регіональної економіки;
- організація процесів розвитку в соціальній, культурній та політичній сферах в рамках різних адміністративних одиниць;
- розробку моделі, що застосовується для просторового управління країною, як конфігурації вузлів, а також опис мереж і зв'язків між ними.

Створення зон, привабливих для інвесторів, і концентрація в них нових продуктивних галузей і послуг залежать від активів і зобов'язань, наявних у даній країні або регіону. До ключових активів, які впливають на соціально-економічну організацію простору, відносять економічний і демографічний потенціал, природні ресурси, а також людський і соціальний капітал. Серед основних зобов'язань, що впливають на інтенсивність і рівень інвестицій у певну галузь, слід віднести статус певного регіону (рівень його розвитку), наявність природних ресурсів, а також рівень соціального капіталу [14].

На формування матриці потреб та особливостей окремих регіонів впливають як державні, так і приватні інвестори, які реалізують власні операційні стратегії. Регіональна політика є ключовим, але не єдиним інструментом формування процесів розвитку територій. Держава повинна зіграти вирішальну роль, наприклад, в якості ініціатора розвитку периферійних та маргінальних регіонів, а також тих, добробут яких є найнижчим у країні. З іншого боку, важливим є заохочення регіонів, які можуть утворювати центральні області зміцнення економічного потенціалу. Види інструментів можуть бути різними і стосуватись зокрема: регіональної політики, прямих економічних інвестицій, інвестицій у технічну інфраструктуру і людський капітал.

Окрім внутрішніх факторів, все більший вплив на розвиток регіонів мають фактори зовнішнього характеру. На теперішній час, глобалізація є основним чинником формування соціально-економічного простору регіонів. Саме глобальні інтереси підприємств, що представляють різні сектори економіки, які потребують використання ресурсів, досить часто визначають місце розвитку нової інфраструктури, що передбачає появу нових робочих місць. Також на розвиток просторових форм організації бізнесу значний вплив мають інші зовнішні чинники, зокрема соціально-економічні явища, що відбуваються в прикордонних районах, політична ситуація в регіоні, процеси економічної інтеграції тощо.

Висновки і пропозиції. Проведене дослідження інституціонального забезпечення розвитку просторових форм організації бізнесу в Україні дозволило сформулювати наступні висновки:

- Розвиток та широке розповсюдження різноманітних просторових форм організації бізнесу є запорукою економічного зростання регіонів;
- Попри те що поширення просторових форм організації бізнесу розпочалось практично з моменту набуття Україною незалежності, на сьогодні їх кількість є незначною (як і ефективність);
- Найбільш розвиненими з поміж різних просторових форм організації бізнесу в Україні можна вважати кластери, наукові та індустріальні парки;
- Все ще залишається значний пласт не вирішених проблем, які насамперед пов'язані зі слабким законодавчим регулюванням, а також відсутністю дієвих механізмів стимулювання та надання пільг, що могло б дати поштовх для подальшого розвитку просторових форм організації бізнесу в Україні;
- Окрім внутрішніх факторів, значний вплив на розвиток просторових форм організації бізнесу справляють зовнішні фактори, що обумовлено глобалізаційними процесами та зростанням попиту на ресурси.

Література:

1. Ткач С. М. Нормативно-правове регулювання діяльності просторових форм організації бізнесу в Україні: ключові проблеми та перспективи розвитку. *Економіка та право*. 2017. № 1. С. 105–112.
2. Ткач С. М. Проблемні питання інституційного забезпечення просторової організації бізнесу в Україні: експертний коментар. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України», 2017. 11 с.
3. Тяжкороб І. В. Інвестиційне забезпечення стратегії розвитку просторових форм організації економіки регіону : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. Северодонецьк, 2018. 36 с.
4. Czerny M., Czerny A. Spatial structure of the economy—the evolution of nodes and networks in South and Central America. *Miscellanea Geographica*. 2019. Vol. 23(4). P. 225–234.
5. Ткач С.М. Спеціальні економічні зони в Україні: досвід та нові пріоритети просторової організації. *Регіональна економіка*. 2016. № 3. С. 86–97.
6. Перелік СЕЗ та ТПР. Міністром розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=65af61ae-d9d8-48fc-b1f0-a8ee8094994b&title=PerelikSezTaTpr> (дата звернення: 17.03.2020).
7. Технологічні парки. Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua/nauka/innovacijna-diyalnist-ta-transfer-tehnologij/tehnologichni-parki> (дата звернення: 17.03.2020).
8. Просторові форми організації бізнесу в Україні: тенденції, перспективи та механізми розвитку: наукова доповідь НАН України. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2018. 107 с.
9. Global Innovation Index (GII). The World Intellectual Property Organization (WIPO). URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/ (дата звернення: 16.03.2020).
10. Репп Г. І. Аналіз кластерного розвитку регіонів України станом на 2018 рік. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія : Державне управління*. Київ, 2018. № 3. С. 85–90.
11. Чернюк В. Наукові парки в Україні – стан та проблеми діяльності. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2016. № 1. С. 68–75.
12. Наукові парки. Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua/nauka/innovacijna-diyalnist-ta-transfer-tehnologij/naukovi-parki> (дата звернення: 16.03.2020).

13. Огляд стану розбудови мережі індустріальних парків в розрізі регіонів України. Міністром розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=b0bf009a-070f-4b3a-b960-8880e9be324c> (дата звернення: 16.03.2020).
 14. Заблудська І.В., Тяжкороб І.В., Плетньов М.В. Тенденційність розвитку просторових форм організації економіки регіону. *Ефективна економіка*. 2017. № 9. : URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6092> (дата звернення: 17.03.2020).
- References:**
1. Tkach S. M. (2017) Normatyvno-pravove rehulivannia diialnosti prostorovykh form orhanizatsii biznesu v Ukraini: kluchovi problemy ta perspektyvy rozvytku [Regulatory Regulation of Spatial Forms of Business Organization in Ukraine: Key Problems and Prospects for Development]. *Ekonomika ta pravo*, no. 1, pp. 105–112.
 2. Tkach S. M. (2017) *Problemni pytannia instytutsiinoho zabezpechennia prostorovoi orhanizatsii biznesu v Ukraini : ekspertnyi komentar* [Problems of institutional support of spatial organization of business in Ukraine: expert comment]. Lviv: State Institution «Institute for Regional Studies. The National Academy of Sciences of Ukraine». (in Ukrainian)
 3. Tyazhkorob I. V. (2018) *Investytsiine zabezpechennia stratehii rozvytku prostorovykh form orhanizatsii ekonomiky rehionu* [Investment support for the strategy of development of spatial forms of organization of the region's economy] (PhD Thesis), Severodonsk : East Ukrainian nat. them. Vladimir Dahl.
 4. Czerny M. Czerny A. (2019) Spatial structure of the economy – the evolution of nodes and networks in South and Central America. *Miscellanea Geographica*, no. 23(4), pp.225-234.
 5. Tkach S.M. (2016) Spetsialni ekonomichni zony v Ukraini: dosvid ta novi priorityety prostorovoi orhanizatsii [Special economic zones in Ukraine: experience and new priorities of spatial organization]. *Rehionalna ekonomika*, no. 3, pp. 86–97.
 6. *Perelik SEZ ta TPR. Ministrom rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy* [List of SEZs and TPDs. Minister of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine] (2020). Available at: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=65af61ae-d9d8-48fc-b1f0-a8ee8094994b&-title=PerelikSezTaTpr> (accessed 17 March 2020).
 7. *Tekhnologichni parky. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy* [Technology parks. Ministry of Education and Science of Ukraine] (2020). Available at: <https://mon.gov.ua/en/science/innovation-diyalnist-ta-transfer-technology/tehnologichni-parki> (accessed 17 March 2020).
 8. *Prostorovi formy orhanizatsii biznesu v Ukraini: tendentsii, perspektyvy ta mekhanizmy rozvytku: naukova dopovid NAN Ukrainy* [Spatial forms of business organization in Ukraine: trends, prospects and mechanisms of development: scientific report NAS of Ukraine] (2018). Lviv: State Institution «Institute of Regional Studies named after M.I. Dolishny NAS of Ukraine». (in Ukrainian)
 9. Global Innovation Index (GII). The World Intellectual Property Organization (WIPO). (2020). Available at: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/ (accessed 16 March 2020).
 10. Repp G.I. (2018) Analiz klasterneho rozvytku rehioniv Ukrainy stanom na 2018 rik [Analysis of cluster development of regions of Ukraine as of 2018]. *Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezidentovi Ukrainy. Seriya : Derzhavne upravlinnia*, no. 3, pp. 85–90.
 11. Chernyuk V. (2016) Naukovi parky v Ukraini - stan ta problemy diialnosti [Science parks in Ukraine – state and problems of activity]. *Teoriia i praktyka intelektualnoi vlasnosti*, no. 1, pp. 68–75.
 12. *Naukovi parky. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy* [Science parks. Ministry of Education and Science of Ukraine] (2020). Available at: <https://mon.gov.ua/en/science/innovation-diyalnist-ta-transfer-technology/science-parks> (accessed 16 March 2020).
 13. *Ohliad stanu rozbudovy merezhi industrialnykh parkiv v rozrizi rehioniv Ukrainy. Ministrom rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy* [Overview of the state of construction of a network of industrial parks in the context of regions of Ukraine. Minister for Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine]. (2020). Available at: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=b0bf009a-070f-4b3a-b960-8880e9be324c> (accessed 16 March 2020).
 14. Zabludskaya I.V., Tyazhkorob I.V., Pletnev M.V. (2017) Tendentsiini rozvytku prostorovykh form orhanizatsii ekonomiky rehionu [The tendency of development of spatial forms of organization of regional economy] *Efektivna ekonomika*, no. 9 (2020). Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6092> (accessed 17 March 2020).

Аннотация. В статье рассматриваются особенности институционального обеспечения развития пространственных форм организации бизнеса в Украине. Исследуются особенности пространственной организации экономики регионов. В данном контексте, также рассматривается содержание функционирования узлов и сетей. Доказано, что исторически первыми пространственными формами организации бизнеса, которые возникли в Украине, были специальные (свободные) экономические зоны. Однако, они, как и территории приоритетного развития фактически прекратили свое полноценное функционирование с момента отмены налоговых льгот. Доказано, что наибольшее развитие среди других пространственных форм организации бизнеса в Украине наблюдается относительно кластеров, научных и промышленных парков, потенциал которых, однако, еще практически не раскрыт. Определено, что на государственном уровне создания промышленных парков рассматривается как один из приоритетов регионального экономического развития. В то же время, механизмы поощрения их основания и дальнейшего функционирования все еще недостаточно действенные.

Ключевые слова: пространственные формы организации бизнеса, институциональное обеспечение, свободные экономические зоны, кластеры, технополисы, отраслевые парки, территориально-производственные комплексы.

Summary. The article deals with the peculiarities of institutional support for the development of spatial forms of business organization in Ukraine. The peculiarities of the spatial organization of the regional economy are investigated. The content of the functioning of nodes and networks is also considered in this context. It is proved that historically, the first spatial forms of business organization that emerged in Ukraine were special (free) economic zones. They, like the territories of priority development, have virtually ceased their full functioning since the abolition of tax benefits. The state of development of technology parks in Ukraine is analyzed and it is found that their number is too small. This is mostly explained by the lack of effective incentives of the state, in particular, in the form of tax or other privileges. It is proved that clusters, scientific and industrial parks received the largest development among other spatial forms of business organization in Ukraine, but their potential has not, however, been revealed. The content of functioning of regional clusters is considered. It was found out that inter-regional clusters are being increasingly developed today, which help entrepreneurs to enter new markets, including foreign ones. Despite the functioning of science parks, it is argued that their number can be much larger, but these processes are hampered by the lack of knowledge of scientific institutions in creating and operating such a spatial form of business organization. It is found that the establishment of industrial parks at the state level is identified as one of the priorities of regional economic development. At the same time, the mechanisms for promoting their establishment and further functioning are still insufficiently effective. The directions of management of spatial forms of doing business, which should be implemented at the state level, are analyzed. Internal and external factors that influence the development of spatial forms of business organization are investigated. It is found that globalization, which influences their spread, is a key external factor influencing the development of new spatial forms of business organization.

Keywords: spatial forms of business organization, institutional support, free economic zones, clusters, technopoles, branch parks, territorial production complexes.

Кириленко О.П.

*д.е.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України,
завідувач кафедри фінансів імені С.І. Юрія,
Тернопільський національний економічний університет*

Kyrylenko Olga

Ternopil National Economic University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5504-5519>

Дерлиця А.Ю.

*к.е.н., докторант кафедри фінансів імені С.І. Юрія,
Тернопільський національний економічний університет*

Derlytsia Andrii

Ternopil National Economic University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5123-1584>

ПРЕДМЕТ ТА ВЕКТОРИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРІЇ СУСПІЛЬНИХ ФІНАНСІВ

THE SUBJECT AND RESEARCH VECTORS OF PUBLIC FINANCE THEORY

Анотація. У статті розглянуто питання предмета дослідження теорії суспільних фінансів у світлі підходів західної фінансової науки. Вивчено особливості зв'язку предмета зі змістом фінансової науки у контексті її еволюційних змін. Установлено, що предмет західної теорії суспільних фінансів зводиться до вивчення процесів суспільного виробництва та суспільного перерозподілу, які пов'язані зі створенням корисності та рухом вартості між учасниками. Окреслено ключові вектори дослідження проблематики суспільних фінансів. Наголошено на недостатній поширеності у вітчизняній науці детерміністичного підходу, який пояснює причинність фіскальних явищ. Констатовано надмірну схильність вітчизняних дослідників до використання нормативних оцінок на шкоду позитивному аналізу. Підкреслено необхідність залучення мікроекономічних підходів, напрацьованих на Заході. Виділено напрями дослідження за часовою ознакою щодо вивчення минулого, сучасного та майбутнього суспільних фінансів.

Ключові слова: теорія суспільних фінансів, теорія державних фінансів, предмет науки, вектори дослідження, суспільне виробництво, суспільний перерозподіл, корисність, додана вартість.

Постановка проблеми. Обличчя кожної науки передовсім формується низкою ключових складників: власним предметом, напрямками досліджень, методом і отриманими результатами. Особливу роль для науки відіграє її предмет, який окреслює аспекти акцентування уваги та спосіб бачення об'єкта досліджень. Чітке визначення предмета особливо важливе для наук про суспільство, які нерідко мають спільний об'єкт. Зокрема, це стосується тематики фінансів, яка одночасно може дослід-

жуватися фінансовим правом, економічною та управлінською науками. Деякі відмінності предмета досліджень спостерігаються у різних теоріях і напрямках навіть у межах однієї науки. Наприклад, західна теорія суспільних фінансів, радянська теорія державних фінансів, сучасна вітчизняна фінансова наука, а особливо дослідження на етапі виникнення фінансової науки, суттєво відрізняються своїм предметом. Предмет тісно пов'язаний із центральною категорією та її визначенням, а також розкривається через змістовне поле науки: перелік питань, напрями та вектори, які підлягають вивченню. Оскільки стосовно даних елементів нерідко допускається плутанина та намагання синонімічного застосування, а предмет вітчизняної та західної фінансової теорії суттєво відрізняються, це вимагає детального вивчення даного питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання предмета науки про державні фінанси розглядали такі вітчизняні вчені, як: В. Андрущенко, О. Васирик, А. Крисоватий, І. Луніна, І. Лютий, Ю. Пасічник, В. Суторміна, В. Федосов, С. Юрій та ін. Серед західних науковців найбільш вагомий внесок у дослідження проблематики зробили Дж. Б'юкенен, Дж. Кейнс, Р. Масгрейв, Дж. Стігліц, М. Фрідмен та ін.

Зарубіжні автори переважно формують предмет суспільних фінансів доволі невимушено, часто у світлі окреслення змісту науки. Зокрема, сучасний американський учений Г. Роузен під предметом розуміє «податкову та витратну діяльність держави» [1, с. 5]. Представник німецької фінансової науки Ш. Бланкарт зазначає, що «фінансова наука – це економічний аналіз державної діяльності» [2, с. 18]. Серед представників більш ранніх робіт можна навести думку Ч. Бастейбла, який постулює предметом процеси формування і використання необхідних для держави ресурсів [3, с. 26]. Італійський учений

Де Віті Де Марко визначає її як науку про продуктивну активність держави, спрямовану на задоволення колективних потреб [4, с. 34]. Цю низку визначень можна продовжувати, однак переважно вони концентруються за двома ідейними напрямками: окреслення змісту науки (дослідження доходів, видатків, боргів держави) та природи державної діяльності.

Загалом можна стверджувати, що в силу світоглядно-методологічних особливостей для західної наукової традиції не характерне намагання в одному визначенні охопити та сформулювати сутність категорії та предмет науки. Тому є підстави говорити, що справжній предмет теорії суспільних фінансів є певною мірою прихованим і може бути усвідомленим лише через глибоке бачення підходу, методу та векторів дослідження західної фінансової думки. Вітчизняним дослідникам, попри незначні відмінності, традиційно притаманне пояснення предмета фінансів як певних економічних відносин із приводу розподілу та перерозподілу ВВП. Тобто «предмет фінансової науки становить сукупність фінансових відносин, що виникають на різних етапах розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту, різних рівнях економічної системи, між різними суб'єктами відносин та економічною основою яких є рух вартості у її грошовій формі [5, с. 16].

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розкриття предмета теорії суспільних фінансів із позиції підходів західної фінансової науки у контексті окреслення її змісту та ключових векторів дослідження.

Виклад основного матеріалу. Зважаючи на поставлене завдання, спершу необхідно сформулювати концептуальне бачення підходів до трактування природи предмета дослідження. Оскільки предметом є той бік об'єкта, на який безпосередньо звертається увага дослідника, то предмет є тісно пов'язаним не лише з об'єктом, а й із суб'єктом – самим дослідником. Тобто він має *антропний характер*. Як справедливо зазначає В.Л. Андрущенко, «стосовно фінансового знання діє універсальний для західної науки, антропний принцип, тобто залежність пряму й змісту наукового пошуку від автора» [6, с. 17]. Дійсність завжди постає в інтерпретації конкретного дослідника, і кожен науковець вкладає у дослідження існуючої реальності власний зміст. Тому на відміну від об'єкта, який існує об'єктивно, предмет визначається тим, що хоче дослідити та на що звертає увагу сам науковець.

Аналогічно можна стверджувати, що предмет дослідження суспільних фінансів носить *історичний характер*, адже ті аспекти, які вважалися більш важливими на певному етапі, на іншому можуть бути не цікавими, уже поясненими, а увага звертається до інших властивостей, більш актуальних на даний час. Тому предмет науки суттєво коригується у процесі її еволюції, паралельно зі зміною фінансів як об'єктивного явища дійсності. Такий історичний характер предмета зумовлений станом розвитку науки, накопиченими емпіричними даними, наявними концепціями, методологією і т.д.

На основі двох попередніх окреслюється ідея про *структурованість предмета*, коли останній може бути розкладений на певні складники. Залежно від історичної епохи та завдання дослідника предметом фінансової науки виступали прагматичні, організаційні, управлінські, правові аспекти фінансів держави, а на більш пізніх етапах – концептуальні, методологічні та інституційні. Еволюційна зміна предмета дослідження у вимірі його розширення та ускладнення є закономірним наслідком ускладнення об'єктивної дійсності. Дані положення акцентують увагу на діалектичній природі предмета дослідження суспільних фінансів.

Історична логіка трансформації предмета дослідження, на нашу думку, полягає у такому. Передусім відбувається трансформація самого явища та феномену, розгортання його в історичній перспективі та ускладнення дійсності, тобто еволюційна зміна об'єкта в часі. На тлі розвитку об'єкта дослідження відбувається розширення *змісту* фінансової науки, тобто включення нових питань і проблем, які потрібно висвітлювати у складі даного вчення. Так, із плином часу на зміну домен і регалій приходять податки, удосконалюються боргові інструменти, виникає бюджетна тематика, що розширює дослідницьке поле теорії фінансів.

У донауковий період перед дослідником стояли суто прагматичні питання (античність), управлінські аспекти (ранній камералізм), здійснювалися перші спроби розуміння фінансів як цілісної системи, вивчення організаційних і правових аспектів (пізній камералізм), тому предметом виступали прагматичне раціональне ведення справ та напрацювання порад щодо наповнення скарбниці, недопущення надмірного фіскального тягаря й оптимальний вплив на економіку. Сфера видатків, залишаючись прерогативою монарха, нерідко взагалі виносилася за рамки досліджень.

У подальшому з'являються нові форми перерозподілу, соціальні трансферти, виникають міжбюджетні відносини і т.д. У такий спосіб відбувається розширення змісту досліджень шляхом додавання нових питань, які починає розглядати наука. Даний процес добре видно зі змісту наукових праць – питань, які включають науковці у свої роботи. Одночасно з розширенням змісту науки відбувається кристалізація її предмета, тобто тих боків, властивостей та аспектів, які досліджуються. Прикладом цього може бути поява додаткових теорій, які, досліджуючи один і той самий об'єкт у межах усталеного змісту, розкривають окремі раніше не вивчені боки. Наприклад, теорія суспільного вибору, яка виникає у середині ХХ ст., починає вивчати походження, причинність розвитку фінансових інститутів політичної взаємодії та демократичними механізмами прийняття рішень.

Із моменту формування політекономії предметом економічної науки стали закони розвитку господарства [7, с. 19]. Однак предметом фінансової науки не можуть бути лише економічні закони, адже специфіка предмета фінансової науки полягає у тому, що об'єкт її дослідження лише частково функціонує за економічними законами. Якщо політекономія правомірно ставить завдання дослідження функціонування ринку та його закономірностей, то сфера доходів, видатків і запозичень держави знаходиться під значним впливом політичних суб'єктивних чинників. Це усвідомили вже у ХІХ ст., коли було порушене питання про вплив групової, класової боротьби, соціальної взаємодії на функціонування державних фінансів.

Таке бачення особливо характерне для дорадянської фінансової науки кінця ХІХ – початку ХХ ст. Тогочасних авторів І. Озерова, М. Боголепова, І. Янжула можна характеризувати як прихильників конституційно-публічного трактування фінансів. Знаходячись в умовах абсолютизму, монархічної фінансової формації, яка мала місце на практиці у царській Росії, вони вважають, що «фінансова наука вивчає фінансове господарство, тобто сукупність відносин, які виникають на ґрунті добування союзами публічного характеру матеріальних засобів» [8, с. 16], ураховуючи способи добування цих ресурсів, вплив даного процесу на різні боки суспільного життя, а також роль боротьби класів, груп у відстоюванні власних фінансових інтересів.

У цьому очевидним є вплив континентальної європейської традиції, особливо німецьких авторів, що видно з неповно-

го розмежування правового, економічного та управлінського підходів у традиціях пізнього камералізму, адже увага акцентується на системних, класифікаційних аспектах предмета дослідження, тоді як британська традиція у цей же період тяжіла до абстрактних, дедуктивних, методологічних розмірковувань. Бачення фінансових явищ із позиції конституційних фінансів уже було випередженням теоретичною думкою практичного стану об'єкта дослідження, що стало можливим завдяки інтегрованості радянської фінансової науки у європейський світоглядний простір.

Конституційне бачення державних фінансів у XIX ст. передбачало усвідомлення важливості публічного парламентського управління доходами та видатками бюджету, однак без остаточного утвердження ідеї необхідності реального представництва інтересів та їх утілення у фінансовій політиці держави. Неосвічене, незаможне населення закономірно розглядалось як загроза раціональності державного управління, тому у методологічному плані фінансова наука у цей період ще не намагається виводити ефективність державних фінансів на основі ідеї задоволення інтересів усього населення, відповідності його потребам. У цьому принципова відмінність теорії суспільних фінансів, яка була сформована на основі напрацьованого на зламі XIX – XX ст. аналітико-методологічного інструментарію оцінки індивідуальної корисності, що дало змогу поставити завдання з'ясування потреб членів суспільства, прив'язавши ефективність державних фінансів до балансу цих інтересів.

Радянська фінансова наука під час формулювання предмета дослідження також намагалася розглянути те, що ховалося за фасадом доходів, видатків та боргів держави – розподільчі та перерозподільчі відносини. Проте проголошення предметом економічних відносин у сфері розподілу та перерозподілу було переважно декларативним. У практиці Радянського Союзу дані відносини та їхні пропорції довільно задавалися державою, інтереси населення не виявлялися, а фіскальні відносини індивіда з державою зводилися до мінімуму завдяки незначній ролі податкових платежів населення, будучи підмінені іншими формами експлуатації. Відносини ж між суб'єктами господарювання внаслідок тотальної державної власності на засоби виробництва зводилися до відносин держави із самою собою у різних іпостасях. Реальних суспільних фінансових відносин не існувало, як не існувало і самостійних акторів економічної взаємодії з можливістю ініціативи. Тому реальним предметом науки про державні фінанси у РСР виступала *державна політика у сфері фінансів* та її оптимізація. При цьому обходилося стороною питання про детермінанти фінансової політики, зокрема мінімум уваги приділялося бюджетному процесу у частині розгляду-затвердження бюджету, оскільки роль рад була формальною. Відсутньою була також первинна логічна ланка пояснення причинності діяльності держави: не існувало потреби з'ясування її зв'язку з інтересами та потребами населення, які не з'ясовувалися, а визначалися самою державою. Тому фактичним предметом фінансової науки було оптимальне з погляду держави довільне управління розподільчими та перерозподільчими процесами, яке можна вважати новим витком фінансового феодалізму, квазімонархічною концепцією, у якій роль монарха замінюється партією або певним державним органом (ЦК КПРС).

У радянській науці бюджетна сфера вважалася непродуктивною. Такий погляд і сьогодні остаточно не відкинтий вітчизняною фінансовою думкою, оскільки питання внеску суспільних фінансів у *формування доданої вартості та корисності* переважно обходить стороною. Такий підхід є докорін-

но невірним як із практичного, так і з теоретичного погляду, адже застосовувані в Україні статистичні підходи, які, до речі, йдуть у руслі загальносвітових методик, розраховують додану вартість по секторах включно із сектором державного управління. А західна теорія аргументовано доводить, що державне виробництво, як і виробництво будь-якої фірми, характеризується доданою вартістю, хоча й і з деякими особливостями. Оскільки додана вартість формується різницею між вартістю випущеної продукції та вартістю придбаної сировини, як зазначає Дж. Стігліц, унаслідок того, що стосовно випущених державою благ здебільшого не застосовується ринковий метод оцінки, їх оцінка здійснюється за вкладеними у виробництво ресурсами. Тому з поглядів економічної теорії, додана вартість у державному секторі буде дорівнювати сумі заробітної плати та відсотка, тоді як додана вартість фірми становить суму заробітної плати, відсоткових виплат і прибутку [9, с. 55].

Окрім визнання формування доданої вартості, західна наука роль суспільних фінансів розглядає також через призму отримання корисності для індивідів. Тобто загалом вона пояснює необхідність суспільних фінансів не певною абстрактною «об'єктивною необхідністю», а конкретною економічною мотивацією та раціональністю. Адже напрями та масштаби державної активності зумовлюються тим, що держава є виробником суспільних благ та формує індивідуальну корисність для всіх членів суспільства. А відповідь на питання про те, скільки обсягів ресурсів спрямовувати у суспільні фінанси та скільки залишати у ринковому секторі, залежить від граничної віддачі додаткових вкладень ресурсів у кожному із секторів.

Таким чином, на відміну від предмета теорії державних фінансів соціалістичного авторитарного суспільства в умовах ринку та демократії існує чіткий запит на врахування дії ринкових законів, з одного боку, та реалізацію державними фінансами потреб й інтересів населення – з іншого. Оскільки в таких умовах ефективність суспільних фінансів тісно пов'язана із сформованою ними корисністю для громадян, предмет концентрується на дослідженні питання максимізації даного позитивного ефекту. Така максимізація можлива шляхом забезпечення оптимального збалансованого виявлення інтересів усіх членів суспільства громади (що пояснює появу в рамках західної фінансової науки теорії суспільного вибору), забезпечення загальносуспільності фінансів, їх інклюзивності, тобто позитивного впливу на всі прошарки населення.

Максимізацію корисності можна забезпечити шляхом спрямування (алокації) ресурсів у системі суспільних фінансів на відповідні пріоритетам населення напрями, а також підтримкою суспільно прийнятного перерозподілу доходів між громадянами. Тому предмет науки очевидно пов'язаний із процесами постачання державою благ та послуг суспільству (який можна назвати суспільним виробництвом), а з іншого боку – процесами перерозподілу доходів серед населення. Ці два ефекти є унікальними та особливими, притаманними виключно суспільним фінансам. Жодна інша економічна категорія не причетна до вивчення феномену виробництва суспільних благ, а також перерозподільчих процесів. Окремі приклади перерозподільчих ефектів ми маємо й у ринковій економіці, однак вони є незначними і доволі часто викликані державним утручанням або недоліками регулювання. Тому вони не можуть розглядатися як норма у функціонуванні ринку, який загалом є обмінним механізмом.

Саме тому *суспільне виробництво та суспільний перерозподіл доходів* – ключові риси, які реалізуються суспільними фінансами в процесі формування доходів та фінансування

видатків держави. А реальним предметом західної теорії суспільних фінансів є процеси суспільного виробництва благ та перерозподілу доходів, які призводять до створення корисності та руху вартості між учасниками.

Відомо, що у вітчизняній традиції політичної економії суспільне виробництво трактується як процес загального виробництва в державі, як «сукупність індивідуальних виробництв (підприємств, фірм) в їхньому взаємозв'язку, взаємодії, взаємозумовленості та взаємозалежності» [7, с. 52]. При цьому переважно виділяються дві основні його форми – матеріальне та нематеріальне виробництво. Однак західна економічна наука у межах загального виробництва виділяє такі форми: ринкове виробництво (market production), суспільне виробництво (public production) та домашнє виробництво (household production). Такий підхід видається більш правильним, оскільки дає змогу окреслювати виробничі процеси за ключовими секторами економіки, адже саме у цих секторах, відповідно до міжнародної статистичної методології, відбувається формування ВВП [10].

Тому, рухаючись у канві західної економічної парадигми, на нашу думку, під суспільним виробництвом слід розуміти ту частину загальних виробничих процесів в економіці, які відбуваються у суспільному секторі. При цьому вони стосуються саме постачання суспільних благ та послуг у секторі суспільного управління і не включають виробництво державних та комунальних підприємств, які є учасниками ринкової взаємодії. Аналогічно під суспільним перерозподілом слід розуміти ту частину перерозподільчих процесів, які здійснюються через систему суспільних фінансів і не стосуються інших видів перерозподілу (ринкового розподілу за допомогою цінового механізму і т.д.).

Уважаємо, що існування двох альтернативних способів дослідження у західній науці – з позицій суспільних фінансів (public finance) [1] та економіки державного сектору (economics of the public sector) [9], які вивчають проблематику з аналогічних методологічних позицій і застосовуються як синоніми, – також відображає подвійну дуалістичну природу досліджуваного феномену. Даний дуалізм полягає у тому, що суспільні фінанси виконують два завдання: рух вартості у ході перерозподілу доходів, з одного боку, та державне господарювання і створення вартості, формування корисності, тобто суспільне виробництво, – з іншого.

Спробуємо окреслити змістовну палітру можливих напрямів досліджень у сфері суспільних фінансів. Така необхідність пояснюється тим, що доволі часто у вітчизняних роботах необгрунтовано залишаються поза увагою окремі важливі складники проблеми. Зрозуміло, що кожне дослідження має власні мету та предмет, однак їх формулювання й обгрунтування повинні базуватися на баченні усіх альтернативних напрямів. У окре-

мих випадках вибір звуженого підходу потребує додаткового обгрунтування. Опис найбільш загальної логіко-структурної матриці дослідження тематики суспільних фінансів ставить метою забезпечення науковців зручним алгоритмом, придатним для усіх досліджень у даній сфері, оскільки забезпечити їх баченням усієї палітри підходів і векторів досліджень. Нехтування окремими аспектами проблематики актуальне не лише для вітчизняних робіт, а й для західної фінансової науки, яка, зокрема, недостатню увагу приділяє історичним особливостям досліджуваних питань.

У найбільш загальному вимірі вектори наукових досліджень суспільних фінансів можна розмежувати за часовою ознакою на три напрями:

- вивчення минулого – попереднього досвіду та історичних форм фінансальних явищ;
- аналіз сучасного актуального стану;
- дослідження перспектив, оцінка тенденцій і прогнозування майбутнього.

Кожен із даних напрямів можна, своєю чергою, розмежувати на теоретичний та емпіричний складники (табл. 1).

Розпочинати дослідження певного питання найбільш логічно з розгляду його історичних аспектів. При цьому можуть застосовуватися різні часові горизонти, однак лише охоплення усієї еволюції дає змогу максимально широко представити історичні форми, які мали місце у практиці. Поряд із вивченням історії практики невід'ємним складником є паралельне дослідження питання еволюції наукового опису даного феномену. Цей напрям переважно реалізується шляхом наведення ключових робіт та огляду підходів і поглядів передників, що сприяє формуванню бачення альтернатив трактування й способів вивчення проблеми. Комплексне дослідження у сфері суспільних фінансів переважно включає у себе як історико-емпіричний, так і історико-теоретичний підхід. Паралельний розгляд еволюції науки і практики дає доволі чітку картину походження проблем сьогодення, сприяє баченню способів їх вирішення.

Основні ж вектори пізнання, безперечно, концентруються на вивченні сучасних умов. У цьому сегменті існує надзвичайно широка палітра можливих підходів та аспектів, на які може звертатися увага. На практичному рівні суспільні фінанси можна досліджувати у двох ключових напрямках. Передусім це розгляд їх як окремої економічної та інституційної системи, сукупності елементів з організаційною структурою, діючими механізмами і т.д. За визначенням І. Озерова, цей підхід є «конструкцією та класифікацією» [8, с. 33]. Він найбільш традиційний для вітчизняної фінансової науки: дослідниками акцентується значна увага на діючих механізмах, системах, елементах та їхніх зв'язках, тобто на внутрішніх боках і властивостях фінансів.

Таблиця 1

Логіко-структурна матриця векторів досліджень суспільних фінансів

Часовий вимір	Практика	Теорія
Минуле	Історія суспільних фінансів	Історія фінансової думки
Сучасне	Системний підхід, конструкція та класифікація	Онтологічна картина буття та побудова системи категорій
	Детерміністичний підхід	Методологічні основи теорії суспільних фінансів
	Аналітичний підхід	Гносеологія суспільних фінансів
	Мікро- та макроекономічний підходи	Закони та принципи функціонування суспільних фінансів
	Позитивний та нормативний підходи	Побудова ідеалізованої моделі суспільних фінансів
	Інституційний підхід	Дослідження форм, змісту та сутності суспільних фінансів
Майбутнє	Зарубіжний досвід функціонування фінансових інститутів	Зарубіжна теорія суспільних фінансів
	Прогнозування розвитку системи суспільних фінансів	Перспективні напрями наукових досліджень та розробок

На теоретичному рівні такий підхід поєднується з побудовою онтологічної картини предмета дослідження – вибудовуванням і трактуванням системи категорій та понять із метою абстрактного моделювання досліджуваного феномену.

З іншого боку, важливим аспектом є постановка питання про те, як система суспільних фінансів взаємодіє із зовнішнім середовищем (впливаючи на нього та зазнаючи впливу), адже фінанси держави виступають елементом більш глобальної системи – усього суспільного організму, активно впливають і зазнають дії з боку інших його підсистем. У рамках цього другого напрямку фінансова наука приділяє значну увагу впливу фінансів на макро- та мікроекономічні пропорції, соціальні умови, стан таких суспільно важливих сфер, як наука, культура, охорона здоров'я тощо. Цей підхід можна назвати *аналітичним*, оскільки він має справу з аналізом впливу фінансів на велику сукупність суспільних явищ та процесів.

З іншого боку, сутність державних фінансів неможливо розкрити без пояснення зовнішніх рушійних сил, чинників, які зумовлюють параметри та особливості самих суспільних фінансів, визначають їхні риси. Цей підхід можна окреслити як *детерміністичний* (від лат. *determino* – визначаю). Детермінізмом є філософське вчення про причинність та зумовленість явищ матеріального та духовного світу. Застосований до проблематики державних фінансів, детерміністичний підхід полягає у розкритті тих чинників, обставин, які зумовлюють специфіку їхніх рис (загальних обсягів, структури видатків і доходів, перерозподільчих параметрів, причинність фінансової політики тощо).

Важливими взаємодоповнюючими напрямками досліджень суспільних фінансів є їх розгляд за рівнями економічного аналізу (мікро- та макро-). Орієнтація на пояснення фінансових явищ із позиції інтересів окремих індивідів є методологічною особливістю фінансової науки Заходу, яка недостатньо впроваджена у вітчизняну науку. Західна теорія суспільних фінансів носить переважно саме мікроекономічний характер. Так, в освітній дисципліні «Суспільні фінанси» в університетах США увага зосереджується саме на «мікроекономічних функціях уряду, шляхах урядового впливу на алокацію наявних ресурсів і розподіл доходу», тоді як питання макрорегулювання за допомогою державних фінансових інструментів є предметом споріднених курсів [1, с. 5].

Дослідження суспільних фінансів концентруються також по інших двох напрямках: позитивному та нормативному. Як зазначає В. Андрущенко, «роль позитивної фінансової науки полягає в етично нейтральному, безоціночному в категоріях добра і зла вивченні фінансово-бюджетних явищ та спостереженні результатів фінансової політики» [6, с. 42]. Тобто позитивний підхід ставить завданням вивчення явищ «як вони є», без намагання давати оцінку за критеріями оптимальності. Це пояснюється небажанням входити у сферу етики, яка, на думку багатьох авторів, не піддається науковому аналізу та є відходом від науковості об'єктивності. Нормативна фінансова наука, навпаки, шукає шляхи досягнення соціальної оптимізації та перерозподільчої справедливості. Вітчизняні дослідження нерідко зловживають нормативними оцінками та пропозиціями «бажаного», яке не завжди можна, а іноді й недоцільно реалізовувати на практиці.

Сучасна теорія суспільних фінансів на Заході зводиться також до ідейного протистояння двох паралельних наукових течій: теорії фінансів, заснованої на положеннях теорії економіки добробуту (*welfare economics*), та інституційної теорії фінансів, яка досліджує проблеми суспільного вибору (*public*

choice theory) [2, с. 47]. Напрямок, що стоїть на позиціях теорії економіки добробуту, більше досліджує питання рівноваги та пошуку оптимуму, внутрішньої логіки фінансових явищ: зумовленість видів, обсягів державних благ та фінансових заходів індивідуальними інтересами та міркуваннями корисності, аналізує попит та пропозицію на суспільні блага, вплив оподаткування на ринкову рівновагу і т.д. Теорія економіки добробуту, ставлячи за мету дослідження шляхів максимізації суспільної корисності, виходить за рамки позитивного знання, пропонує нормативні критерії перерозподілу. Напрямок, орієнтований на суспільний вибір, досліджує природу детермінованості суспільних фінансів. У методологічному вимірі його вихідним пунктом також є індивідуальна корисність, проте основний акцент робиться на врахуванні ролі демократичних процедур та державних інституцій як механізму трансформації базових детермінант фінансів. Ключовими представниками обох напрямів є відповідно Р. Масгрейв та Дж. Б'юкенен [11].

Важливими векторами теоретичного складника дослідження є розгляд методологічних, гносеологічних основ теорії суспільних фінансів, формулювання принципів і законів їх функціонування, побудова їх ідеалізованої моделі. У сукупності розгляд даних питань дає змогу забезпечити чітке бачення сутності досліджуваного феномену.

Значну роль відіграє вивчення зарубіжного практичного та науково-теоретичного досвіду. Доволі часто у вітчизняних дослідженнях можна зустріти теоретичні положення, які видаються за наукову новизну, хоча з позиції західної фінансової науки вони є давно обґрунтованими, залишаючись відносно новими лише для вітчизняних теренів. Аналогічно й практичні пропозиції доцільно оцінювати через призму зарубіжної практики на предмет існування альтернативних, більш оптимальних варіантів організації та способів вирішення проблем, які демонструє світова практика.

Оцінка довгострокових тенденцій, прогнозування розвитку системи суспільних фінансів, як і визначення перспективних напрямів наукових досліджень та розробок, стосується завершального логічного підходу до їх дослідження. З огляду на зміну індустріальної економічної формації на інформаційно-цифрову, цей напрям, який можна назвати футурологією суспільних фінансів, стає одним із найбільш актуальних. Звичайно, що науковці здійснюють розробки та прогнози, аналіз сценаріїв розвитку подій, однак це переважно стосується окремих аспектів і обмежується незначною перспективою (три-п'ять років). Натомість футурологія фінансів повинна ставити своїм завданням характеристику сутнісних змістовних зрушень наявної моделі внаслідок розвитку технологій, зміни соціальних умов, глобалізації та інформатизації.

Висновки і пропозиції. Предмет теорії суспільних фінансів у варіанті західних науковців неможливо оцінити лише на основі сформульованих ними визначень. Його усвідомлення потребує глибокого бачення підходів, методології та векторів дослідження сучасної західної фінансової думки. У найбільш лаконічному формулюванні він зводиться, на нашу думку, до вивчення процесів суспільного виробництва та суспільного перерозподілу, які призводять до створення корисності та руху вартості між учасниками. При цьому завданням пошуку ставиться максимізація позитивного ефекту від функціонування держави для суспільства. Наведені у статті альтернативні вектори дослідження суспільних фінансів можуть посприяти врахуванню багатоаспектності даної проблематики, а їх урахування здатне підвищити якість наукових робіт.

Література:

1. Rosen H.S. Public Finance. Burr Ridge : IRWIN, 1992. 657 p.
2. Бланкарт Ш. Державні фінанси в умовах демократії: вступ до фінансової науки / за наук. ред. В.М. Федосова. Київ : Либідь, 2000. 656 с.
3. Бастейбл Ч.Ф. Общественные финансы / пер. с англ. под. ред. С.П. Захарченкова. Харьков : Виват, 2016. 808 с.
4. De Viti De Marco A. First Principles Of Public Finance. London : Jonathan Cape, 1936. 435 p.
5. Фінанси : підручник / за ред. С.І. Юрія, В.М. Федосова. Київ : Знання, 2008. 611 с.
6. Андрущенко В.Л. Фінансова думка Заходу в XX столітті: теоретична концептуалізація і наукова проблематика державних фінансів. Львів : Каміляр, 2000. 303 с.
7. Башнін Г.І., Лазур П.Ю., Медведєв В.С. Політична економія: Частина 1. Загальна економічна теорія : підручник. Київ : Ніка-Центр, 2000. 527 с.
8. Озеров И.Х. Основы финансовой науки: учение об обыкновенных доходах ; 5-е изд. Москва : Тип. т-ва И.Д. Сытина, 1917. 544 с.
9. Стігліц Дж.Е. Економіка державного сектору. Київ : Основи, 1998. 854 с.
10. Non-market output. Glossary (statistics-explained). Eurostat. URL : https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Non-market_output.
11. Б'юкенен Дж.М., Масгрейв Р.А. Суспільні фінанси і суспільний вибір: два протилежних бачення держави / пер. з англ. Київ : Академія, 2004. 175 с.
2. Blankart Sh. (2000). Derzhavni finansy v umovakh demokratii : vstup do finansovoi nauky [Public Finance in a Democracy: An Introduction to Financial Science]. Kyiv: Lybid. (in Ukrainian)
3. Bastejbl Ch.F. (2016). Obshchestvennye finansy [Public finance]. per. c angl. pod. red. S. P. Zaharchenkova. Har'kov. (in Ukrainian)
4. De Viti De Marco A. First Principles Of Public Finance. London: Jonathan Cape, 1936. 435.
5. Yurii S.I., Fedosov V.M. (2008). Finansy: pidruchnyk [Finance: a Textbook]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
6. Andrushchenko V.L. (2000). Finansova dumka Zakhodu v XX stolitti: (Teoretychna kontseptualizatsiia i naukova problematyka derzhavnykh finansiv) [Financial Thought of the West in the Twentieth Century: (Theoretical Conceptualization and Scientific Issues of Public Finance)]. Lviv: Kameniar. (in Ukrainian)
7. Bashnianyn H.I., Lazur P.Yu., Medvediev B.C. (2000). Politychna ekonomii: Chastyna 1. Zahalna ekonomichna teoriia. Pidruchnyk. [Political Economy: part 1. General Economic Theory. Textbook.] Kyiv: Nika-Tsentr. (in Ukrainian)
8. Ozerov, I.Kh. (1910). Osnovy finansovoy nauki: uchenie ob obyknovennykh dokhodakh [Fundamentals of financial science: teaching on ordinary income]. Moscow: Tipografiya I.D. Sy'tina (in Russian)
9. Stihlits Dzh.E. (1998). Ekonomika derzhavnoho sektora. [Economics of the Public Sector] Kyiv: Osnovy. (in Ukrainian)
10. Non-market output. Glossary (statistics-explained). Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Non-market_output.
11. Biukenen Dzh.M., Mashreiv R.A. (2004). Suspilni finansy i suspilnyi vybir: dva protylezhnykh bachennia derzhavy. [Public Finance and Public Choice: Two Contrasting Visions of the State] Kyiv: "KM Akademiia". (in Ukrainian)

References:

1. Rosen H.S. (1992). Public Finance. Burr Ridge: IRWIN.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы предмета исследования теории общественных финансов в свете подходов западной финансовой науки. Изучены особенности связи предмета с содержанием финансовой науки в контексте ее эволюционных изменений. Установлено, что предмет западной теории общественных финансов сводится к изучению процессов общественного производства и общественного перераспределения, связанных с созданием полезности и движением стоимости между участниками. В работе обозначены ключевые векторы исследования проблематики общественных финансов. Отмечено недостаточное распространение в отечественной науке детерминистического подхода, который объясняет причинность фискальных явлений. Констатируется чрезмерная склонность отечественных исследователей к использованию нормативных оценок в ущерб положительному анализу. Подчеркнута необходимость привлечения микроэкономических подходов, выработанных на Западе. Выделены направления исследования по временному признаку по изучению прошлого, настоящего и будущего общественных финансов.

Ключевые слова: теория общественных финансов, теория государственных финансов, предмет науки, векторы исследования, общественное производство, общественное перераспределение, полезность, добавленная стоимость.

Summary. The article deals with the subject of the theory of public finance in the light of the approaches of Western financial science. The relationship between the subject matter and the content of financial science in the context of its evolutionary changes is examined. It is concluded that the subject of science is anthropic, historical and structured. It is stated that the subject matter of financial science cannot be economic laws alone, since the sphere of government revenues, expenditures and borrowings is significantly influenced by political, subjective factors. It is noted that in the pre-scientific period the researchers were faced with purely pragmatic issues (antiquity), administrative aspects (early cameralism), study of organizational and legal aspects (late cameralism). The declarative nature of the approach of the Soviet theory of finance to the study of "relations" is pointed out, since there were no real public financial relations, so the real subject of science was the state policy in the sphere of finance, and its optimization. It has been found out that the Western scientific tradition is not characterized by an attempt to cover and formulate the subject of science in detail in one definition. It is found that the subject of modern Western theory of public finance is to study the processes of public production and public redistribution, which are associated with the creation of utility and movement of value between participants. The paper outlines the key vectors for the study of public finance. Emphasis is placed on the lack of prevalence in the domestic science of the deterministic approach that explains the causality of fiscal phenomena. It has been stated that national researchers are too inclined to use normative assessments to the detriment of positive analysis. The necessity to involve microeconomic approaches developed in the West is emphasized.

Keywords: public finance theory, state finance theory, subject of science, research vectors, public production, public redistribution, utility, value added.

Лаврик В.В.

аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Сумський державний університет

Lavryk Volodymyr

Sumy State University

Балацький Є.О.

д.е.н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Сумський державний університет

Balatskyi Yevhen

Sumy State University

ВПЛИВ ІНДЕКСУ ТАРИФНОГО НАВАНТАЖЕННЯ НАСЕЛЕННЯ НА КОРИГУВАННЯ РОЗРАХУНКУ БЮДЖЕТНИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ НА ПОТРЕБИ ЖКГ

INFLUENCE OF THE POPULATION LOAD INDEX OF THE POPULATION ON THE CORRECTION CALCULATION OF BUDGET FINANCIAL RESOURCES ON THE HOUSING NEEDS

Анотація. В основі статті лежить визначення впливу індексу тарифного навантаження на коригування розрахунку бюджетних фінансових ресурсів на потреби ЖКГ. Статистичними даними, які використовувались у дослідженні як вхідна інформація, є індекс тарифного навантаження, видатки підприємств ЖКГ, видатки держави на забезпечення діяльності підприємств ЖКГ станом на кінець 2018 р. в розрізі шести українських міст (Суми, Житомир, Хмельницький, Полтава, Черкаси та Чернігів). Для досягнення поставленої мети дослідження як інструментарій використано структурне моделювання. За його допомогою отримано кілька окремих моделей, що утворюють комплексну структуру з визначеними функціональними зв'язками, які оцінюються за допомогою незалежних регресійних рівнянь. За допомогою регресійного аналізу побудовано три однофакторні регресійні моделі.

Ключові слова: тарифи, тарифне навантаження, індекс тарифного навантаження, соціальна політика, соціально-економічний рівень розвитку країни.

Постановка проблеми. Тарифне навантаження на населення залежить від цілої низки внутрішніх та зовнішніх факторів економічного, соціального, організаційного характеру тощо. З іншого боку, тарифне навантаження на населення відіграє роль чинника, що має велике значення під час формування фінансового забезпечення діяльності підприємств ЖКГ, яке передбачає формування та використання фінансових ресурсів шляхом оптимізації співвідношення різних форм, методів, джерел, інструментів організації фінансових відносин, які спрямовані на забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємств цієї сфери, життєзабезпечення населення та інших суб'єктів економіки шляхом надання

якісних послуг. Під фінансовим забезпеченням діяльності підприємств ЖКГ слід розуміти цілісну систему організації фінансових відносин, пов'язану з формуванням та використанням фінансових ресурсів на основі відповідних форм, джерел та інструментів її реалізації, задля створення умов ефективного функціонування підприємств на основі вирішення завдань, спрямованих на реалізацію фінансової стратегії його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зауважити, що дослідженням специфіки діяльності ЖКГ займалося багато вітчизняних дослідників. Так, у наукових працях [4–8] акцентовано увагу на тому, що ЖКГ має низку специфічних особливостей, що характеризують його як складну, багатоелементну, динамічну, організаційно-економічну систему. До таких особливостей належать висока соціальна значимість; специфічна структура доходів та витрат підприємств; одночасність виробництва й споживання послуг; гарантований збут послуг; місцевий характер виробництва та споживання послуг; великі площі обслуговування; різноманітність робіт.

Узагальнюючи наукові здобутки фахівців з питань стану та розвитку ЖКГ, вважаємо за доцільне виокремити три групи чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, які стримують стабільний та ефективний розвиток житлово-комунальної сфери. Перш за все слід виділити сукупність факторів організаційного характеру, в основі яких лежать динамічність та недосконалість нормативного правового забезпечення функціонування житлово-комунальної сфери; відсутність ефективно функціонуючого ринку житлово-комунальних послуг; непрозора система управління та тарифоутворення; значна диференціація тарифів та постачальників послуг у розрізі регіональної складової частини; неналежний державний контроль та регулювання житлово-комунальної сфери.

Мета статті. Головною метою роботи є визначення впливу індексу тарифного навантаження на коригування розрахунку бюджетних фінансових ресурсів на потреби ЖКГ.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до мети дослідження, що передбачає визначення впливу індексу тарифного навантаження на коригування розрахунку бюджетних фінансових ресурсів на потреби ЖКГ, скористаємось методом структурного моделювання й визначимо оптимальний розмір бюджетного фінансування з урахуванням отриманого індексу тарифного навантаження та власних коштів, які використовуються для забезпечення діяльності підприємств ЖКГ.

Статистичні дані, які будуть використовуватись у дослідженні як вхідна інформація, представлені в табл. 1. Раніше ми отримали значення індексу тарифного навантаження для всіх міст України станом на кінець 2018 р., тому всі дані бралися станом на цю дату в розрізі шести українських міст.

На першому кроці побудови структурної моделі необхідно візуалізувати змінні та зв'язки між ними. Введемо в дослідження три такі латентні змінні:

- ITN – індекс тарифного навантаження;
- $\Phi Z_{ЖКГ}$ – витрати підприємств ЖКГ на забезпечення своєї діяльності;
- ΦZ_d – витрати держави на забезпечення діяльності підприємств ЖКГ.

Схематичне представлення зв'язків між зазначеними змінними матиме такий вигляд (рис. 1).

Одержані структурні регресійні параметри моделі мають вигляд у системі одночасних структурних рівнянь (1).

$$\begin{cases} \Phi Z_d = 0,294ITN - 0,799\Phi Z_{ЖКГ} \\ \Phi Z_{ЖКГ} = 0,746ITN, \\ Видатки_ЖКГ = \Phi Z_{ЖКГ} + 0,5, \\ Видатки_держави = \Phi Z_d + 0,5. \end{cases} \quad (1)$$

Провівши низку математичних перетворень та ввівши два нових співвідношення для визначення оптимального обсягу державного фінансування підприємств ЖКГ, отримаємо таку систему (2).

$$\begin{cases} \Phi Z_d^* = 0,294ITN - 0,799Видатки_ЖКГ + 0,399 \\ \Phi Z_d = \frac{Видатки_ЖКГ}{\Phi Z_d^*} \cdot 100\%, \\ \Phi Z_d = \frac{Видатки_ЖКГ}{\Phi Z_d^* \%_{серед} / 100}. \end{cases} \quad (2)$$

Нове значення змодельованого обсягу фінансування підприємств ЖКГ державою, одержане з урахуванням значення індексу тарифного навантаження населення та власних видатків підприємств ЖКГ, представлено в табл. 2.

Представимо графічно отримані результати та порівняємо їх із реальним обсягом державного фінансування підприємств ЖКГ (рис. 2).

Як бачимо, з урахуванням значень індексу тарифного навантаження населення та видатків підприємств ЖКГ було визначено, що серед досліджуваних міст України значення реального та змодельованого обсягів державного фінансування підприємств ЖКГ не збіглися. Так, було визначено, що більшій державної підтримки потребують підприємства ЖКГ усіх досліджуваних міст. Загалом кожне місто потребує збільшення фінансування від 45% для м. Суми до більш ніж 100% у містах Хмельницький і Черкаси. Для оцінювання отриманих результатів та їх наочності разом із обсягами фінансового забезпечення зазначених міст представимо значення відповідних індексів тарифного навантаження населення (рис. 3).

Таким чином, у результаті проведеного дослідження можна сформулювати висновок щодо ефективності розподілу державних

Таблиця 1

Вхідні дані, які використовуються для побудови структурної моделі

Місто	Індекс тарифного навантаження	Видатки підприємств ЖКГ (тис. грн.)	Видатки держави на забезпечення діяльності підприємств ЖКГ (тис. грн.)
Суми	0,921	120 390,600	241 390,828
Житомир	0,868	89 617,182	149 537,567
Хмельницький	0,882	122 188,816	158 705,015
Полтава	0,888	189 391,476	309 007,144
Черкаси	0,876	16 743,472	261 88,507
Чернігів	0,873	81 680,627	117 540,414

Джерело: сформовано на основі авторських розрахунків

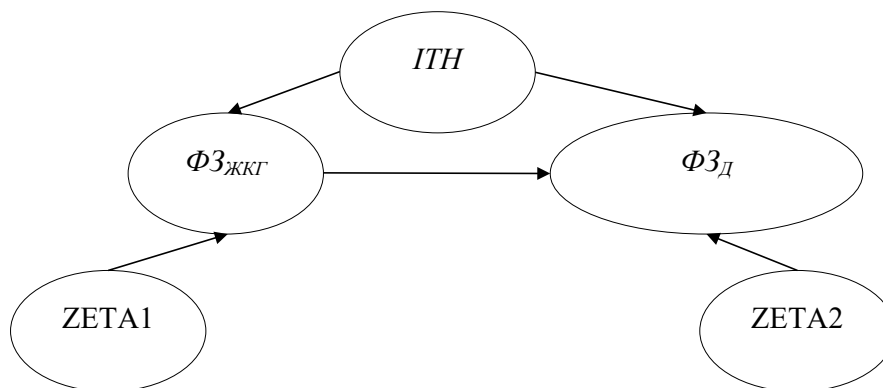


Рис. 1. Регресійні залежності між латентними змінними для першої моделі, де ZETA1, ZETA2 – залишкові величини

Джерело: авторська розробка

Змодельований обсяг фінансування підприємств ЖКГ державою

Місто	Змодельовані видатки держави на забезпечення діяльності підприємств ЖКГ (тис. грн.)	Різниця між змодельованим і реальним значеннями видатків держави на забезпечення діяльності підприємств ЖКГ (тис. грн.)
Суми	349 837,669	108 446,841
Житомир	260 414,568	110 877,001
Хмельницький	355 063,026	196 358,011
Полтава	550 344,232	241 337,087
Черкаси	48 654,107	22 465,600
Чернігів	237 352,087	119 811,672

Джерело: авторська розробка

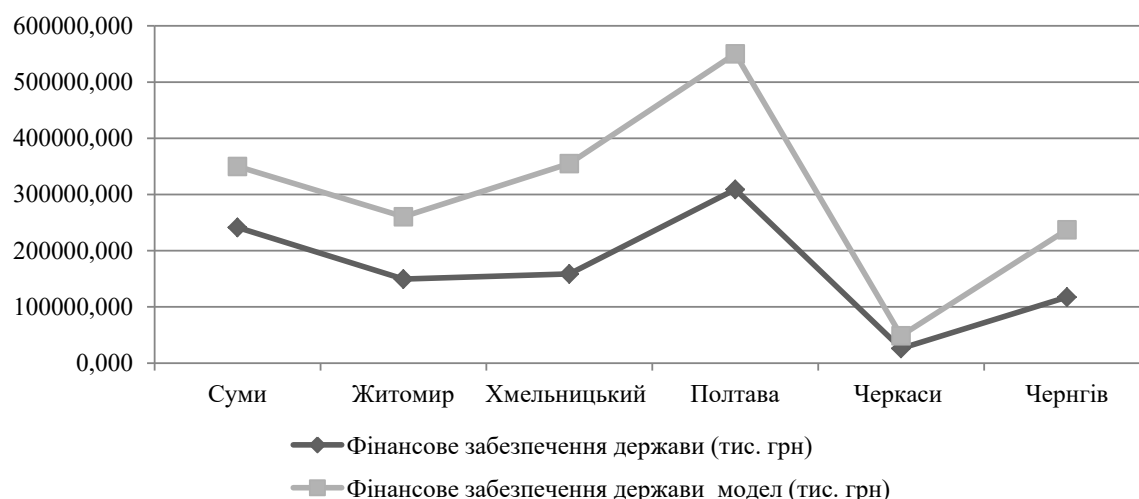


Рис. 2. Динаміка зміни реального та змодельованого обсягів державного фінансування підприємств ЖКГ України станом на кінець 2018 р.

Джерело: авторська розробка.

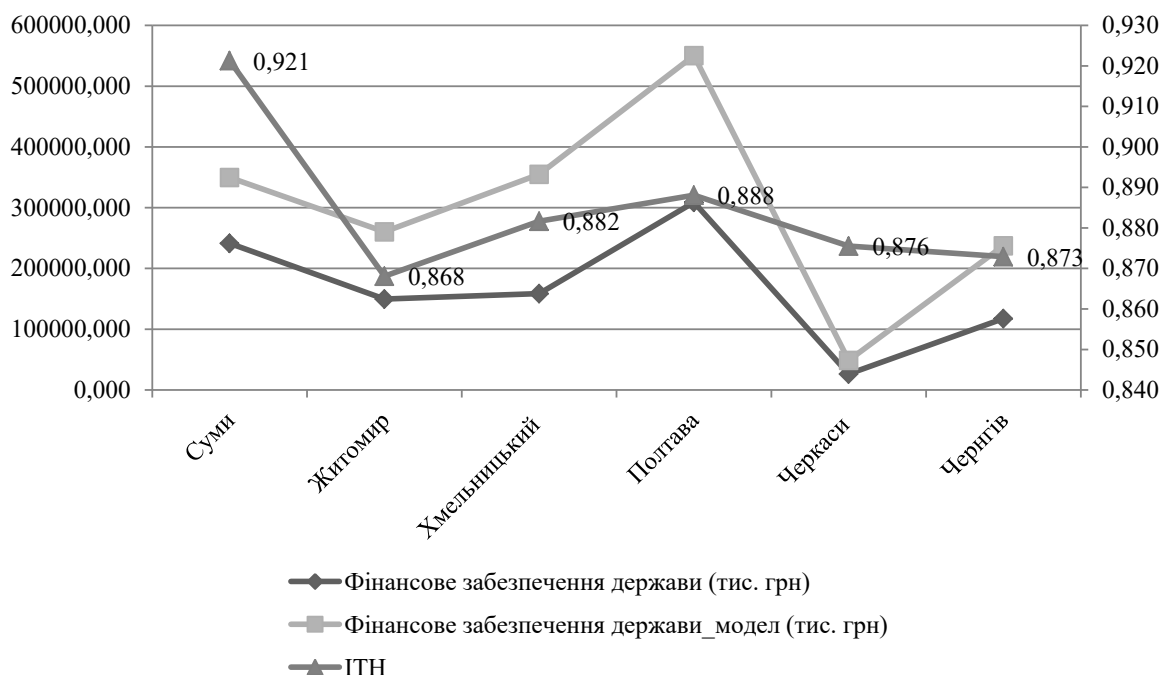


Рис. 3. Динаміка зміни реального та змодельованого обсягів державного фінансування підприємств ЖКГ України порівняно зі зміною індексу тарифного навантаження населення станом на кінець 2018 р.

Джерело: авторська розробка

Результати регресійного аналізу

Номер моделі	Регресійна модель	Коефіцієнт детермінації	Напрямок зв'язку між незалежною та залежними змінними
1	$Y_1 = 3,426017 + 0,442ITH$	0,69	↑
2	$Y_2 = 11,024 + 0,087ITH$	0,77	↓
3	$Y_3 = 1,706063 + 2,123ITH$	0,76	↑

Джерело: авторська розробка

коштів між підприємствами ЖКГ серед шести українських міст. Було виявлено, що в жодному місті реальний і змодельований обсяг державного фінансування не збіглися, при цьому спостерігається логічна узгодженість зі значенням рівня індексу тарифного навантаження населення у визначених містах. В цьому разі виникає потреба проведення додаткового дослідження, яке передбачатиме виявлення сили й напрямку зв'язку між індексом тарифного навантаження населення та напрямками фінансового забезпечення підприємств ЖКГ. Для цього побудуємо три однофакторні регресійні моделі, де залежними змінними виступатимуть видатки підприємств ЖКГ (Y_1), видатки держави на забезпечення діяльності підприємств ЖКГ (Y_2) та загальний обсяг фінансового забезпечення, що визначається як сума зазначених видатків (Y_3). Незалежною змінною для всіх трьох випадків виступатиме індекс тарифного навантаження населення (ITH). Отримані моделі представлено в табл. 3.

Отримані результати свідчать про таке:

- зі збільшенням індексу тарифного навантаження на одиницю обсяг видатків підприємств ЖКГ збільшиться на 0,442 млн. грн.;
- зі збільшенням індексу тарифного навантаження на одиницю обсяг видатків держави на забезпечення діяльності підприємств ЖКГ збільшиться на 0,087 млн. грн.;
- зі збільшенням індексу тарифного навантаження на одиницю загальний обсяг видатків підприємств ЖКГ збільшиться на 2,123 млн. грн.

Висновки і пропозиції. Під час дослідження впливу індексу тарифного навантаження на коригування розрахунку бюджетних фінансових ресурсів на потреби ЖКГ виявлено, що розподіл державних коштів між підприємствами ЖКГ серед міст України є нерівномірним і потребує корегування в бік скорочення та збільшення, зокрема, з урахуванням значення індексу тарифного навантаження населення. Збільшення тарифного навантаження на населення України та недостатній рівень його платоспроможності створюють ризики того, що підприємства ЖКГ будуть потребувати більшої кількості додаткових фінансових ресурсів, необхідних для їхньої діяльності, як з боку особистих залучень, так і з боку державної підтримки.

Література:

1. Гайдук І.О. Класифікація фінансових ресурсів підприємства. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlut/15_3/204_Gajduk_15_3.pdf (дата звернення: 22.01.2020).
2. Григораш Т.Ф. Формування джерел фінансових ресурсів підприємства та управління ними. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/11/11.pdf> (дата звернення: 22.01.2020).
3. Козачок І.А. Формування та управління ефективним використанням фінансових ресурсів підприємства. URL: www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_47_277.pdf (дата звернення: 22.01.2020).
4. Коцюрба О.Ю. Можливості застосування концесійних схем інвестування житлово-комунального господарства. *Віс-*

ник Хмельницького національного університету. 2015. № 4. Т. 1. С. 69–74.

5. Лега Ю.Г. Вдосконалення управління житлово-комунальним комплексом України в сучасних умовах розвитку національної економіки. Черкаси, 2012. 219 с.
6. Нагорна О.В. Система фінансового забезпечення підприємств ЖКГ. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. С. 665–668.
7. Панасенко І.О. Особливості функціонування та розвитку житлово-комунального господарства в Україні. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2012-2/doc/1/11.pdf> (дата звернення: 22.01.2020).
8. Педченко Н.С. Адаптація зарубіжного досвіду управління потенціалом розвитку підприємств житлово-комунального сектора до української практики. *Бізнес-Інформ*. 2018. № 6. С. 59–68.

References:

1. Gayduk, I.O. (2005) Klyasyfikatsiya finansovykh resursiv pidpryyemstva [Classification of financial resources of the enterprise]. Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlut/15_3/204_Gajduk_15_3.pdf (accessed 22.01.2020).
2. Grygorash, T.F. (2014) Formuvannya dzhерel finansovykh resursiv pidpryyemstva ta upravlinnya nymy [Formation of sources of financial resources of the enterprise and management]. Available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/11/11.pdf> (accessed 22.01.2020).
3. Kosachok, I.A. (2011) Formuvannya ta upravlinnya efektyvnym vykorystanniam finansovykh resursiv pidpryyemstva [Formation and management of efficient use of financial resources of the enterprise]. Available at: www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_47_277.pdf (accessed 22.01.2020).
4. Kotsurba, O.Yu. (2015) Mozhlyvosti zastosuvannya kontsesiynykh skhem investuvannya zhytlovo-komunal'noho hospodarstva [Possibilities of applying concession schemes for investment of housing and communal services]. *Bulletin of Khmelnytsky National University*. № 4. T. 1. P. 69–74.
5. Lega, Yu.G. (2012) *Vdoskonalennya upravlinnya zhytlovo-komunal'nyim kompleksom Ukrayiny v suchasnykh umovakh rozvytku natsional'noyi ekonomiky* [Improving the management of the housing and communal complex of Ukraine in the current conditions of development of the national economy]. Cherkasy. (in Ukrainian)
6. Nagorna O.V. (2016) Systema finansovogo zabezpechennya pidpryyemstv GKG [System of financial support of the enterprises of housing and communal services] *Global and national problems of economy*. Volume 9, pp. 665–668.
7. Panasenko, I.O. (2012) Osoblyvosti funktsionuvannya ta rozvytku zhytlovo-komunal'noho hospodarstva v Ukrayini [Features of functioning and development of housing and communal services in Ukraine]. Available at: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2012-2/doc/1/11.pdf> (accessed 22.01.2020).
8. Pedchenko, N.S. (2018) Adaptatsiya zarubizhnogo dosvidu upravlinnya potentsialom rozvytku pidpryyemstv zhytlovo-komunal'noho sektora do ukraiyins'koyi praktyky [Adaptation of foreign experience of managing the potential of development of housing and communal services enterprises to Ukrainian practice]. *Business-Inform*. № 6. P. 59–68.

Аннотация. В основе статьи лежит определение влияния индекса тарифной нагрузки на корректировку расчета бюджетных финансовых ресурсов на нужды ЖКХ. Статистическими данными, которые использовались в исследовании в качестве входящей информации, являются индекс тарифной нагрузки, расходы предприятий ЖКХ, расходы государства на обеспечение деятельности предприятий ЖКХ по состоянию на конец 2018 г. в разрезе шести украинских городов (Сумы, Житомир, Хмельницкий, Полтава, Черкассы и Чернигов). Для достижения поставленной цели исследования в качестве инструментария использовано структурное моделирование. С его помощью получено несколько отдельных моделей, образующих комплексную структуру с определенными функциональными связями, которые оцениваются с помощью независимых регрессионных уравнений. С помощью регрессионного анализа построены три однофакторные регрессионные модели.

Ключевые слова: тарифы, тарифная нагрузка, индекс тарифной нагрузки, социальная политика, социально-экономический уровень развития страны.

Summary. The main sources of utility financing are: net profit for enterprises; local and state budget funds; share of developers; loans; grants; external investment. Tariff load on the population plays the role of a factor that is important in the formation of financial support for the activities of utilities, which, involves the formation and usage of financial resources by optimizing the ratio of different forms, methods, sources, instruments of financial relations. The basis of this article is to determine the impact of the tariff load index on adjusting the calculation of budgetary financial resources for utilities. The statistics used in the survey as input are the tariff load index, utilities expenditures, and government expenditures for the maintenance of utilities as of the end of 2018 by six Ukrainian cities (Sumy, Zhytomyr, Khmelnytsky, Poltava, Cherkasy and Chernihiv). To achieve this goal, structural modeling was used as a toolkit. It has obtained several separate models that form a complex structure with defined functional relationships, which are estimated using independent regression equations. The prevalence of structural equation modeling is driven by the ability to identify relationships between implicitly specified structural information constructs and explicit variables as a result of the conducted research; it is possible to form a conclusion regarding the efficiency of the distribution of state funds between utilities among six Ukrainian cities. It was found that in any city the real and modeled amount of state funding did not coincide, with logical consistency with the value of the index of tariff load of population in certain cities. In this case, there is a need for additional research that identifies the strength and direction of the relationship between the tariff load index of the population and the directions of financial support for utilities. Three univariate regression models were constructed using regression analysis. The results of this stage proved that the increase of tariff load on the population of Ukraine and the insufficient level of its solvency creates the risk that utilities will need more financial resources needed for their activity both from personal involvement and from the state support.

Keywords: tariffs, tariff load, tariff load index, social policy, socio-economic level of development of the country.

Бойко Т.Ю.*к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та маркетингу,
ДВНЗ Придніпровської державної академії
будівництва та архітектури***Boiko Tetiana***Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture*

МЕХАНІЗМ КОНТРОЛІНГУ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ: НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ

THE MECHANISM OF CONTROLLING CASH FLOWS OF ECONOMIC ENTITIES: NECESSITY FOR FORMATION AND REALIZATION

Анотація. У статті проведено аналіз підходів науковців до поняття грошових потоків, за результатом якого узагальнено окремі групи авторів, які визначають цей термін за певним критерієм. Проаналізовано підходи до поняття контролінгу задля визначення його місця в системі управління підприємством. Узагальнено основні, першочергові завдання щодо підвищення ефективності управління грошовими потоками, що забезпечується необхідністю створення та функціонування спеціального механізму контролінгу грошових потоків у системі фінансового контролінгу підприємства. Надалі розроблено структуру такого механізму, надано характеристику його складових частин. Запропонований механізм складається з трьох блоків, таких як блок нормативного забезпечення функціонування механізму, блок організаційного забезпечення та обліково-економічний блок. Комунікаційні зв'язки між ними забезпечують формування інформації, яка є підставою для прийняття управлінських рішень. Реалізація прийнятих рішень буде сприяти ефективному руху грошових потоків та, як наслідок, зміцненню фінансового стану підприємства.

Ключові слова: грошові потоки, фінансовий контролінг, механізм фінансового контролінгу, управління грошовими потоками, управлінські рішення.

Постановка проблеми. В сучасному стані економічної кризи основним завданням суб'єктів господарювання є раціональне управління грошовими потоками задля підвищення ефективності його функціонування, що дасть змогу забезпечити фінансову стабільність та безперервність діяльності підприємства, прискорити обіг оборотного капіталу, знизити ризик неплатежів та отримати прибуток. У зв'язку з цим велика увага, приділена управлінню грошовими потоками, обумовлена необхідністю ефективного управління оборотним капіталом (оцінка забезпеченості найбільш ліквідними активами в короткостроковому періоді); планування періодичності та тривалості капітальних витрат; управління фінансуванням капітальних потреб (визначення структури джерел фінансування (власні кошти та кредитні ресурси, а також їх співвідношення)); управління

оптимізацією витрат для більш раціонального розподілу найбільш ліквідних ресурсів підприємства в процесі виробництва та забезпечення економічного зростання.

Задля забезпечення ефективного управління грошовими потоками суб'єктам господарювання в сучасних умовах розвитку економіки доцільно впроваджувати механізм фінансового контролінгу, що обумовлено потребою самостійно знаходити джерела формування власних фінансових ресурсів, забезпечувати доцільність їх використання задля отримання максимального фінансового результату.

Економічне зростання будь-якого суб'єкта господарювання характеризується його фінансовою рівновагою та максимізацією балансової вартості підприємства, яка формується завдяки обсягу грошових потоків. Таким чином, функціонування механізму контролінгу грошових потоків є одним із першочергових завдань, тому що управлінський персонал щодня стикається з прогнозуванням, оптимізацією найбільш ліквідних активів підприємства та управлінням ними. Вони приймають рішення, які пов'язані із запобіганням знеціненню грошових коштів під впливом інфляції, забезпеченням ритмічної поточної діяльності, підтримкою ділової репутації підприємства як надійного фінансового партнера. Однак при цьому необхідно мінімізувати обсяг надлишкових грошей, які можна використати для короткострокових вкладень, що в подальшому приведе до отримання додаткового доходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та методичним засадам управління грошовими потоками в системі фінансового контролінгу присвячено певні роботи вітчизняних науковців. Так, група авторів Л.Л. Гриценко, І.М. Боярко, В.В. Роечко розробили теоретичну концепцію контролінгу грошових потоків підприємств, що ґрунтується на системному підході та спрямована на досягнення фінансової рівноваги в довгостроковій та короткостроковій перспективі [1, с. 148]. О.В. Гладкова у власній роботі визначила зміст та алгоритм формування системи фінансового контролінгу для управління фінансовими потоками в логістичних системах [2, с. 49]. Г.В. Тельнова побудувала механізм підсистеми контролінгу в системі фінансового менеджменту підприємства та

запропонувала організаційну структуру фінансово-економічної служби підприємства [3, с. 140]. М.М. Буднік та Т.Т. Аскеров у власному дослідженні узагальнили сучасні наукові підходи та методи щодо вдосконалення організації фінансового планування на підприємстві за рахунок впровадження контролінгу грошових потоків [4, с. 113]. С.М. Шуляренко та Д.П. Лісовенко дослідили теоретичні аспекти контролінгу грошових потоків, запропонували визначення контролінгу грошових потоків та виділили його завдання, доповнили класифікацію грошових потоків класифікаційною ознакою «для досягнення цілей контролінгу грошових потоків», виділили фактичні та бюджетні грошові потоки, а також грошові потоки центрів відповідальності [5, с. 139]. Результати проведеного аналізу публікацій показали, що питання формування та оцінювання результатів функціонування механізму управління грошовими потоками висвітлені недостатньо.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Важливість розроблення та впровадження механізму контролінгу грошових потоків обумовлюється тим, що вони є надійним інструментом фінансування як поточної господарської діяльності підприємства в усіх її напрямках, так і забезпечення інвестиційних заходів у довгостроковому періоді, тому ритмічне функціонування механізму фінансового контролінгу грошових потоків забезпечить подальший розвиток підприємства та зростання кінцевого результату його господарської діяльності, що зумовлює актуальність дослідження.

Мета статті. Головною метою роботи є обґрунтування необхідності та розроблення механізму фінансового контролінгу грошових потоків підприємства.

Виклад основного матеріалу. Для розроблення ефективного механізму фінансового контролінгу управління грошовими потоками насамперед необхідно розуміти їх економічний зміст, класифікацію та структуру. В економічній літературі існує декілька підходів до тлумачення поняття «грошовий потік». Так, в нормативно-законодавчій базі, а саме в Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 7 «Звіт про рух грошових коштів» та в Національному стандарті бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», потоки грошових коштів визначаються як надходження й виплати грошових коштів та еквівалентів грошових коштів.

Ознайомлення з науковими працями провідних учених-економістів дало змогу виділити три групи науковців, які тлумачать поняття «грошові потоки» з певними особливостями. Так, група науковців, до якої належать А.Г. Загородня, Г.І. Вознюк, Т.С. Смовженко, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька, Г.Г. Старостенко, Н.В. Мірко [6–8], вважають, що грошовий потік ототожнюється з надходженнями та витратами грошових коштів у процесі здійснення господарської діяльності підприємства. Наступна група науковців (І.А. Бланк, Г.О. Краменко, В.І. Краменко, І.А. Маркіна, Є.В. Мних, О.В. Мартякова, І.Ю. Спіфанова) додають до економічного поняття фактор часу й тлумачать грошові потоки як сукупність надходжень і виплат грошових коштів за певний період часу, які в процесі господарської діяльності формують надлишок грошових коштів або їх нестачу [9–15]. Третя група науковців (Ф.Ф. Бутинець, А. Гропеллі, Е. Нікбахт, Г.Г. Кірейцев) визнають грошовий потік окремим об'єктом фінансового аналізу, який розглядають як фактор оцінювання та впливу на фінансову стійкість, ліквідність та платоспроможність підприємства [16–18]. Аналізуючи вищевикладене, доходимо висновку, що задля ефективного управління грошовими потоками доцільно враховувати і фактор

часу, і фактор їх впливу на фінансову стійкість, ліквідність та платоспроможність підприємства в розрізі певних видів господарської діяльності. Такий підхід до економічного визначення грошових потоків зумовлює найбільш поширену їх класифікацію за видами господарської діяльності, а саме операційний, інвестиційний та фінансовий.

Потреба створення ефективної системи управління грошовими потоками підприємства незаперечна, як і важливість усвідомлення необхідності розроблення теоретичних аспектів її функціонування для апарату фінансового менеджменту підприємств.

Основною метою ефективного управління грошовими потоками є забезпечення фінансової рівноваги суб'єкта господарювання в процесі його діяльності, що досягається шляхом збалансування потоків надходження й витрачання грошових коштів, тому серед основних завдань, що спрямовані на досягнення визначеної мети ефективного управління грошовими потоками підприємства, слід назвати:

- економічне обґрунтування джерел, обсягів та періодичності залучення позикових грошових потоків;
- обґрунтування напрямів, обсягів, періодичності та пріоритетності витрачання коштів;
- забезпечення достатньої платоспроможності суб'єкта господарювання, належного рівня його фінансової стійкості та ділової активності;
- забезпеченні інтенсивності та достатності формування грошових потоків;
- максимізацію чистого грошового потоку [18, с. 53].

Реалізацію цих завдань забезпечить впровадження механізму фінансового контролінгу, який є дієвим заходом підвищення ефективності управління та оптимізації грошових потоків суб'єкта господарювання.

Поняття контролінгу походить від дієслова «to control» і перекладається як управління та спостереження, але в розвинених країнах Європи та США це поняття майже не використовується та ототожнюється з управлінським обліком. У вітчизняній економічній літературі найчастіше поняття контролінгу та управлінського обліку використовуються як синоніми. На практиці український бізнес використовує систему контролінгу як симбіоз систем планування, аналізу, управлінського обліку та контролю господарської діяльності підприємства, яка забезпечує прийняття виважених та обґрунтованих управлінських рішень.

Задля переходу до світових стандартів ведення бізнесу в контексті підтримки належної ліквідності на підприємствах України доцільно запровадити контролінг грошових потоків, під яким розуміють специфічну інформаційну систему, що забезпечує контроль, регулювання й балансування руху грошових коштів на базі принципу управління за відхиленнями. Стратегічний контролінг грошових потоків спрямований на забезпечення фінансової рівноваги й формування стабільних внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування підприємства в довгостроковій перспективі. Оперативний контролінг грошових потоків спрямований на збалансування додатних і від'ємних потоків грошових потоків задля забезпечення поточної платоспроможності підприємства, під якою вважаємо за доцільне розуміти додатне значення чистого грошового потоку, оцінювання якого здійснюється за допомогою звіту про рух грошових коштів [9, с. 126].

Сьогодні все більше необхідно розглядати контролінг не тільки як інформаційну систему й сукупність методів та процедур, але й як філософію та спосіб мислення керівників, орієнтовані на ефективне використання ресурсів і розвиток підприємства

в довгостроковій перспективі, адже від самого існування системи контролінгу на підприємстві успіху досягнуто не буде, потрібне ще бажання керівників нижчих рівнів бути відповідальними за свою діяльність та вдосконалювати її. Саме інструментами контролінгу це бажання можна активувати. З огляду на вищезазначене пропонуємо визначити контролінг грошових потоків як напрям управлінської діяльності, який завдяки інструментам бюджетування, обліку відповідальності, аналізу та оперативного контролю грошових потоків забезпечує такий спосіб мислення й діяльності керівників (менеджерів) центрів грошової відповідальності, за якого буде досягнуто максимальне надходження, ефективне витрачання грошей та збалансованість грошових потоків.

Серед основних завдань контролінгу грошових потоків виділимо такі [9, с. 143]:

- 1) аналіз грошових потоків на основі визначення якості, ліквідності, достатності, ефективності грошових потоків;
- 2) планування грошових потоків, що включає бюджетування, складання графіків надходжень виручки, графіків виплати заробітної плати, графіків погашення зобов'язань, графіків погашення кредитів, платіжних календарів, податкових календарів, касових планів, планів оплат на день за підрозділами тощо;
- 3) виділення центрів відповідальності за формування вхідних і вихідних грошових потоків, в межах яких слід встановлювати причини й винуватців відхилень фактичних грошових потоків від бюджетних, їх наслідки;
- 4) оперативний контроль за наявністю та витрачанням коштів;
- 5) розроблення оптимальних рішень щодо руху грошових коштів задля забезпечення позитивних чистих грошових потоків, синхронізованих у часі;
- 6) підготовка управлінської звітності щодо руху грошових коштів.

Фінансовий контролінг грошових потоків є підсистемою фінансового контролінгу та охоплює тільки частину етапів процесу розроблення й реалізації фінансової стратегії підприємства. Функціонування фінансового контролінгу грошових потоків забезпечується певним механізмом, структуру якого, на нашу думку, можна представити трьома блоками.

Блок 1. Нормативне забезпечення функціонування механізму здійснюється на підставі розробленої нормативно-законодавчої бази як на державному рівні, так і на рівні суб'єкта господарювання. До нормативно-законодавчих актів на рівні держави можна віднести закони України, положення та інструкції НБУ, інші стандарти, які забезпечують легітимний рух грошових потоків та формування інформації зовнішнім та внутрішнім користувачам щодо ліквідності та платоспроможності будь-якого підприємства (організації, компанії). Суб'єкт господарювання також розробляє пакет власних нормативних регламентів, які забезпечують організацію руху грошових потоків, враховуючи певні особливості господарської діяльності задля забезпечення його ліквідності та платоспроможності на достатньому рівні. До таких можна віднести положення про відділ контролінгу на підприємстві, посадові інструкції робітників такого відділу, наказ про облікову політику тощо.

Блок 2. Організаційне забезпечення функціонування механізму. В структурі цього блоку можна виокремити такі складові частини.

- 1) Функції фінансового контролінгу грошових потоків:
 - планова, що забезпечує координацію довгострокових та поточних планів, стратегічне та оперативне бюджетування грошових потоків підприємства;
 - аналітична, що забезпечує отримання аналітичних результатів аналізу грошових потоків, розрахунок відхилень від

запланованих показників та оцінювання пріоритетних напрямів удосконалення їх ефективності;

- облікова, що забезпечує узагальнення інформації про грошові потоки та її оброблення, складання внутрішньої та зовнішньої звітності для надання користувачам певної інформації про рух грошових коштів;

- контрольна, що забезпечує функціонування системи внутрішнього контролю та інструментарію щодо запобігання зловживанням з грошовими коштами підприємства.

2) Організаційне забезпечення, яке реалізується за допомогою двох підсистем, таких як організаційно-тактична та організаційно-методична.

Організаційно-тактична підсистема забезпечить формування мети в межах загальної концепції управління грошовими потоками підприємства, формування комунікаційних зв'язків між центрами відповідальності, які сприяють процесу управління грошовими коштами через систему фінансового контролінгу. Крім того, завдяки організації відділу фінансового контролінгу на підприємстві, розподілу повноважень між робітниками, розробленню мотиваційних і стимулюючих регламентів та встановлення персональної відповідальності осіб можна підвищити ефективність управління грошовими потоками, що забезпечить зростання прибутковості, зміцнення фінансової стійкості та платоспроможності суб'єкта господарювання.

Організаційно-методична підсистема забезпечить впровадження інструментів щодо реалізації функцій фінансового контролінгу грошових потоків підприємства, а саме сучасні методичні засади планування, обліку, аналізу та контролю.

Блок 3. Обліково-економічний блок, який забезпечує процеси фінансування цього механізму, ефективне управління витратами та мотиваційні аспекти його функціонування. В структурі цього блоку доцільно виокремити систему бюджетування грошових потоків у короткостроковому періоді та стратегічному аспекті. Задля узагальнення інформації виокремлюють систему управлінського обліку. Крім того, задля підвищення ефективності управління грошовими потоками доцільно забезпечити функціонування системи аналізу та їх оптимізації.

Результатом функціонування цього механізму є прийняття управлінських рішень, які забезпечать ефективний рух грошових потоків та, як наслідок, міцний фінансовий стан підприємства. Власники та керівники українських підприємств розуміють необхідність реорганізації системи управління, але часто відсутні необхідні знання та досвід, а також бракує відповідних спеціалістів. Фінансова криза створює додаткові складнощі, але, з іншого боку, виявляє основні проблеми, які потребують першочергового вирішення. Реорганізація системи управління для більшості підприємств є просто життєво необхідною.

Висновки і пропозиції. У статті узагальнені основні завдання ефективного управління грошовими потоками та впровадження системи фінансового контролінгу. За результатами дослідження обґрунтовано необхідність розроблення та функціонування механізму фінансового контролінгу грошових потоків. У статті запропоновано структуру механізму фінансового контролінгу грошових потоків. В процесі взаємодії структурних елементів механізму забезпечується ухвалення управлінських рішень щодо підтримки фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності як у короткостроковому періоді, так і на перспективу. Запропонований механізм дасть можливість вибрати найвигіднішу альтернативу оптимізації грошових потоків суб'єкта господарювання, що дасть змогу забезпечити необхідний рівень його ділової та фінансової успішності.

Література:

1. Гриценко Л.Л., Боярко І.М., Роечко В.В. Контролінг грошових потоків. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 3. С. 148–154.
2. Гладкова О.В. Місце фінансового контролінгу в управлінні фінансовими потоками в логістичних системах. *Вісник Національного Університету «Львівська політехніка»*. 2018. № 892. С. 49–56.
3. Тельнова Г.В. Підсистема контролінгу в системі фінансового менеджменту підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2012. № 4(37). С. 140–147.
4. Буднік М.М., Аскеров Т.Т. Вдосконалення організації фінансового планування на підприємстві за рахунок впровадження контролінгу грошових потоків. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2015. № 3(1). С. 113–120.
5. Шуляренко С.М., Лісовенко Д.П. Теоретичні аспекти та інструменти контролінгу грошових потоків підприємств. *Водний транспорт*. 2016. Вип. 1. С. 139–146.
6. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. 3-тє вид., випр. та доп. Київ : Знання, КОО, 2000. 587 с.
7. Павловська О.В., Прутуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Київ : КНЕУ, 2002. 388 с.
8. Старостенко Г.Г., Мірко Н.В. Фінансовий аналіз : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 224 с.
9. Бланк І.А. Финансовый менеджмент: учебный курс. 2-е изд., перераб. и доп. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2004. 656 с.
10. Краменко Г.О., Чорна О.Е. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 520 с.
11. Краменко В.І., Холод Б.І. та ін. Управління ресурсами підприємства : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 288 с.
12. Маркіна І.А. Менеджмент підприємства. Київ : Вища школа, 2000. 76 с.
13. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : підручник. Київ : Київський національний торгово-економічний університет, 2008. 514 с.
14. Мартякова О.В. Грошові потоки в системі управління фінансово-господарською діяльністю підприємства. *Наукові праці. Серія: Економічна. Донецьк*. 2007. Вип. 32(126). С. 158–162.
15. Спіфанова І.Ю. Вхідні та вихідні грошові потоки підприємства як економічна категорія. *Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця. 2013. С. 247–249.
16. Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз : навчальний посібник. Житомир : Рута, 2003. 680 с.
17. Нікбахт Е., Гроппеллі А. Фінанси / пер. з англ. В.Ф. Овсієнка, В.Я. Мусієнка. Київ : Основи, 1993. 383 с.
18. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2002. 496 с..
2. Ghladkova O.V. (2018) Misce finansovogho kontroliingu v upravlinni finansovomy potokamy v loghistrychnykh systemakh [The place of financial controlling in the management of financial flows in logistics systems]. *Visnyk Nacionalnoho Universytetu "Ljvivs'ka politekhnika"*, no. 892, pp. 49–56.
3. Teljnova Gh.V. (2012) Pidsystema kontroliingu v systemi finansovogho menedzhmentu pidpryemstva [Controlling subsystem in the enterprise financial management system]. *Ghalyckyy ekonomichnyy visnyk*, no. 4(37), pp. 140–147.
4. Budnik M.M., Askerov T.T. (2015) Vdoskonalennja orghanizaciji finansovogho planuvannja na pidpryjemstvi za rakhunok vprovadzhennja kontroliingu ghroshovykh potokiv [Improvement of organization of financial planning at the enterprise due to introduction of control of cash flows]. *Problemy i perspektivy rozvytku pidpryjemnytva*, no. 3(1), pp. 113–120.
5. Shuljarenko S.M., Lisovenko D.P. (2016) Teoretychni aspekty ta instrumenty kontroliingu ghroshovykh potokiv pidpryemstv [Theoretical aspects and tools for controlling the cash flows of enterprises]. *Vodnyj transport*, vol. 1, pp. 139–146.
6. Zaghorodnij A.Gh., Voznjuk Gh.L., Smovzhenko T.S. (2000) Finansovyj slovnyk [Financial dictionary]. Kyjiv : Znannya. (in Ukrainian)
7. Pavlovjska O.V., Prytuljak N.M., Nevmerzhyckja N.Ju. (2002) Finansovyj analiz [Financial analysis]. Kyjiv : KNEU. (in Ukrainian)
8. Starostenko Gh.Gh., Mirko N.V. (2006) Finansovyj analiz [Financial analysis]. Kyjiv : Centr navchal'noji literatury. (in Ukrainian)
9. Blank Y.A. (2004) Fynansovyj menedzhment [Financial management]. Kyjiv : Nyka-Centr ; Eljgha. (in Ukrainian)
10. Kramenko Gh.O., Chorna O.E. (2006) Finansovyj menedzhment [Financial management]. Kyjiv : Centr navchal'noji literatury. (in Ukrainian)
11. Kramenko V.I., Kholod B.I. ta in. (2004) Upravlinnja resursamy pidpryemstva [Enterprise resource management]. Kyjiv : Centr navchal'noji literatury. (in Ukrainian)
12. Markina I.A. (2000) Menedzhment pidpryemstva [Enterprise Management]. Vyshha shkola. (in Ukrainian)
13. Mnykh Je.V. (2008) Ekonomichnyj analiz dijal'nosti pidpryemstva [Economic analysis of the enterprise]. Kyjiv : Kyjiv. Nac. Torg. Ek. Un-t. (in Ukrainian)
14. Martjakova O.V. (2007) Ghroshovi potoky v systemi upravlinnja finansovo-ghospodars'koju dijal'nistju pidpryemstva [Cash flows in the system of management of financial and economic activity of the enterprise]. *Naukovi pracj. Serija: Ekonomichna. Doneckj*, vol. 32(126), pp. 158–162.
15. Jepifanova I.Ju. (2013) Vkhidni ta vykhidni ghroshovi potoky pidpryemstva jak ekonomichna kategorija [Enterprise input and output cash flows as an economic category]. *Proceedings of the Suchasni tendenciji rozvytku finansovykh ta innovacijno-investyijnykh procesiv v Ukrajinі (Ukrainian, Vinnycja, Berezenj, I, 2013)*, Vinnycja : VNTU, pp. 247–249.
16. Butynej F.F. (2003) Ekonomichnyj analiz [Economic analysis]. Zhytomyr : Ruta. (in Ukrainian)
17. Nikbakht E., Ghroppelli A. (1993) Finansy [Finances]. Kyjiv : Osnovy. (in Ukrainian)
18. Kirejcev Gh.Gh. (2002) Finansovyj menedzhment [Financial management]. Kyjiv : CUL. (in Ukrainian)

References:

1. Ghrycenko L.L., Bojarko I.M., Rojenko V.V. (2010) Kontroliingu ghroshovykh potokiv [Controlling cash flows]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 3, pp. 148–154.

Аннотация. В статье проведен анализ подходов ученых к понятию денежных потоков, по результатам которого обобщены отдельные группы авторов, которые определяют этот термин по определенному критерию. Проанализированы подходы к понятию контроллинга с целью определения его места в системе управления предприятием. Обобщены основные, первоочередные задания касательно повышения эффективности управления денежными потоками, что обеспечивается необходимостью создания и функционирования специального механизма контроллинга денежных потоков в системе финансового контроллинга предприятия. Далее разработана структура такого механизма, предоставлена характеристика его составляющих. Предложенный механизм состоит из трех блоков, таких как блок нормативного обеспечения функционирования механизма, блок организационного обеспечения и учетно-экономический блок. Коммуникационные связи между ними обеспечивают формирование информации, которая является основанием для принятия управленческих решений. Реализация принятых решений будет способствовать эффективному движению денежных потоков и, как следствие, укреплению финансового состояния предприятия.

Ключевые слова: денежные потоки, финансовый контроллинг, механизм финансового контроллинга, управление денежными потоками, управленческие решения.

Summary. The article analyzes the approaches of scientists to the concept of cash flows, which resulted in generalization of certain groups of authors who define this term according to certain separate criteria. Approaches to the concept of “controlling” are analyzed in order to determine its place in the enterprise management system. The work summarizes the main, first and foremost tasks to improve the efficiency of cash flow management, which is ensured by the need to create and operate a special mechanism for cash flows controlling in the system of financial control of the enterprise. The structure of such mechanism is developed and its components are described. The proposed mechanism consists of three blocs: the bloc of normative support of functioning of the mechanism, the bloc of organizational support and the accounting and economic bloc. The bloc of regulatory support performs the functions of generalization and development of the regulatory framework, which allows providing the cash flow management in the legislative field. The bloc of organizational support offer to distinguish: functions of financial controlling of cash flows and organizational support which is realized with the help of organizational-tactical and organizational-methodical subsystems. The organizational-tactical subsystem will ensure the formation of a goal within the general concept of cash flow management of the enterprise, the formation of communication links between the centers of responsibility, which contribute to the process of managing cash through a system of financial controlling. The organizational and methodical subsystem will provide the implementation of tools for the providing of financial control functions of the enterprise cash flows, namely, modern methodological principles of planning, accounting, analysis and control. Accounting and economic unit provides the processes of financing this mechanism, effective cost management and motivational aspects of its operation. Communication links between them provide the formation of information that is the basis for managerial decisions. The implementation of the adopted decisions will contribute the efficient cash flows movement and, as a consequence, the strengthening of financial condition of the enterprise.

Keywords: cash flows, financial controlling, financial controlling mechanism, cash flow management, management decisions.

Луцук М.В.

к.е.н., докторант,

ДВНЗ «Університет банківської справи»

Lutsyk Mariia

Banking University

АНАЛІЗ РИНКУ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ

ANALYSIS OF NON-CASH PAYMENTS MARKET

Анотація. Безготівкові розрахунки стосуються фінансових операцій, які проводяться за допомогою передачі цифрової інформації між залученими сторонами, а не грошей у фізичній формі, таких як банкноти чи монети. Нині безготівкові платежі сильно поширені у багатьох країнах, а обсяг операцій з часом значно збільшився. У статті наведено та проаналізовано сучасний стан безготівкових розрахунків в Україні та за її межами. Проведено оцінювання впливу масштабу безготівкових операцій на економічне зростання країни. Охарактеризовано динаміку кількості платежів та користувачів, що здійснювали безконтактні платежі із застосуванням технології NFC у 2018–2019 рр., а також здійснено прогноз до 2023 р. Розглянуто вплив пандемії COVID-19 на ринок безготівкових розрахунків. Розраховано на основі даних World Payments Report за 2019 р. середньорічний темп приросту безготівкових розрахунків у 2013–2022 рр. у світі.

Ключові слова: безготівкові розрахунки, платіжні картки, безконтактні платежі, платіжна система, економіка.

Постановка проблеми. Безготівкові розрахунки – це швидкий, надійний, вигідний та безпечний вид банківської послуги, що економить час під час оплати за товари та послуги, сприяє прозорості платежів та економічному росту країни. Технологічний прогрес стає основою нового фінансово-грамотного суспільства, і це явно видно зі статистики використання грошових коштів у формі безготівкових розрахунків. Велике значення безготівкових операцій у щоденному функціонуванні суспільства та економіки випливає з необхідності обмеження витрат на переказ коштів, а також із зручності, яку забезпечує ця форма розрахунків. Якщо раніше держателі платіжних карток частіше знімали готівку в банкоматах, то сьогодні вони все більше віддають перевагу безготівковим розрахункам.

Темпи поширення використання безготівкових платежів відрізняються по країнах залежно від особливостей ринку. Економічні, правові, соціальні чинники впливають на готовність користувачів до використання безготівкових операцій, а також на рівень інновацій в цьому виді розрахунків.

Незважаючи на досить широкий пласт досліджень модернізації ринку платіжних засобів в Україні та світі, динамічний розвиток безготівкового ринку вимагає поглибленого аналізу сучасного стану задля визначення перспектив та можливих ризиків розвитку як на українському, так і на світовому фінансових ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження безготівкового ринку є предметом багатьох досліджень, автори яких зосереджують увагу на оцінюванні поведінки учасників ринку, ставлення споживачів, правових аспектів, інновацій та впливу безготівкових грошей на функціонування економіки.

Досліджували тенденції розвитку безготівкових роздрібних платежів і технологій самообслуговування клієнтів банків в Україні В. Міщенко та М. Ніконова [8, с. 20]; теоретичні аспекти організації та здійснення безготівкових розрахунків розкрито у працях В. Матвєєва, О. Гайдаржийської, А. Задорожної [6, с. 863]. Аналіз стану використання сучасних платіжних засобів у контексті виведення готівкових коштів із позабанківського обігу в Україні досліджував О. Мельниченко [7, с. 26]. У працях І. Карчевої [3, с. 256], І. Кравченко [4, с. 141], Л. Співак [11, с. 118], В. Прушківського [9, с. 100], І. Трубіна [12], Т. Шалиги [13] акцентовано увагу на перевагах пластикових платіжних карток перед паперовими грошима. І. Бучко [1, с. 168] досліджував перспективи розвитку електронних банківських послуг з використанням платіжних карток в Україні.

Закордонні вчені, такі як М. Занді, В. Сінг [25], досліджували наслідки переходу від паперової до електронної форми оплати за товари та послуги. Х. Брітс, С. Віндер стверджували, що безготівкові розрахунки є кращим видом платежу під час купівлі товарів, ніж готівка [14]. Питання ефективності використання платіжних карток інструментів досліджували Д. Хампрей, А. Бергер [20], К. Велс [23], Л. Палей [21], К. Кароу, М. Стейтен [15] та інші вчені.

Мета статті. Головною метою роботи є аналіз стану безготівкових розрахунків в Україні та регіонах світу, оцінювання впливу безготівкових операцій на економічне зростання країни, аналіз впливу пандемії COVID-19 на розвиток безготівкового ринку.

Виклад основного матеріалу. За статистичними даними Національного банку України [2; 10] загальна кількість операцій (безготівкових та отримання готівки) з використанням платіжних карток, емітованих українськими банками, за 2019 р. становила 5057,3 млн. шт., а їхній обсяг – 3576,7 млрд. грн. Порівняно з 2018 р. кількість зазначених операцій зросла на 29,2%, а сума – на 24,3%. За кількістю операцій переважали безготівкові, становлячи 4167,1 млн. шт. (82,4%), тобто вісім із десяти операцій із платіжними картками були безготівковими.

Обсяг безготівкових операцій становив 1798,3 млрд. грн., що склало 50,3% від усіх операцій із картками (за підсумками 2018 р. – 45,1%). П'ять років тому цей показник становив лише 25%. Отже, безготівкові операції з використанням платіжних

карток стають все більш популярними серед українців. Розподіл безготівкових операцій за видами операцій свідчить про те, що в минулому році найбільша кількість операцій із використанням карток припадала на розрахунки в торговельних мережах, а саме 51,2%, за обсягами домінували перекази з картки на картку, становлячи 42,4%.

Загальна кількість платіжних карток в Україні станом на 1 січня 2020 р. зросла на 16%, якщо порівнювати з початком 2019 р., та становила 68,9 млн. шт. Майже дві третини від цієї кількості – це активні платіжні картки (61,2%). Якщо проаналізувати кількість карток у розрізі карткових платіжних систем, то в Україні перше місце посідає Mastercard (47,2 млн. шт., 68,5%), а за нею йде Visa (21,0 млн. шт., 30,5%). Проте у багатьох країнах світу лідируючу позицію займає платіжна система Visa з ринковою капіталізацією у 352,57 млрд. дол., за нею йде Mastercard (256,88 млрд. дол.), а потім – PayPal (128,95 млрд. дол.) (рис. 1).

EMV (Europay + MasterCard + Visa) – це міжнародний стандарт для операцій з банківськими картками з чіпом, що забезпечують високий рівень безпеки фінансових транзакцій. У країнах Europe zone 1 у відсотковому вираженні транзакції EMV становлять 97,34%, а у США – 53,52% (рис. 2).

Актуальним залишається тренд щодо активного поширення безконтактних платежів як із використанням безконтактних карток, так і за допомогою смартфонів та інших NFC-пристроїв, що зумовлено безпекою, швидкістю та зручністю таких операцій.

Застосування технології NFC на ринку платіжних карток у світі з кожним роком зростає і, відповідно до прогнозів, зростатиме і у наступні три роки (рис. 3). Якщо у 2018 р. сума платежів із застосуванням технології NFC на ринку платіжних карток у світі становила 12,5 млрд. дол., то вже у 2023 р., відповідно до прогнозів, сума збільшиться більш ніж у три рази та становитиме 38,8 млрд. дол. Технологія NFC (Near Field Communication) дає змогу здійснювати комунікацію та обмін

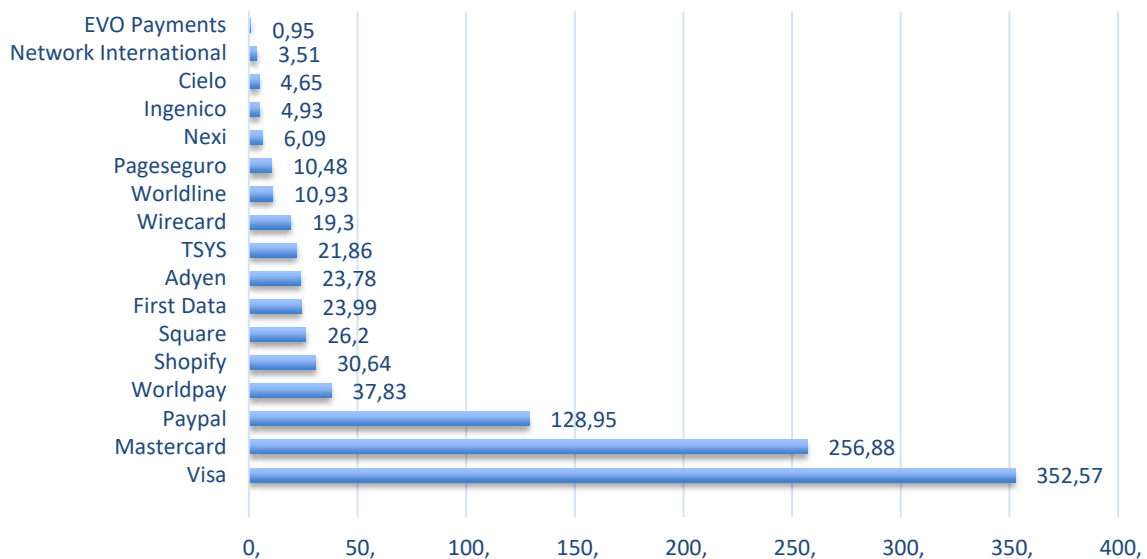


Рис. 1. Ринкова капіталізація платіжних систем у 2019 р. (млрд. дол.)

Джерело: побудовано автором на основі даних [22]

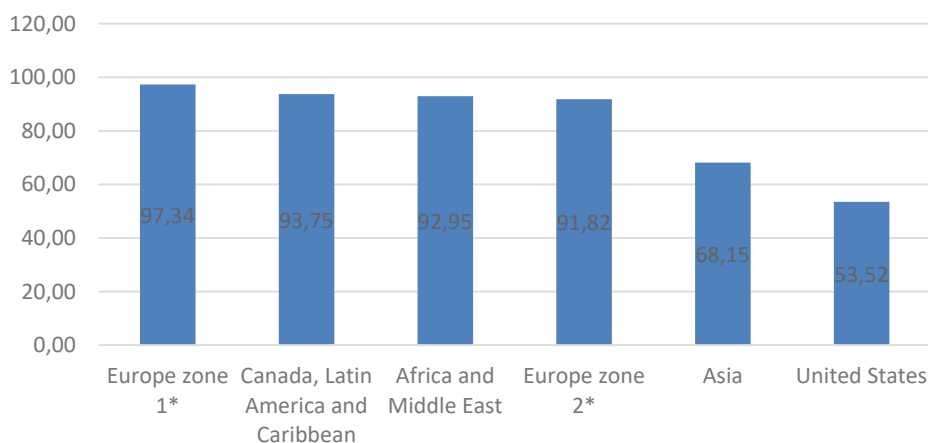


Рис. 2. Частка транзакцій EMV у вибраних країнах світу за 2019 р., %

Примітки: Europe zone 1* (Austria, Belgium, Bulgaria, Croatia, Cyprus, Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, French West Indies, Germany, Gibraltar, Greece, Hungary, Iceland, Ireland, Italy, Latvia, Liechtenstein, Lithuania, Luxembourg, Monaco, Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Reunion, Romania, San Marino, Slovak Republic, Slovenia, Spain, Sweden and the U.K.); Europe zone 2* (Albania, Bosnia and Herzegovina, Channel Islands, Faroe Islands, Guernsey, Isle of Man, Jersey, San Marino, Switzerland, Turkey)

Джерело: побудовано автором на основі даних [16; 17; 18]

даними між пристроями, що знаходяться на коротких відстанях, а оплата за товари та послуги відбувається безконтактно.

Сьогодні в Україні більше чверті активних платіжних карток – це безконтактні та токенизовані картки (26,5%, або 11,2 млн. шт.), створені в результаті заміни реквізитів платіжних карток на унікальні цифрові ідентифікатори, які використовуються для здійснення операцій із застосуванням гаджетів із функцією NFC (зокрема, через платіжні сервіси Apple Pay, Google Pay, Garmin Pay).

Кількість безконтактних платіжних карток за 2019 р. збільшилась більш ніж удвічі, а саме з 3,9 млн. шт. до 8,6 млн. шт. карток. Кількість токенизованих платіжних карток на 1 січня 2020 р. становила 2,5 млн. шт. Їхня популярність зумовлена безпекою, швидкістю та зручністю у використанні.

Згідно з дослідженнями MasterCard (рис. 4) у 2018 р. частка ринку безконтактних платежів досягла 83% у Польщі, тоді як у Бельгії цей показник становив лише 4%, в Іспанії – 57%, у Великобританії – 46%, у Франції – 25%, а в Німеччині – 14%. У середньому безконтактні транзакції становлять 48% усіх платіжних операцій, що здійснюються в точках продажу (POS) щомісяця в Європі. Ці великі відмінності пов'язані з тим, що Європа має великий вибір, коли йдеться про використання способів оплати [19].

У World Payments Report за 2019 р. наведено стан розвитку безготівкових угод, де показано, що у 2017 р. в Північній Америці (North America) було здійснено на 160,6 млрд. дол. безготівкових угод, що значно перевищувало інші регіони світу. У Європі (Europe (including Eurozone)) та Азії (Emerging Asia) безготівкові угоди були на суму 133,8 та 96,2 млрд. дол. відповідно. Очікується, що до 2022 р. Європа (Europe (including Eurozone)) перевищить Північну Америку (North America) за сумами безготівкових угод на 1,8 млрд. дол., тоді як Азія (Emerging Asia) досягне 350 млрд. дол. і перевищить Північну Америку (North America) та Європу (Europe (including Eurozone)) на 151 млрд. дол. і 149,2 млрд. дол. відповідно (рис. 5).

Очікується, що Азія (Emerging Asia) збереже позитивну тенденцію зростання безготівкових розрахунків, відповідно до прогнозів середньорічного темпу приросту у 2022 р., становлячи 29,7%, а з кожним роком вона покращуватиме цей показник. Прийняття платежів на основі QR-коду пришвидшило безготівкову революцію на азійських ринках. Надання переваги безготівковим операціям щодо оплати за товари та послуги, зростання електронної комерції приведуть до зростання на 21% безготівкових транзакцій на Близькому Сході та в Африці (MEA) з 2017 по 2022 рр.

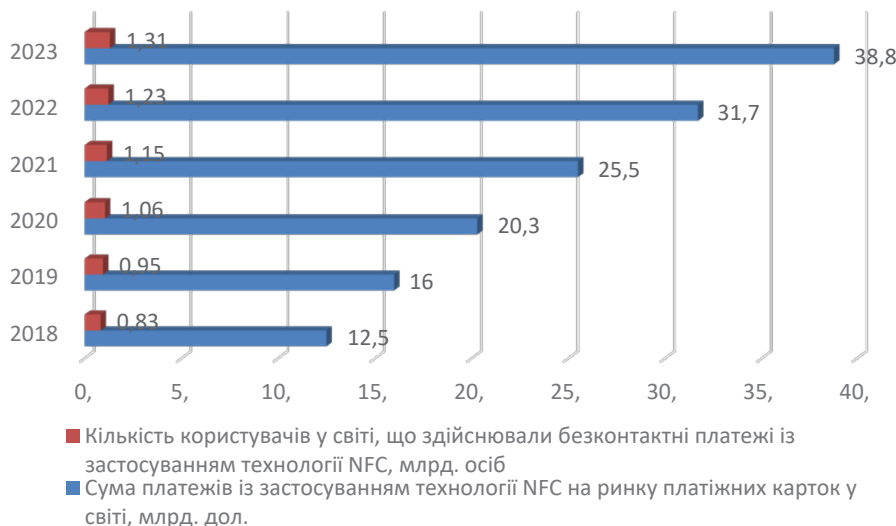


Рис. 3. Кількість платежів та користувачів, що здійснюють безконтактні платежі із застосуванням технології NFC

Джерело: побудовано автором на основі даних [19]

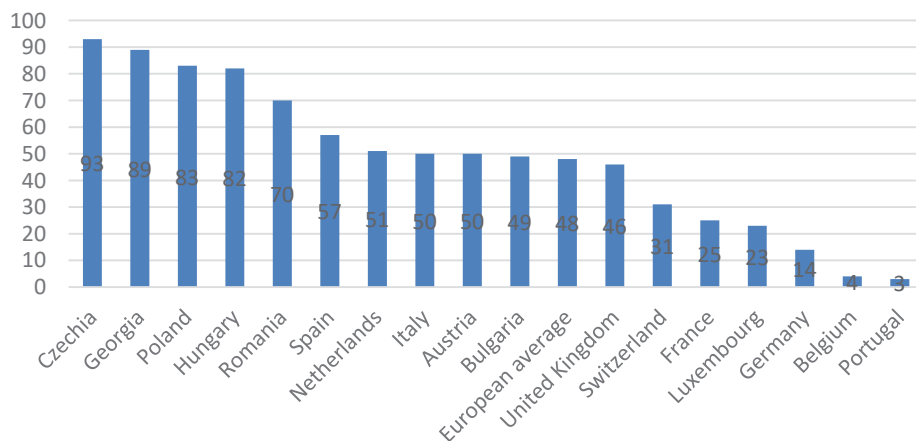


Рис. 4. Частка ринку безконтактних платежів POS у Європі у 2018 р. (платежі з використанням MasterCard), %

Джерело: побудовано автором на основі [18; 19]

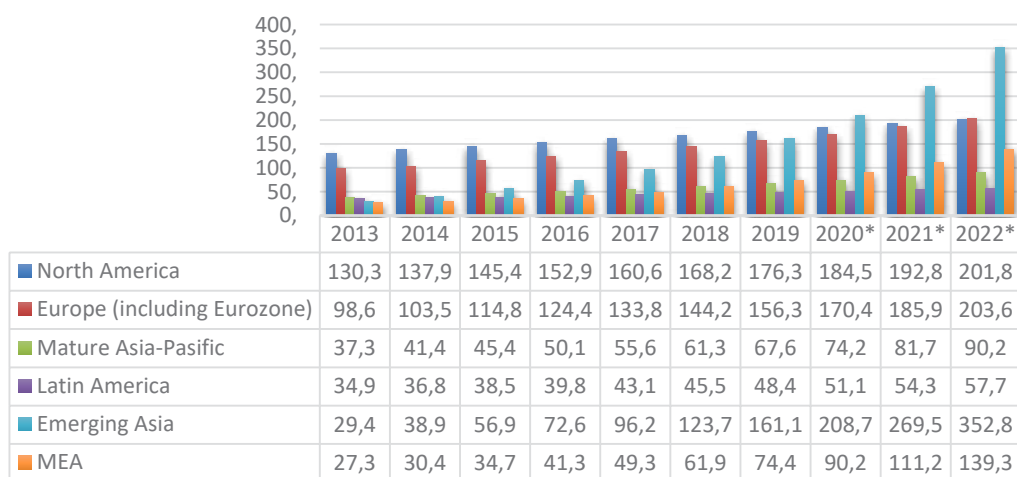


Рис. 5. Стан та прогноз безготівкових угод у регіонах світу з 2013 по 2022 р.

Джерело: побудовано автором на основі [24, с. 32; 37]

Показники зростання обсягу безготівкових розрахунків у відсотковому співвідношенні на основі рис. 2 відображено в табл. 1.

Латинська Америка (Latin America) готова до зростання, незважаючи на економіку, що «одужує». Регіони FinTech-сектору сприяють змінам через нові ініціативи фінансового включення та мобільні платіжні платформи (наприклад, Tigo у Гватемалі та BİM в Перу), які стають популярними альтернативами готівкових платежів.

Середньорічний темп приросту безготівкових розрахунків у Європі (Europe (including Eurozone)) (7%), як очікується, зростатиме швидше за США між 2017–2022 рр. завдяки різним ініціативам, які заохочують конкуренцію та інновації, реагуючи та захищаючи галузь від вступу в GAFA та BigTechs.

В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (Mature Asia-Pacific) середньорічний темп приросту безготівкових розрахунків зросте на 10% за 2017–2022 рр. в результаті урядових ініціатив. Крім того, прогнозується, що до 2022 р. Австралія буде повністю безготівковою згідно з дослідженням Westpac. На відміну від решти країн світу, очікується, що приріст безготівкових транзакцій у Північній Америці (North America) затримається на рівні приблизно 5% протягом наступних п'яти років через затримки модернізації спадкової інфраструктури, відсутність регуляторного заохочення та продовження використання дорогих перевірок.

З огляду на те, що сьогодні людство бореться з пандемією COVID-19, кількість безготівкових розрахунків у 2020 р. значно зросте як в Україні, так і у світі загалом, оскільки влада країн закликає людей до зменшення користування готівкою, яка потенційно може бути носієм вірусу. Завдяки технологіям можна замовляти та оплачувати продукти, товари, послуги онлайн, тому не обов'язково відвідувати банківські відділення, щоби здійснювати комунальні платежі чи купувати валюту тощо. Все це ви можете зробити, навіть не виходячи з дому.

Однак якщо розглядати готівку як стовідсотковий фактор ризику зараження вірусом, то потрібно пам'ятати, що методи електронних платежів також несуть ризики. Більшу загрозу, ніж розрахунок готівкою, може становити ситуація з оплатою картою та введенням ПІН-коду, оскільки люди почуватимуться впевнено й безпечно, що скористалися безготівковим розрахунком, отже, повернувшись додому, не митимуть рук. Для здоров'я важливо підтримувати здоровий глузд і, звичайно, гігієну після повернення з магазинів незалежно від того, якою формою оплати ми користувалися.

Наприклад, доцент кафедри медицини у Вищій школі медицини і наук здоров'я Джорджа Вашингтона (GW School of Medicine and Health Sciences) Майкл Найт сказав: «Якщо ви користуєтесь безконтактними платежами, але не мисте руки, коли торкаєтесь телефону, кредитної картки або платіжного терміналу, ви все ще сприйнятливий до потенційної інфекції».

Таблиця 1

Середньорічний темп приросту безготівкових розрахунків у 2013–2022 рр.

Регіон	2013–2017 рр.	2015–2016 рр.	2016–2017 рр.	2017–2018 рр.	2017–2022* рр.
Загалом	10,8%	10,4%	12,0%	11,2%	14,0%
Близький Схід, Африка (MEA)	15,9%	19,0%	19,3%	17,9%	21,6%
Латинська Америка (Latin America)	5,4%	3,4%	8,3%	5,5%	6,0%
Азія (Країни, що розвиваються) (Emerging Asia)	34,6%	27,6%	32,5%	28,6%	29,7%
Розвиваються (22,6%)				Розвиваються (23,5%)	
Азіатсько-Тихоокеанський регіон (Mature Asia-Pacific)	10,5%	10,4%	11,0%	10,2%	10,2%
Європа (включаючи Єврозону) (Europe (including Eurozone))	7,9%	8,4%	7,6%	6,3%	8,5%
Північна Америка (North America)	5,4%	5,1%	5,1%	4,7%	4,7%
Цілком розвинені (6,9%)				Цілком розвинені (7,1%)	

Джерело: розроблено автором на основі [24]

Мікробіолог з Університету Вашингтонської школи громадського здоров'я [University of Washington School of Public Health] Мерілін Робертс сказав: «Не потрібно зосереджувати увагу на грошах або на тому, яким способом оплати скористаємось». Оскільки вірус насамперед поширюється повітряно-крапельним шляхом, то відсоток зараження клієнтів у магазинах чи банках під час контакту з касиром є набагато вищим, ніж через готівку, тому більш високий рівень безпеки забезпечить, наприклад, імпровізований бар'єр у вигляді оргскла або скла, ніж заклик не використовувати готівку.

Якщо дотримуватись такого ж мислення, як і в разі з готівкою, було б важливо закликати клієнтів не отримувати квитанції, оскільки вони можуть заразитися. Тим часом немає таких закликів, пов'язаних із квитанціями або квитанціями про підтвердження картки.

На наш погляд, використання безготівкових платежів для споживачів є дуже хорошою стратегією. Однак слід пам'ятати, що для багатьох людей готівка все ще має багато переваг, яких картка не має. По-перше, це збереження громадянам приватного життя, по-друге, готівкові операції дешевші, ніж карткові, по-третє, використання готівки забезпечує кращий контроль витрат.

Тенденцію та прогноз щодо кількості безготівкових платежів з використанням платіжних карт у 2016–2022 рр. можна побачити на рис. 6 згідно зі статистичними даними Національного банку України.

За статистичними даними Національного банку України у 2019 р. українці зробили 4,167 млрд. транзакцій за допомогою платіжних карт на загальну суму майже 1,8 трлн. грн. Відповідно до прогнозів кількість транзакцій з кожним роком буде зростати, а з огляду на те, що зараз у період COVID-19 люди меншою мірою користуються готівковим розрахунком, прогноз є актуальним. Однак також не виключено, що після закінчення пандемії показники безготівкових розрахунків будуть знижуватись, оскільки люди повертатимуться до звичного стилю життя й будуть надалі користуватися готівкою, оплачуючи товари та послуги. Більшою мірою це стосується людей старшого віку, оскільки їх більшість вважає, що зберігання готівки вдома є надійнішим способом, ніж електронні гроші на банківських рахунках. Проте це не буде масовим явищем, оскільки технології йдуть вперед, а суспільство для зручності, економності свого часу все ж таки віддаватиме перевагу безготівковим платежам.

Висновки і пропозиції. Часи, коли ми ходили в магазин для закупівлі товару з великою сумою в гаманці, вже минули. Сьогодні ми можемо без проблем проводити платежі не тільки за допомогою платіжної картки, але й просто з використанням звичайного смартфона, який більшість завжди має під рукою. Більш того, сьогодні ми можемо робити покупки, не виїжджаючи з дому, а купуючи та оплачуючи все в Інтернеті. Безпека та зручність означають, що з кожним роком все більша кількість людей у світі здійснюватиме безготівкові операції.

Завдяки розвитку технології можна використовувати все нові й нові форми оплати під час купівлі товару чи послуг. Згідно з дослідженнями 64% людей у світі, які мають доступ до мережі, вже роблять це. Усі вони мають можливість проводити безпечні безготівкові операції, використовуючи різні методи з настільки різними особливостями та функціональними можливостями, що кожен, безсумнівно, може знайти той, який підходить йому або їй. Розвиток технології приносить появу нових форм оплати. Звичайно, в найближчі кілька років на ринку будуть представлені ще більш інноваційні, зручні та безпечні рішення, а наявні будуть постійно вдосконалюватися.

Проте є певний відсоток людей у світі, які бояться безготівкових операцій, особливо в Інтернеті, через крадіжку даних та втрату заощаджень, але ми можемо втратити більше грошових коштів, завжди несучи їх із собою, тому не варто боятися безготівкових платежів.

В подальших дослідженнях необхідно зосередити увагу на аналізі законодавчих та регуляторних ініціатив на безготівковому ринку, розкритті питання регулювання платіжної індустрії в Україні, детальному огляді безготівкових платіжних інструментів та дослідженні й вивченні нових форм безготівкових розрахунків.

Література:

1. Бучко І. Перспективи розвитку електронних банківських послуг з використанням платіжних карток в Україні. *Науковий Вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.2. С. 168–173.
2. Збитки від незаконних дій із платіжними картками зменшилися більше ніж удвічі / Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/zbitki-vid-nezakonnih-diy-iz-platijnimi-kartkami-zmenshilisya-bilshe-nij-udvichi> (дата звернення: 10.03.2020).
3. Карчева І. Підходи до оцінки ефективності систем дистанційного банківського обслуговування. *Економічний аналіз*. 2014. № 1. С. 256–267.

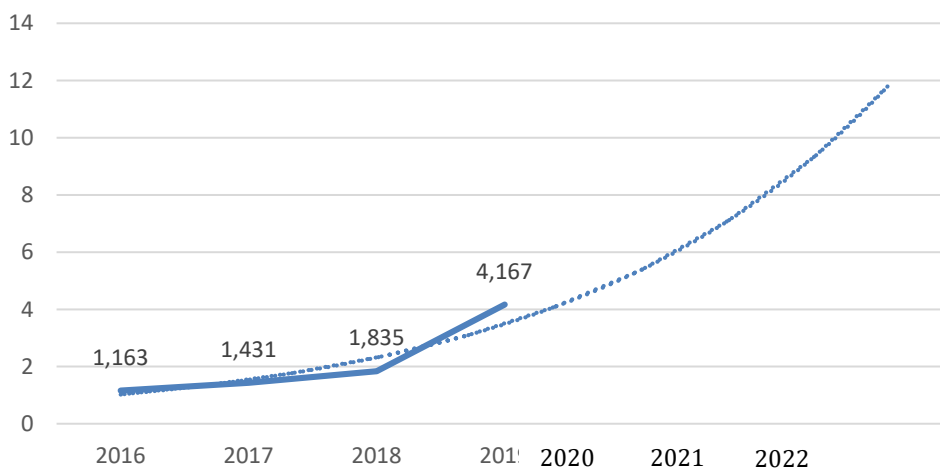


Рис. 6. Загальна кількість операцій з використанням платіжних карт

Джерело: побудовано автором на основі даних Національного банку України [10]

4. Кравченко І. Сучасний стан і перспективи розвитку Національної системи масових електронних платежів на ринку банківських платіжних карток в Україні. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2013. № 2(20). С. 141–148.
5. Малолеткова О. Нюанси безготівкових розрахунків. *Урядовий кур'єр*. 2013. № 175. С. 13.
6. Матвеев В., Гайдаржийська О., Задорожна А. Дослідження теоретичних аспектів організації та здійснення безготівкових розрахунків. *Економіка і суспільство*. 2018. № 15. С. 863–866.
7. Мельниченко О. Аналіз стану використання сучасних платіжних засобів у контексті виведення готівкових коштів із позабанківського обігу в Україні. *Вісник НБУ*. 2013. № 1. С. 26–31.
8. Міщенко В., Ніконова М. Розвиток безготівкових роздрібних платежів і технологій самообслуговування клієнтів банків в Україні. *Вісник НБУ*. 2013. № 1. С. 20–25.
9. Прушківський В. Упровадження безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток в Україні. *Банківська справа*. 2014. № 1–2. С. 100–107.
10. Розвиток безготівкових розрахунків позитивно впливає на фінансові звички українців / Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/rozvitok-bezgotivkovih-rozrahunkiv-pozitivno-vplyvaye-na-finansovi-zvichki-ukrayintsiv> (дата звернення: 15.02.2020).
11. Співак Л. Перспективи розвитку банківського карткового бізнесу в Україні. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 4. С. 118–123.
12. Трубін І. Правові засади функціонування електронних грошей у сфері електронної комерції : монографія. Київ : Алерта, 2013. 136 с.
13. Шалига Т. Дистанційне банківське обслуговування роздрібних клієнтів : монографія / за заг. ред. Н. Циганової. Ніжин : Аспект-поліграф, 2013. 412 с.
14. Brits H., Winder C. *Payments are no free lunch*. URL: www.dnb.nl/en/binaries/Occstud32_web_tcm47-146645.pdf (дата звернення: 05.02.2020).
15. Carow K.A., Staten M.E. Debit, Credit, or Cash: Survey Evidence on Gasoline Purchases. *Journal of Economics and Business*. 1999. P. 409–421.
16. Geyte J.V. België loopt ver achter met contactloos betalen. 2018. URL: <https://www.spaargids.be> (дата звернення: 25.02.2020).
17. Global Fintech Market Perspectives. 2019. P. 24. URL: <https://www.marketwatch.com/press-release/global-fintech-market-2018-2023industry-insights-by-growth-emerging-trends-and-forecast-2019-10-22> (дата звернення: 15.03.2020).
18. Global Mobile Payment Users. 2019. URL: <https://www.emarketer.com/content/global-mobile-payment-users-2019> (дата звернення: 18.03.2020).
19. Grand view research. URL: https://www.researchandmarkets.com/s/grand-view-research?gclid=CjwKCAjw95D0BRBFiEiwAcO1KDCXRaJIoFAinEJRt3-5hNDXRWK74iuLa2H1fcnoYrK14UfqEXoEx4hoCCaEQAvD_BwE (дата звернення: 13.03.2020).
20. Humphrey D.B., Berger A.N. Market Failure and Resource Use: Economic Incentives to Use Different Payment Instruments. *The U.S. Payment System: Efficiency, Risk and the Role of Federal Reserve*. Kluwer Academic Publishers. Boston, MA, 1990.
21. Humphrey D.B., Pulley L.B., Vesala. J.M. Cash, paper, and electronic payments: a cross-country analysis. *Journal of Money, Credit and Banking*. 1996. № 28. P. 914–939.
22. The Role of the EMV Specifications. 2020. URL: <https://www.emvco.com> (дата звернення: 11.03.2020).
23. Wells K.E. Are Checks Overused? Federal Reserve Bank of Minneapolis Quarterly review. 1996. P. 2–12.
24. World Payments Report. 2019. URL: <https://worldpaymentsreport.com> (дата звернення: 06.03.2020).
25. Zandi M., Singh V. The impact of electronic payments on economic growth. *Economic analysis from Moody's Economy*. 2013. URL: <https://usa.visa.com/dam/VCOM/download/corporate/media/moodys-economy-white-paper-feb-2013.pdf> (дата звернення: 18.02.2020).

References:

1. Buchko I. Perspektyvy rozvytku elektronnykh bankivskykh poslugh z vykorystannjam platizhnykh kartok v Ukraini [Prospects for the development of electronic banking services using payment cards in Ukraine]. *Naukovyy Visnyk Nltu Ukrainy*. 2016. Vyp. 26.2. S. 168–173.
2. Zbytky vid nezakonnnykh dii iz platizhnymy kartkami zmenshylysja bil'she nizh udvichi [Damage from illegal payment card transactions has more than halved] / *Nacionalnyj bank Ukrainy*. Available at: <https://bank.gov.ua/news/all/zbitki-vid-nezakonnih-diy-iz-platijnimi-kartkami-zmenshilysya-bilshe-nij-udvichi> (accessed 10 March 2020).
3. Karcheva I. Pidkhody do ocinky efektyvnosti system dystancijnogho bankivskogho obslughovuvannja [Approaches to assessing the effectiveness of remote banking systems]. *Ekonomichnyj analiz*. 2014. № 1. S. 256–267.
4. Kravchenko I. Suchasnyj stan i perspektyvy rozvytku Nacionalnoji systemy masovykh elektronnykh platizhiv na rynku bankivskykh platizhnykh kartok v Ukraini [Current State and Prospects of Development of the National System of Mass Electronic Payments in the Banking Card Market in Ukraine]. *Visnyk Universytetu bankivskoj spravy Nacionalnogho banku Ukrainy*. 2013. № 2(20). S. 141–148.
5. Maloljetkova O. Njuansy bezgotivkovykh rozrahunkiv [The nuances of non-cash payments]. *Uradovyy kur'jer*. 2013. № 175. S. 13.
6. Matvjejev V., Ghajdarzhysjka O., Zadorozhna A. Doslidzhennja teoretychnykh aspektiv orghanizaciji ta zdjnsennja bezgotivkovykh rozrahunkiv [Research of theoretical aspects of organization and implementation of non-cash payments]. *Ekonomika i suspilstvo*. 2018. № 15. S. 863–866.
7. Melnychenko O. Analiz stanu vykorystannja suchasnykh platizhnykh zasobiv u konteksti vyvedennja ghotivkovykh koshtiv iz pozabankivskogho obighu v Ukraini [Analysis of the state of use of modern means of payment in the context of cash withdrawal from non-bank circulation in Ukraine]. *Visnyk NBU*. 2013. № 1. S. 26–31.
8. Mishhenko V., Nikonova M. Rozvytok bezgotivkovykh rozdrbnykh platizhiv i tekhnologij samoobslughovuvannja klijentiv bankiv v Ukraini [Development of non-cash retail payments and self-service technologies for bank clients in Ukraine]. *Visnyk NBU*. 2013. № 1. S. 20–25.
9. Prushkivskij V. Uprovadzhennja bezgotivkovykh rozrahunkiv z vykorystannjam platizhnykh kartok v Ukraini [Implementation of non-cash payments using payment cards in Ukraine]. *Bankivska sprava*. 2014. № 1–2. S. 100–107.
10. Rozvytok bezgotivkovykh rozrahunkiv pozytyvno vplyvaje na finansovi zvychky ukrajinciv [The development of non-cash payments has a positive effect on the financial habits of Ukrainians] / *Nacionalnyj bank Ukrainy*. Retrieved from: <https://bank.gov.ua/news/all/rozvitok-bezgotivkovih-rozrahunkiv-pozitivno-vplyvaye-na-finansovi-zvichki-ukrayintsiv> (accessed 15 February 2020).
11. Spivak L. Perspektyvy rozvytku bankivskogho kartkovogho biznesu v Ukraini [Prospects for development of banking card business in Ukraine]. *Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukraini*. 2015. № 4. S. 118–123.
12. Trubin I. *Pravovi zasady funkcionuvannja elektronnykh ghroshej u sferi elektronnoji komerciji* [Legal principles of the functioning of electronic money in the field of e-commerce] : monoghrafija. Kyjiv : Alerta, 2013. 136 s.
13. Shalygha T. *Dystancijne bankivske obslughovuvannja rozdrbnykh klijentiv* [Remote banking for retail customers] : monoghrafija / za zagh. red. N. Cyghanovoji. Nizhyn : Aspekt-polighraf, 2013. 412 s.
14. Brits H., Winder C. *Payments are no free lunch*. Available at: www.dnb.nl/en/binaries/Occstud32web_tcm47-146645.pdf (accessed 5 February 2020).
15. Carow K.A., Staten M.E. Debit, Credit, or Cash: Survey Evidence on Gasoline Purchases. *Journal of Economics and Business*. 1999. P. 409–421.
16. Geyte J.V. België loopt ver achter met contactloos betalen. 2018. Available at: <https://www.spaargids.be> (accessed 25 February 2020).

17. *Global Fintech Market Perspectives*. 2019. P. 24. Available at: <https://www.marketwatch.com/press-release/global-fintech-market-2018-2023industry-insights-by-growth-emerging-trends-and-forecast-2019-10-22> (accessed 15 March 2020).
18. *Global Mobile Payment Users*. 2019. Available at: <https://www.emarketer.com/content/global-mobile-payment-users-2019> (accessed 18 March 2020).
19. Grand view research. Available at: https://www.researchandmarkets.com/s/grand-view-research?gclid=CjwKCAjw95D-0BRBFiEiwAcO1KDCXRaJIoFAinEJRt3-5hNDXRWK74iuLa2H1fcnoYrKl4UfqEXoEx4hoCCaEQAvD_BwE (accessed 13 March 2020).
20. Humphrey D.B., Berger A.N. Market Failure and Resource Use: Economic Incentives to Use Different Payment Instruments. *The U.S. Payment System: Efficiency, Risk and the Role of Federal Reserve*. Kluwer Academic Publishers. Boston, MA, 1990 (accessed: 13 March 2020).
21. Humphrey D.B., Pulley L.B., Vesala. J.M. Cash, paper, and electronic payments: a cross-country analysis. *Journal of Money, Credit and Banking*. № 28. 1996 (914–939).
22. *The Role of the EMV Specifications*. 2020. URL: <https://www.emvco.com> (дата звернення 11.03.2020).
23. Wells K.E. *Are Checks Overused?* Federal Reserve Bank of Minneapolis Quarterly review. 1996. P. 2–12.
24. *World Payments Report*. 2019. URL: <https://worldpaymentsreport.com> (accessed: 6 March 2020).
25. Zandi M., Singh V. The impact of electronic payments on economic growth. *Economic analysis from Moody's Economy*. 2013. Retrieved from: <https://usa.visa.com/dam/VCOM/download/corporate/media/moodys-economy-white-paper-feb-2013.pdf> (accessed 18 Feb. 2020).

Аннотация. Безналичные расчеты касаются финансовых операций, проводимых с помощью передачи цифровой информации между вовлеченными сторонами, а не денег в физической форме, таких как банкноты или монеты. В настоящее время безналичные платежи широко распространены во многих странах, а объем операций со временем значительно увеличился. В статье приведено и проанализировано современное состояние безналичных расчетов в Украине и за ее пределами. Проведено оценивание влияния масштаба безналичных операций на экономический рост стран. Охарактеризована динамика количества платежей и пользователей, совершавших бесконтактные платежи с применением технологии NFC в 2018–2019 гг., а также осуществлен прогноз до 2023 г. Рассмотрено влияние пандемии COVID-19 на рынок безналичных расчетов. Рассчитано на основе данных World Payments Report за 2019 г. среднегодовой темп прироста безналичных расчетов в 2013–2022 гг. в мире.

Ключевые слова: безналичные расчеты, платежные карты, бесконтактные платежи, платежная система, экономика.

Summary. Non-cash payments are a fast, reliable, profitable and safe type of banking service, which saves time when paying for goods and services, promotes payment transparency and economic growth of the country. Technological progress is becoming the basis of a new, financially literate society, and this is clearly evident from the statistics on the use of cash in the form of non-cash payments. The great importance of non-cash transactions in the day-to-day functioning of society and the economy stems from the need to limit the costs of transferring funds, as well as from the convenience provided by this form of payment. Previously, payment cardholders used to withdraw cash more frequently at ATMs, but nowadays, they increasingly prefer non-cash payments. The rate of spread of non-cash payments varies by country, depending on market characteristics. Economic, legal, social factors affect user's willingness to use non-cash transactions, as well as the level of innovation in this type of calculations. With the development of technology, you can use new and new forms of payment when purchasing a product or service. According to research, 64% of people in the world who have access to the network already do so. They all have the ability to perform secure non-cash transactions using different methods, with features and functionalities so different that each of them will undoubtedly be able to find one that suits him or her. The development of technology brings with it the emergence of new forms of payment. Of course, more innovative, convenient and safe solutions will be introduced to the market over the next few years – and existing ones will be constantly improved. Despite the rather broad layer of research on the modernization of the payment market in Ukraine and in the world, the dynamic development of the cashless market requires an in-depth analysis of the current state in order to determine the prospects and possible risks of development, both in the Ukrainian and global financial markets. The article presents and analyzes the current state of cashless payments in Ukraine and abroad. The impact of the scale of non-cash transactions on the economic growth of countries has been evaluated. The dynamics of the number of payments and users making contactless payments using NFC technology in the period 2018–2019 with a forecast up to 2023 are described. Based on World Payments Report data for 2019 calculated the average annual growth rate of non-cash payments in the period 2013–2022 in the world.

Keywords: cashless payments, payment cards, contactless payments, payment system, economy.

Новосолова О.С.

к.е.н.,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Херсонський національний технічний університет

Novosolova Olena

Kherson National Technical University

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5225-6353>

БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

BANKING SECTOR OF UKRAINE: CURRENT REALITIES AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Анотація. У статті розглянуто показники розвитку банківського сектору України за останні роки. Серед найбільш вагомих тенденцій виділено істотне скорочення кількості банків та їх відокремлених підрозділів; вагоме зростання частки державних банків в структурі активів банківської системи; поступове підвищення якості кредитного портфеля, попри накопичення значних обсягів непрацюючих кредитів; зниження рівня кредитування економіки; досягнення позитивних фінансових результатів банківським сектором за рахунок зменшення відрахувань до резервів та стабільного зростання процентних і комісійних доходів. Зазначено, що в умовах поточної економічної рецесії банки згоратимуть програми кредитування, водночас існує потенційна загроза відтоку депозитів та неплатежів по виданих кредитах, що означає повторення банківської кризи. Окреслено подальші перспективи розвитку вітчизняного банківського сектору в умовах зростання турбулентності світової економіки.

Ключові слова: банківський сектор, банківські установи, банківські активи, проблемні кредити, фінансовий результат.

Постановка проблеми. Іманентною ознакою сучасних суспільних трансформацій є інтенсифікація розвитку фінансового сектору, переважаюча роль у якому належить банківським установам. В сучасних умовах банки стали провідними інституціями на ринку фінансового посередництва, що здатні сприяти економічному зростанню шляхом ефективного розподілу фінансових ресурсів для їх продуктивного використання. Надійність та стійкість банківського сектору країни визначають рівень його конкурентоздатності, а також спроможності обслуговувати грошовий обіг, створювати умови для трансформації заощаджень в інвестиції та забезпечувати необхідний рівень кредитного фінансування економічних суб'єктів.

Водночас у разі виникнення кризових явищ у реальному секторі економіки, куди банки вклали свої ресурси, труднощі легко поширяться на банківський сектор. Це, беззаперечно, призведе спочатку до проблем ліквідності банків, накопичення проблемних кредитів, на покриття яких банки вимушені будуть

накопичувати резерви, збільшуючи свої витрати, та, зрештою, до того, що певна частина банків стане неплатоспроможною та припинить свою діяльність.

На цьому етапі важливо дослідити тенденції, що сформувались у банківському секторі України, та визначити його потенційні переваги й суттєві недоліки для вирішення проблеми подолання негативних наслідків світової економічної кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблематики функціонування банківського сектору присвячено чимало наукових праць вітчизняних учених. Зокрема, О.Д. Вовчак, П.М. Сениш, Т.В. Мельник проводили оцінювання впливу «очищення» банківської системи на показники банківської діяльності; О.В. Дзюблюк розглядав актуальні питання розвитку банківського сектору та відновлення суспільної довіри до нього; М.І. Зверяков, В.В. Коваленко, Л.О. Примостка аналізували вплив фінансових інновацій на діяльність банків та проблеми капіталізації банківської системи України; А.Я. Кузнецова та І.В. Дрозд досліджували напрями підвищення ефективності організаційно-функціональної трансформації банківського сектору; Т.Г. Савченко та Л.М. Миненко вивчали питання транспарентності банківської системи України.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значний науковий доробок у цій сфері, напрацювання, присвячені обґрунтуванню можливих сценаріїв розвитку банківського сектору, оцінюванню його слабких та сильних сторін в умовах економічної рецесії нині обмежені.

Мета статті. Головною метою роботи є оцінювання тенденцій функціонування банківського сектору України за останні роки, виділення наявних та потенційних загроз його діяльності, а також окреслення подальших перспектив розвитку вітчизняного банківського сектору.

Виклад основного матеріалу. Оцінити масштаби банківського сектору країни можна за допомогою показника концентрації чистих банківських активів у валовому внутрішньому продукті. На рис. 1 представлено динаміку цього індикатора від докризового 2013 року.

Частка активів банків у ВВП у 2013–2019 роках стрімко знижувалася з 280,8% до 37,6%, що означає істотне зниження фінансової глибини економіки. Отже, банківський сектор втра-

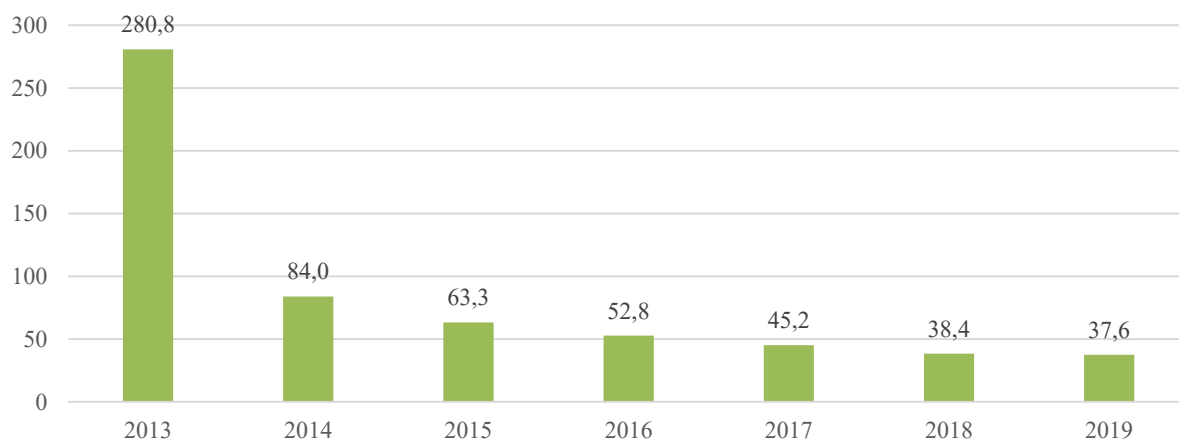


Рис. 1. Динаміка частки чистих банківських активів у ВВП України за 2013–2019 роки, %

Джерело: складено автором за даними [1]

чає функцію фінансового посередництва, відбувається стиснення кредитування, відповідно, знижуються можливості для фінансування реального сектору економіки.

Важливим аспектом, що характеризує ступінь розвитку банківського сектору країни, є кількість банківських установ. На рис. 2 наведено кількість діючих банків в Україні у 2013–2019 роках.

На кінець 2019 року кількість функціонуючих банків становила 75 установ (зокрема, 35 банків з іноземним капіталом), що порівняно з 2018 роком на 2 установи менше. Загалом же за 2013–2019 роки кількість банків скоротилась на 105, водночас зросла кількість банківських установ зі 100% іноземним капіталом, а саме на 4 установи. Найбільше банків припинило свою діяльність у 2014–2015 роках, що пов'язано з кризовою економічною ситуацією та вимушеними заходами з боку НБУ, спрямованими на закриття проблемних установ.

Протягом 2016 року в структурі власності банківської системи України відбувалися значні перегрупування. Так, станом на 1 січня 2017 року структура власності активів банківської системи України була представлена таким чином: банки з приватним українським капіталом складають близько 13%, банки іноземних банківських груп – 35%, державні банки – 52% (рис. 3) [1].

Внаслідок переходу ПАТ КБ «Приватбанк» у власність держави частка державних банків в структурі активів вітчизняної

банківської системи значно зросла. Загалом за останні три роки структура власності банківських активів в Україні не зазнала суттєвих змін.

У світовій практиці для статистичного вивчення розвитку банківського сектору використовують показник співвідношення кількості банківських відділень та кількості дорослого населення (рис. 4).

З 2004 року кількість банківських відділень на 100 тис. дорослого населення в Україні встигла стрімко зрости до 61 відділення у 2008 році, а потім суттєво знизитися до 20 у 2018 році. Водночас динаміка зниження кількості структурних підрозділів банків характерна для інших країн Східної Європи.

Основними причинами такої ситуації на вітчизняному банківському ринку є такі. По-перше, відбувається розвиток інтернет-банкінгу, що зумовлений зростанням розвитком платіжних онлайн-сервісів та проникненням Інтернету. Так, частка онлайн-транзакцій зросла з 25% у 2014 році до 45% у 2018 році [3]. Згідно з даними Інтернет-Асоціації України за III квартал 2019 року регулярними користувачами мережі Інтернет в Україні є 71% населення [4].

По-друге, значний вплив на кількість працюючих структурних підрозділів банків здійснює рівень економічної активності, що зумовлює загальний стан банківської системи.



Рис. 2. Динаміка кількості функціонуючих банків України за 2013–2019 роки, од.

Джерело: складено автором за даними [1]



Рис. 3. Структура власності активів банківської системи України за 2013–2019 роки, %

Джерело: складено автором за даними [1]

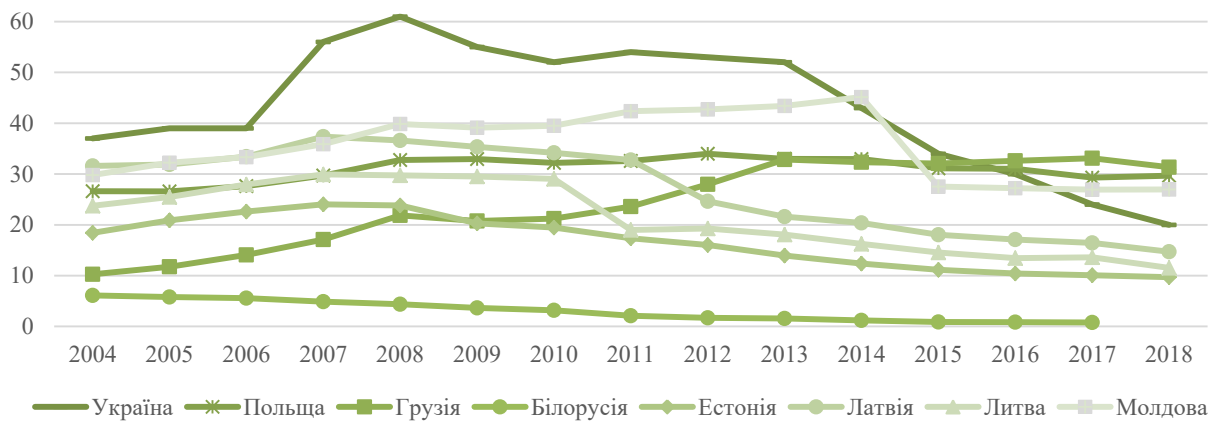


Рис. 4. Кількість структурних підрозділів банків в окремих країнах на 100 тис. дорослого населення, од.

Джерело: складено автором за даними джерела [1; 2]

З огляду на значне скорочення кількості функціонуючих банків обсяг їх капіталу також зменшувався впродовж 2015–2016 років, однак у 2017–2019 роках українським банкам нарешті вдалося досягнути позитивної динаміки обсягів капіталу (рис. 5).

Незважаючи на позитивну динаміку розвитку банківського сектору, рівень довіри до нього з боку населення є дуже низьким. Так, за даними американського Інституту Геллапа, лише 28% українців довіряють вітчизняним банківським та фінансовим установам, 61% опитаних висловлює недовіру всій

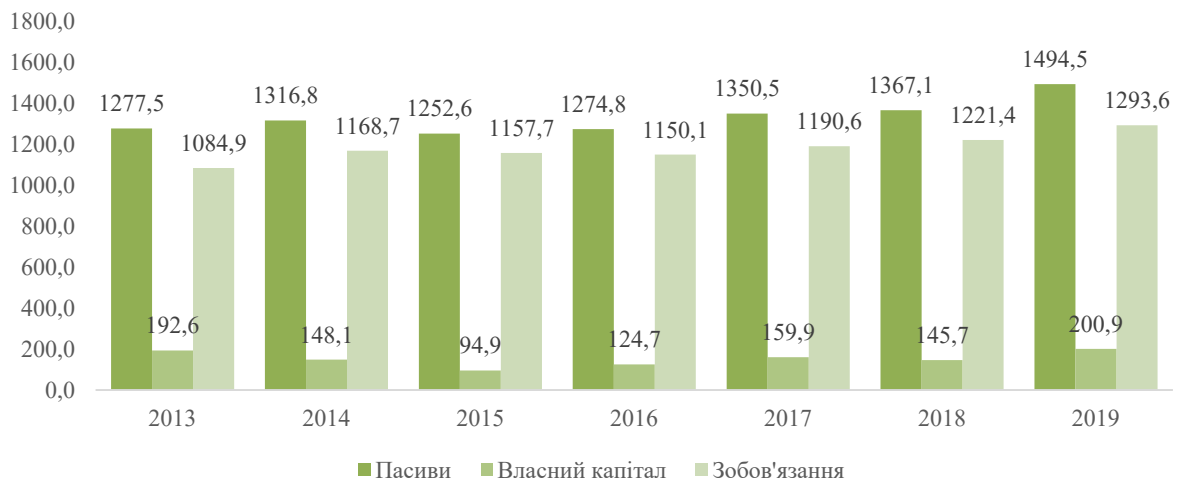


Рис. 5. Динаміка капіталу (пасивів) банків України за 2013–2019 роки, млрд. грн.

Джерело: складено автором за даними джерела [1]

банківській системі країни, решта 11% не визначилися зі своїм ставленням. З таким показником Україна посідає дев'яте місце серед країн з найнижчим рівнем довіри до банків [5, с. 186]. Недовіра до банківських інститутів в подальшому тільки обмежуватиме інвестиційні можливості національної економіки.

Найбільш суттєвими наслідками будь-якої кризи для банківського сектору є зростання обсягів та частки проблемних активів, насамперед наданих кредитів. Проведемо оцінювання якості кредитних операцій банків України (табл. 1).

Частка непрацюючих кредитів із 2016 року поступово почала знижуватися після досягнення історичного максимуму. З табл. 1 видно, що у 2019 році цей показник становив 48,4% від загального кредитного портфеля. Для порівняння, у II–III кварталах 2017 року частка непрацюючих кредитів у Білорусі становила 13,7%, у Польщі – 4,1% [6].

Найбільш помітно підвищилась якість кредитів, наданих фізичним особам завдяки розгортанню нового кредитування. Стосовно кредитів корпоративному сектору, то обслуговування

більшості непрацюючих кредитів вже ніколи не відновиться, банки мають прискорити розчистку балансів шляхом продажу та списання непрацюючих кредитів.

Перспективи підвищення якості кредитного портфеля банків України більшість фахівців пов'язувала з подальшим економічним зростанням та розширенням кредитування, однак карантинні заходи, вжиті урядом України, ставлять під сумнів такий сценарій розвитку банківського сектору. До того ж рівень кредитної експансії в Україні є надзвичайно низьким (рис. 6).

Оцінити ефективність функціонування банківського сектору дає змогу фінансовий результат його діяльності, а саме прибуток або збиток. Прибуток є одним з найважливіших індикаторів, який є матеріальною основою подальшого функціонування та визначення рейтингу на банківському ринку. Утримання його на достатньому рівні необхідно банківським установам для залучення нового капіталу й дає змогу збільшити обсяги та підвищити якість пропонованих послуг, стимулює

Таблиця 1

Динаміка кредитних операцій та частки непрацюючих кредитів банків України у 2016–2019 роках

Показник	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Зміна за 4 роки
Кредитні операції, млрд. грн.	1 029,0	1 090,9	1 193,6	1 097,6	+68,6
зокрема, непрацюючі кредити, млрд. грн.	572,5	595,1	630,8	530,8	-41,7
частка непрацюючих кредитів, %	55,6	54,6	52,8	48,4	-7,2 в. п.
Кредити корпоративному сектору, млрд. грн.	847,1	892,9	959,6	847,3	+0,2
зокрема, непрацюючі кредити, млрд. грн.	472,7	500,3	535,8	456,1	-16,6
частка непрацюючих кредитів, %	55,8	56,0	55,8	53,8	-2,0 в. п.
Кредити фізичним особам (включно з фізичними особами – підприємцями), млрд. грн.	157,4	174,4	202,2	214,3	+56,8
зокрема, непрацюючі кредити, млрд. грн.	98,5	93,4	93,1	73,1	-25,4
частка непрацюючих кредитів, %	62,6	53,5	46,0	34,1	-28,5 в. п.
Міжбанківські кредити, депозити (за виключенням коррахунків), млрд. грн.	23,1	22,0	28,9	31,4	+8,3
зокрема, непрацюючі кредити, млрд. грн.	1,3	1,4	1,1	0,9	-0,4
частка непрацюючих кредитів, %	5,6	6,2	3,7	3,0	-2,6 в. п.
Кредити органам державної влади та місцевого самоврядування, млрд. грн.	1,4	1,5	2,9	4,7	+3,1
зокрема, непрацюючі кредити, млрд. грн.	0,01	0,01	0,8	0,7	+0,69
частка непрацюючих кредитів, %	0,7	0,7	29,2	14,5	13,8 в. п.

Джерело: складено автором за даними [1]



Рис. 6. Динаміка кредитів, наданих суб'єктам господарювання та фізичним особам в Україні, за 2013–2019 роки, % ВВП

Джерело: складено автором за даними [1]

вдосконалення операцій, зниження витрат і розвиток банківських технологій [7, с. 169].

Динаміку чистого прибутку (збитку) банків України наведено на рис. 7.

У 2019 році банківський сектор отримав рекордний прибуток у розмірі 59,6 млрд. грн., з яких 32,6 млрд. грн. – це прибуток найбільшого банку в Україні, що належить державі, а саме АТ КБ «Приватбанк».

Так, із 75 платоспроможних банків на кінець 2019 року збитковими були лише 6 установ, загальний розмір їх збитків склав 0,2 млрд. грн. Відрахування до резервів за рік зменшилось до 12,5 млрд. грн., що стало найнижчим значенням за останні 10 років. Серед банків із суттєвими відрахуваннями в резерви були два держбанки та один банк з російським капіталом [8].

Відзначимо, що істотне зростання прибутковості банківської системи стало можливим за рахунок зменшення відрахувань до резервів за стабільного зростання процентних і комісійних доходів [8].

Попри позитивну динаміку більшості показників розвитку банківського сектору в Україні, сучасні виклики можуть звести нанівець усі попередні досягнення. Продовження карантинних заходів разом із подальшим падінням світових ринків може спричинити дестабілізацію вітчизняної економіки, зокрема банківської галузі, особливо в контексті законодавчого закріплення деяких послаблень для позичальників.

Висновки і пропозиції. Отже, основними напрямками упередження несприятливого сценарію для банківського сектору України має стати створення Стабілізаційного фонду, кошти якого спрямовуватимуться на підтримку платоспроможності бізнесу та населення, що включатиме часткову компенсацію кредитних виплат позичальників, видачу кредитів під державні гарантії для стратегічно важливих проєктів тощо. Це дасть змогу уникнути колапсу банківської системи та уникнути додаткових витрат на підтримку платоспроможності системно важливих банків.

Важливим також є недопущення подальшого зниження довіри економічних суб'єктів до діяльності банківських установ, оскільки відтік строкових депозитів з банківської системи та значна концентрація вкладів на вимогу суттєво вплинуть на банківську ліквідність.

Відзначимо, що вирішення проблем банківського сектору є можливим лише разом із заходами макрофінансової стабіліза-

ції, пов'язаної зі збалансуванням бюджетних показників, обмеженням інфляції та коливань обмінного курсу гривні.

Перспективами подальших наукових пошуків є дослідження впливу рівня кредитування на макроекономічну динаміку та визначення концептуальних напрямів розвитку кредитного ринку України.

Література:

1. Наглядова статистика Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#3> (дата звернення: 06.04.2020).
2. Офіційний сайт Світового банку. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/FB.CBK.BRCH.P5?end=2018&locations=UA-PL-BY-GE-LV-LT-EE-MD&start=2004&view=chart> (дата звернення: 03.04.2020).
3. З картки на картку: як працюють українські платіжні сервіси. *Економічна правда*. 2019. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/fintech/2019/08/21/650653> (дата звернення: 03.04.2020).
4. Інтернет-Асоціація України. URL: https://inau.ua/sites/default/files/file/1910/dani_ustanovchih_doslidzhen_iii_kvartal_2019_roku.pdf (дата звернення: 03.04.2020).
5. Черничко С.Ф., Пелехач І.І. Банківський сектор економіки України: огляд основних тенденцій і перспектив розвитку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка*. 2017. Вип. 2 (8). С. 182–189.
6. Реформа банківського сектору 2014–2018. Основні тенденції та ризики. *Дім демократії*. 2018. URL: <http://www.democracyhouse.com.ua/ua/2018/reforma-bankivskogo-sektoru-2014-2018-osnov> (дата звернення: 07.04.2020).
7. Матвієнко О.С. Шляхи підвищення прибутковості банківської діяльності в Україні. *Молодий вчений*. 2014. № 6 (09). С. 169–172.
8. Огляд банківського сектору. Лютий 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2020-02.pdf?v=4 (дата звернення: 07.04.2020).

References:

1. Nahliadova statystyka Natsionalnoho banku Ukrainy [Supervisory statistics of the National Bank of Ukraine]. Available at: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#3> (accessed 06 April 2020).
2. World Bank. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/FB.CBK.BRCH.P5?end=2018&locations=UA-PL-BY-GE-LV-LT-EE-MD&start=2004&view=chart> (accessed 03 April 2020).
3. Z kartky na kartku: yak pratsiuiut ukrainski platizhni servisy (2019) [From card to card: how Ukrainian payment services work]. *Economic truth*, 21 August. Available at: <https://www.epravda.com.ua/projects/fintech/2019/08/21/650653> (accessed 03 April 2020).
4. Internet Association of Ukraine. Available at: https://inau.ua/sites/default/files/file/1910/dani_ustanovchih_doslidzhen_iii_kvartal_2019_roku.pdf (accessed 03 April 2020).

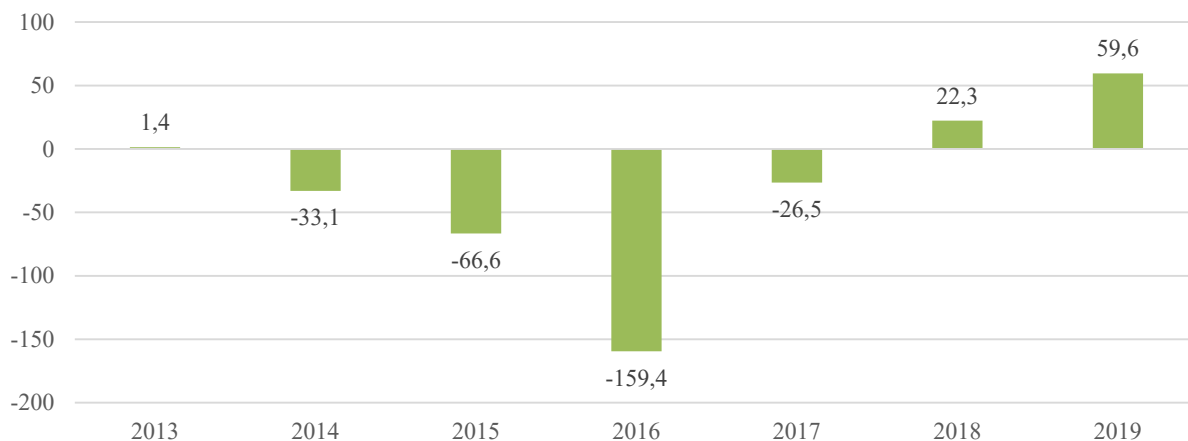


Рис. 7. Динаміка фінансового результату діяльності банків в Україні за 2013–2019 роки, млрд. грн.

Джерело: складено автором за даними [1]

5. Chernichko S.F., Pelekha I.I. (2017) Bankivskyi sektor ekonomiky Ukrainy: ohliad osnovnykh tendentsii i perspektyv rozvytku [Banking Sector of Ukrainian Economy: An Overview of Main Trends and Prospects for Development]. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Economy series*, vol. 2(8), pp. 182–189.
6. Dim demokracji (2018) Reforma bankivskoho sektoru 2014–2018. Osnovni tendentsii i ryzyky [Banking Sector Reform 2014–2018. Key trends and risks]. Available at: <http://www.democracyhouse.com.ua/ua/2018/reforma-bankivskogo-sektoru-2014-2018-osnov> (accessed 07 April 2020).
7. Matvienko O.S. (2014) Shliakhy pidvyshchennia prybutkovosti bankivskoi diialnosti v Ukraini [Ways of Increasing Profitability of Banking Activity in Ukraine]. *Young scientist*, no. 6(09), pp. 169–172.
8. Ohliad bankivskoho sektoru. Liutyi 2020 [Overview of the banking sector. February 2020]. Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2020-02.pdf?v=4 (accessed 07 April 2020).

Аннотация. В статье рассмотрены показатели развития банковского сектора Украины за последние годы. Среди наиболее весомых тенденций выделены существенное сокращение количества банков и их обособленных подразделений; значительный рост доли государственных банков в структуре активов банковской системы; постепенное повышение качества кредитного портфеля, несмотря на накопление значительных объемов неработающих кредитов; снижение уровня кредитования экономики; достижение положительных финансовых результатов банковским сектором за счет уменьшения отчислений в резервы и стабильного роста процентных и комиссионных доходов. Указано, что в условиях текущей экономической рецессии банки будут сворачивать программы кредитования, вместе с тем существует потенциальная угроза оттока депозитов и неплатежей по выданным кредитам, что означает повторение банковского кризиса. Обозначены дальнейшие перспективы развития отечественного банковского сектора в условиях роста турбулентности мировой экономики.

Ключевые слова: банковский сектор, банковские учреждения, банковские активы, проблемные кредиты, финансовый результат.

Summary. In the article it is substantiated that the reliability and resilience of the country's banking sector is increasing at the level of its competitiveness, as well as its ability to service money circulation, create conditions for transforming savings into investments and provide the necessary level of credit financing for economic entities. It is considered the indicators of Ukrainian banking sector development in recent years. The most important trends are: a significant reduction in the number of banks and their divisions; remarkable increase in the share of state-owned banks in the assets structure of the banking system; high level of distrust in banking institutions; gradual improvement of the quality of the loan portfolio despite the accumulation of large amounts of non-performing loans; reducing the level of lending to the economy; achieving positive financial results for the banking sector by reducing contributions to reserves and a steady increase in interest and commission income. It is noted that in the current economic recession banks will curtail lending programs, but there are a potential threat of outflows of deposits and defaults on loans, which will mean a recurrence of the banking crisis. The paper outlines further prospects of the domestic banking sector development in the conditions of the world economy turbulence growth. The main areas for preventing the unfavorable scenario for the banking sector of Ukraine should be the creation of a Stabilization Fund, the funds of which will be directed to support the solvency of business and households. That will include partial compensation of credit payments for borrowers, issuance of loans under state guarantees for strategically important projects, etc. These activities will avoid the collapse of the banking system and will not allow further reduce the confidence of economic entities to banking institutions. It is underlined that banking sector problems can only be solved in combination with macro-financial stabilization measures related to budget balancing, inflation restriction and national currency exchange rate fluctuations.

Keywords: banking sector, banking institutions, bank assets, non-performing loans, financial result.

Романовська Ю.А.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*
Romanovska Yuliia
*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1099-0787>*

Камінська А.О.

*студентка,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*
Kaminska Alona
*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics*

Божок М.О.

*студентка,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*
Bozhok Marina
*Vinnitsia Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics*

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

FINANCIAL POTENTIAL OF THE UKRAINIAN INSURANCE MARKET

Анотація. У статті страхові компанії досліджуються як специфічні підприємства, що створюються задля отримання прибутку, а предметом їх першочергової діяльності є надання страхового захисту. Фінансовий потенціал страхового ринку має власну специфіку діяльності, пріоритети та тенденції розвитку. Наявний фінансовий потенціал страхової галузі забезпечує сталий розвиток як суб'єктів господарювання, так і населення, є підґрунтям формування нових страхових товарів та їхньої реалізації на теренах страхового ринку. У статті проаналізовано фінансовий потенціал страхового ринку України та досліджено фінансовий потенціал страхової компанії «Оранта». Доведено, що фінансовий потенціал є одним із факторів, що визначає успішність роботи як окремої страхової компанії, так і всього страхового ринку України, адже від нього залежать рівень конкурентоспроможності та інвестиційна привабливість страхового ринку.

Ключові слова: страховий ринок, страхові премії, капітал, статутний капітал, фінансовий потенціал страхової компанії, страхові платежі.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку економіки України страхування є однією з найбільш динамічних галузей, яка формує захист майнових інтересів усіх верств сучасного суспільства, забезпечує їх безпеку та сталий розвиток. Роль страхування набуває особливої актуальності в умовах сучасних економічних перетворень та стрімкого реформування медичної галузі. Страховий захист, що надають страхові організації, стимулює вдосконалення ринкових відносин та ділової активності, покращує інвестиційний клімат в Україні. Фінансовий стан страхових організацій є базовим елементом розвитку країни з ринковою економікою та вимагає пошуку нових форм і методів його формування й розвитку. Практика свідчить про те, що недостатня увага, приділена питанням фінансового потенціалу страховиків в умовах наявності ризиків, веде до негативних наслідків у діяльності самої компанії, а також гальмує розвиток усього страхового ринку країни. Виходячи з цього, об'єктивно необхідним та актуальним вважаємо дослідження теоретичних аспектів, а також оцінювання фінансового потенціалу страхового ринку України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику розвитку фінансового потенціалу страхових організацій

присвячено досить велику кількість наукових робіт. Дослідженню сутності поняття фінансової безпеки та виявленню загроз та небезпек присвячені наукові публікації вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема роботи О. Ареф'євої, І. Бланка, Н. Гончарової, К. Горячевої, Ф. Євдокимова, М. Єрмошенка, Я. Жаліла, В. Зубік, С. Ілляшенка. Обґрунтування специфіки фінансового забезпечення страхових компаній розглядають такі зарубіжні фахівці, як О. Архіпов, Дж. Браун, О. Ватаманюк, В. Пліса, О. Стефанишин, А. Хоронжий.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Велика кількість наукових здобутків не включає аналіз фінансових показників страхування та досліджує оцінку впливу загроз на основні тенденції розвитку вітчизняного страхового ринку в умовах світової євроінтеграції. Аналіз праць дає змогу стверджувати, що в них далеко не в повному обсязі розкриті питання теоретико-методологічного оцінювання фінансового потенціалу страхового ринку. Незважаючи на всі розробки вітчизняних та світових фахівців, необхідно підкреслити, що тематика дослідження фінансового потенціалу страховиків є вивченою не в повному обсязі та потребує подальших напрацювань.

Мета статті. Головною метою роботи є теоретичне дослідження специфіки фінансового потенціалу страхового ринку України та його оцінювання на прикладі окремої страхової компанії.

Виклад основного матеріалу. Страхові компанії є підґрунтям стабільного функціонування страхового ринку України та невід'ємною складовою частиною його фінансового потенціалу. При цьому слід відзначити, що фінансовий потенціал кожної окремої страхової компанії дає змогу страховому ринку держави забезпечити безпеку, стабільність, соціальні гарантії в суспільстві через механізм фінансового захисту.

Фінансовий потенціал страхового ринку має власну специфіку діяльності, пріоритети та тенденції розвитку. Згідно з даними держрегулятора [1] кількість страхових компаній (СК) станом на 2019 р. становила 249, з яких 26 складають СК зі страхування життя (СК «Life»), а 223 – СК, що здійснювали види страхування, інші ніж страхування життя (СК «non-Life»). За 2019 р. порівняно з 2018 р. кількість страхових компаній зменшилась на 32 СК (табл. 1).

Наявний фінансовий потенціал страхової галузі забезпечує сталий розвиток як суб'єктів господарювання, так і населення, є підґрунтям формування нових страхових товарів та їхньої реалізації на теренах страхового ринку. Фінансовий потенціал, яким володіє страховик, формується з двох складових частин, а саме власного й залученого капіталу, причому залучений капітал превалює над власним, що обумовлено специфікою самої страхової галузі. Страхування засноване на створенні грошових фондів, джерелом яких є кошти страхувальників. Величина власного капіталу має істотне значення на початковому етапі функціонування страхової компанії під час отримання ліцензії на право займатися страховою діяльністю. Водночас власний капітал страховика може бути використаний для виконання

зобов'язань перед страхувальниками, якщо страховий фонд не здатний на перших порах протистояти великим збиткам.

Капітал страховика є основою його діяльності та сукупності фінансових ресурсів, а саме власних, залучених чи позичених, які перебувають у розпорядженні страховика й використовуються для забезпечення його діяльності та отримання прибутку [2]. Джерела формування капіталу страхової компанії наведено на рис. 1.

Отже, фінансовий потенціал страхової компанії – це фінансові ресурси, що перебувають у господарському обігу та використовуються для проведення страхових операцій і здійснення інвестиційної діяльності [3, с. 49].

Узагальнюючим показником ефективності діяльності суб'єкта господарювання вважається прибуток, який виступає як комплексний, інтегрований показник та всебічно характеризує ефективність певного виду бізнесу.

Завдяки специфіці діяльності страхових компаній особливістю формування прибутку від страхової діяльності є відмінність у джерелах доходів та витрат за основною діяльністю страховика. Основним джерелом доходів страховика є страхова премія, що визначається розміром платежу за страхування, яку страхувальник зобов'язаний сплатити згідно з договором страхування [5].

Валові страхові премії, отримані страховиками під час страхування та перестрахування ризиків від страхувальників та перестрахувальників, за 2019 рік становили 54 582,2 млн. грн., що на 5214,7 млн. грн. більше порівняно з 2018 роком та на 11 150,4 млн. грн. більше порівняно з 2017 роком (табл. 2).

Фінансовий потенціал страхового ринку є ґрунтом формування конкурентоспроможності та міцної ринкової позиції самого страховика, а також виступає гарантом безпеки для інших суб'єктів господарювання. Для більш детального аналізу фінансового потенціалу страхового ринку необхідно дослідити фінансовий потенціал на прикладі окремої страхової компанії.

Для наочного прикладу розглянемо показники Національної акціонерної страхової компанії «Оранта», яка є однією з найбільших компаній, що працює на страховому ринку України. Для початку проаналізуємо прибуток цієї страхової компанії за 2014–2019 роки в табл. 3.

З табл. 3 видно, що основні фінансові показники діяльності страхової компанії «Оранта» загалом збільшились. Страхові премії склали у 2014 році лише 387 655,2 тис. грн., а у 2019 році вони збільшились на 188 428,3 тис. грн. Такі зміни обумовлюються укладанням більшої кількості договорів страхування. Страхові виплати цієї компанії не мають різкої тенденції до зміни, оскільки вони залежать від кількості настання страхових випадків. Отже, у 2019 році вони становили лише 184 920,3 тис. грн., що на 10 549,9 тис. грн. більше порівняно з попереднім роком.

Особливе значення мають показники фінансової стійкості страхових компаній в процесі дослідження фінансового потенціалу страховиків. Більшість фахівців стверджує, що

Таблиця 1

Кількість страхових компаній у 2016–2019 роках

Кількість страхових компаній	Станом на 31 грудня 2016 року	Станом на 31 грудня 2017 року	Станом на 31 грудня 2018 року	Станом на 31 грудня 2019 року
Загальна кількість	310	294	281	249
зокрема, СК “non-Life”	271	261	251	223
СК “Life”	39	33	30	26

Джерело: сформовано за даними [1]

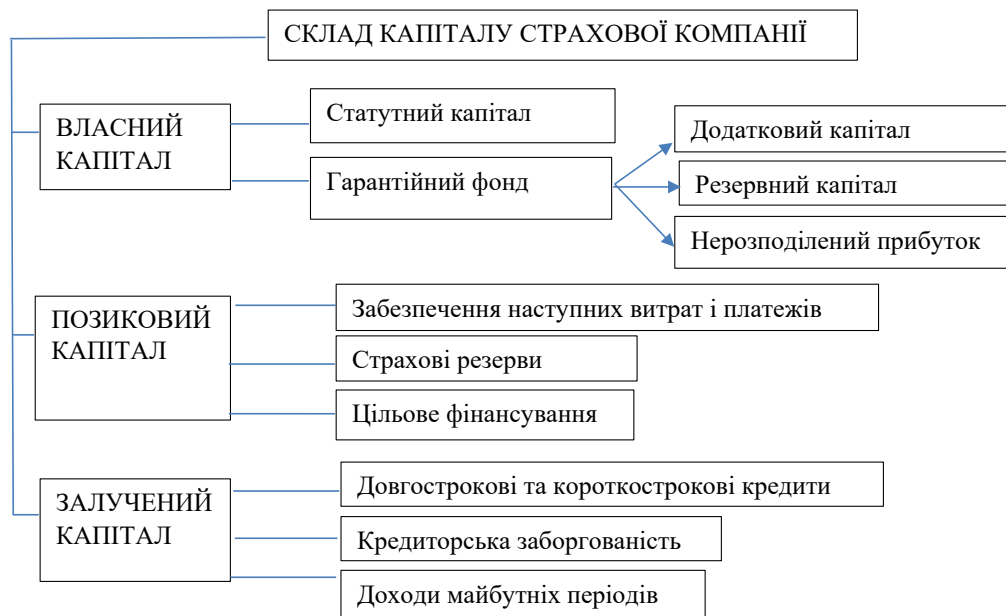


Рис. 1. Джерела формування капіталу страхової компанії

Джерело: [4, с. 188]

Таблиця 2

Структура надходження валових страхових премій за 2017–2019 роки

Показники	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Темпи приросту, %	
				2018/2017 роки	2019/2018 роки
Валові страхові премії, млн. грн.	43 431,8	49 367,5	54 582,2	13,7	10,56
зокрема, від страхувальників – фізичних осіб	15 555,6	18 431,0	20 315,8	18,5	10,22
від юридичних осіб	27 876,2	30 936,5	34 266,4	11	10,76

Джерело: сформовано за даними [1; 6]

Таблиця 3

Фінансові результати СК «Оранта» за 2014–2019 роки, тис. грн.

Показник	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік
Страхові премії	387 655,2	445 578,3	508 415,3	610 415,3	576 083,5	451 586,6
Страхові виплати	117 375,4	113 990,6	149 942,7	195 470,2	184 920,3	154 361,2
Страхові резерви	300 183,0	357 790,8	328 704,3	376 979,3	459 624,1	567 983,8
Всього	805 213,6	917 359,7	987 298	1 182 864,8	1 220 627,9	1 173 931,6

Джерело: сформовано за даними [1; 7]

універсальним вважається такий підхід, за яким фінансову стійкість страхової компанії можна охарактеризувати за такими ознаками фінансового стану, як висока платоспроможність, тобто здатність вчасно розраховуватися за своїми зобов'язаннями; висока ліквідність балансу, тобто достатній рівень покриття залучених пасивів активами; висока рентабельність, тобто

значна прибутковість, яка забезпечує необхідний розвиток суб'єкта господарювання [8, с. 109; 9, с. 56].

Розглянемо показники фінансової стійкості НАСК «Оранта» в табл. 4. Вони відображають загальний фінансовий стан цієї страхової компанії за будь-якого параметру, тобто кількістю страхових премій, виплат.

Таблиця 4

Показники оцінювання фінансової стійкості НАСК «Оранта» за 2014–2019 роки

Назва показника	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Відхилення				
							2015/2014	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2019/2018
Коефіцієнт фінансової автономії	0,45	0,50	0,30	0,39	0,37	0,26	0,05	-0,20	0,09	-0,02	-0,11
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,81	0,86	0,81	0,90	0,91	0,93	0,05	-0,05	0,09	0,01	0,02
Коефіцієнт фінансової залежності	2,20	2	3,31	2,54	2,68	0,38	-0,2	1,31	-0,77	0,14	-2,3
Коефіцієнт фінансової стабільності	1,2	1,0	2,3	1,5	1,7	2,9	-0,2	1,3	-0,8	0,2	1,2

Джерело: розраховано за даними [7]

Оцінивши фінансову стійкість НАСК «Оранта» з табл. 4, можемо стверджувати, що коефіцієнт фінансової автономії не відповідає нормативному значенню ($>0,5$), оскільки він становив у 2016 році лише 0,30, а у 2017 році – майже 0,40. Такі значення свідчать про те, що частина власного капіталу страхової компанії складається більше із залучених коштів, тобто рівень фінансової залежності від зовнішніх джерел фінансування є досить високим. Також прослідковується те, що коефіцієнт у 2018 році дорівнює 0,37, і це означає, що компанія може профінансувати тільки 37% активів за власний рахунок, а у 2019 році цей показник становить лише 26%.

Коефіцієнт фінансової стійкості відображає платоспроможність страхової компанії на довгостроковий період. Значення цього показника відображає, яку частку активів компанія може фінансувати за рахунок залученого капіталу на довгостроковий термін та власного капіталу [10, с. 222]. Нормативне значення цього показника становить від 0,7 до 0,9.

За розрахунками коефіцієнта з таблиці видно, що у 2015 році він становив 0,86, а потім майже не змінився, оскільки у 2019 році становив 0,93. Протягом цих років він відповідав нормі, адже ця страхова компанія вжила низку заходів для його стабілізації, а саме збільшення розміру довгострокових позикових коштів.

Можна дійти висновку, що компанія проводить ефективну політику розвитку на довгостроковий період. Також більше 80% активів компанії фінансуються виключно за рахунок власного капіталу й довгострокових зобов'язань.

Проаналізуємо наступний показник, а саме коефіцієнт фінансової залежності. Його нормативне значення становить 0,5–0,7 і відображає кількість фінансових ресурсів, що використовує страхова компанія на кожну гривню власного капіталу. У 2016 році він становив 3,31, а у 2017 році він уже зменшився на 0,77. За даними 2018 року його значення досягло лише 2,68, що суттєво відрізнялось від 2019 року, коли він становив 0,38. Прослідковується нестабільність цього коефіцієнта, а саме різке зменшення, яке відображає неповне використання страховою компанією власних можливостей. Отже, цей показник не досягає нормативного значення в аналізований період 2014–2019 років і не використовує максимальні власні можливості.

Сутність коефіцієнта фінансової стабільності визначається як забезпеченість заборгованості власними коштами. Якщо власні кошти превалюють над позиковими, то це говорить про

фінансову стійкість суб'єкта господарювання. Нормативне значення цього показника становить від 0,6 до 1,5. У 2014 році цей показник мав значення 1,2, але після 2016 року цей коефіцієнт мав тенденцію до зростання, становлячи 2,3, а у 2018 році – 1,7. У 2019 році відбулося різке підвищення до 2,9. До таких змін привели залучення коштів інвесторів та реінвестування прибутку у роботу страхової компанії.

Далі проаналізуємо рентабельність страхової компанії «Оранта», тобто її відносну прибутковість, з різних позицій згідно з інтересами учасників економічного процесу.

З табл. 5 видно, що оцінювання рентабельності цієї страхової компанії здійснено за допомогою коефіцієнта рентабельності активів та коефіцієнта власного капіталу.

Коефіцієнт рентабельності активів показує ефективність використання активів компанії для генерації прибутку [11, с. 175]. Цей коефіцієнт необхідно аналізувати в динаміці, тобто шляхом зіставлення значень різних років за період дослідження. Так у 2014 та 2015 роках цей коефіцієнт складав 0,07, за даними 2016 року він становив 0,2, що на 0,13 більше порівняно з попереднім (аналізованим) періодом. У 2017 році коефіцієнт рентабельності активів становить уже 0,6, а у 2018 році – 0,05. У 2019 році цей коефіцієнт зменшується до 0,04. Така динаміка цього показника обумовлена тим, що проводилась ефективна політика зниження сум витрат щодо управління страховою компанією.

Проаналізуємо наступний показник, а саме коефіцієнт рентабельності власного капіталу. Він зазначає, наскільки ефективно використовується власний капітал, тобто скільки прибутку було згенеровано на кожну гривню залучених власних коштів. За даними 2016 року показник становив лише 0,65, але у 2017 році він зріс на 0,78. За звітом 2018 року рентабельність власного капіталу збільшилась до 13,7, хоча у 2019 році показник зменшується, становлячи 0,16. Це обумовлено збільшенням чистого прибутку за рахунок використання кредитного капіталу замість власного як джерела фінансування. Очевидно, що більш високі коефіцієнти не демонструють позитивних наслідків для страхової компанії.

Досить важливу роль в аналізі фінансової стійкості страхової компанії відіграє оцінювання ліквідності (табл. 6).

За даними табл. 6 видно, що коефіцієнт швидкої ліквідності у 2016 році становив 1,9, що на 1,65 менше, ніж у 2017 році, але у 2018 році він знову зріс на 0,65, становлячи 4,5. Така тенденція

Таблиця 5

Показники оцінки рентабельності НАСК «Оранта» за 2014–2019 роки

Назва показника	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Відхилення				
							2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт рентабельності активів	0,07	0,07	0,2	0,6	0,05	0,04	0	0,13	5,4	-5,55	-0,01
Рентабельність власного капіталу	0,15	0,14	0,65	1,43	13,7	0,16	-0,01	0,51	0,78	12,27	-13,54

Джерело: розраховано за даними [7]

Таблиця 6

Показники оцінювання ліквідності НАСК «Оранта» за 2014–2019 роки

Назва показника	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Відхилення				
							2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,94	1,98	1,9	3,55	4,2	4,1	1,04	-0,08	1,65	0,65	-0,1
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,56	1	0,6	1,54	0,74	0,45	0,44	-0,4	0,94	-0,8	-0,29

Джерело: розраховано за даними [7]

росту обумовлена тим, що страхова компанія збільшила суми високоліквідних активів та знизилася суми поточних активів.

З табл. 6 спостерігається, що показник абсолютної ліквідності коливається від 0,5 до 1,5 при нормі до 0,2. За даними 2017 року він становив 1,54, а у 2018 році зменшився на 0,8, становлячи лише 0,74. У 2019 році він зменшився і становив 0,45. Значення вище нормативного також може вказувати на проблеми в компанії та свідчити про неефективну стратегію управління фінансовими ресурсами. Високий показник абсолютної ліквідності говорить про те, що значна частина капіталу відводиться на формування непродуктивних активів.

Розглядаючи фінансовий потенціал як сукупність фінансових показників діяльності страхової компанії, проаналізуємо динаміку показників фінансових результатів (табл. 7).

Розрахувавши та проаналізувавши динаміку показників фінансових результатів досліджуваної страхової компанії, бачи-

мо, що у 2019 році порівняно з 2017 роком прибуток та чистий прибуток збільшуються. Проте середньорічна сума власного капіталу у 2019 році зменшилась на 3,07% (порівняно з 2017 роком), а на 7,22% (порівняно з 2018 роком) також зменшилась середньорічна сума активів. У 2019 році цей показник становив 180063,5, що на 0,95% більше, ніж у попередньому році. Далі проведемо оцінювання фінансової надійності страхової компанії НАСК «Оранта» за системою фінансових показників (табл. 8).

За даними табл. 8 можна сказати, що всі показники, проаналізовані в таблиці, зменшувались. Для більш детального оцінювання розглянемо аналіз структури капіталу в табл. 9.

За даними табл. 9 можна сказати, що показник власного капіталу у 2019 році порівняно з 2016 роком був нестабільним. Зменшення відбулося за рахунок зниження майже всіх показників. В аналізованому періоді страховик отримував непокритий збиток, який спостерігається з 2016 року. Чим більший власний

Таблиця 7

Динаміка показників фінансових результатів НАСК «Оранта» за 2016–2019 роки

Показник	Роки			
	2016	2017	2018	2019
Прибуток від реалізації, тис. грн.	201 369	211 274	238 617	682 957
Чистий прибуток, тис. грн.	3 272	45 780	31 761	35 740
Середньорічна сума активів, тис. грн.	675 904	706 196	655 186	709 451,5
Середньорічна сума власного капіталу, тис. грн.	225 907	288 454	187 908	180 063,5

Джерело: сформовано за даними [1; 7]

Таблиця 8

Показники оцінювання фінансової надійності страхової компанії НАСК «Оранта» за 2016–2019 роки

Показники	Роки			
	2016	2017	2018	2019
<i>Показники, що характеризують достатність власних коштів для виконання страхових зобов'язань</i>				
Показник відношення чистих страхових резервів до капіталу	147,19	120,53	211,05	158,32
Коефіцієнт достатності страхових резервів	209,01	163,93	1328,107	4,15
Показник покриття зобов'язань за страховими виплатами	425,67	438,19	422,19	32,15
Показник ступеня власного фінансового забезпечення	29,14	181,42	118,18	123,53
<i>Показник відношення чистих страхових резервів до капіталу</i>				
Показник обсягів страхування	39,45	41,75	34,91	34,18
<i>Показники, що характеризують заборгованість страхувальників і страховика за страховими виплатами</i>				
Коефіцієнт оборотності кредитної заборгованості за страховими виплатами	0,95	0,75	0,75	0,83
Показник дебіторської заборгованості	7,91	7,503	18,05	13,75
<i>Показники, що характеризують міру незалежності від перестрахування</i>				
Показник незалежності від перестрахування	241,34	224,89	264,89	259,53

Джерело: сформовано за даними [7]

Таблиця 9

Аналіз структури капіталу СК «Оранта» за 2016–2019 роки

Показник	Роки			
	2016	2017	2018	2019
Зареєстрований пайовий капітал	775 125	159 000	159 000	159 000
Капітал у дооцінках	208 655	234 112	208 196	204 185
Додатковий капітал	45	45	45	45
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	(817 302)	(121 424)	(199 767)	(215 185)
Резервний капітал	1 678	1 651	1 651	1 651
Інші резерви	57 628	15 000	18 715	22 967
Неконтрольована частка	78	70	68	69
Власний капітал	225 907	288 454	187 908	172 219

Джерело: сформовано за даними [7]

капітал, тим краще захищеним є товариство від впливу загрозливих для його існування факторів, оскільки саме за рахунок власного капіталу можуть покриватися збитки страховика.

Для фінансування НАСК «Оранта» використовує власні обігові кошти, кошти власного капіталу, залучені в результаті додаткової емісії, кредити банків на вигідних для компанії умовах, тому страхова компанія має хороший фінансовий потенціал для подальшого успішного та конкурентоспроможного розвитку своєї діяльності на страховому ринку України.

Висновки і пропозиції. Дослідивши аналіз фінансового потенціалу страхової компанії «Оранта» за допомогою фінансових показників, можемо констатувати, що страхова діяльність сьогодення набуває специфічних рис підприємницької діяльності. Таким чином, фінансовий потенціал виступає одним із факторів, що визначає успішність роботи як окремої страхової компанії, так і всього страхового ринку України, адже від нього залежать рівень конкурентоспроможності та інвестиційна привабливість страхового ринку.

Література:

1. Офіційний сайт «Форіншурер». URL: <http://forinsurer.com> (дата звернення: 17.02.2020).
2. Фінансовий менеджмент страхових компаній України. URL: https://kon-insurance.mnau.edu.ua/files/work_2019/55.pdf (дата звернення: 01.04.2020).
3. Марценюк-Розарьнова О. Особливості і стан розвитку страхового ринку України. *Економічні науки*. 2014. № 7. С. 48–50.
4. Калівошко О. Оцінка діяльності страхових компаній на фінансово-кредитному ринку України. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2019. № 1. С. 186–193.
5. Іванова А., Шаповал Л. Особливості формування прибутку страхової компанії. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/186.pdf (дата звернення: 01.04.2020).
6. Романовська Ю. Аналіз страхового ринку України. *Економіка і суспільство*. 2016. № 7. С. 830–837.
7. Офіційний сайт НАСК «Оранта». Основні фінансові показники. URL: <https://oranta.ua/public/finance> (дата звернення: 15.03.2020).
8. Коваленко Ю., Літвін Я. Фінансово-інвестиційний потенціал страхових компаній в Україні. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2019. № 1. С. 109–124.
9. Кнейслер О. Формування системи управління фінансовими потоками страхових компаній. *Схід*. 2015. № 5. С. 55–59.
10. Григораш О., Терьошина Ю. Ефективність фінансово-господарської діяльності підприємств України. *Бізнес-Інформ*. 2017. № 11. С. 221–226.

11. Богріновцева Л., Вергелюк Ю. Аналіз показників фінансової безпеки страхового ринку України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. Вип. 31. С. 174–179.

References:

1. Forynshurer. (2020) (Forynshurer). URL: <http://forinsurer.com> (accessed 17 February 2020). (in Ukrainian)
2. Finansovyi menedzhment strakhovykh kompanii Ukrainy (2020) (A financial management of insurance companies of Ukraine). URL: https://kon-insurance.mnau.edu.ua/files/work_2019/55.pdf (accessed 01 April 2020). (in Ukrainian)
3. Martseniuk-Rozaronova O. (2014) Osoblyvist i stan rozvytku strakhovoho rynku Ukrainy. *Ekonomichni nauky*. (Features and state of development of the Ukrainian insurance market). № 7, pp. 48–50. (in Ukrainian)
4. Kalivoshko O. (2019) Otsinka diialnosti strakhovykh kompanii na finansovo-kredytnomu rynku Ukrainy. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*. (Evaluation of the activity of insurance companies in the financial and credit market of Ukraine). № 1, pp. 186–193. (in Ukrainian)
5. Ivanova A., Shapoval L. (2017) Osoblyvosti formuvannia prybutku strakhovoi kompanii. *EKONOMIKA I SUSPILSTVO*. (Features of forming of profit of insurance company). № 13. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/186.pdf (accessed 01 April 2020). (in Ukrainian)
6. Kovalenko Yu., Litvin Ya. (2019) Finansovo-investytsiinyi potentsial strakhovykh kompanii v Ukrainy. *Zbirnyk naukovykh prats Universytetu derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy*. (Financial and investment potential of insurance companies in Ukraine). № 1, pp. 109–124. (in Ukrainian)
7. Kneisler O. (2015) Formuvannia systemy upravlinnia finansovymy potokamy strakhovykh kompanii. *Skhid*. (Formation of financial flows management system of insurance companies). № 5, pp. 55–59. (in Ukrainian)
8. Romanovska Yu. (2016) Analiz strakhovogo rynku Ukrainy. *EKONOMIKA I SUSPILSTVO*. (Analysis of the Ukrainian insurance market). № 7. S. 830–837. (in Ukrainian)
9. Hryhorash O., Teroshyna Yu. (2017) Efektyvnist finansovo-hospodarskoi diialnosti pidpriemstv Ukrainy. *Biznes-Inform*. (Efficiency of financial and economic activity of Ukrainian enterprises). № 11, pp. 221–226. (in Ukrainian)
10. Bohrinovtseva L., Verheliuk Yu. (2018) Analiz pokaznykiv finansovoi bezpeky strakhovoho rynku Ukrainy. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. (Analysis of financial security indicators of the Ukrainian insurance market). Vyp. 31, pp. 174–179. (in Ukrainian)
11. NASK "Oranta" (2020). Osnovni finansovi pokaznyky (Key financial indicators). URL: <https://oranta.ua/public/finance> (accessed 15 March 2020). (in Ukrainian)

Аннотация. В статье страховые компании исследуются как специфические предприятия, которые создаются ради получения прибыли, а предметом их первоочередной деятельности является предоставление страховой защиты. Финансовый потенциал страхового рынка имеет собственную специфику деятельности, приоритеты и тенденции развития. Существующий финансовый потенциал страховой отрасли обеспечивает устойчивое развитие как субъектов хозяйствования, так и населения, является основой формирования новых страховых товаров и их реализации на территории страхового рынка. В статье проанализирован финансовый потенциал страхового рынка Украины и исследован финансовый потенциал страховой компании «Оранта». Доказано, что финансовый потенциал является одним из факторов, который определяет успешность работы как отдельной страховой компании, так и всего страхового рынка Украины, ведь от него зависят уровень конкурентоспособности и инвестиционная привлекательность страхового рынка.

Ключевые слова: страховой рынок, страховые премии, капитал, уставной капитал, финансовый потенциал страховой компании, страховые платежи.

Summary. Crisis phenomena in the financial and real sectors of the economy have identified many problems related to maintaining and sustaining financial stability for enterprises. This issue is particularly acute for financial intermediaries who attract significant financial resources on a long-term basis or, as insurers for risky types of insurance, form insurance reserves with commitments. Insurance companies, as specific enterprises, are created for profit, but at the same time their primary activity is to provide insurance protection, and they must be financially provided for its implementation. Achieving such a task is possible provided that the organization of management and formation of financial potential and, in general, the organization of financial activities of the insurer, are appropriate, which made the research relevant. The financial potential of the insurance market has its own specific activity, priorities and trends. Existing financial potential depends on financing of development programs, formation of stable market position, financing of development and introduction of new insurance products. Despite the considerable volume of scientific publications, which reflect the problems of development of activity of insurance companies of Ukraine, the issues of formation of financial potential of insurers and its assessment remain insufficiently covered. The article deals with the peculiarities of formation of financial sources of development of an insurance company and investigates the mechanism of formation of the financial potential of the insurer. Carrying out analysis of financial potential on the example of Oranta Insurance Company, researching the mechanism of financial potential management and formation of development prospects. Having investigated the analysis of financial capacity of Oranta insurance company by means of financial performance it is possible to note that insurance activity of the present gains peculiar features of business activity. Thus, financial potential acts as one of factors that define success of work as separate insurance company and all insurance market of Ukraine, the level of competitiveness and investment attractiveness of the insurance market depends on it.

Keywords: insurance service, insurance premiums, capital, authorized capital, financial potential of an insurance company, insurance payments.

Адамська І.Є.

*аспірант кафедри економічної експертизи та аудиту бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет*

Adamska Iryna

Ternopil National Economic University

ОЦІНКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КРЕАЦІЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ASSESSMENT AS AN INSTRUMENT FOR DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF ENTERPRISE VALUE CREATION

Анотація. У статті досліджено теоретичні та практичні аспекти застосування наявних методичних підходів до визначення вартості підприємства. Представлено модель визначення вартості компанії та детально розкрито мету оцінювання, фактори впливу на величину вартості підприємства. На основі аналізу нормативно-правових документів визначено суб'єктів оціночної діяльності та основні методичні підходи до визначення вартості підприємства. Узагальнено вимоги Національних стандартів оцінки до реалізації процесу оцінювання підприємства. Надано оцінку взаємозв'язків між суб'єктами, принципів, методичних прийомів та джерел інформації, що застосовуються в процесі оцінювання вартості підприємства. Розкрито сутність дохідного, витратного та ринкового підходів до оцінювання вартості підприємства, а також особливості їх застосування для підприємств.

Ключові слова: оцінка, креація вартості підприємства, методи оцінки, об'єкти оцінки.

Постановка проблеми. Для визначення рівня ефективності управління суб'єктом господарювання, чи то малим підприємством чи великою компанією, необхідно вибрати певний універсальний критерій. Часто саме таким критерієм вибирають величину вартості підприємства. Вартість дає змогу визначити конкурентоспроможність та успішність підприємства на ринку, а також є індикатором його розвитку. З огляду на це саме вартість підприємства є головним інструментом ефективного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нині існує велика кількість публікацій, присвячених питанням визначення вартості підприємства. Цим дослідженням присвячені праці Г.Я. Глинської, П.В. Круш, С.В. Поліщук, В.Р. Кучеренко, Я.П. Квач, Н.В. Сментина, В.О. Улибіна, А.В. Андрейченко, О.В. Нусінова, О.М. Чубка, Л.С. Федевич, О.Б. Курило. Серед зарубіжних науковців слід назвати таких, як А.В. Носов, О.А. Тагірова, М.Ю. Федотова, О.В. Новіčkova, Т.Ф. Боряєва, Дж. Фішмен, Ш. Пратт, К. Гріффіт, К. Уілсон, Дж. Рош, Дж.Р. Хітчнер, А. Грегори, Дж.Б. Абрамс, Т. Коупленд. Аналіз наукових досліджень з цього напрямку дає змогу стверджувати, що наукові праці вітчизняних учених присвячені здебільшого питанням визначення вартості підприємства чи бізнесу в процесі виникнення певних правовідносин контрагентів щодо купівлі-продажу, страхування майна, отримання кредитних коштів тощо.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас зарубіжні дослідники все більше уваги приділяють питанням визначення вартості бізнесу в контексті ефективного менеджменту. Незважаючи на велику кількість наукових праць, чимало питань залишаються недостатньо розкритими та потребують подальших досліджень.

Мета статті. Головною метою роботи є дослідження наявних наукових та практичних методик оцінювання вартості підприємства в розрізі їх окремих компонент.

Виклад основного матеріалу. Важливим інструментом, за допомогою якого можна визначити ефективність процесу креації вартості підприємства, є оцінка. Вартість підприємства оцінюється з різною метою, яка має визначальний вплив на вибір методів оцінювання та оціночних прийомів. До різновидів мети, з якою проводиться оцінювання, належать:

- купівля підприємства;
- продаж підприємства;
- інвестування в це підприємство;
- отримання кредиту;
- страхування підприємства;
- ухвалення ефективних управлінських рішень;
- судові спори щодо розриву контрактів між партнерами,

повернення кредитних коштів, порушення антимонопольного законодавства, вилучення власності в судовому порядку тощо.

Залежно від мети оцінювання одне й те саме майно буде мати різну величину вартості. На рис. 1 представлено модель визначення вартості компанії.

Відповідно до чинного вітчизняного законодавства суб'єктами оціночної діяльності є суб'єкти господарювання, а саме зареєстровані в установленому законодавством порядку фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, а також юридичні особи незалежно від їх організаційно-правової форми та форми власності, які здійснюють господарську діяльність, у складі яких працює хоча б один оцінювач, а також які отримали сертифікат суб'єкта оціночної діяльності; органи державної влади та органи місцевого самоврядування, які отримали повноваження на здійснення оціночної діяльності в процесі виконання функцій з управління та розпорядження державним майном та (або) майном, що є у комунальній власності, та у складі яких працюють оцінювачі [4].

Ці суб'єкти залучаються тоді, коли виникають правовідносини, що передбачають оцінювання майна або майнових прав відповідно до законодавства України.



Рис. 1. Модель визначення вартості компанії

Джерело: сформовано автором

Водночас якщо підприємство є стабільним і не передбачається будь-яких вищевказаних дій, то і власники, і керівники підприємства мають бути зацікавлені у проведенні процедур оцінювання вартості компанії на постійній основі задля реалізації ефективного менеджменту та визначення ефективності креації вартості підприємства.

Для цього ключовий управлінський персонал підприємства повинен мати чітке уявлення про такі моменти, як теперішня вартість підприємства як господарюючого суб'єкта; постійна

оцінка вартості підприємства, що є інструментом виявлення сильних і слабких сторін та прийняття рішення щодо того, які напрями необхідно розвивати, а які, навпаки, скорочувати або від яких слід позбутися повністю.

Під час визначення вартості підприємства на етапі вибору прийомів оцінювання важливим моментом є оцінювання факторів, що впливають на вартість підприємства (рис. 2).

Процес креації вартості покликаний оптимізувати вплив кожного зі внутрішніх факторів, які безпосередньо впливають

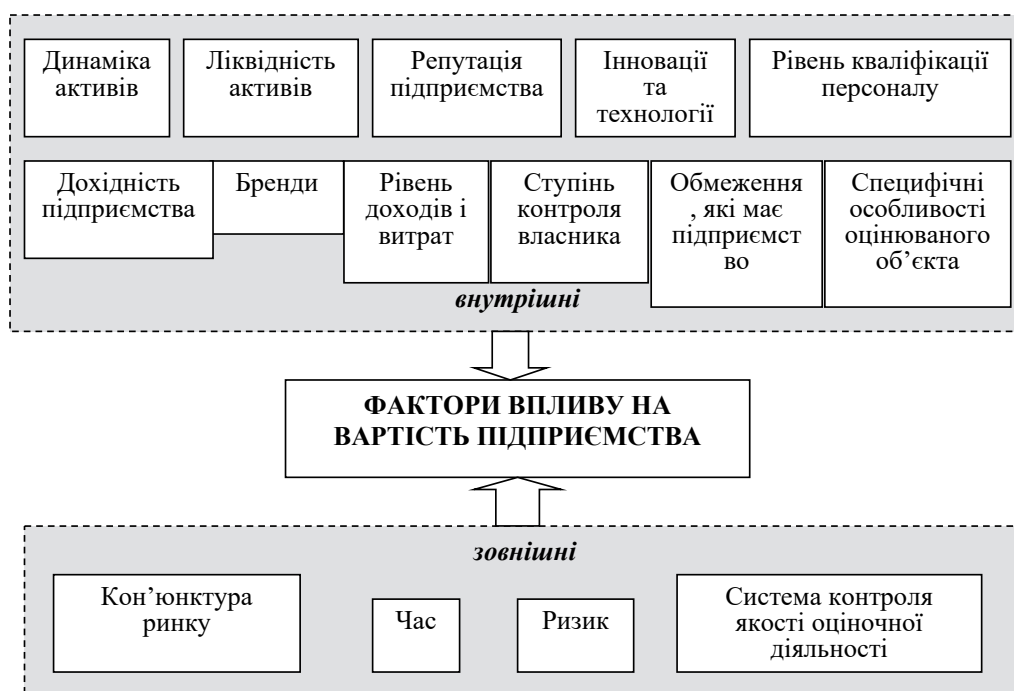


Рис. 2. Фактори впливу на вартість підприємства

Джерело: сформовано автором на основі [1; 5; 10]

на величину вартості. Зовнішні фактори регулює ринок, отже, підприємство не має впливу на жоден з них.

У вітчизняній та світовій практиці використовується велика кількість різноманітних підходів до оцінювання вартості підприємства як цілісного об'єкта, його структурних частин (філій, дочірніх підприємств) та бізнесу загалом. Упродовж останніх років методика оцінювання бізнесу як у теоретичній, так і в практичній площинах розвивається досить інтенсивно, модифікуються вже наявні методи, відбувається синтез різних методів, з'являються нові методики. Всі наявні методики об'єднуються у три підходи, такі як дохідний, порівняльний та витратний. Ме-

тодичні підходи, методи оцінювання та оціночні процедури вибираються залежно від мети визначення вартості підприємства.

Американські дослідники, які з 1991 року щорічно оновлюють та видають «Посібник з оцінки вартості бізнесу», на відміну від інших, зазначають, що три підходи до методики оцінки варто відносити до ранніх періодів розвитку теорії оцінки. На сучасному етапі оцінка вартості бізнесу занадто складна для такої класифікації, оскільки окремі методики поєднують два або більше оціночних підходів. На думку авторів, щоб уникнути суперечок щодо класифікації методів оцінювання, вони віддають перевагу розгляду зазначених трьох категорій як принципів, що

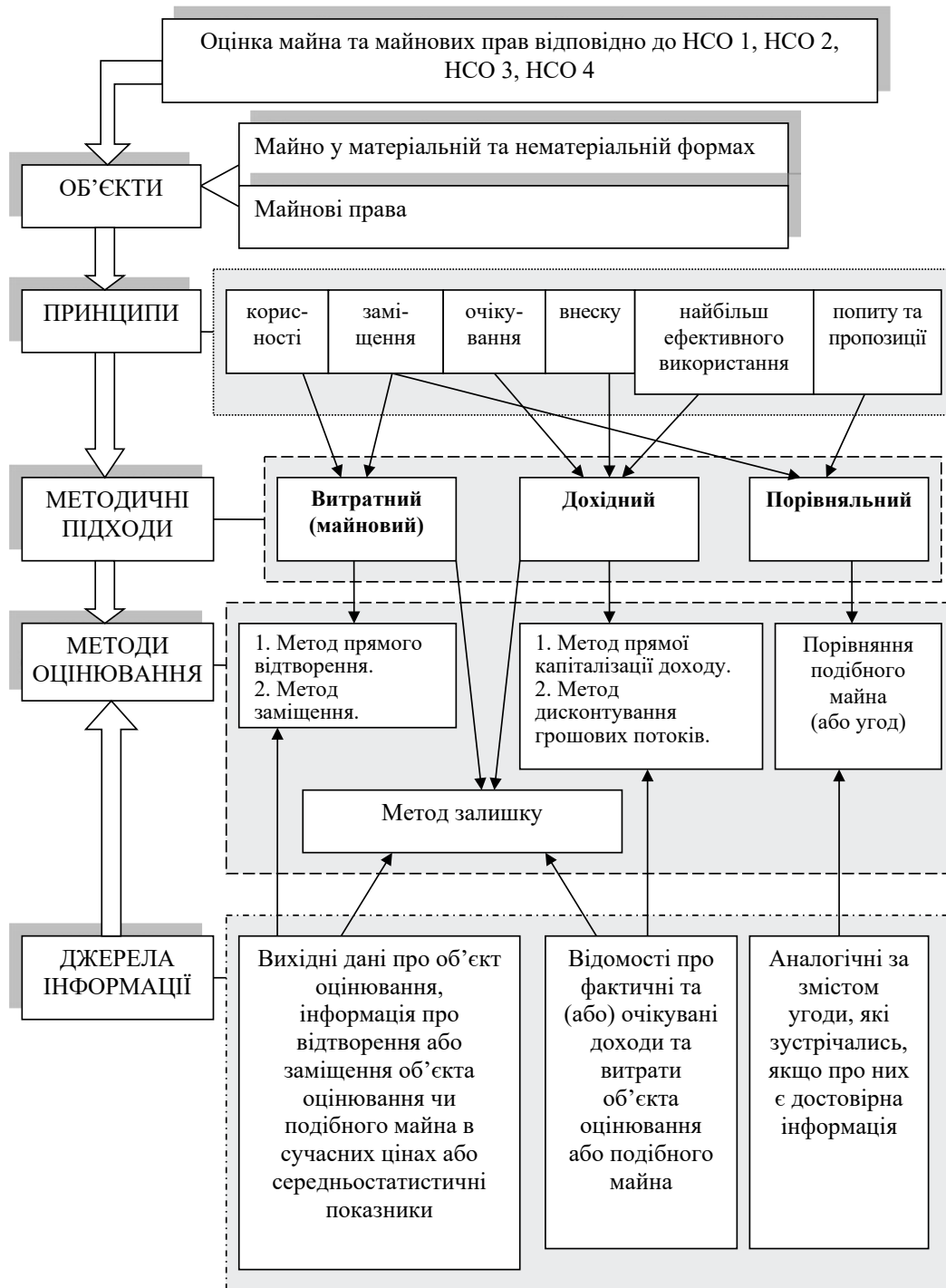


Рис. 3. Вимоги Національних стандартів оцінки до реалізації процесу оцінювання підприємства

Джерело: сформовано автором

є основою для наявних підходів та методів оцінювання. Зокрема, ними виділено дохідний принцип, ринковий принцип, витратний принцип. В межах кожного принципу автори розглядають кілька методів оцінки вартості компанії [10, с. 16].

Дж.Р. Хітчнер у своїй монографії визнає існування трьох основних підходів до оцінювання вартості бізнесу, а саме дохідний підхід, порівняльний (ринковий) підхід, заснований на вартості активів. Він зазначає, що у США найбільш визнаним та використовуваним є дохідний підхід. В рамках кожного з цих підходів існує чимало конкретних методів шуканої оцінки вартості бізнесу [2].

Погоджуємося з думкою П.В. Круш та С.В. Поліщук, які зазначають, що процедури оцінювання, які використовувались ще зовсім недавно в Україні, в процесі приватизації державних підприємств мали на меті оцінити не майбутні можливості підприємства, а лише активи, які були в нього на балансі. В сучасних умовах оцінювання бізнесу дещо трансформувалось і передбачає оцінку конкретної діяльності, яка організована в рамках певної організаційно-правової форми. Головним критерієм при цьому є дохідність бізнесу, отже, вибір адекватного методологічного підходу до його оцінювання. В цьому разі головним для оцінювача є оцінювання здатності такого бізнесу генерувати дохід. Дослідники виділяють використання трьох підходів до оцінювання підприємства, таких як дохідний, витратний і порівняльний [5].

Достовірність результатів оцінювання вартості підприємства залежить як від вибраного підходу, так і від наявності достовірної інформації про об'єкт оцінки. Як зазначає Дж. Рош, незалежно від цифр, які ми отримаємо за допомогою різноманітних методів оцінювання, на практиці компанія, як і будь-який інший об'єкт, коштує рівно стільки, скільки за неї готові

заплатити. Це найголовніше правило оцінки бізнесу. Сутність його полягає в тому, що доти, поки не з'явиться реальна можливість продати компанію, жодні заяви про її вартість не можуть вважатися правильними або помилковими, це будуть лише розрахунки, що можуть відображати приблизні результати комерційних перемовин щодо купівлі-продажу між незалежними сторонами [3, с. 19].

В Україні практична реалізація визначення вартості об'єктів ґрунтується на вимогах нормативно-правових документів, що регламентують це питання, зокрема Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність» та Національних стандартів оцінки (далі – НСО) [4; 6–9]. Останні, власне, здійснюють методичне регулювання оцінки майна та майнових прав. Варто зазначити, що стандарти формувалися з урахуванням міжнародного досвіду, тому не містять кардинально нових методичних прийомів та підходів. Вимоги щодо реалізації процедури оцінки відповідно до НСО 1–4 представлено на рис. 3.

Дохідний підхід полягає у визначенні поточної вартості майбутніх доходів, які виникнуть у результаті використання власності та її можливого подальшого продажу. Він базується на принципах очікування, внеску та найбільш ефективного використання. Особливістю цього підходу є те, що він застосовується для підприємств, які отримують стабільний дохід.

Витратний підхід ґрунтується на тому, що вартість підприємства прирівнюється до вартості його майна. В його основу покладені принципи заміщення та корисності. Цей підхід найбільшого використовується у випадках, коли оцінювана компанія володіє значними матеріальними активами.

Порівняльний (ринковий) підхід враховує вартість подібних до оцінюваних об'єктів. Він є найбільш ефективним у разі існу-

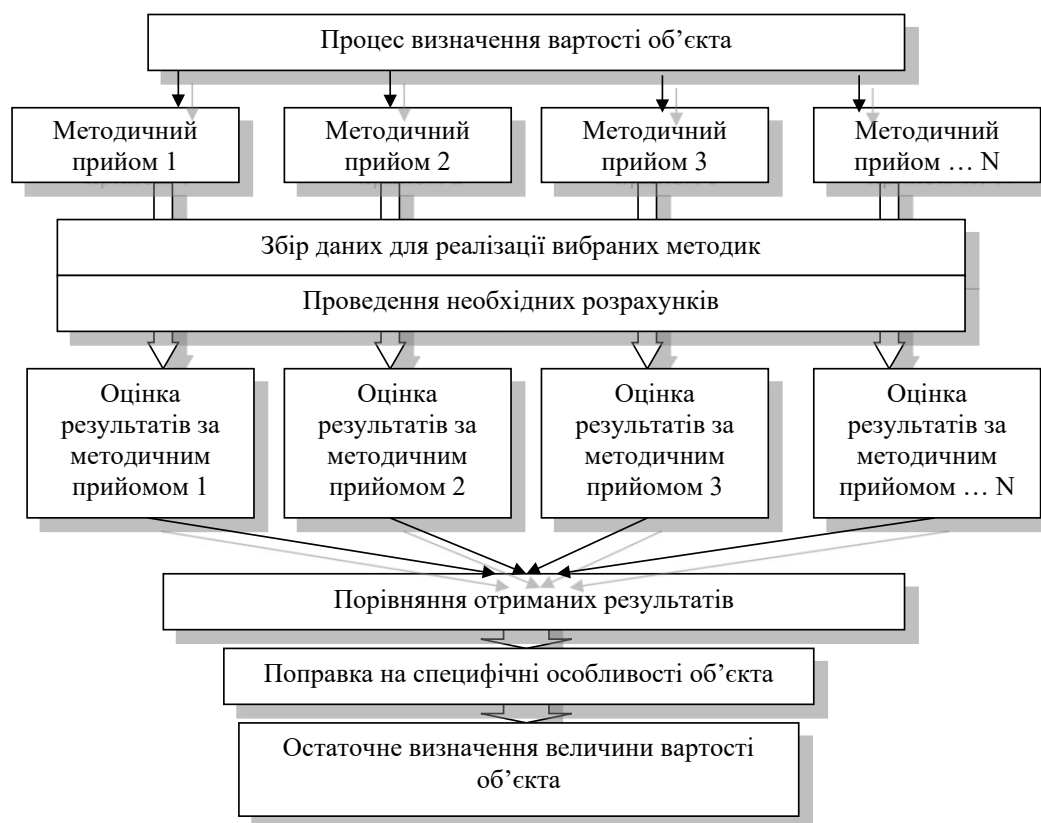


Рис. 4. Алгоритм визначення вартості об'єкта

Джерело: сформовано автором

вання активних ринків зіставних об'єктів власності. Цей підхід базується на принципах заміщення та попиту й пропозиції.

Професійно оцінити бізнес та аргументовано відстояти свою оцінку можна з використанням усіх трьох зазначених методичних підходів, і лише порівняння їхніх результатів дасть змогу отримати оптимальний варіант (рис. 4).

Водночас не всі методичні прийоми можуть мати практичне використання для оцінювання конкретного об'єкта. Причини такої ситуації є відсутність необхідних вихідних даних для проведення розрахунків або їх недостовірність; законодавчі обмеження щодо використання певних методик для конкретно взятого об'єкта; відсутність активного ринку тощо. Обмеження у використанні певних методик не дає можливості повноцінно та всебічно провести оцінювання об'єкта та досягнути необхідного результату.

Висновки і пропозиції. Отже, одним з важливих інструментів, за допомогою яких можна визначити ефективність креації вартості підприємства, є оцінка вартості підприємства. Повною мірою процес оцінювання реалізується шляхом застосування дохідного, ринкового та витратного підходів. Процес оцінювання включає багато взаємопов'язаних компонент. Ключовим елементом процесу оцінювання вартості підприємства є її мета. Саме для реалізації поставленої мети вибираються суб'єкти оцінювання, методи та оціночні процедури. Найкращий результат щодо визначення ефективності креації вартості підприємства буде досягнутий лише за поєднання всіх наявних методичних підходів, які можливі для використання в тому чи іншому випадку.

Література:

1. Глинська Г.Я. Напрямки оцінювання ринкової вартості підприємства як об'єкта для поглинання. URL: http://vlp.com.ua/files/05_24.pdf (дата звернення: 28.03.2020).
2. Хитчнер Дж.Р. Три подхода к оценке стоимости бизнеса / под научн. ред. В.М. Рутгайзера. Москва : Маросейка, 2008. 304 с.
3. Рош Дж. Стоимость компании: от желаемого к действительному / пер. с англ. Е.И. Недбал'sкая ; научн. ред. П.В. Лебедев. Минск : Гревцов Паблішер, 2008. 352 с.
4. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність : Закон України від 12 липня 2001 року № 2658-III / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14> (дата звернення: 01.04.2020).
5. Круш П.В., Поліщук С.В. Оцінка бізнесу : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 264 с.
6. Про затвердження НС № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» : Постанова КМУ від 10 вересня 2003 року № 1440. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF> (дата звернення: 03.04.2020).

7. Про затвердження НС № 2 «Оцінка нерухомого майна» : Постанова КМУ від 28 жовтня 2004 року № 1442. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1442-2004-%D0%BF> (дата звернення: 03.04.2020).
8. Про затвердження НС № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів» : Постанова КМУ від 29 листопада 2006 року № 1655. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1655-2006-%D0%BF> (дата звернення: 03.04.2020).
9. Про затвердження НС № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності» : Постанова КМУ від 3 жовтня 2007 року № 1185. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1185-2007-%D0%BF> (дата звернення: 03.04.2020).
10. Фишмен Дж., Пратт Ш., Гриффит К., Уилсон К. Руководство по оценке стоимости бизнеса / пер. с англ. В.В. Лопатников. Москва : ЗАО «КВИНТО-КОНСАЛТИНГ», 2000. 388 с.

References:

1. Hlynska H.Ya. Napryamky otsinyuvannya rynkovoyi vartosti pidpryyemstva yak obyektu dlya pohlynannya [Directions for evaluating the market value of an entity as an entity for absorption]. Available at: http://vlp.com.ua/files/05_24.pdf (accessed 20 March 2020).
2. Dzheyms R. Khitchner (2008) Tri podkhoda k otsenke stoimosti biznesa [Three approaches to assessing the value of business]. Moscow : Maroseyka. (in Russian)
3. Dzhulian Rosh (2008) Stoimost' kompanii: Ot zhelayemogo k deystvitel'nomu [Company Value: From Desired to Actual] / per. s angl. Ye.I. Nedbal'skaya ; nauch. red. P.V. Lebedev. Minsk : Grevtsov Publisher.
4. Zakon Ukrainy "Pro otsinku mayna, maynovykh prav ta profesiynu otsinochnu diyalnist" vid 12.07.2001 № 2658-III / Verkhovna Rada Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14> (accessed 01 April 2020).
5. Krush P.V., Polishchuk S.V. (2004) Otsinka biznesu [Business Valuation]. Kyiv : Tsent navchalnoyi literatury. (in Ukrainian)
6. Pro zatverdzhennya NS № 1 "Zahal'ni zasady otsinky mayna i maynovykh prav" postanova KМУ vid 10.09.2003 № 1440. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF> (accessed 03 April 2020).
7. Pro zatverdzhennya NS № 2 "Otsinka nerukhomoho mayna" postanova KМУ vid 28.10.2004 № 1442. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1442-2004-%D0%BF> (accessed 03 April 2020).
8. Pro zatverdzhennya NS № 3 "Otsinka tsilisnykh maynovykh kompleksiv" postanova KМУ vid 29.11.2006 № 1655. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1655-2006-%D0%BF> (accessed 03 April 2020).
9. Pro zatverdzhennya NS № 4 "Otsinka maynovykh prav intelektual'noyi vlasnosti" postanova KМУ vid 03.10.2007 № 1185. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1185-2007-%D0%BF> (accessed 03 April 2020).
10. Fishmen Dzhey, Pratt Shennon, Griffit Klifford, Uilson Keyt (2000) Rukovodstvo po otsenke stoimosti biznesa [Business Valuation Guide]. M. : ZAO "KVINTO-KONSALTING". (in Russian)

Аннотация. В статье исследованы теоретические и практические аспекты применения существующих методических подходов к определению стоимости предприятия. Представлена модель определения стоимости компании и подробно раскрыты цели оценивания, факторы влияния на величину стоимости предприятия. На основе анализа нормативно-правовых документов определены субъекты оценочной деятельности и основные методические подходы к определению стоимости предприятия. Обобщены требования Национальных стандартов оценки к реализации процесса оценивания предприятия. Предоставлена оценка взаимосвязей между субъектами, принципов, методических приемов и источников информации, которые применяются в процессе оценивания стоимости предприятия. Раскрыта сущность доходного, затратного и рыночного подходов к оцениванию стоимости предприятия, а также особенности их применения для предприятий.

Ключевые слова: оценка, креация стоимости предприятия, методы оценки, объекты оценки.

Summary. The article investigates theoretical and practical aspects of the application of existing methodological approaches to determining the value of the enterprise. The model of determining the value of the company is presented and the purpose of valuation, factors of influence on the value of the enterprise are detailed. The scientific approaches to determining the value of the enterprise are analyzed. At the same time, it is noted that an important tool with which to determine the effectiveness of the enterprise value creation process is the evaluation. It is substantiated that methodological approaches, valuation methods and valuation procedures are selected depending on the purpose of determining the value of the enterprise. On the basis of the analysis of regulatory documents, the subjects of valuation activity and the main methodological approaches to determining the value of the enterprise are identified. The necessity of involving management personnel for carrying out evaluation procedures in order to implement effective management is proved. Business owners and executives should be interested in conducting company value assessment procedures on an ongoing basis in order to implement effective management and determine the effectiveness of the enterprise value creation. In determining the value of an enterprise, at the stage of selecting valuation techniques, an important point is to evaluate the factors that affect the value of the enterprise. Based on the analysis of scientific sources, internal and external factors of influence on the cost of the enterprise are generalized. The process of value creation is designed to optimize the impact of each of the internal factors that directly affect the value. External factors regulate the market, and therefore, the company has no influence on any of them. The requirements of the National Valuation Standards for the implementation of the enterprise valuation process are generalized. The relationship between the entities, principles, methodologies and sources of information used in the process of valuation of the enterprise is evaluated. The essence of the income, cost and market approaches to the valuation of the enterprise and the peculiarities of their application for enterprises are revealed.

Keywords: valuation, enterprise value creation, valuation methods, valuation objects.

*Романчукевич В.В.**докторант,**ДВНЗ «Університет банківської справи»**ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9393-5590>**Romanchukovich Vitalij**State University of Banking*

ПЕРЕДУМОВИ І НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

PREREQUISITES AND DIRECTIONS OF IMPLEMENTATION OF STATE FINANCIAL POLICY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Анотація. У статті окреслено напрями забезпечення державної фінансової політики сталого розвитку (ДФПСР) та основні передумови цього процесу. Визначено, що на побудову механізму реалізації ДФПСР впливає підтримка закордонних партнерів, що може забезпечити часткове вирішення фінансових проблем держави, підвищення якості життя населення та ефективний розвиток регіональних і національних систем. Охарактеризовано головну мету та цілі департаменту забезпечення сталого розвитку. Доведено, що практична реалізація державної політики сталого розвитку повинна здійснюватися із врахуванням принципів фінансової політики сталого розвитку. Акцентовано увагу на тому, що для досягнення цілей сталого розвитку необхідно сформулювати послідовну державну фінансову політику у всіх її формах (стратегії, закони, фінансові інструменти).

Ключові слова: сталий розвиток, державна фінансова політика, принципи фінансової політики, збалансованість, зовнішньоекономічні інституції.

Постановка проблеми. Формування ефективного механізму ДФПСР неможливе без стимулювання процесів, що забезпечують пріоритетні напрями скоординованої стратегії, націленої на збереження та відновлення природних ресурсів, збалансування економічної системи, гармонійного розвитку всіх сфер суспільства. Все це потребує фінансування на короткостроковий і довгостроковий період, що спрямоване на майбутній розвиток та досягнення стабільності фінансової системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження механізму забезпечення державної фінансової політики сталого розвитку зробили такі вчені як М. Згуровський, Ж. Нестеренко, Є. Шелемеха, С. Карпець, Г. Качалова, Г. Східницька, І. Адаменко та інші

Постановка завдання. Обґрунтування напрямів розвитку механізму забезпечення державної фінансової політики сталого розвитку та аналіз передумов формування цього механізму.

Виклад основного матеріалу дослідження. До передумов механізму формування ДФПСР на нашу думку, слід віднести:

– історичні, на основі яких можна провести аналіз попередніх періодів ведення ДФП в межах України, сформулювати основні проблеми та прогалини;

– економічні – забезпечують вивчення закордонного досвіду, виявлення переваг та пристосування окремих елементів для впровадження їх у роботу фінансових органів;

– інноваційні – забезпечують застосування інноваційних підходів до ефективного ведення ДФПСР. Причому такий процес є постійним: все, що було вчора інноваційним, на сьогодні може бути примітивним;

– політичні – забезпечують аналіз сучасного стану політичної ситуації в Україні та можливими перспективними варіантами розвитку;

– інституційні – побудовані на дослідженні існуючих нормативно-правових актів, основних функцій сучасних інституцій; на їх основі здійснюється виявлення проблем та формування єдиного об'єктивно необхідного державно-правового напрямку розвитку ДФПСР;

– правові – вказують на аналіз результатів організаційно-правової діяльності державних органів у веденні ДФП без власної вигоди для кожного із них, побудованої виключно на інтересах держави.

Доцільно відмітити, що історичні, економічні, інноваційні, політичні інституційні передумови можуть мати й міжнародний характер, оскільки вивчення досвіду країн ЄС чи інших країн формує основи для формування власної стратегії ДФП для інших країн.

Спираючись на вказані передумови, можна прийти до висновку, що на побудову механізму державної фінансової політики сталого розвитку (ДФПСР) впливає підтримка закордонних партнерів, що може забезпечити часткове вирішення фінансових проблем держави, що є системою триєдиного комплексу: економічної, екологічної та соціальної; підвищення рівня якості життя населення; ефективного розвитку регіональних й національних систем.

Також, виходячи з переліку досліджених передумов, можемо стверджувати, що вирішення завдання покращання державного фінансового забезпечення політики сталого розвитку можливе на основі збалансованого врахування приватного, державного та зовнішньоекономічного інтересів, що становить єдину базову економічну платформу державного фінансового механізму сталого розвитку, що схематично поданий на рис. 1.

На сучасному етапі для посилення фінансового забезпечення ДФПСР доцільно в рамках політики регіональної децентралізації

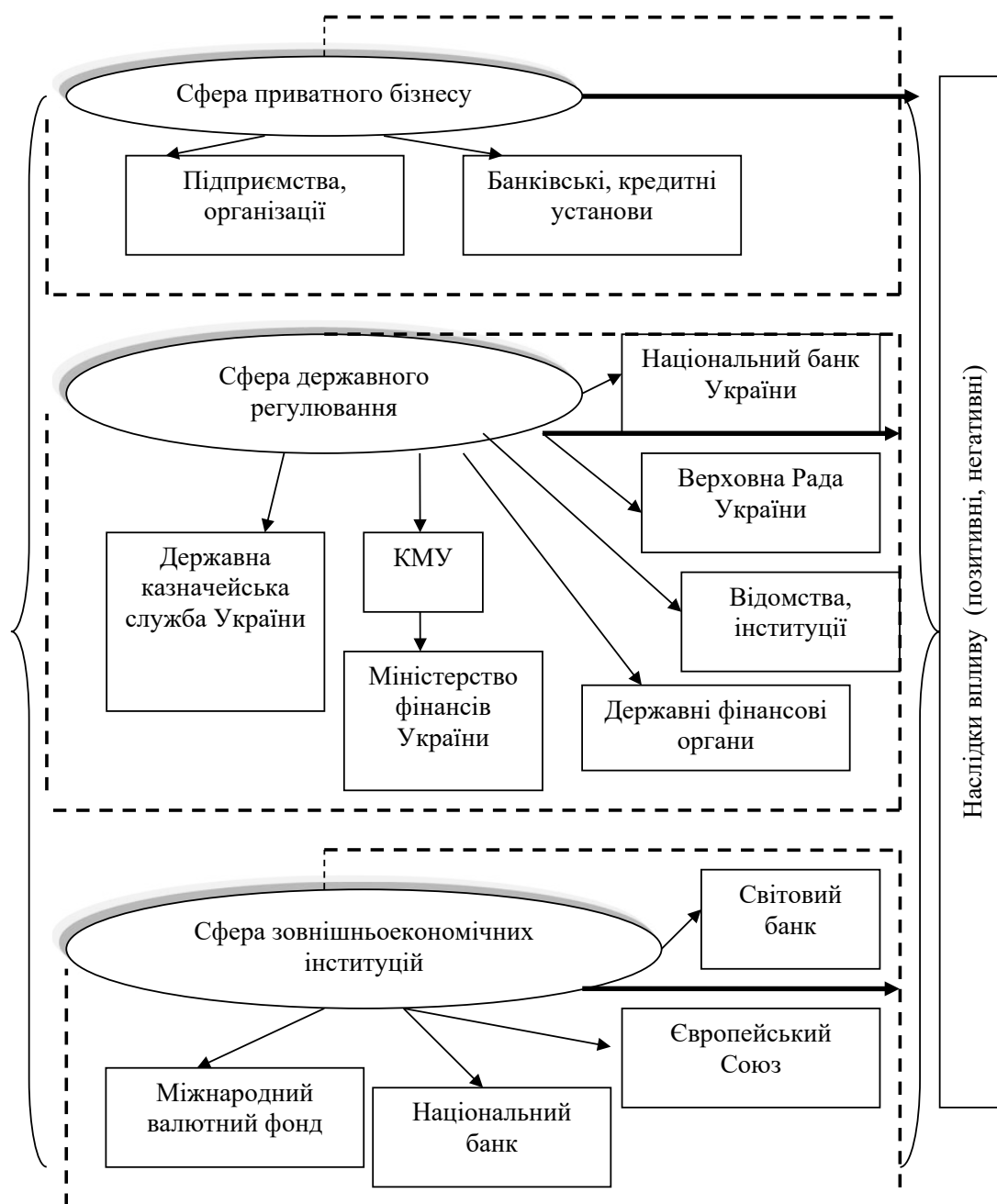


Рис. 1 Економічна платформа формування державного фінансового механізму політики сталого розвитку

Джерело: сформовано автором

запровадити практику створення департаменту фінансового забезпечення сталого розвитку департаменту, що повинен стати структурною складовою обласної державної адміністрації та невід'ємною частиною організаційно-управлінського механізму реалізації будь-якого напрямку розвитку України.

Головною метою департаменту забезпечення сталого розвитку є формування цілей, інструментів фінансування сталого екологічного, економічного та соціального становища регіону з перспективою комерціалізації результатів дослідницької діяльності, яка спрямована на покращення сталого розвитку.

Основні цілі департаменту полягатимуть у:

- підтримці та просуванні перспективних економічних, екологічних, соціальних та інноваційних проектів і програм, спрямованих на сталий розвиток, підвищення фінансування таких проектів;

- забезпеченні участі інших департаментів (фінансової, економічної політики, екології та природних ресурсів), юридичних та фізичних осіб у грандах, конкурсах, спонсорованих програмах та замовленнях у економічних, екологічних, соціальних та інноваційних проектах та програмах;

- аналізі, узагальненні та впровадженні вітчизняного та зарубіжного досвіду в системі економічних, екологічних, соціальних напрямків сталого розвитку.

У межах сфери державного регулювання побудови механізму фінансового забезпечення сталого розвитку доцільно нормативно-правові акти України таких структурних одиниць, як Державна казначейська служба України, КМУ, Державні фінансові органи, Верховна Рада України, Національний банк України, привести у відповідність до стандартів Європейського Союзу.

З врахуванням Стратегії сталого розвитку України на період до 2030 року [1], що є ключовим документом державного управління для сталого розвитку та якості життя, зупинімося більш детально на трьох основних напрямках сталого розвитку (соціальному, екологічному та економічному), що зосереджуються на підвищенні якості життя у регіонах, їх внеску в національний розвиток, та забезпечує належне управління країною і модернізацію ДФПСР.

Доцільно відмітити, що на формування ефективного механізму ДФПСР впливають чинники, вплив яких може бути одночасним чи пролонгованим у часі залежно від сфери: приватної, державної чи зовнішньоекономічної. Розвиток механізму ДФПСР базується на результатах аналізу фінансових можливостей держави та напрямів сталого розвитку соціально-економічної системи. Адже сталий розвиток – це розвиток, який одночасно прагне усунути або пом'якшити негативні прояви еволюції людського суспільства для навколишнього суспільства. Загально визнаним є розуміння сталого розвитку як гармонійного поєднання економічних, соціальних та екологічних складових. Лише досягнення збалансованості між вказаними складовими забезпечить можливість перейти до такого суспільного розвитку, який не виснажуватиме природні та людські ресурси, а тому матиме можливість забезпечити належний рівень життя майбутніх поколінь.

Таким чином, має ДФПСР орієнтуватись не тільки на забезпечення економічного зростання, а й збереження соціальних цінностей та природних багатств країни. Тому центральним питанням є те, як зберегти якість життя і забезпечити потреби нинішніх поколінь, не порушуючи потреби майбутніх поколінь.

Практична реалізація механізму ДФПСР повинна здійснюватись із врахуванням принципів фінансової політики сталого розвитку. Враховуючи результати досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема Ж. Нестеренко, В. Дем'янишин, І. Брітченко та інші, узагальнимо основні напрями формування механізму ДФПСР:

- досягнення стабільності та підвищення рівня довіри у фінансовому секторі шляхом стабілізації банківської системи;
- реалізація стратегії спрямування банківської діяльності на збільшення обсягів кредитування;
- покращання системи корпоративного управління в державних банках України;

- невинне посилення стабілізаційної спрямованості грошово-кредитної політики;
- контроль за інфляційними процесами та зростання золотовалютних резервів;
- врегулювання державного боргу шляхом скорочення державних витрат та зміцнення державних фінансів;
- реформування та усунення проблем практичної реалізації програм соціальної допомоги та забезпечення додаткових коштів на їх фінансування;
- «поглиблення структурних реформ, орієнтованих на докорінну перебудову державного урядування та боротьбу з корупцією, покращення бізнес-клімату і реформу державних підприємств» [2].

Висновки з проведеного дослідження. Концепція сталого розвитку базується на необхідності захисту навколишнього середовища, проте сьогодні ця проблема розглядається як проблема цивілізаційного вибору, вирішення якої має опиратися у рівній мірі і на державно-політичні рішення, і на відповідні заходи у рамках державної фінансової політики. Для поліпшення фінансового забезпечення сталого розвитку необхідно удосконалити державну фінансову політику у всіх її формах (стратегії, закони, фінансові інструменти). Це може бути досягнуто шляхом прийняття рішень на основі аналізу інформації та фактичних даних, що дозволить вдосконалити умови для спільної участі як держави, так і фінансово-банківських установ, інститутів громадянського суспільства у створенні змістовного соціального та фінансового діалогу та подолання соціальної, економічної, регіональної нерівності, забезпечення розвитку та охорони навколишнього середовища.

Література:

1. Стратегія сталого розвитку України на період до 2030. URL: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html.
2. Нестеренко Ж.К., Шелемехи Є.В. Співробітництво України з МВФ: стан та перспективи. *Ефективна економіка*. 2015 № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4644>.

References:

1. Ukraine's 2030 Sustainable Development Strategy. Available at: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html.
2. Nesterenko J.K., Shelemekhi E.V. (2015) Spivrobitnytstvo Ukrainy z MVF: stan ta perspektyvy [Cooperation of Ukraine with the IMF: status and prospects.] *An efficient economy*. 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4644>.

Аннотация. В статье обозначены направления обеспечения государственной политики устойчивого развития и определены основные условия этого процесса. Показано, что на формирование ГФПУР влияет поддержка иностранных институций, что может частично обеспечить решение финансовых проблем государства, повышение качества жизни населения и эффективное развитие региональных и национальных экономических систем. Охарактеризована главная цель и задания департамента обеспечения устойчивого развития. Доказано, что практическая реализация государственной политики устойчивого развития должна осуществляться с учетом принципов финансовой политики устойчивого развития. Акцентируется внимание на том, что для достижения реального устойчивого развития необходимо создать последовательную государственную политику во всех ее формах (стратегии, законы, финансовые инструменты).

Ключевые слова: устойчивое развитие, государственная финансовая политика, принципы финансовой политики, сбалансированность, внешнеэкономические организации.

Summary. The article substantiates the concept of the mechanism of ensuring the State financial policy of sustainable development and the basic prerequisites for the formation of this mechanism. It is determined that the support of foreign partners is influenced by the construction of the mechanism of the State Financial Policy for Sustainable Development, which can provide a partial solution to the financial problems of the state, improving the quality of life of the population and the effective development of regional and national systems. The main purpose and goals of the Sustainable Development Department are outlined. Based on the background, the authors argue that the solution of public financial security is possible taking into account private, state and foreign economic interests, which is the only basic economic platform of the state financial mechanism of sustainable development. The basic economic platform of formation of the state financial mechanism is illustrated. It is noted that the basis for the formation of an effective state financial mechanism are factors whose impact may be simultaneous or different depending on the particular area of interest. It is determined that the development of the State financial policy of sustainable development is based on the results of the analysis of the financial capabilities of the state, substantiation of directions of sustainable development of the socio-economic system. It has been established that sustainable development is a development that seeks to eliminate or mitigate the negative effects of human society's evolution. It is proved that the practical implementation of the mechanism of the State Sustainable Financial Policy should be in compliance with the principles of the Sustainable Financial Policy. Attention is paid to the fact that in order to achieve real sustainable development it is necessary to create a coherent state policy in all its forms (strategies, laws, financial instruments). The authors propose to address these conditions by making decisions based on evidence and improving the conditions for public participation to create meaningful social dialogue.

Keywords: sustainable development, state financial policy, principles of financial policy, balance, foreign economic institutions.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<i>Гринько Т.В., Алещенко В.І.</i> ВПЛИВ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	4
<i>Джеджула В.В., Єпіфанова І.Ю.</i> СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	13
<i>Лазебник Л.Л., Войтенко В.О.</i> ІНФОРМАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА В ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	18
<i>Ларіна Я.С.</i> ПРІОРИТЕТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕКЛАМНОЇ ГАЛУЗІ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ.....	23
<i>Melnyk Mariia, Wang Yu</i> FINANCIAL RESULTS OF STARBUCKS IN CHENGDU CITY, CHINA.....	30
<i>Андрійчук І.В., Андрійович М.О.</i> ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО БАЧЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ).....	36
<i>Беляєв С.В.</i> ЕНЕРГОАУДИТ ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ У БУДИНКАХ.....	41
<i>Васильченко Л.С., Стручок О.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НОВОЇ ПАРАДИГМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ.....	46
<i>Вовк О.М., Ковальчук А.М., Кривенко В.О.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	50
<i>Демочані О.Е.</i> ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АНАЛІТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ КОНТРОЛІНГУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	55
<i>Крайнюченко О.Ф., Петрович М.В.</i> GAR-АНАЛІЗ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ РОЗРИВІВ: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДОЛОГІЯ.....	61
<i>Некрасова Л.А., Богаченко М.В.</i> СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ПАСАЖИРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	66
<i>Продіус О.І.</i> КАТЕГОРІАЛЬНИЙ АПАРАТ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЯ» ЯК ФУНДАМЕНТ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ.....	72
<i>Синиця С.М., Вакун О.В., Данилишин В.І.</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	78
<i>Урсакій Ю.А.</i> БРЕНДИНГ В2В-РИНКІВ: ЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ.....	84
<i>Швець Ю.О.</i> ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ У КРИЗОВИХ УМОВАХ.....	89

Якубенко Ю.Л., Донських А.С., Кадирус І.Г.

ЗАСТОСУВАННЯ РЕІНЖІНІРИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОЇ СФЕРИ..... 95

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Ліщинський І.О., Лизун М.В.

ЗАГРОЗИ РЕГІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ В ЄВРОПІ.....102

Іринчина І.Б.

НАПРЯМИ ЯКІСНОГО ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ З ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я...107

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Братусь Г.А.

ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ФРАКТАЛЬНОЇ МОДЕЛІ
УПРАВЛІННЯ ОБ'ЄКТАМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ..... 114

Глубіш Л.Я.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ АГРЕГОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ
РІВНЯ ГАРМОНІЗАЦІЇ РИНКОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ У СФЕРІ ПРОДОВОЛЬЧОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА ЗАСАДАХ АНТРОПОЦЕНТРИЗМУ.....119

Давиденко І.В., Михайлюк О.Л.

ІНДИКАТОРИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ.....123

Ковтун В.Ю.

АДВОКАТУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ В УКРАЇНІ.....128

Решетняк О.І.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ КОГНІТИВНОГО ПІДХОДУ..... 134

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Серьогіна Д.О., Раїна Д.О.

СТАН РИНКУ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....143

Шашина М.В.

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ
ПРОСТОРОВИХ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....148

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Кириленко О.П., Дерлиця А.Ю.

ПРЕДМЕТ ТА ВЕКТОРИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРІЇ СУСПІЛЬНИХ ФІНАНСІВ.....155

Лаврик В.В., Балацький Є.О.

ВПЛИВ ІНДЕКСУ ТАРИФНОГО НАВАНТАЖЕННЯ НАСЕЛЕННЯ НА КОРИГУВАННЯ
РОЗРАХУНКУ БЮДЖЕТНИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ НА ПОТРЕБИ ЖКГ.....161

CONTENTS

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

<i>Grynko Tetiana, Aleshchenko Viktoriia</i> IMPACT AND INTERRELATION BETWEEN ENTERPRISE EFFICIENCY AND ECONOMIC SECURITY.....	4
<i>Dzhedzhula Viacheslav, Yepifanova Iryna</i> COMPONENTS OF THE INNOVATION POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	13
<i>Lazebnyk Larysa, Voitenko Vitalii</i> INFORMATION INFRASTRUCTURE IN DIGITALIZATION OF BUSINESS PROCESSES OF ENTERPRISE.....	18
<i>Larina Yaroslava</i> PRIORITIES OF MARKETING ACTIVITY OF ADVERTISING INDUSTRY ENTERPRISES IN THE UKRAINIAN MARKET.....	23
<i>Melnyk Mariia, Wang Yu</i> FINANCIAL RESULTS OF STARBUCKS IN CHENGDU CITY, CHINA.....	30
<i>Andriichuk Igor, Andriiovych Maksym</i> THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS OF STRATEGIC VISION FORMATION (ON THE EXAMPLE OF CHEMICAL INDUSTRY ENTERPRISES).....	36
<i>Bieliaiev Sergij</i> ENERGY AUDIT AS THE MAIN DIRECTION OF ENERGY SAVING IN BUILDINGS.....	41
<i>Vasylchenko Lidiya, Struchok Oleksandr</i> PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISE MARKETING COMMUNICATION ENVIRONMENT IN THE CONDITIONS OF THE NEW BUSINESS PARADIGM.....	46
<i>Vovk Olha, Kovalchuk Alyona, Kryvenko Victoriia</i> CONCEPTUAL BASES OF ENSURING EFFICIENCY OF INVESTMENT ACTIVITY OF TRANSPORT COMPANIES.....	50
<i>Demochani Olena</i> INNOVATIVE FUNDAMENTALS FOR THE DEVELOPMENT OF ANALYTICAL CONTROLLING MODELS OF CONSTRUCTION ENTERPRISES.....	55
<i>Krainsiuchenko Olga, Petrovych Marharyta</i> GAP-ANALYSIS AS EFFECTIVE INSTRUMENT FOR STRATEGIC SPREADS' EVALUATION: ESSENCE AND METHODOLOGY.....	61
<i>Niekrasova Lybov, Bohachenko Marharyta</i> STRATEGIC DEVELOPMENT ORIENTATIONS OF PUBLIC TRANSPORT IN ODESSA REGION.....	66
<i>Prodius Oksana</i> CATEGORIAL APPARATUS OF THE STUDY OF THE CONCEPT «INNOVATION» AS THE FOUNDATION OF INCLUSIVE DEVELOPMENT.....	72
<i>Synytsia Svitlana, Vakun Oksana, Danylyshyn Volodymyr</i> RISK MANAGEMENT IN THE LOGISTICS OF THE ENTERPRISE.....	78
<i>Ursakii Yuliia</i> B2B-MARKET BRANDING: FORMATION SIGNIFICANCE AND FEATURES.....	84
<i>Shvets Yuliia</i> FORECASTING FINANCIAL CONDITION INDICATORS AS AN ELEMENT OF MANAGING OPERATIONAL ACTIVITY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN CRISIS CONDITIONS.....	89
<i>Yakubenko Yuliia, Donskykh Anastasiia, Kadyrus Irina</i> APPLICATION OF RE-ENGINEERING AT AGRICULTURAL ENTERPRISES'.....	95

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

<i>Lishchynskyy Ihor, Lyzun Mariia</i> THREATS TO REGIONAL SECURITY IN EUROPE.....	102
<i>Irynychyna Inna</i> AREAS OF QUALITATIVE GLOBAL DEVELOPMENT OF THE HEALTHCARE SERVICES MARKET.....	107

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

<i>Bratus Hanna</i> ISSUES OF THE FRACTAL MODEL FORMATION OF THE INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT.....	114
<i>Hlubish Lesya</i> THE CREATION OF THE AGGREGATED INDICATORS SYSTEM OF ASSESSING THE MARKET INTERACTION HARMONIZATION LEVEL IN THE FOOD PROVISION SPHERE ON THE ANTHROPOCENTRISM BASIS.....	119
<i>Davydenko Iryna, Mykhayliuk Olena</i> EFFICIENCY ASSESSMENT INDICATORS OF TOURIST CLUSTER.....	123
<i>Kovtun Viktoriia</i> COMPETITION ADVOCACY IN UKRAINE.....	128
<i>Reshetnyak Olena</i> RESEARCH OF PROBLEMS OF SCIENTIFIC ACTIVITY FINANCING IN UKRAINE USING A COGNITIVE APPROACH.....	134

**DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL
AND REGIONAL ECONOMY**

<i>Serogina Daria, Raina Dariia</i> STATUS MARKET OF HOUSING CONSTRICTION OF KHARKIV REGION.....	143
<i>Shashyna Maryna</i> INSTITUTIONAL SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF SPATIAL FORMS OF BUSINESS ORGANIZATION IN UKRAINE.....	148

MONEY, FINANCES AND CREDIT

<i>Kyrylenko Olga, Derlytsia Andrii</i> THE SUBJECT AND RESEARCH VECTORS OF PUBLIC FINANCE THEORY.....	155
<i>Lavryk Volodymyr, Balatskyi Yevhen</i> INFLUENCE OF THE POPULATION LOAD INDEX OF THE POPULATION ON THE CORRECTION CALCULATION OF BUDGET FINANCIAL RESOURCES ON THE HOUSING NEEDS.....	161

Lutsyk Mariia

Novosolova Olena

BANKING SECTOR OF UKRAINE:

Romanovska Yuliia, Kaminska Alona, Bozhok Marina

Adamska Irvna

ASSESSMENT AS AN INSTRUMENT FOR DETERMINING

Romanchukevych Vitalij

PREREQUISITES AND DIRECTIONS OF IMPLEMENTATION

= 207

Збірник наукових праць

НАУКОВИЙ ВІСНИК МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:

Економіка і менеджмент

Випуск 42

Коректура • *В.І. Бабич*

Комп'ютерна верстка • *І.І. Стратій*

Формат 60х84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 24,18.
Підписано до друку 26.06.2020 р. Замов. № 0620/157. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1
Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.