

ISSN (print): 2415-8801
ISSN (online): 2707-6164

Інтелект

XXI

№ 2 '2020



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАУКОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕЛЕКТ ХХІ»
Заснований у 2010 році. Виходить 6 разів на рік.

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 19206-9006 ПР,
видане Державною реєстраційною службою України 5 липня 2012 року.

**Журнал внесено до списку друкованих періодичних видань,
що входять до переліку наукових фахових видань України (економічні науки)
(Наказ Міністерства освіти і науки України №41 від 17.01.2014 р.)**

**Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus**

Засновники:

Національний університет харчових технологій,
ГО «Інститут проблем конкуренції»

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Гуткевич Світлана Олександрівна	– <i>головний редактор, доктор економічних наук, професор</i>
Солоха Дмитро Володимирович	– <i>відповідальний секретар, доктор економічних наук, професор</i>
Корінько Микола Данилович	– <i>доктор економічних наук, професор</i>
Сафонов Юрій Миколайович	– <i>доктор економічних наук, професор</i>
Борщ Вікторія Ігорівна	– <i>кандидат економічних наук, доцент</i>
Макаренко Сергій Миколайович	– <i>кандидат економічних наук, доцент</i>
Головко Олег Павлович	– <i>кандидат економічних наук</i>
Віргінія Юренісе	– <i>доктор наук, професор (Литва)</i>
Мусіна Аміна Аміржановна	– <i>доктор економічних наук, доцент (Казахстан)</i>

Програмні цілі видання: розвиток науки і освіти, популяризація економічних знань, формування економічного типу мислення, інформування наукового середовища про сучасні дослідження та розробки в сфері економіки. Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр і прізвищ несуть автори матеріалів. Редакційна колегія матеріали не повертає. Редакційна колегія не завжди поділяє думку авторів. У разі перекладу посилання на журнал «Інтелект ХХІ» обов'язково. Друкується за погодженням редколегії журналу.

Технічний секретар – Петрова О.В.

Офіційний сайт www.intellect21.nuft.org.ua
E-mail: journal@intellect21.nuft.org.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 25,34.

Підписано до друку 02.03.2020 р. Замов. № 0520/126. Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а

Телефони: +38 (0552) 39 95 80, +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.

ЗМІСТ

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Майборода О.Є. ТРАНСПОРТНИЙ СКЛАДНИК ІНФРАСТРУКТУРИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ЛОГІСТИЧНОМУ РОЗВИТКУ.....	12
---	----

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Багорка М.О. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	17
Березіна Л.М., Братанов Б.В. ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ ТА ПРОМИСЛОВОГО ШПИГУНСТВА ПІДПРИЄМСТВ.....	22
Богацька Н.М. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БЕЗРОБІТТЯ ТА ЙОГО ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІЗ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	27
Бреус С.В., ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СИСТЕМИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	33
Василиха Н.В., Индус К.П. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ КОМЕРЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ВЗАЄМОДІЯ МІЖ СЕКТОРАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ.....	38
Вовк Т.В., Солідор Н.А. НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПРОГРЕС ЯК ФАКТОР ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	42
Волкова Н.А. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-АНАЛІЗУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	47
Гавриш О.М., Федюнін С.А. РОЛЬ БРОКЕРА ПІД ЧАС ЗДІЙСНЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ НА БІРЖІ.....	50
Городняк І.В. ОСОБЛИВОСТІ СПОЖИВАННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВАМИ УКРАЇНИ.....	55
Гудзь Н.В. ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ, ЧИННИКИ ЇЇ ІСНУВАННЯ ТА ШЛЯХИ ДЕЛІТИЗАЦІЇ.....	60
Давиденко І.В. ОСОБЛИВОСТІ КЛАСТЕРНОЇ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ.....	66
Жосан Г.В., Кириченко Н.В. УПРОВАДЖЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	70
Івончак І.О. ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	75
Клочко Т.А. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	80
Князева Т.В., Радченко Г.А. ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ.....	85
Коломицева О.В., Васильченко Л.С., Бурцева Т.І. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ФАКТОРИ В ІНТЕГРАЛЬНОМУ МЕТОДІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	90
Купира М.І., Шейко Ю.О. ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕНТРАЦІЇ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	94

Ляшенко Р.В. МОДЕРНІЗАЦІЯ СИСТЕМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРОБІЗНЕСУ В НАПРЯМІ ЗАСТОСУВАННЯ ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ФУНДАЦІЇ EFQM.....	99
Романчукевич В.В. ОБЛГАТНІ АТРИБУТИ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	104
Уланчук В.С., Жарун О.В., Тупчий О.С. ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ САДІВНИЦТВА.....	109
Хитра О.В. ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ДАУНСАЙЗИНГУ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	114
Черніхова О. С. ФУНКЦІОНУВАННЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ВУЗЛІВ.....	121
Чичуліна К.В. ОЦІНКА ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ СЕМЕНІВСЬКОЇ РАЙОННОЇ СПІЛКИ СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ.....	125

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Білецька І.М. УЗГОДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ СУЧАСНИМИ ТЕНДЕНЦІЯМИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ.....	135
Мендела І.Я., Жумбей М.М., Румянцева І.Б. ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	140
Осадчук І.В., Кириченко Н.В., Боліла С.Ю. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КРАФТОВОГО ОРГАНІЧНОГО СІМЕЙНОГО ФЕРМЕРСТВА ЯК НАПРЯМУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ СІМЕЙНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ.....	143

БІЗНЕС ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ

Боднарюк І.Л. ФІНАНСОВА ІНКЛЮЗІЯ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	150
Бугріменко Р.М. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОДІЇ ІЗ СУБ'ЄКТАМИ ІНФРАСТРУКТУРИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	155
Дубинська О.С. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ТА ПРАКТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	161
Ковальова М.Л. ОСНОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	166
Ліпич Л.Г., Хілуха О.А., Кушнір М.А. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА ОСНОВІ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ.....	170
Нікітенко К.С. ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ «ЦІНОВА ПОЛІТИКА».....	176
Пістунов І.М., Демура В.В. ПРОГНОЗУВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ ЗАВДАННЯ ЗБИТКУ СПІВРОБІТНИКАМИ «ПРИВАТБАНКУ».....	180
Потапенко Т.П. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК СКЛАДНИК ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	184
Ровенська В.В. МЕДІАЦІЯ ЯК МЕТОД ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ В УКРАЇНІ.....	189

Салімон О.М., Миколайчук І.П., Расулова А.М. СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК БРЕНДИНГУ СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	195
Сапотницька Н.Я. ІННОВАЦІЙНІ ЗАХОДИ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТОВАРНОЇ БІРЖІ.....	203
Степура В.В. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ІНТЕГРОВАНОГО ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ.....	208

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ

Тарасова В.В., Ковалевська І.М. УНІКАЛЬНІ ПРИРОДНІ КОМПЛЕКСИ ЕКОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	212
--	-----

<i>ІНФОРМАЦІЯ</i>	218
--------------------------	-----

СОДЕРЖАНИЕ

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Майборода О.Е. ТРАНСПОРТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ГЛОБАЛЬНОМ ЛОГИСТИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ.....	12
---	----

НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Багорка М.А. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	17
Березина Л.М., Братанов Б.В. ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ И ПРОМЫШЛЕННОГО ШПИОНАЖА ПРЕДПРИЯТИЙ	22
Богацкая Н.Н. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БЕЗРАБОТИЦЫ И ЕЁ ВЗАИМОСВЯЗЬ С ТРУДОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	27
Бреус С.В. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ СИСТЕМЫ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ	33
Василиха Н.В., Индус К.П. УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ СЕКТОРАМИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ.....	38
Вовк Т.В., Солидор Н.О. НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС КАК ФАКТОР ИНТЕНСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ.....	42
Волкова Н.А. МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС-АНАЛИЗА СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.....	47
Гавриш О.Н., Федюнин С.А. РОЛЬ БРОКЕРА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ НА БИРЖЕ.....	50
Городняк И.В. ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВАМИ УКРАИНЫ.....	55
Гудзь Н.В. ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В УКРАИНЕ, ФАКТОРЫ ЕЕ СУЩЕСТВОВАНИЯ И ПУТИ ДЕТЕНИЗАЦИИ.....	60
Давыденко И.В. ОСОБЕННОСТИ КЛАСТЕРНОЙ МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА.....	66
Жосан А.В., Кириченко Н.В. ВНЕДРЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....	70
Ивончак И.О. ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ.....	75
Клочко Т.А. ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	80
Князева Т.В., Радченко А.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ БАЗИС ФОРМИРОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТАРИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛеной» ЭКОНОМИКИ.....	85

Коломицева Е.В., Васильченко Л.С., Бурцева Т.И. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОРЫ В ИНТЕГРАЛЬНОМ МЕТОДЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	90
Купыра М.И., Шейко Ю.А. ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕНТРАЦИИ СТРАХОВОГО РЫНКА УКРАИНЫ.....	94
Ляшенко Р.В. МОДЕРНИЗАЦИЯ СИСТЕМНОГО МЕНЕДЖМЕНТА АГРОБИЗНЕСА В НАПРАВЛЕНИИ ПРИМЕНЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ ЕВРОПЕЙСКОГО ФОНДА EFQM.....	99
Романчукевич В.В. ОБЛИГАТНЫЕ АТРИБУТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ.....	104
Уланчук В.С., Жарун Е.В., Тупчий О.С. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУТЬ ИНТЕНСИФИКАЦИИ САДОВОДСТВА.....	109
Хитрая Е.В. ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДАУНСАЙЗИНГА ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	114
Чернихова Е.С. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УЗЛОВ.....	121
Чичулина К.В. ОЦЕНКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННО-КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ СЕМЕНОВСКОГО РАЙОННОГО СОЮЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ.....	125

ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Билецкая И.М. СОГЛАСОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ С СОВРЕМЕННЫМИ ТЕНДЕНЦИЯМИ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО ТУРИЗМА.....	135
Мендела И.Я., Жумбей М.М., Румянцева И.Б. ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	140
Осадчук И.В., Кириченко Н.В., Болелая С.Ю. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КРАФТОВОГО ОРГАНИЧЕСКОГО СЕМЕЙНОГО ФЕРМЕРСТВА КАК НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СЕМЕЙНЫХ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ.....	143

БИЗНЕС И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

Боднарюк И.Л. ФИНАНСОВАЯ ИНКЛЮЗИЯ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	150
Бугрименко Р.М. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С СУБЪЕКТАМИ ИНФРАСТРУКТУРЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....	155
Дубинская Е.С. ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	161
Ковалёва М.Л. ОСНОВЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	166
Липыч Л.Г., Хилуха О.А., Кушнир М.А. РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ.....	170
Никитенко К.С. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОДХОДОВ К СОДЕРЖАНИЮ ПОНЯТИЯ «ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА».....	176
Пистунов И.Н., Демура В.В. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ВЕРОЯТНОСТИ НАНЕСЕНИЯ УЩЕРБА СОТРУДНИКАМИ «ПРИВАТБАНКА».....	180

Потапенко Т.П. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	184
Ровенка В.В. МЕДИАЦИЯ КАК МЕТОД РАЗРЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ В УКРАИНЕ.....	189
Салимон О.М., Миколайчук И.П., Расулова А.М. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ БРЕНДИНГА СУБЪЕКТОВ ГОСТИННИЧНОГО БИЗНЕСА.....	195
Сапотницкая Н.Я. ИННОВАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ТОВАРНОЙ БИРЖИ.....	203
Степура В.В. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ ИНТЕГРИРОВАННОГО ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ.....	208

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

Тарасова В.В., Ковалевская И.Н. УНИКАЛЬНЫЕ ПРИРОДНЫЕ КОМПЛЕКСЫ ЭКОТУРИЗМА В УКРАИНЕ.....	212
--	------------

ИНФОРМАЦИЯ

218

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL RELATIONS

Maiboroda Olha TRANSPORT INFRASTRUCTURE IN GLOBAL DEVELOPMENT OF LOGISTICS.....	12
---	----

NATIONAL ECONOMY

Bahorka Mariia STRATEGIC PLANNING OF MARKETING ACTIVITIES OF AGRARIAN ENTERPRISES.....	17
Berezina Lyudmila, Bratanov Bohdan CHARACTERISTIC FEATURES OF COMPETITIVE INTELLIGENCE AND INDUSTRIAL SPYING OF ENTERPRISES.....	22
Bogatska Nataliia THEORETICAL ASPECTS OF UNEMPLOYMENT AND ITS RELATIONSHIP WITH THE LABOR POTENTIAL OF THE ENTERPRISE.....	27
Breus Svitlana ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC TOOLS FOR MANAGING THE ECONOMIC SECURITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS.....	33
Vasylykha Nataliia, Indus Kateryna MANAGEMENT OF FINANCIAL POTENTIAL OF A COMMERCIAL ENTERPRISE: THE ESSENCE AND INTERACTION BETWEEN SECTORS OF THE ECONOMIC SYSTEM.....	38
Vovk Tatiana, Solidor Natalia SCIENTIFIC AND TECHNICAL PROGRESS AS A FACTOR OF INTENSIFICATION OF THE PRODUCTION PROCESS OF AGRICULTURAL COMPLEX OF DONETSK REGION.....	42
Volkova Nina METHODICAL ASPECTS OF COMPANY'S BUSINESS-ANALYSIS.....	47
Havrysh Oksana, Fediunin Serhii THE ROLE OF THE BROKER IN THE IMPLEMENTATION OF TRADING OPERATION ON THE STOCK EXCHANGE.....	50
Horodniak Iryna FEATURES OF CONSUMPTION OF FOOD PRODUCTS OF UKRAINE.....	55
Hudz Nataliia THE SHADOW ECONOMY IN UKRAINE, THE FACTORS OF ITS EXISTENCE AND WAYS OF DETINIZATION.....	60
Davydenko Iryna FEATURES OF THE CLUSTER MODEL ACTIVITY ORGANIZATION PROCESS BASED ON THE MEDICAL TOURISM SPHERE	66
Zhosan Hanna, Kyrychenko Nataliia IMPLEMENTATION OF PROPOSALS TO INCREASE THE EFFECTIVENESS OF THE PRICING POLICY OF A RETAIL ENTERPRISE.....	70
Ivonchak Iryna FEATURES OF ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY IN UKRAINE.....	75
Klochko Tatiana FORMATION OF THE ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM OF INCREASING THE EFFECTIVENESS OF THE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	80
Kniazieva Tetiana, Radchenko Ganna THE THEORETICAL BASIS OF MARKETING INSTRUMENTATION FORMATION OF THE GREEN ECONOMY CONCEPTS DEVELOPMENT.....	85
Kolomytseva Elena, Vasylchenko Lidiya, Burtseva Tetiana MARKETING COMMUNICATIONS AS FACTORS IN THE INTEGRATED METHOD OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS RESEARCH.....	90
Kupyra Myroslava, Sheiko Yuliia PECULIARITIES OF CONCENTRATION OF THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE.....	94

Liashenko Ruzhena MODERNIZATION OF SYSTEM AGRICULTURAL MANAGEMENT IN THE EFQM EFFICIENCY REQUIREMENTS APPLICATION OF THE EUROPEAN FUNDAMENTALITY.....	99
Romanchukevich Vitalii OBLIGATORY ATTRIBUTES OF THE STATE FINANCIAL POLICY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	104
Ulanchuk Volodymyr, Zharun Olena, Tupchii Oksana ECONOMIC ESSENCE OF HOSPITAL INTENSIFICATION.....	109
Khytra Olena APPLICATION OF DOWNSIZING TECHNOLOGY FOR THE IMPLEMENTATION OF THE PERSONNEL MANAGEMENT STRATEGY.....	114
Chernikhova Olena FUNCTIONING TRANSPORT AND LOGISTICS CENTERS.....	121
Chichulina Kseniia EVALUATION AND PROVISION OF EFFECTIVE PRODUCTION AND COMMERCIAL ACTIVITY ON THE EXAMPLE OF THE SEMENOVSKIY REGIONAL CONSUMER COMPANY.....	125

INVESTMENT AND INNOVATIVE ACTIVITIES

Biletska Iryna APPROVAL OF INNOVATION DEVELOPMENT MANAGEMENT OF TOURIST ENTERPRISES WITH MODERN TRENDS OF GLOBALIZATION AND FUNCTIONING OF TRAVELING.....	135
Mendela Iryna, Zhumbei Marianna, Rumiantseva Iryna INNOVATIVE STRATEGIES OF HOTEL ENTERPRISES.....	140
Osadchuk Irina, Kirichenko Natalya, Bolila Svitlana THEORETICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF CRAFT ORGANIC FAMILY FARMING AS A DIRECTION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF DOMESTIC FAMILY FARMS.....	143

BUSINESS AND INTELLECTUAL CAPITAL

Bodnariuk Iryna FINANCIAL INCLUSION: STATUS AND PROSPECTS.....	150
Buhrimenko Roman THEORETICAL BASIS OF DEVELOPING MARKETING STRATEGY FOR INTERACTION WITH RETAIL TRADE ENTITIES.....	155
Dubynska Olena RESEARCH OF THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACHES OF ASSESSMENT OF THE LEVEL OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE.....	161
Kovalova Mariia FUNDAMENTALS OF THE RISK MANAGEMENT SYSTEM IN THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY.....	166
Lipych Lubov, Khilukha Oksana, Kushnir Myroslava EFFICIENCY AND EFFECTIVENESS OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT BASED ON COMPETENCIES.....	170
Nikitenko Kateryna TRANSFORMATION OF APPROACHES TO THE CONTENT OF THE PRICE POLICY.....	176
Pistunov Igor, Demura Viktoria FORECASTING LIKELIHOOD OF PROBLEMS FOR LOSSES TO PRIVATBANK'S EMPLOYEES.....	180
Potapenko Tetiana INTELLECTUAL CAPITAL AS A COMPONENT OF INCREASING ECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISE.....	184
Rovenska Viktoriia MEDIATION AS A METHOD OF RESOLVING SOCIAL CONFLICTS IN UKRAINE.....	189

Salimon Olha, Mykolaichuk Iryna, Rasulova Alla
STRATEGIC DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS ACTORS BRENDING195

Sapotnitska Nataliia
INNOVATIVE MEASURES IN THE ACTIVITIES
OF THE DOMESTIC COMMODITY EXCHANGE..... 203

Stepura Viktor
ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF THE INTEGRATED
FINANCIAL PLANNING SYSTEM.....208

ENVIRONMENTAL ISSUES

Tarasova Valentyna, Kovalevska Iryna
UNIQUE NATURAL COMPLEXES FOR ECO-TOURISM IN UKRAINE..... 212

INFORMATION 218

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК 658.2:651

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.1>

Майборода О.Є.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
імені Артура Голокова,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ТРАНСПОРТНИЙ СКЛАДНИК ІНФРАСТРУКТУРИ
У ГЛОБАЛЬНОМУ ЛОГІСТИЧНОМУ РОЗВИТКУ

У статті проаналізовано деякі підходи до сутності процесу глобалізації з виділенням загально визначених її структурних елементів, а також вплив глобалізації на розвиток економіки країн у цілому і транспортної інфраструктури зокрема. Розглянуто здійснення логістичних операцій щодо перевезення по Україні вантажу та пасажирів за основними видами транспорту в 2010–2018 рр. та виділено стан справ щодо потреби у фінансуванні транспортної інфраструктури України. За допомогою міжнародного порівняльного аналізу розвитку логістики в різних країнах (Logistics Performance Index) розглянуто місце України в загальному рейтингу та її позицію за оцінками одного з внутрішніх показників – транспортної інфраструктури (Infrastructure) порівняно з країнами-сусідами. Виділено основний підхід до міжнародних перевезень, який здійснюється за принципом «від дверей до дверей», відповідно до якого розглянуто можливості, складнощі та перспективи залізничного і автомобільного транспорту України щодо розвитку логістики.

Ключові слова: глобалізація, транспортна інфраструктура, інвестиції, транспорт, логістика, транспортно-логістичні центри.

ТРАНСПОРТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ
В ГЛОБАЛЬНОМ ЛОГИСТИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

Майборода О.Е.

В статье проанализированы некоторые подходы к сущности процесса глобализации с выделением общепризнанных ее структурных элементов, а также влияние глобализации на развитие экономики стран вообще и транспортной инфраструктуры в частности. Рассмотрено проведение логистических операций перевозок по Украине груза и пассажиров в разрезе основных видов транспорта в 2010–2018 гг. и выделено состояние дел о потребности в финансировании транспортной инфраструктуры Украины. С помощью международного сравнительного анализа развития логистики в разных странах (Logistics Performance Index) рассмотрены место Украины в общем рейтинге и ее позиция по оценкам одного из внутренних показателей – транспортной инфраструктуры (Infrastructure) по сравнению со странами-соседями. Выделен основной подход к международным перевозкам, который осуществляется по принципу «от двери до двери», согласно которому рассмотрены возможности, сложности и перспективы железнодорожного и автомобильного транспорта Украины в рамках развития логистики.

Ключевые слова: глобализация, транспортная инфраструктура, инвестиции, транспорт, логистика, транспортно-логистические центры.

TRANSPORT INFRASTRUCTURE IN GLOBAL DEVELOPMENT OF LOGISTICS

Maiboroda Olha

The article describes theoretical approaches to prove the essence of the process of globalization and highlights its basic structural elements. The author pays attention to influence global processes on economic growth different country as a whole and transport infrastructure as its separate part. It is also noted that all the processes of globalization, which develops in the world economy, are increasingly important for logistics as a part of international business system. It should be emphasized that the needs of optimization and reformation of transport infrastructure in logistics systems. The article gives a detailed analysis of development of logistical operations of Ukrainian passenger and freight transportation during 2010-2018 and depending on mode of transport. Dominant positions of railways, freight vehicles and pipeline system are explained by cheapness and reliability. As for passenger transportation, the most share are made automobile and railways which explained by population's solvency and other social factors. It is separately analyzed the state of financial needs for Ukrainian transport infrastructure of Ukraine and identified that the investment is made from different financial sources, but mainly from the internal funds of enterprises and owners. By means of comparative analysis of development logistic in

different countries, on the basis of Logistics Performance Index, the paper are investigated place of Ukraine in the total ratings and made comparison with other neighboring countries (Poland, Romania, Slovak Republic, Moldova) on the grounds of evaluation recent changes of Infrastructure Index. Conclusion are drawn that the most important problem of logistics as in Ukraine as in any other country is the poor quality of most of the roads and railway trucks among the other modes of transport. The article is proposed approach of international transportation, which based on door-to-door principle. It gives an opportunity to reveal features, instruments and methods of governing logistical system for the development of Ukrainian railway and road transportation.

Keywords: globalization, transport infrastructure, investments, transport, logistics, transport and logistics centers.

Постановка проблеми. Процес глобалізації є невідворотним явищем, який вимагає змін як в організаційному, соціальному, так і в економічному плані. Для ефективного функціонування економіки країни розвинена логістична інфраструктура відіграє одну з головних ролей. Високорозвинена логістична інфраструктура знижує вплив відстані між регіонами та країнами, забезпечує інтеграцію національного ринку та низьку вартість транспортування на ринки інших країн. Якість та розвиток інфраструктури впливають на економічне зростання, а ефективність видів транспорту, тобто високоякісні автошляхи та залізниці, порти та аеропорти, дають змогу підприємцям гарантувати своєчасне постачання своєї продукції та послуг на ринок. Дослідження у цьому напрямі є актуальними і пов'язані з ефективністю функціонування логістичної інфраструктури на основі міжнародних рейтингів, здатної забезпечити безперервний потік усіх необхідних логістичних операцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання глобалізації є настільки широким, що ним переймалася значна кількість науковців і державних діячів. Великий внесок у дослідження цього зробили співробітники міжнародних організацій (ООН, МВФ, Група Світового банку тощо). Серед вітчизняних та іноземних науковців ґрунтовним дослідженням цього питання займаються Дж. Стігліц, Д. Долар, А. Краай, Дж. Норберк, Д. Лук'яненко, О. Білорус, Ю. Пахомов, О. Мозговий та ін. Питання логістичних послуг досліджували такі видатні науковці та економісти, як А. Філіпенко [1], Т. Сирийчик [5], Л. Малярець, М. Касперек, Дж.Л. Хесектт, А. Олівера та ін. Але питання ефективного функціонування транспортної інфраструктури з метою успішного розвитку логістичних послуг не втратило своєї актуальності і висвітлено у дослідженні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану справ транспортної інфраструктури України у світових рейтингах розвитку логістики та логістичної інфраструктури, а також аналіз причин поточних результатів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Усе розмаїття поглядів щодо глобалізації у своїй роботі А.С. Філіпенко згрупував у три наукові концепції: структуралістську (структуральну), кон'юнктурну, конструктивістську. Перша теорія відштовхується від закономірностей розвитку внутрішніх та міжнародних економічних систем і розглядає глобалізацію як необхідний, яскраво виражений, неминучий процес, спричинений економічними та політичними чинниками.

Згідно з другою теорією – кон'юнктурною концепцією, головні риси глобалізації визначаються окремою політикою та обставинами, що залежать від зміни умов внутрішнього та зовнішнього оточень, їхньої взаємодії у просторі й часі за унікальної конфігурації соціальних сил та історичних передумов. Така глобалізація може мати дискретний, перервний характер, за якої можуть

розвиватися і зворотні процеси, так звана деглобалізація. Це й засвідчує окремі епізоди людської історії, коли деякі країни і регіони були тривалий час відгороджені від економічного спілкування з рештою світу.

Третя теорія – конструктивістська – базується на ідеях, що характеризують глобалізацію як випадковий, стохастичний, непередбачуваний процес, що зумовлюється комунікативним дискурсом політичних агентів, змістом якого є мотивації, інтереси та ідеї [1]. Тобто глобалізація – це загальний процес, у межах якого відбуваються окремі глобалізаційні напрями, об'єднання, злиття, споріднення економічних, політичних, соціальних, правових, екологічних, військових та інших систем різних країн зі створенням єдиного глобалізованого простору зі стандартизованими та універсалізованими правилами поведінки.

Колишній Генеральний секретар ООН Кофі Аннан відзначив, що головними невдахами у сьогоdnішньому досить нерівноправному світі є не ті, які занадто піддалися глобалізації, а ті, які залишилися осторонь [2].

Процеси глобалізації сьогоdnення, які відбуваються у світовій економіці, суттєво підвищують важливість логістики як елементу в системі міжнародного бізнесу та виділяють необхідність оптимізації й реформування транспортної інфраструктури в логістичних системах.

Під транспортною інфраструктурою розуміють транспортну мережу, яка використовується для перевезень вантажів і пасажирів, а також управлінську структуру, що забезпечує ефективне використання транспортних засобів і постійних обслуговуючих пристроїв [3].

Сьогодні в Україні транспорт як інфраструктура економіки є специфічною галуззю економіки, яка бере участь в єдиному виробничо-технологічному процесі виробництва продукції різних галузей господарства, що впливає на рівень транспортних витрат у країні і на загальну ефективність виробництва. І оскільки транспортна сфера завжди пов'язується із загальним розвитком продуктивних сил, то вона розглядається як один із найважливіших складників інфраструктури економіки у цілому. Транспорт України представлений такими видами: залізничним, автомобільним, морським, річковим, авіатранспортом і трубопровідним. Усі його види, виконуючи головну функцію – забезпечення господарського комплексу країни у вантажних і пасажирських перевезеннях, – вступають між собою і більшістю сфер виробництва у взаємодію. Це дає підстави розглядати транспорт як систему, а весь механізм формування і розвитку її – у нерозривній єдності з усією економікою країни. Сьогодні більшість вантажів по Україні доставляється водним, залізничним і автомобільним транспортом. Інфраструктура кожного із цих видів транспорту має свої проблеми (табл. 1).

Домінуючи позиції в Україні щодо перевезення вантажу займають залізничний, автомобільний та трубо-

Таблиця 1

Перевезення по Україні вантажу та пасажирів за видами транспорту в 2010–2018 рр.

	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Перевезення вантажів за видами транспорту (млн т)							
Транспорт	1765	1837	1623	1474	1543	1582	1643
залізничний	433	444	386	350	343	339	322
морський	4	3	3	3	3	2	2
річковий	7	3	3	3	4	4	4
автомобільний	1168	1261	1131	1021	1086	1122	1206
авіаційний	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
трубопровідний	153	126	100	97	107	115	109
Перевезення пасажирів за видами транспорту (млн осіб)							
Транспорт	6845	6623	5902	5167	4854	4648	4487
залізничний	427	425	389	390	389	165	158
морський, річковий	8	7	1	1	1	1	1
авіаційний	6	8	6	6	8	10	12
автомобільний	6404	6182	5504	4770	4456	4472	4316

Джерело: складено автором за даними [4]

провідний види транспорту, це зумовлено дешевизною та надійністю. Щодо перевезення пасажирів, то основний відсоток становлять автомобільний транспорт та залізничний, це пояснюється купівельною спроможністю населення.

Зростання транзитного потенціалу країни безпосередньо залежить від тенденцій розвитку її макроекономічних показників, а також ступеня відповідності вітчизняного транспортного комплексу вимогам світової транспортної системи. Відомо, що на сучасному етапі європейська інтеграція є одним з основних пріоритетів української державної політики. Проте транспортна система країни все ще не відповідає стандартам і вимогам Європейського Союзу і відзначається суттєвим відставанням щодо інфраструктури, обладнання і норм [5]. Варто підкреслити, що інтеграційні процеси транспортного комплексу України не мають обмежуватися лише його адаптацією до вимог та стандартів ЄС, а також вимагають застосу-

вання методичних підходів до організації управління розвитком транспортних систем, що ґрунтуються на засадах логістики, інвестицій та державної фінансової підтримки. Сьогодні динаміка освоєння інвестицій у цьому напрямі є нестабільною, спостерігається то зростання, то скорочення обсягів інвестицій в основний капітал (рис. 1).

Наведені на рис. 1 дані наочно демонструють, що інвестування здійснювалося з різних джерел фінансування, але переважно із власних коштів підприємств, перебувало на рівні 30–50% від потреби. За офіційними даними, в Україні за останні сім років у всі види транспортної інфраструктури було вкладено близько 15–16 млрд євро, або 1,5–2,2 млрд щороку. Водночас щорічні потреби у фінансуванні транспортної інфраструктури України оцінюються у 4,5 млрд євро. Таким чином, щорічне недофінансування транспортних проєктів становить 2,3–3 млрд євро. Окрім того, за оцінками ООН, збитки від неоголошеної війни в Україні

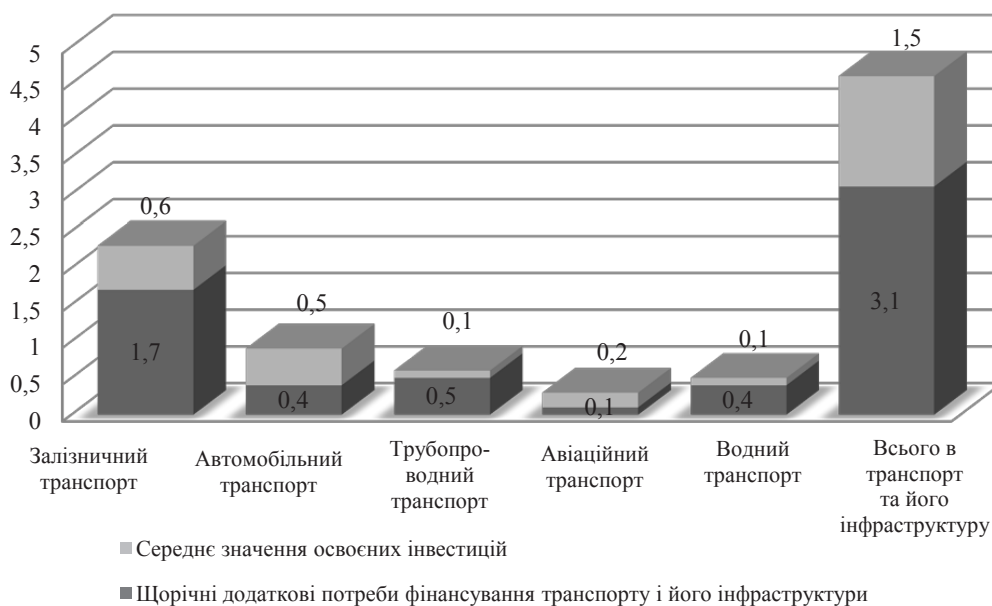


Рис. 1. Щорічні додаткові потреби фінансування транспорту та його інфраструктури в Україні, млрд євро [6]

дорівнюють 440 млн дол., з яких 170 млн – це кошти, необхідні на відновлення автодорожньої та залізничної інфраструктури Донецької та Луганської областей [6].

Сучасні тенденції економічного розвитку країн та регіонів показують пріоритетність питань зміцнення, реформування, введення інновацій із використанням усього логістичного потенціалу країни, тим самим розвиваючи транспортну інфраструктуру. Логістика є внеском у велику частину економіки, а її ефективність позначається на продуктивності діяльності інших секторів економіки.

Крім того, логістика може бути самостійним сектором розвитку, де країни з високим рівнем глобального або регіонального сполучення відіграють роль матеріально-технічного забезпечення і центру торгівлі, наприклад Нідерланди в Європі та Дубай або Сінгапур в Азії [7]. Яскравим прикладом розвитку в цьому напрямі є Німеччина, яка має найбільшу частку на ринку транспортно-логістичних послуг, нині там функціонує 33 транспортно-логістичних центри. У Бельгії налічується понад 250 логістичних центрів, в яких зайнято понад 20 тис осіб. У Нідерландах порт Роттердам – головний порт європейського ринку контейнерних перевезень. Щороку морські порти Нідерландів забезпечують надходження близько 20 млрд євро до національного бюджету країни. В Італії – Bologna Freight Village, один із провідних і найголовніших транспортно-логістичних центрів світу та один із найбільших транспортно-логістичних центрів Європейського Союзу та ін.

Вимірювання й узагальнення логістичних показників у різних країнах є складними завданнями. Одним із провідних індексів, який дає змогу проводити порівняльний аналіз розвитку логістики в різних країнах, є Logistics Performance Index, який розраховується згідно з методологією Світового економічного форуму (World Economic Forum) як складник процесу визначення конкурентоздатності країни. Logistics Performance Index є середньозваженою оцінкою за шістьма основними компонентами: Customs (ефективність митного і прикордонного оформлення), Infrastructure (якість інфраструктури), International shipments (простота організації міжнародних перевезень за конкурентними цінами), Logistics quality and competence (якість і компетентність логістичних послуг, що надаються операторами ринку),

Tracking and Tracing (відстеження проходження вантажів), Timeliness (своєчасність поставок вантажів) [7].

Згідно з даними Logistics Performance Index, Україна за підсумками 2018 р. посідає лише 66-е місце серед 160 країн, які охоплені рейтингом. Лідерами цього рейтингу є Німеччина, Швеція, Бельгія [7]. Детальніший аналіз цього індексу показує, що Україна суттєво програє лідерів (Німеччині) насамперед за оцінками транспортної інфраструктури – Infrastructure та країнам-сусідам (Польщі, Румунії, Словаччині); лише Молдова з перелічених країн має не дуже вигідне становище за якістю транспортної інфраструктури (рис. 2).

Одним із головних напрямів транспортної політики Європейського Союзу в останні роки став розвиток системи комбінованих (контрейлерних) перевезень вантажів, що передбачає на основі логістичних принципів роботу суцільних транспортних ланцюгів як єдиного «перевізнього конвеєра». Міжнародна практика свідчить, що понад третина всіх міжнародних вантажних перевезень, здійснюваних за принципом «від дверей до дверей», виконується за допомогою контейнерних потягів [8, с. 21].

Для забезпечення товару «від дверей до дверей» такі види транспорту, як залізничний і автомобільний, перетворюються з конкурентів на партнерів, зокрема з використанням контейнерних перевезень.

Незважаючи на певні незручності та стабільно високий рівень аварійності, автомобільним транспортом щорічно у міжнародному сполученні перевозиться близько 2 млн пасажирів, завдяки своїй доступності широким верствам населення, універсальності застосування, розвиненій комунікаційній мережі. Щодо мережевої забезпеченості України, то загальна довжина автодоріг в Україні становить близько 170 тис км, у тому числі з твердим покриттям – понад 97%. Найбільшу довжину автодоріг мають Харківська, Вінницька, Дніпропетровська, Полтавська та Житомирська області. Найменшу – Чернівецька, Закарпатська та Івано-Франківська. Найвищою щільністю автодоріг вирізняються Донецька, Луганська, Дніпропетровська, Львівська, Івано-Франківська, Київська області. Помітно меншими є ці показники на півночі України [4].

Важливою проблемою логістики як в Україні, так і в будь-якій іншій країні є все ще неналежна якість великої частини автомобільних шляхів. Навіть най-

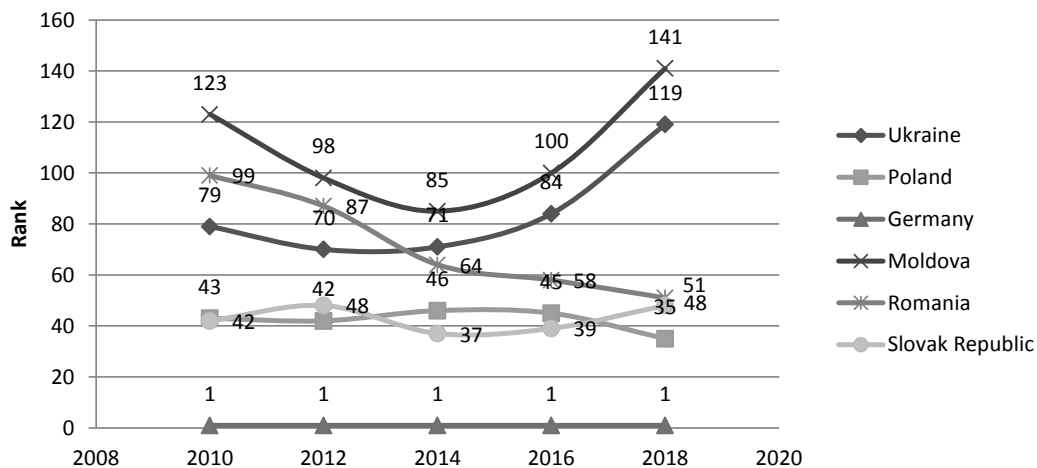


Рис. 2. Рейтинг транспортної інфраструктури за Logistics Performance Index, 2010–2018 рр.

сучасніший логістичний центр не може забезпечити швидку та якісну доставку вантажів без участі організації, що відповідають за стан автомобільних доріг у регіоні. Україна посіла 137-е місце зі 144 у рейтингу якості доріг від міжнародної неурядової організації The World Economic Forum [9].

Перевагами залізничного транспорту є те, що він майже не залежить від погодних умов, на його послуги існують диференційовані тарифи, є можливість вибрати рівень сервісу, хоча загальний рівень послуг потребує суттєвого поліпшення. Залізничний транспорт більш безпечний порівняно з автомобільним. Загальна довжина магістральних залізниць України становить 22,8 тис км, причому за останні 25 років цей показник практично не змінився. Середня щільність залізниць становить 37,7 км/тис км². Найвищою вона є в Донецькій, Луганській, Київській, Львівській, Тернопільській областях, найнижчою – у Рівненській, Чернігівській, Херсонській. В Україні електрифіковано 37% колій, а 35% доріг є двохколійними. Загальна довжина міжнародних залізничних коридорів, що проходять територією України, становить 3 162 км, з них 92,3% – двохколіїні, 77,3% – електрифіковані [4]. Володіючи величезними транспортним потужностями,

обсяг вантажних перевезень залізниці зменшується з року в рік. Це зумовлено як складною економічною та політичною ситуацією в країні, так і спадом обсягів промислового виробництва в державі, високим рівнем ризику незбереження вантажу в результаті відсутності належного класу складської інфраструктури [8].

Не менш складною проблемою українських залізниць є старіння основних фондів. Загальний ступінь зносу основних фондів залізниці становить 56%, у тому числі рухомого складу – 68%. Значна частина колій змонтована на дерев'яних шпалах, що вже непридатні. Негайного ремонту потребують 30% колій [9].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, можна зробити висновок, що транспортний складник інфраструктури України в сучасних умовах сприяє його зміцненню лише в тому сенсі, що система транспортних мереж має яскраво виражений транзитний характер. Модернізація логістичної інфраструктури ставить завдання не лише заміни застарілого обладнання та інженерних споруд, а й комплексної та системної їх переробки відповідно до нових технологій обробки вантажних потоків. Відповідно, актуалізується проблематика досліджень упровадження інновацій у логістичну інфраструктуру.

Список використаних джерел:

1. Філіпенко А.С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність. Київ : Знання, 2007. 670 с.
2. From remarks at an UNCTAD conference in February 2000, in Johan Norberg (2003), In Defense of Global Capitalism (Washington: Cato Institute), p. 155
3. Макаренко М.В., Слободян О.А. Сутність транспортної інфраструктури та її місце у ринкових відносинах. *Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління»*. 2012. Вип. 21–22, Ч. 1. С. 6–12.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 31.03.2020).
5. Сирийчик Т. Транспортна політика України та її наближення до норм Європейського Союзу. Київ : Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки, 2010. 102 с.
6. Наукова доповідь «Розвиток транспорту з метою відновлення і зростання української економіки» / НАН України. URL: <http://ief.org.ua/docs/sr/300.pdf> (дата звернення: 01.04.2020).
7. The World Bank. URL: <https://lpi.worldbank.org/international/global> (дата звернення: 31.03.2020).
8. Котенко А.М. Технології і технічні засоби комбінованих перевезень вантажів за чинниками глобальної логістики. *Science Rise*. 2015. № 1/2(6). С. 21–25.
9. The World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/> (дата звернення: 28.03.2020).

References:

1. Filipenko A.S. (2007) Hlobalni formy ekonomichnoho rozvytku: istoriya i suchasnist [Global forms of economic development: history and the present day]. Kiev: Knowledge. (in Ukrainian)
2. From remarks at an UNCTAD conference in February 2000, in Johan Norberg (2003), In Defense of Global Capitalism (Washington: Cato Institute), p. 155
3. Makarenko M.V., Slobodyan O.A. (2012) Sutnist transportnoyi infrastruktury ta yiyi mistse u rynkovykh vidnosynakh [The essence of transport infrastructure and its place in market relations]. Collection of scientific works DETUTE Economics and Management, vol. 21-22, no. 1, pp. 6–12. (in Ukrainian)
4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 31 March 2020). (in Ukrainian)
5. Syryychuk T. (2010) Transportna polityka Ukrayiny ta yiyi nablyzhennya do norm Yevropeys'koho Soyuzu [Transport policy of Ukraine and its approximation to the norms of the European Union]. Kyiv: Blue Ribbon Analytical and Advisory Center. (in Ukrainian)
6. NAN Ukrayiny. Naukova dopovid "Rozvytok transportu z metoyu vidnovlennya i zrostannya ukrayinskoyi ekonomiky" [NAS of Ukraine. Scientific report "Development of Transport for the Recovery and Growth of the Ukrainian Economy"]. Retrieved from: <http://ief.org.ua/docs/sr/300.pdf> (accessed 01 April 2020).
7. The World Bank. Retrieved from: <https://lpi.worldbank.org/international/global> (accessed 31 March 2020).
8. Kotenko A.M. (2015) Tekhnolohiyi i tekhnichni zasoby kombinovanykh perevezen' vantazhiv za chynnyka my hlobal'noyi lohistryky [Technologies and Technical Means of Combined Cargo Transportation by Global Logistics Factors]. *Science Rise*, no 1/2(6), pp. 21–25. (in Ukrainian)
9. The World Economic Forum. Retrieved from: <https://www.weforum.org/> (accessed 28 March 2020).

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.2>

Багорка М.О.

*доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті обґрунтовано теоретичні й методичні підходи та розроблено практичні рекомендації щодо впровадження системи маркетингового стратегічного планування в діяльність аграрних підприємств із метою підвищення ефективності їх функціонування. Визначено місце маркетингового планування в системі маркетингового менеджменту аграрних підприємств та представлено алгоритм проведення стратегічного планування на основі принципу системності, що базується на трьох принципах: комплексності, координації, стратегічної орієнтації. Встановлено, що планування має здійснюватися на всіх етапах процесу управління маркетингом під час формування інтегрованої системи маркетингу й є одним із найважливіших напрямів маркетингової діяльності підприємства, під час проведення якого формується комплекс підсистем маркетингу. При цьому основу послідовних етапів процесу планування становлять маркетинговий стратегічний аналіз, установлення маркетингових цілей і формування маркетингових стратегій.

Ключові слова: стратегічне планування, маркетингова діяльність, стратегічний аналіз, аграрне підприємство, маркетингова стратегія, маркетинговий менеджмент.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Багорка М.А.

В статье дано обоснование теоретическим и методическим подходам, разработаны практические рекомендации по внедрению системы маркетингового стратегического планирования в деятельность аграрных предприятий с целью повышения эффективности их функционирования. Определено место маркетингового планирования в системе маркетингового менеджмента аграрных предприятий и представлен алгоритм проведения стратегического планирования на основе принципа системности, который базируется на комплексности, координации, стратегической ориентации. Установлено, что планирование должно осуществляться на всех этапах процесса управления маркетингом при формировании интегрированной системы маркетинга и является одним из важнейших направлений маркетинговой деятельности предприятия, при проведении которого формируется комплекс подсистем маркетинга. При этом основу последовательных этапов процесса планирования составляют маркетинговый стратегический анализ, установление маркетинговых целей и формирование маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: стратегическое планирование, маркетинговая деятельность, стратегический анализ, аграрное предприятие, маркетинговая стратегия, маркетинговий менеджмент.

STRATEGIC PLANNING OF MARKETING ACTIVITIES OF AGRARIAN ENTERPRISES

Bahorka Mariia

The article substantiates theoretical and methodological approaches and develops practical recommendations for the implementation of the marketing strategic planning system in the activities of agricultural enterprises, with the aim of increasing their efficiency. The place of marketing planning in the system of marketing management of agrarian enterprises is determined and the algorithm of strategic planning based on the principle of systematic based on three principles is presented: complexity, coordination, strategic orientation. Planning in relation to marketing activities contributes to the definition of: trends in the development of needs of a certain type of product, the establishment of sales volumes; expediency of making changes in the structure of production, quality indicators of production, according to the needs of consumers, assortment policy; the need to develop new products and establish their volumes. When forming strategic planning of marketing activities it is necessary to take into account the features of agriculture, and especially the factors influencing the productivity of agricultural production. Industry specificity must be taken into account at all levels of management. An optimal marketing plan is the result of a systematic, scientifically sound, creative, yet structured process that reveals new opportunities and potential risks that must be considered in marketing activities and in the formulation of marketing strategies. The specific results and content of strategic planning in relation to marketing activities should be: the concept of

marketing management; marketing strategy; marketing program. It is established that planning must be carried out at all stages of the marketing management process during the formation of an integrated marketing system and is one of the most important areas of marketing activity of the enterprise, during which the complex of marketing subsystems is formed. At the same time, the basis of the successive stages of the planning process is marketing strategic analysis, setting marketing goals and formulating marketing strategies.

Keywords: strategic planning, marketing activities, strategic analysis, agricultural enterprise, marketing strategy, marketing management.

Постановка проблеми. Реалії сучасного розвитку аграрних підприємств характеризуються турбулентними змінами у зовнішньому середовищі, проявами жорстокої конкурентної боротьби на ринку, всеохоплюючими процесами глобалізації аграрного бізнесу, недосконалістю організаційно-економічних і фінансових умов функціонування. Проблемою також є складні відносини між суб'єктами аграрного бізнесу та державою. У таких умовах, на наше глибоке переконання, аграрні підприємства мають бути переведені на принципово нові умови ведення бізнесу, а це вимагає перегляду традиційних умов господарювання та встановлення нових стратегічних напрямів, які сприятимуть максимально ефективному їх розвитку. Для аграрних підприємств украї важливими є стратегічний підхід та концепція стратегічного управління, основу яких буде становити маркетинг. Саме основні положення теорії і практики маркетингу з урахуванням маркетингових принципів, маркетингової програми дій, маркетингової стратегії розвитку здатні допомогти аграрним підприємствам досягти основної кінцевої мети – задоволення потреб споживачів якісною та безпечною продукцією з максимальним економічним ефектом для себе.

Базовим складником для організації і координування маркетингової діяльності підприємства є процес маркетингового планування – поетапний процес досягнення маркетингових цілей, за допомогою якого підприємство простежує і контролює багато чинників, що впливають на отримання прибутку завдяки наявному маркетинговому потенціалу і використанню маркетингового інструментарію.

Проблема формування та застосування ефективних маркетингових стратегій, особливо в системі взаємодії основних елементів оперативного та стратегічного маркетингу, потребує постійного уточненого аналізу, узгодження, вивчення і нових розробок, що робить тему дослідження актуальною і практично значущою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням теорії маркетингу присвячено досить багато публікацій науковців, серед яких: Г. Азоев, І. Ансофф, Г. Армстронг, Г. Ассель, П. Друкер, Ф. Котлер, Р. Коллз, Д. Кревенс [1], Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, А. Стрікланд, А. Томпсон, О. Уолкер, Р. Фатхудинов, Г. Хулей, А. Чандлер та інші зарубіжні дослідники. У наукових працях цих науковців приділяється багато уваги питанням стратегічного маркетингового планування діяльності підприємств та формуванню відповідної маркетингової стратегії. Однак їхні наукові розробки не враховують достатньою мірою особливості ведення українського агробізнесу.

У вітчизняній економіці на зміну застарілому ставленню до планування виходить нове, яке пов'язано із сучасним розвитком підприємства, його становищем на ринку, якісними характеристиками продукції та її значенням для споживачів. Саме ці підходи до сучас-

ного процесу планування висвітлено в працях вітчизняних учених: О.М. Азаряна, Х. Анн, Н.О. Бабенко, Г.Л. Багієва, В.І. Баюри, В.В. Росохи [5], Л.М. Газуди [5], В. Руделіуса, М.І. Сокур, В.М. Тарасевича, Т.С. Циби. Проте дослідження переважної більшості авторів носять характер розгляду окремих складників планування, без розкриття комплексного підходу до цього процесу.

Проблемі організації процесу планування у сфері аграрного виробництва присвятили свої праці П. Борщевський, О. Варченко, В. Писаренко, П. Саблук, М. Сахацький, І. Соловійов, О. Шпикуляк та ін. Але водночас доволі велика кількість питань залишається нерозкритою і потребує поглибленого дослідження теоретичних і методологічних аспектів розроблення стратегічного маркетингового плану і прийняття стратегічно важливих управлінських рішень.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування теоретичних і методичних підходів та розроблення практичних рекомендацій щодо впровадження системи маркетингового стратегічного планування в діяльність аграрних підприємств із метою підвищення ефективності їх функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система маркетингу аграрного підприємства формується на основі стратегічного та тактичного рівнів управління, при цьому тактичний рівень відповідає за оперативне реагування на потреби споживачів і поточні проблеми господарювання підприємства, а стратегічний рівень спрямований на розв'язання проблем майбутнього з урахуванням досягнень минулих періодів і базується на основі стратегічного маркетингового планування.

Стратегічне планування є однією з основних функцій стратегічного управління і включає процес прийняття управлінських рішень стосовно стратегічного розвитку за допомогою ефективних маркетингових стратегій, накопичення ресурсного (у тому числі маркетингового) потенціалу, створення умов для адаптації підприємства до зовнішнього середовища, внутрішньої організації маркетингової діяльності. Можна впевнено стверджувати, що це процес формування і практичної реалізації генерального плану (програми) або певної моделі дій аграрного підприємства.

Ми узагальнили основні передумови переходу аграрних підприємств до стратегічного планування (рис. 1).

Стратегічне планування прокладає шлях у майбутнє і використовується з метою спрямування дій підприємства для досягнення бажаних цілей. Із приводу цього Д. Кревенс зазначав, що «стратегічне планування – це не майбутні рішення, а вплив майбутнього на сьогоднішні рішення. При цьому розробляються нові можливості організації (фірми), наприклад зміна профілю підприємства, радикальна зміна технології, розширення виробничих потужностей тощо» [1, с. 94].

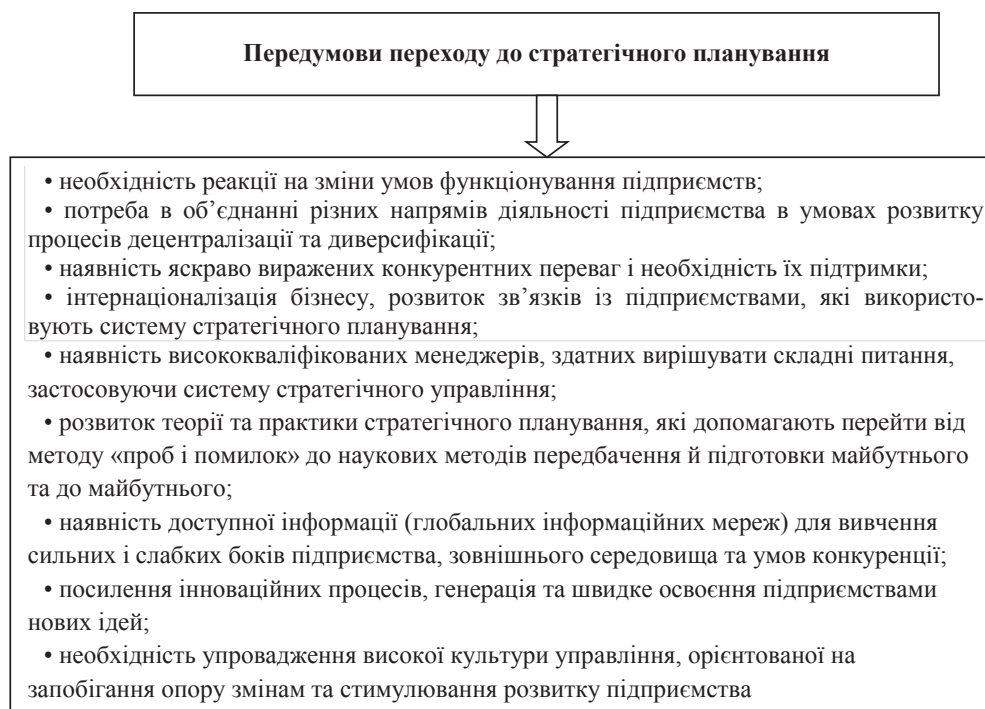


Рис. 1. Основні передумови переходу підприємств до стратегічного планування

Джерело: узагальнено автором

Основними компонентами стратегічного планування є:

- системний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища;
- встановлення стратегічних цілей та орієнтирів;
- визначення стратегії їх досягнення;
- розроблення стратегічного плану їх досягнення.

Погоджуємося з думкою К.І. Редченко, який стверджує, що «маркетингове планування є комплексною системою, що включає підсистему стратегічного планування та планування маркетингу» [2, с. 184].

Планування маркетингової діяльності підприємства – це розроблення чіткої програми дій, процесом якої є керування послідовністю, чіткістю та результатами змін із метою отримання бажаного прибутку за визначений період часу [3, с. 29].

Планування маркетингу включає розроблення певної моделі дій із метою виконання стратегічних завдань і цілей підприємства. Плани маркетингу розробляються для кожного стратегічного напрямку діяльності підприємства з детальним роз'ясненням стосовно продукції підприємства і позиції на ринку відповідно до елементів комплексу маркетингу.

Ми вважаємо за необхідне зауважити, що планування не може сприйматися як директивна вказівка діяти так, а не інакше, тому критичне ставлення до планування, на нашу думку, не має логічного підґрунтя. Розроблений план ні в якому разі не змушує підприємство строго відповідати йому, він носить характер науково обґрунтованих і економічно підтверджених рекомендацій виробничо-господарської та економічної діяльності підприємства.

Система планування під час реалізації маркетингових заходів полягає у розробленні й реалізації про-

грами маркетингу, котра є корпоративним планом і встановлює взаємозв'язок між усіма планами окремих підрозділів підприємства.

Система планування маркетингу взаємопов'язана з іншими підсистемами планування (рис. 2).

Уважаємо за необхідне звернути увагу на те, що реалізація плану маркетингу не може відбуватися відсторонено від інших планів діяльності підприємства, а має бути взаємопов'язана й узгоджена з ними.

Стратегічне маркетингове планування є складником процесу стратегічного управління й охоплює основні рівні за ієрархією в системі управління підприємством:

1) корпоративний рівень, де стратегічний маркетинговий план бере участь у розробленні місії аграрного підприємства, формулює цілі, які мають відповідати його спеціалізації;

2) бізнес-рівень, тобто рівень стратегічних господарських підрозділів, де стратегічний маркетинговий план має бути реалізований за допомогою маркетингового менеджменту, під час здійснення аналізу портфелю бізнесу аграрного підприємства, маркетингового середовища та маркетингового аналізу діяльності стратегічних господарських підрозділів;

3) рівень товару – в основі стратегічного маркетингового планування лежать основні властивості і специфічні особливості продукції аграрного підприємства, будується портфель інструментальних стратегій управління збутовою діяльністю підприємства.

Сьогодні процес стратегічного планування можна вважати основою стратегічного розвитку аграрних підприємств і потреба в ньому викликана такими чинниками:

- більшість аграрних ринків у сучасних умовах є насиченими і характеризуються високим рівнем конкуренції, тому для успішної ринкової діяльності кож-

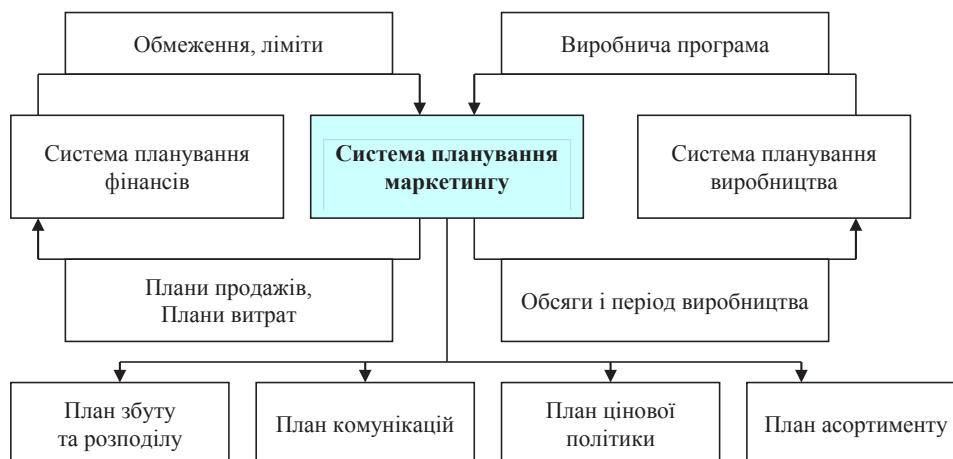


Рис. 2. Місце системи планування маркетингу на підприємстві

Джерело: сформовано автором

ному аграрному підприємству необхідно визначити свій цільовий сегмент зі специфічними потребами, що є можливим лише під час використання маркетингового інструментарію;

– сучасне зовнішнє бізнес-середовище динамічно змінюється, що може надати аграрним підприємствам додаткові ринкові можливості або, навпаки, нести загрози його стратегічній діяльності. Постійний моніторинг ситуації на ринку зможе визначити ринкові можливості для аграрних підприємств, своєчасно їх розпізнати та скористатися ними і водночас уникнути ринкових загроз. Саме цей складник є основою методологічного інструментарію під час формування маркетингової стратегії;

– високий рівень конкуренції, який існує на багатьох товарних і регіональних ринках, вимагає від аграрних підприємств адекватної конкурентної поведінки, яка надасть можливість для зміцнення конкурентоспроможної довгострокової позиції на ринку. Теорія конкурентних переваг націлена на розроблення заходів, спрямованих на посилення конкурентоспроможності; формування механізму реагування на зовнішні зміни; об'єднання стратегічних дій основних функціональних підрозділів підприємств; вирішення специфічних питань і проблем бізнесу, які є актуальними на даний момент. Усе це є також основою під час формування маркетингової стратегії;

– урахування змін у характері й поведінці споживача є важливим для ринкової діяльності аграрного підприємства. Сьогодні споживачі стають більш обізнаними завдяки активізації інформаційного простору. Комунікаційна політика підприємства дедалі сильніше впливає на споживача та на формування його купівельної поведінки, підвищуються вимоги споживача до сервісного обслуговування та інших нецінових чинників конкурентоспроможності товару, підвищується рівень індивідуалізації споживача та його прагнення бути відмінним та несхожим на інших. У результаті цих змін споживач стає вимогливішим до результатів діяльності підприємства-виробника. Стають важливими знання і розуміння потреб споживача, його вимог до товарів підприємства. Можливість задовольняти ці потреби краще й ефективніше, ніж конкуренти, є чин-

ником успішної діяльності підприємства та основним критерієм під час формування маркетингової стратегії.

Процес стратегічного маркетингового планування відіграє настільки важливу роль у діяльності аграрних підприємств, що вони викладають цей процес у вигляді стратегічного плану маркетингового менеджменту, який визначає сукупність цілей та заходів на конкретний період часу.

Планування як складник системи маркетингового менеджменту залежить від таких чинників: здійснення процесу планування за ієрархією в системі управління; особливостей діяльності аграрного підприємства та ситуації на ринку; особливостей продукції підприємства, її життєвого циклу.

Основу послідовних етапів процесу планування становлять маркетинговий стратегічний аналіз, установлення маркетингових цілей і формування маркетингових стратегій [4, с. 100]. Однією з основних методологічних засад стратегічного планування маркетингу є системність, що базується на трьох принципах: комплексності, координації, стратегічної орієнтації, а методи, які використовуються під час стратегічного маркетингового планування, істотно не відрізняються від звичайних економічних методів.

Однією з основних методологічних засад стратегічного планування маркетингу є системність, що базується на трьох принципах (табл. 1).

Стратегічне маркетингове планування є однією з найголовніших умов ефективного функціонування, економічного зростання і розвитку будь-якого підприємства, робить підприємство більш підготовленим до несподіваних (непередбачених) змін, дає змогу передбачити їх і розробити стандартні набори корегування складників стратегічного плану [5, с. 225].

Вітчизняним керівникам аграрних підприємств треба взяти до уваги досвід зарубіжних країн, де значну увагу приділено проблемам стратегічного планування та маркетинговим дослідженням, для вирішення цих проблем витрачається багато коштів і часу, але водночас це дає змогу підприємствам уникнути прийняття помилкових управлінських рішень та стадії банкрутства. Саме тому ми наголошуємо на впровадженні стратегічного планування у практику роботи вітчиз-

Таблиця 1

Основні положення системності стратегічного планування маркетингу

Ознака поняття «система»	Принцип системності у плануванні маркетингу
Наявність сукупності елементів	Комплексність – урахування всіх елементів міжнародного маркетингового сплетіння.
Взаємозв'язок між елементами	Координація – погодження маркетингових цілей та заходів з іншими функціональними підрозділами підприємства та між собою.
Наявність єдиного, орієнтованого на спільні цілі напряму розвитку елементів	Стратегічна орієнтація – інтеграція планів різних підрозділів, створення системи планів, підпорядкованих маркетингових стратегій.

няних аграрних підприємств, що особливо важливо у сучасних умовах невизначеності майбутнього.

Аграрні підприємства, які стратегічно орієнтовані і будують свою діяльність згідно зі стратегічним маркетинговим планом та маркетинговою стратегією, мають такі переваги:

- зменшується до мінімуму вплив можливих негативних змін, а також факторів «невизначеності майбутнього»;

- ураховуються об'єктивні чинники маркетингового середовища;

- система управління стає більш досконалою, оскільки за наявності системи стратегічних планів є змога порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, конкретизованими у вигляді планових завдань, чітко встановлюються стратегічні цілі підприємства;

- з'являється можливість установалення системи стимулювання для розвитку гнучкості та адаптації підприємства до змін;

- забезпечується реалізація стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю та аналізу за динамічних змін середовища;

- розвиток ресурсного потенціалу та системи зовнішніх зв'язків дає змогу досягти майбутніх цілей;

- здійснюється більш ефективний розподіл ресурсів та їх концентрація на досягненні певних цілей;

- з'являється можливість передбачити можливі ризики діяльності підприємства.

Таким чином, установлено, що під стратегічним маркетинговим плануванням слід розуміти процес вибору довгострокових цілей та маркетингових стратегій розвитку підприємства шляхом співставлення наявних ресурсів і можливостей.

На наше глибоке переконання, реалізація стратегічного маркетингового підходу є складним завданням, і для реалізації необхідно використовувати системний підхід до складання стратегічного плану маркетингової діяльності та формування маркетингової стратегії функціонування аграрного підприємства, оскільки саме в такому поєднанні аграрне підприємство не втра-

тить можливостей і зможе ефективно функціонувати в довгостроковій перспективі.

Висновки з проведеного дослідження. Установлено, що стратегічне маркетингове плануванням здатне забезпечити досягнення реальних цілей, а також зайняти бажану конкурентну позицію аграрним підприємством за певний період часу, а процес його реалізації спрямований на зменшення ризиків, позиціонування підприємства так, щоб воно могло оперативно реагувати на зміни у зовнішньому маркетинговому середовищі, забезпечити протидію негативним чинникам цього середовища. Конкретними результатами і змістом стратегічного планування по відношенню до маркетингової діяльності мають бути: концепція маркетингового управління; маркетингова стратегія; маркетингова програма.

Роль і місце планування в маркетинговому управлінні підприємством зумовлюються системним характером. Оптимальний план маркетингової діяльності – результат системного, науково обґрунтованого, творчого, але водночас структурованого процесу, який дає змогу виявити нові можливості і потенційні ризики, які мають бути враховані в маркетинговій діяльності та під час формування маркетингових стратегій.

Планування має здійснюватися на всіх етапах процесу управління маркетингом під час формування інтегрованої системи маркетингу й є одним із найважливіших напрямів маркетингової діяльності підприємства, у процесі проведення якого формується комплекс підсистем маркетингу. Основу послідовних етапів процесу планування становлять маркетинговий стратегічний аналіз, установалення маркетингових цілей і формування маркетингових стратегій.

Однією з основних методологічних засад стратегічного планування маркетингу є системність, що базується на трьох принципах: комплексності, координації, стратегічної орієнтації, а методи, які використовуються під час стратегічного маркетингового планування, істотно не відрізняються від звичайних економічних методів.

Список використаних джерел:

1. Крєвенс Д. Стратегический маркетинг. Москва : Вильямс, 2008. 512 с.
2. Рєдченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навчальний посібник ; вид. 2-є, доп. Львів : Новий світ – 2000, 2003. 272 с.
3. Кудєнко Н.В. Розвиток системи стратегічного планування в управлінні фірмою. *Вчені записки*. 2002. Вип. 4. С. 137–142.
4. Левкін Г.Я. Алгоритм розробки стратегічного плану маркетингового менеджменту на підприємствах АПК. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 4. С. 99–105.
5. Росоха В.В., Газуда Л.М. Особливості планування в системі маркетингового менеджменту. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2013. Вип. 2(39). Ч. 1. С. 223–233.

References:

1. Krevens D. Strategicheskij marketing (2008) [Strategic Marketing]. Moscow: Williams Publishing House, 272 p. (in Russian).
2. Redchenko K.I. (2003). Stratehichnyy analiz u biznesi [Strategic analysis in business]. Lviv: New world – 2000, 272 p. (in Ukrainian)
3. Kudenko N.V. (2002) Rozvytok systemy stratehichnoho planuvannya v upravlinni firmoyu [Development of strategic planning system in the management of the firm]. *Scientific notes. Scientific collection*, vol. 4, pp. 269–272.
4. Levkin H.Ya. (2014) Alhorytm rozrobky stratehichnoho planu marketynhovooho menedzhmentu na pidpryyemstvakh APK [An algorithm for developing a strategic marketing management plan for agribusiness enterprises]. *Investment: practice and experience*, no. 4, pp. 99–105.
5. Rosokha V.V., Hazuda L.M. (2013) Osoblyvosti planuvannya v systemi marketynhovooho menedzhmentu [Features of planning in the system of marketing management]. *Uzhgorod University Scientific Bulletin*, vol. 1, no. 2(39), pp. 223–233.

E-mail: Masha010574@gmail.com

УДК 338.246:005.936

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.3>

Березина Л.М.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки
та міжнародних економічних відносин,
Полтавська державна аграрна академія

Братанов Б.В.

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії,
Полтавська державна аграрна академія

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ ТА ПРОМИСЛОВОГО ШПИГУНСТВА ПІДПРИЄМСТВ

У статті проведено порівняльний аналіз конкурентної розвідки та промислового шпигунства. Надано теоретичну інтерпретацію зазначених категорій та досліджено характерні особливості конкурентної розвідки. Розглянуто її окремі аспекти як інформаційно-аналітичної роботи сучасного підприємства для отримання конкурентних переваг та досягнення цілей підприємницької діяльності. Визначено основні результати конкурентної розвідки, означено її необхідність як інструменту ефективного управління діяльністю сучасного бізнесу. Розглянуто особливості промислового шпигунства як загрози для сфери інтелектуальної власності. Названо цілі, які переслідує промисловий шпionаж. Дано характеристику чинникам, що сприяють розвитку промислового шпигунства в Україні. Визначено основні кроки підприємства, які допоможуть запобігти промислому шпionажу.

Ключові слова: економічна безпека, розвідка, конкурентна розвідка, шпionаж, промислове шпигунство, інформація, гіперконкуренція.

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ И ПРОМЫШЛЕННОГО ШПИОНАЖА ПРЕДПРИЯТИЙ

Березина Л.М., Братанов Б.В.

В статье проведен сравнительный анализ конкурентной разведки и промышленного шпионажа. Представлена теоретическая интерпретация данных категорий и исследованы характерные особенности конкурентной разведки. Рассмотрены ее отдельные аспекты как информационно-аналитической работы современного предприятия для получения конкурентных преимуществ и достижения целей предпринимательской деятельности. Определены основные результаты конкурентной разведки, отмечена ее необходимость как инструмента эффективного управления деятельностью современного бизнеса. Рассмотрены особенности промышленного шпионажа как угрозы для сферы интеллектуальной собственности. Названы цели, которые преследует промышленный шпионаж. Дана характеристика факторам, способствующим развитию промышленного шпионажа в Украине. Указаны основные шаги предприятия, которые его предотвратят.

Ключевые слова: экономическая безопасность, разведка, конкурентная разведка, шпионаж, промышленный шпионаж, информация, гиперконкуренция.

CHARACTERISTIC FEATURES OF COMPETITIVE INTELLIGENCE
AND INDUSTRIAL SPYING OF ENTERPRISES

Berezina Lyudmila, Bratanov Bohdan

In today's world businesses which adept competitive intelligence in their activity are more likely to succeed. The level of competition in the world is constantly increasing and competitive intelligence, when it is used effectively, can be a determining factor that might lead the company which is in danger of complete defeat to the success. However, nowadays there is no clear and harmonized system of actions for timely detection, prevention, counteraction and controlling industrial espionage at domestic enterprises, which provides illegal methods and technologies and means primarily operational activities, including illegal penetration on the competitors' territory, blackmailing, collecting information from the communication channels, bribery, surveillance, information theft, etc. This article provides a comparative analysis of competitive intelligence and industrial espionage. The characteristic features of competitive intelligence have been studied. Some aspects of this notion are considered as information and analytical activity of a modern enterprise in order to obtain competitive advantages and achieve the goals of entrepreneurial activity. The necessity of competitive intelligence is determined as a tool for effective management of modern business activity. The author defines the concept of "competitive intelligence", which differs from the existing definitions. The author focuses out attention on the introduction of timely changes in the enterprise, taking into account the satisfaction of the potential needs of consumers and the value of their own business. The features of industrial espionage as a threat to the intellectual property are also considered. The goals which industrial espionage pursue are named in this study. Hypercompetition is a type of industrial espionage and it is considered in the work. Hypercompetition includes different types of illegal methods of competitive pressure by different subjects of economic activity in order to create unfavourable conditions or crises for their own benefit. The characteristics contributing to the development of industrial espionage in Ukraine are also described. Moreover, the company's basic steps which help to prevent industrial espionage were identified.

Keywords: economic security, intelligence, competitive intelligence, espionage, industrial espionage/spying, information, hypercompetition.

Постановка проблеми. Стрімкі зміни в сучасному ринковому середовищі змушують підприємства до боротьби за захист власних інтересів, інформації від посягань конкурентів. У цьому полягає основне завдання економічної безпеки, яка має бути комплексом заходів, спрямованих на постійний стійкий розвиток підприємства, що забезпечує механізм протидії загрозам із боку оточуючого середовища.

Серед основних чинників, які мають значний вплив на ефективність ведення господарської діяльності, виокремлюють конкурентну розвідку та промисловий шпіонаж. Їхня мета полягає у заволодінні інтелектуальною власністю конкуруючого підприємства законними або нелегальними шляхами.

Проблема захисту від нечесних конкурентів та отримання необхідної інформації для власної ефективної діяльності стали одними з актуальних аспектів господарювання у підприємствах, якими не можна нехтувати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані зі зростанням значущості промислового шпигунства в сучасному світі, беруть початок у працях таких іноземних учених, як П. Райт, Раду Сьон, Т. Гловер, М. Ахмед, С. Девіс та ін. Хоча вітчизняні дослідження питань щодо захисту консолідованої інформації, понять конкурентної розвідки та промислового шпигунства відстають від закордонних, проте схожі питання підіймаються і нашими вченими, а саме: М.В. Черкашиною, В.Ю. Богдановичем, Т.П. Ткаченко, В.Л. Ортинським, А.М. Штангретом, Ф.В. Акулініною, В.Л. Диканем, М.В. Куркіним, А.О. Беседіною, Т.Е. Сухоруковою, А.М. Вергуном, В.В. Бадраком, В.Д. Немцовим, Л.С. Довгань, М.Г. Саєнко, А.О. Андрейчиковим, З.Б Живко [2], Б.М. Андрушків [4], Ю.С Якубівською [5] та ін. Зазначені науковці зробили вагомий внесок у розкриття сутності понять «конкурентна розвідка» та «промислове шпигунство», проаналізували складники та принципи їх взаємозв'язку.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження змісту понять конкурентної розвідки та промислового шпигунства, їх застосування на практиці та наслідків для підприємств на теренах України. Досягнення окресленої мети зумовлює вирішення комплексу завдань, а саме: розмежування понять «конкурентна розвідка» та «промислове шпигунство», виявлення їхніх складників, чинників впливу, загроз та можливих шляхів їх подолання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині вітчизняним підприємствам доводиться функціонувати в умовах жорсткої конкуренції, постійно підвищуючи свою конкурентоспроможність, збільшуючи частку продукції чи послуг на ринку, перебуваючи в боротьбі за власних клієнтів. Тому процеси, пов'язані зі збором, аналізом та накопиченням інформації про стан бізнесу конкурентів, структури ринку, є життєво необхідними для будь-якого суб'єкта господарювання. Пріоритетними у забезпеченні ефективної діяльності підприємства є також його конкурентні переваги: унікальність, механізми формування, зберігання та реалізації продукції й інформації, а найголовніше – як можна забезпечити їх захист у процесі конкурентної боротьби. Такі процеси, як збір даних та розширення їх оцінка, також потребують реорганізації для зменшення затрат часу на збирання та аналіз інформації, забезпечення її достовірності, точність викладення керівникам та можливість збереження як історичної довідки для подальшого проведення ситуаційного аналізу. А тому перед топ-менеджерами будь-якого підприємства постає питання щодо збалансування та оптимізації системи економічної безпеки до стабільності стану його сталого розвитку в реаліях динамічних змін вітчизняної економіки. Вирішення даної проблематики вбачаємо в упорядкуванні збору та аналізу даних, що, своєю чергою, дасть змогу раціонально й ефективно функціонувати на ринку, враховуючи при цьому наявні

та приховані ризики та вживаючи заходів для їх попередження чи протидії.

Рушійною силою сучасного економічного прогресу вважають конкуренцію, оскільки саме вона окреслює межі дозволеного для всіх суб'єктів ринку та змушує дотримуватися законів щодо підвищення рівня ефективності виробництва. Маркетинговий складник бізнес-плану сучасного підприємства наполегливо рекомендує оцінювати конкурентів, оскільки чим більше підприємець знає про своїх суперників, тим ефективніша його комерційна політика ведення бізнесу. Тому об'єктивною є необхідність, з одного боку, у збиранні інформації про конкурента, а з іншого – у захисті інформації про його бізнес. Цю проблему вирішують за допомогою розвідувальної діяльності.

Найчастіше у спеціалізованій літературі можна зустріти такі поняття, як «економічна розвідка», «комерційна розвідка», «військова розвідка», «політична розвідка» тощо. При цьому у кожному з них виявляються свої складники, а класифікація є досить умовною та залежить від функціональних характеристик об'єкта розвідки (конкурента).

Зміст розвідки (економічної, виробничої, конкурентної) полягає в організації та проведенні заходів, спрямованих на збір інформації, необхідної для успішного розвитку компанії, в її кваліфікованій обробці та у формулюванні висновків про можливі дії конкурентів.

Деякі вчені ототожнюють поняття економічної, конкурентної та бізнес-розвідки. Однак ми погоджуємося з думкою Т.Б. Кузенко, Л.С. Мартошевої, О.В. Грачова, О.Ю. Литовченко, які вважають, що економічна розвідка більш складна за своєю структурою порівняно з іншими видами. Саме їй підпорядковуються комерційна розвідка та промислове шпигунство. Зміст розвідки зводиться до організації та проведення заходів, що спрямовані на збір необхідної для успішного розвитку діяльності підприємства інформації, її кваліфікованої обробки й формування висновків щодо можливих дій конкурентів, інших юридичних та фізичних осіб [1, с. 199–200].

На нашу думку, економічну розвідку доцільно розуміти як діяльність, яка здійснюється спеціальними засобами, методами і прийомами з метою забезпечення вищого керівництва розвідувальною інформацією щодо промисловості, транспорту, торгівлі, фінансової та грошово-кредитної системи, природних ресурсів та ін.; сприяння реалізації й захисту корпоративних інтересів та протидії зовнішнім загрозам безпеці підприємства.

Економічна розвідка включає три елементи діяльності: організацію розвідки, отримання необхідної інформації та її оброблення. Ці складники повністю взаємозалежні, ігнорування хоча б однієї з них призводить до припинення функціонування всієї системи.

Нині серед активно використовуваних методів збору розвідувальної інформації є такі:

- контрольна закупівля товарів у конкурентів для подальшого вивчення;
- відвідування підприємств-конкурентів;
- присутність власних агентів на презентаціях, виставках, конференціях конкурентів;
- переговори з конкурентами, у процесі яких свідомо вивідується додаткова інформація;
- викрадення ноу-хау, аванпроектів та іншої технічної інформації.

У світовій практиці надання актуальної, достовірної та повної інформації вищому керівництву, орієнтованій на прийняття оптимальних управлінських рішень, можливе не лише за допомогою розвідувальних, а й завдяки контррозвідувальним технологіям у веденні бізнесу. Західна наукова література цій функції управління дала назву «бізнес-розвідка» (business intelligence), або «конкурентна розвідка» (competitive intelligence).

З.Б. Живко акцентує увагу на важливості визначення конкурентної розвідки та контррозвідки у структурі системи економічної безпеки. Зокрема, здійснення конкурентної розвідки повинне передбачати вивчення конкурентного середовища, ідентифікацію зовнішніх загроз і ризиків, прогнозування зміни зовнішнього середовища, розроблення превентивних заходів захисту, протидію недружньому злиттю та поглинанню, а контррозвідки – виявлення слабких місць у внутрішньому середовищі, перекриття каналів витоку цінної інформації, забезпечення збереження комерційної таємниці, прогнозу моменту виникнення та тенденцій розвитку кризових процесів [2, с. 212].

Конкурентною розвідкою описуються особливості правової та етичної діяльності про систематичний збір, оцінку та управління інформацією щодо конкурентів. Це включає дослідження газетних статей, публікацій компанії, вебсайтів, патентних заявок, спеціалізованих баз даних та інформації на виставках, що дає змогу визначити інформацію про підприємство. В економічній реальності «конкурентну інформацію» характеризують як «застосування принципів і практик військової та національної розвідки у сфері глобального бізнесу» [3].

Отже, конкурентну розвідку, на нашу думку, доцільно розглядати як систематичний процес, який включає збір, структуризацію, аналіз і оцінку інформації щодо внутрішнього середовища та зовнішнього оточення підприємства; доведення до вищого керівництва відомостей для прийняття ефективних та якісних стратегічних і важливих тактичних рішень у бізнесі, що дадуть змогу передбачити зміни на ринку та прийняти при цьому адекватні рішення, які дадуть змогу керувати ризиками (у разі неможливості їх попередження чи уникнення), запровадження своєчасних змін на підприємстві, беручи при цьому до уваги задоволення потенційних потреб споживачів та підвищення вартості власного бізнесу.

Сьогодні діяльність суб'єктів економічної безпеки на підприємствах базується на інформації, яка сповіщає про стан зовнішньої та внутрішньої безпеки підприємства, зокрема підрозділи конкурентної розвідки відповідають за аналіз та збір інформації із зовнішніх джерел, хоча деяка інформація фахівцями конкурентної розвідки використовується і з внутрішніх джерел.

У роботі «Целевая конкуренция», автором якої є фахівець з конкурентної розвідки П. Гордон, зазначається, що конкурентна розвідка дає компанії цілу низку істотних переваг [4, с. 52]. Зокрема, серед них:

- виявлення нових або можливих конкурентів;
- прогнозування змін на ринку;
- спрощення процесу переймання позитивного досвіду інших підприємств;
- прогноз дій конкурентів та партнерів;
- допомога в оцінці доцільності придбання чи відкриття нового бізнесу;

- вивчення нових технологій, продуктів чи процесів, які можуть вплинути на бізнес замовника;
- виявлення змін і вчасне реагування на них;
- вияв слабких місць конкурентів;
- можливість виявити потенційні джерела витоку конфіденційної інформації через співробітників компанії.

Основними результатами конкурентної розвідки є:

- оцінка наслідків дій суперників для підприємства, а також вивчення поточних тенденцій та прогноз майбутнього розвитку;
- діагностика зовнішнього конкурентного оточення й результати оцінки основних конкурентів на основі публічної та «приватної» інформації;
- оцінювання досвіду конкурентів та власного досвіду, виявлення конкурентного розриву;
- вивчення економічної стратегії, досвіду та факторів конкурентів, що визначають їх успіх;
- порівняльні дослідження, зосереджені на конкретних аспектах конкурентоспроможності підприємства.

Нині дуже часто відбувається синонімізація понять «конкурентна розвідка» та «промислове шпигунство». Хоча ці поняття мають спільні риси і багато хто їх отожднює, усе ж вони є різними. Метою і першого, і другого є одержання відомостей про діяльність наявних та потенційних конкурентів. І розвідкою, і шпигунством, як правило, займаються відповідні фахівці. Однак спільне на цьому закінчується.

Основна відмінність конкурентної розвідки від шпигунства полягає у тому, що вона здійснюється згідно з чинним законодавством, результати отримуються шляхом аналітичної обробки значних обсягів різноманітних відкритих даних. Із появою таких нових інформаційних технологій, як мережеві структури, комерційні бази даних, системи пошуку інформації тощо, та відносно дешевиною доступу до інформаційних ресурсів у аналітиків конкурентної розвідки з'явилася можливість отримувати якісні матеріали для подальшого використання керівництвом підприємства під час прийняття управлінських рішень. На протигагу цьому під час використання промислового шпигунства застосовують незаконні методи і прийоми. Це, насамперед, оперативні дослідження, які передбачають вербування інсайдерів та збір конфіденційної інформації з метою досягнення конкурентних переваг. При цьому, як правило, уточнюється, яка саме інформація буде цікавою для керівництва [3, с. 53–54].

Як уважають деякі науковці, промислове шпигунство виступає видом недобросовісної конкуренції, діяльністю з незаконного одержання інформації, яка становить комерційну цінність. Ключове слово у цьому визначенні – «незаконного» [5].

Звідси, вважаємо, що промислове шпигунство є видом недобросовісної конкуренції, за якої відбувається незаконний цілеспрямований збір інтелектуальних і конфіденційних відомостей, які становлять комерційну, службову, промислову таємницю, з метою випередження конкурентів, зміцнення власних позицій і/або захоплення більшої частки на ринку чи отримання інших переваг у бізнесі.

Серед учених, які займалися дослідженням специфіки боротьби з промисловим шпionaжем, існує думка, що іноді дуже складно відрізнити законні й нелегальні методи боротьби, зокрема якщо брати до уваги етичний бік збору інформації. Промислове шпигунство, як

правило, пов'язують із технологіями важкої промисловості, включаючи комп'ютерне програмне та апаратне забезпечення, біотехнології, аерокосмічну промисловість, телекомунікації, транспорт і технологію двигунів, виробництво автомобілів, верстатів, енергії, матеріалів і покриття.

Головною причиною використання промислового шпигунства є бажання за відносно невеликий проміжок часу та без додаткових витрат наздогнати конкурентів, які займають лідируючі позиції на ринку, чи не дати змогу суперникам, які розробляють новий товар чи перспективну технологію, зробити те ж саме [6].

Інакше кажучи, промисловий шпionaж виступає лише одним зі способів конкурентної боротьби для бізнесу. Тобто коли суб'єктом економічного шпигунства (стороню, що здійснює активні дії) виступає держава через спецслужби, то у разі промислового такими є окремі підприємці, фірми (фізичні чи юридичні особи). Промислове шпигунство, як правило, переслідує дві цілі:

1. одержання даних щодо роботи конкурентів, насамперед про стратегічні та тактичні плани;
2. витіснення або знищення суперників, що дасть додаткову конкурентну перевагу на ринку.

Нині у світовому економічному просторі як один із видів промислового шпигунства використовується «гіперконкуренція» – коли різні суб'єкти економічної діяльності (великі компанії, транснаціональні корпорації, держави) використовують різноманітні, часто недобросовісні або нелегальні, методи конкурентної боротьби задля створення у опонентів несприятливих умов чи криз, що дасть змогу захопити більшу частку ринку і збільшити обсяги реалізації товарів чи послуг. Також гіперконкуренція використовується для захоплення та дестабілізації ринків, що можливо зробити за допомогою наступального (агресивного) бенчмаркінгу, порушення авторських прав, переманювання професіоналів у конкурентів, кризових структур, кібератак та ін.

Базисом гіперконкуренції виступають спецструктури компаній, які використовують методи недобросовісної конкуренції у власних інтересах і убезпечують себе від подібних заходів із боку суперників. Ці структури не мають загальноприйнятої назви і позначаються різними термінами. На думку В. Гомольської, найбільш підходящим терміном є «кризові структури» – вони мають справу зі створенням криз у конкурентів, однак намагаються запобігти появі їх у власній компанії, при цьому активно приховуючи цілі своєї роботи та методи щодо їх досягнення [7, с. 50].

Не можна залишити поза увагою й те, що в поле прискіпливої уваги промислового шпигунства досить давно потрапили комп'ютерні системи. Розроблення і розповсюдження програмного забезпечення та технічних засобів, призначених для нелегального проникнення в автоматизовані системи та здатних призвести до спотворення або знищення даних чи носіїв інформації, тягне за собою покарання у вигляді позбавлення волі на строк до двох років або виправних робіт на той самий період чи штрафу у розмірі від ста до двохсот мінімальних розмірів заробітної плати. У разі якщо ці дії завдали шкоди у великих розмірах чи здійснені повторно або за попередньою змовою групою осіб, караються позбавленням волі на строк від двох до п'яти років [8].

Разом із цим промислове шпигунство в Україні здійснюється як прийнятний спосіб ведення бізнесу,

без наявності ефективного чинного законодавства для запобігання цьому. Так, була спроба використовувати кримінальні закони з метою протидії промислового шпигунства, однак останні не охоплюють поняття крадіжки або неправильного збору конфіденційної інформації зокрема. Очевидно, що у сфері бізнесу інформація є більш цінною, ніж будь-коли. Кожне підприємство є вразливим до крадіжки інформації. Близько 85% випадків промислового шпигунства здійснюються співробітниками підприємств, безпека котрих стосується, насамперед, захисту від зовнішніх загроз, незважаючи на витік інформації через внутрішні елементи. У зв'язку із цим керівництво підприємства повинне змінити спосіб формування безпеки у сфері інтелектуальної власності, визначити свої цінні інформаційні ресурси, а також потенційний перелік конкурентів, які зацікавлені в них. Окрім того, необхідним є проведення перевірок фахівців програмного забезпечення, котрі володіють конфіденційною інформацією чи комерційними таємницями. Адже, маючи безпосередній доступ до бази даних, можливим стає підкуп недобросовісних програмістів, занесення «троянів» у корпоративну комп'ютерну систему і тим самим створення можливого шляху для витіку конфіденційної інформації з підприємства. Законодавство, однак, не завжди захищає від протиправних дій, учинених промисловим шпигуном, що підлягає цивільному або кримінальному переслідуванню. Особливості конфіденційної інформації, що є вкраденою, широко оприлюднюються в ході судового процесу, який є наслідком правових норм, із метою досягнення справедливості, у результаті чого підприємство, яке постраждало від протиправного промислового шпигунства, повинне оприлюднити той самий обсяг інформації, який вона

намагається захистити, у результаті чого значення конфіденційної інформації нівелюється.

Одним із чинників, який спричиняє виникнення промислового шпигунства, є незахищеність програмного забезпечення комп'ютерів, а саме використання шкідливих програм як інструменту для шпionажу, що здійснюється з метою передачі цифрових копій комерційних таємниць, клієнтських баз даних, стратегічних планів і контактів. Нові види шкідливих програм таємно фіксують необхідну інформацію на камеру мобільного телефону чи записуючі пристрої. Для попередження таких незаконних нападів на інтелектуальну власність підприємства все частіше зберігають важливу інформацію поза мережею Інтернет, використовують спеціальні електромагнітні пристрої, щоб не допустити передачі даних через мобільний телефон.

Висновки з проведеного дослідження. Для ефективного функціонування вітчизняних підприємств усіх галузей та організаційно-правових форм в умовах випереджаючого розвитку техніки та технологій українським необхідним є процес розроблення стратегії і тактики захисту консолідованої інформації, а особливо комерційної таємниці. Стійкий розвиток підприємства неможливий без ведення успішної конкурентної діяльності, яка, своєю чергою, не відбувається без економічного, виробничого, науково-технічного шпигунства. Варто заздалегідь прорахувати всі переваги та загрози, що криють у собі конкурентна розвідка та промислове шпигунство, і, скориставшись досвідом закордонних компаній, навчитися ефективно застосовувати різноманітні їх прийоми та методи. З метою убезпечення себе від промислового шпигунства підприємствам доцільно посилювати захист своїх інформаційних ресурсів та проводити постійний моніторинг чинників уразливості даних, які підлягають захисту.

Список використаних джерел:

1. Фінансова безпека підприємства : навчальний посібник / Т.Б.Кузенко та ін. Харків : ХНЕУ, 2010. 304 с.
2. Живко З.Б. Рівні економічної безпеки підприємства та визначення інтегрального показника. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 1. С. 84–90. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_1_17 (дата звернення: 24.03.2020).
3. Гордон Я. Целевая конкуренция / пер. с англ. С. Жильцова, И. Малковой, Е. Федоровой. Москва : Вершина, 2006. 368 с.
4. Економічна та майнова безпека підприємства та підприємництва. Антирейдерство : монографія / Б.М. Андрушків та ін. ; за заг. ред. Б.М. Андрушківа. Тернопіль : Тернограф, 2008. 424 с.
5. Якубівська Ю.С. Цільові атаки в контексті промислового шпигунства. *Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект*. Донецк : ДонНУ, 2014. Т. 2. С. 368–372.
6. Промышленный шпионаж в конкурентной войне. URL: <http://deflab.ru/blog/komputemii-shpionag/promislennii-shpionag-konkurentnaya-voina.html> (дата звернення: 22.03.2020).
7. Гомольська В. Сучасні методи досягнення міжнародних конкурентних переваг. *Економічна безпека держави та суб'єктів підприємницької діяльності в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення* : мат. IV Всеукраїн. наук.-практ. конф., 18-20 травня 2017 р. / упоряд. А.М. Штангрет ; редкол.: О.І. Копилок та ін. Львів : Укр. акад. друкарства, 2017. С. 48–52.
8. Кримінальний процесуальний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4651-17> (дата звернення: 21.03.2020).

References:

1. Kuzenko T.B., Martyusheva L.S., Grachov O.V., Lytovchenko O.Yu. (2010) Finansova bezpeka pidpry'emstva [Financial security of the enterprise]. Kharkiv: KhNEU. (in Ukrainian)
2. Zhyvko Z.B. (2015) Rivni ekonomichnoyi bezpeky pidpry'emstva ta vy'znachennya integral'nogo pokazny'ka [Levels of economic security of the enterprise and determination of the integral indicator]. *Naukovy'j visny'k Mukachiv's'kogo derzhavnogo universy'tetu*. Ser.: Ekonomika, vol. 1, pp. 84–90. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_1_17 (accessed 24 March 2020).

3. Gordon Ja. (2006) *Celevaja konkurencija* [Target competition]; transl. from engl. S. Zhilcova, I. Malkovoj, E. Fedorovoj. Moscow: Vershina. (in Russian)
4. Andrushkiv B.M., Vovk Y.Ya., Maljuta L.Ya., Palyanytsya V.A. (2008) *Ekonomichna ta majnova bezpeka pidpry'emstva ta pidpry'emny'cztva. Anty'rejderstvo* [Economic and property security of enterprise and entrepreneurship]. Ternopil: Ternograph. (in Ukrainian)
5. Yakubovskaya Yu.E. (2014) *Ciljovi ataky v konteksti promyslovogho shpyghunstva* [Targeted attacks in the context of industrial espionage]. Problems of development of foreign economic relations and attracting foreign investments: regional aspect: coll. scientific tr. Vol. 2. Donetsk: DonNU, pp. 368–372. (in Ukrainian)
6. *Promyshlennyj shpionazh v konkurentnoj vojne* [Industrial espionage in the competitive war]. Available at: <http://deflab.ru/blog/komputemii-shpionag/promislennii-shpionag-konkurentnaya-voyna> (accessed 22 March 2020).
7. Gomolska V. (2017) *Suchasni metody dosjaghnennja mizhnarodnykh konkurentnykh perevagh* [Modern methods of achieving international competitive advantages]. Economic security and business entities in Ukraine: problems and ways of their development: Mat. IV All-Ukraine. Research Practice Conf. May 18-20, 2017. Lviv: Ukr.acad. printing, pp. 48–52. (in Ukrainian)
8. *Kryyminalnyj procesualnyj kodeks Ukrayiny* [Criminal Procedure Code of Ukraine] [Electronic resource]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4651-17> (accessed 21 March 2020).

E-mail: nv220512@gmail.com

УДК 364.652.2:338.124.4

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.4>

Богацька Н.М.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та міжнародних відносин,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БЕЗРОБІТТЯ ТА ЙОГО ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІЗ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто безробіття як макроекономічну проблему, як невіддільний складник ринкової економіки. Наведено результати аналізу стану безробіття та зайнятості в Україні й розкрито причини, що впливають на його сучасну динаміку. Стан ринку праці та тенденція до зростання числа безробітних свідчать про потребу прийняття термінових заходів, необхідних для вирішення проблеми зайнятості та створення робочих місць. На основі статистичних даних проаналізовано динаміку рівня безробіття в Україні за останні роки та визначено основні напрями подолання цієї проблеми. Сформульовано дві основні пропозиції, які сприяють розв'язанню порушеного питання: вивчення та адаптація зарубіжного досвіду з виявленням можливостей використання його найкращих ідей у вітчизняній економіці та застосування адекватної системи стимулювання праці працівників на підприємствах за допомогою сучасних методів, що значно збільшить рівень їх задоволення трудовими умовами.

Ключові слова: безробіття, ринок праці, трудові ресурси, зайнятість, причини незайнятості, мотивація.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БЕЗРАБОТИЦЫ И ЕЁ ВЗАИМОСВЯЗЬ С ТРУДОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Богацкая Н.Н.

В статье рассмотрена безработица как макроэкономическая проблема, как неотделимая составляющая рыночной экономики. Приведены результаты анализа состояния безработицы и занятости в Украине и раскрыты причины, влияющие на её современную динамику. Состояние рынка труда и тенденция к росту числа безработных свидетельствуют о необходимости принятия срочных мер, необходимых для решения проблемы занятости и создания рабочих мест. На основе статистических данных проанализирована динамика уровня безработицы в Украине за последние годы и определены основные направления преодоления этой проблемы. Сформулированы два основных предложения, которые способствуют решению данного вопроса: изучение и адаптация зарубежного опыта с выявлением возможностей использования его лучших идей в отечественной экономике и применение адекватной системы стимулирования работников

на предприятиях с помощью современных методов, что значительно увеличит уровень удовлетворенности работников их трудовыми условиями.

Ключевые слова: безработица, рынок труда, трудовые ресурсы, занятость, причины незанятости, мотивация.

THEORETICAL ASPECTS OF UNEMPLOYMENT AND ITS RELATIONSHIP WITH THE LABOR POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

Bogatska Nataliia

This article considers unemployment as a macroeconomic problem as an integral component of a market economy. In the article the results of the analysis of unemployment in Ukraine and reasons influencing its current dynamics have been presented. The state of the labor market and the tendency for an increase in the number of unemployed indicate the need to take urgent measures necessary to solve the problem of employment and job creation. Particular attention should be paid to respecting the principles of decent work, guaranteeing social protection, respect for universal human rights in the social and labor sphere, and streamlining international migration flows. On the one hand, unemployment is considered to be an important stimulus to the activity of the working population, and on the other – a major social problem. In spite of all the negative consequences, unemployment has its positive aspects as well: increasing the social value of the workplace; increase of personal leisure time and freedom to choose a place of work; increase of social importance and value of work; increased competition between employees, etc. In Ukraine, the unemployment rate is determined according to the methodology of the international labor organization, as well as the registered unemployment rate. The article describes the dynamics of the number of unemployed and the unemployment rate in Ukraine for 2010 – 2019. Investment is an indicator of the development of the national economy and has a significant impact on the functioning of the labor market in Ukraine. Since foreign investment is a decisive prerequisite for the development of the national economy and an important indicator of business conditions, in turn, it allows for an increase in jobs and, consequently, a decrease in unemployment. The article highlights the main directions of overcoming the unemployment of the population at the expense of personal labor contribution, entrepreneurship and business activity; providing appropriate unemployment assistance, job retention and retraining for jobless persons; thorough pension reform; promotion of comprehensive state protection of the intellectual potential of society and the like.

Keywords: unemployment, labor-market, labor resources, employment, reasons of unemployment, motivation.

Постановка проблеми. Трансформація світу праці, що відбувається в Україні, є складовою частиною глобальних змін світу економіки. Криза у сфері зайнятості проявляється передусім у суттєвому скороченні економічно активного населення, що, своєю чергою, збільшує диспропорцію між робочими місцями на ринку праці та наявними трудовими ресурсами. І хоча темпи відновлення економічної активності демонструють позитивну динаміку, досягти рівня зайнятості хоча б докризового періоду поки що не вдалося. Дослідження проблеми безробіття в Україні є досить актуальним, оскільки воно створює низку проблем як в економічному, так і в соціальному плані, серед яких – скорочення купівельної спроможності населення, втрата платників податків для бюджету і персоналу для підприємств, що призводить до виникнення додаткових витрат на підтримку безробітних. Також безробіття є однією з причин міграції робочої сили.

Однією з найскладніших економічних категорій і одним із найважливіших соціально-економічних явищ є ефективне використання трудових ресурсів, що є основним джерелом доходів найманих працівників, а для роботодавців – суттєвою часткою витрат виробництва і засобом мотивації працівників до досягнення цілей підприємства. Саме тому тема безробіття та обліку використання трудових ресурсів становить основу соціально-трудових відносин у суспільстві, бо визначає нагальні інтереси всіх учасників трудового процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання регулювання зайнятості та безробіття знайшли відображення у працях вітчизняних та зарубіжних науковців С.І. Бандура, В.В. Близнюк, Д.П. Богині, І.К. Бон-

дар, Е.М. Лібанової, Ю.М. Маршавіна, О.М. Мойсюра, Л.В. Транченко, А. Оукена, Ж.Б. Сея та ін. Проте, незважаючи на значні наукові дослідження названих учених, проблема безробіття не повною мірою висвітлена і потребує подальшого опрацювання.

Постановка завдання. Головним завданням даного дослідження є проведення соціально-економічного аналізу безробіття в Україні з метою визначення ролі впливу на забезпечення трудовими ресурсами підприємств в умовах ринкової економіки, а також визначення напрямів подолання поставленої проблеми у вітчизняній економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Рівень безробіття є одним із найважливіших індикаторів реалізації трудового потенціалу. Характерною проблемою сучасного соціально-економічного стану країни є наявність безробіття, у тому числі прихованого. Подолання проблем, пов'язаних із поширенням безробіття, потребує невідкладного реформування трудової сфери та здійснення необхідних кроків для досягнення стратегічних цілей максимальної реалізації трудового потенціалу шляхом створення сприятливих умов для прикладання праці та активізації мотиваційних і стимулюючих заходів до продуктивної зайнятості. Безробіття – це таке соціально-економічне явище, коли частина економічно активного населення не може знайти застосування своїй робочій силі й стає «зайвою». Причинами такого явища є неефективність використання робочої сили в минулому і відсутність економічних умов, які б дали змогу людям застосовувати свої навички у продуктивній роботі за пристойну плату. Саме тому це явище є як економічною, так і соціальною проблемою [1, с. 60].

Особливої уваги потребують питання щодо дотримання принципів гідної праці, гарантування соціального захисту, дотримання загальних прав людини у соціально-трудовій сфері, впорядкування міжнародних міграційних потоків. З одного боку, безробіття є великою суспільною проблемою, а з іншого – вважається важливим стимулятором активності працюючого населення і має свої позитивні боки:

- підвищення соціальної цінності робочого місця;
- збільшення особистого вільного часу та свободи вибору місця роботи;
- зростання соціальної значимості й цінності праці;
- зростання конкуренції між працівниками;
- стимулювання підвищення інтенсивності та продуктивності праці;
- можливість для безробітного використати перерву в зайнятості для перенавчання, підвищення рівня освіти [2, с. 32].

Стан ринку праці та тенденція до зростання числа безробітних свідчать про потребу вжити термінових заходів, необхідних для вирішення проблеми зайнятості та створення робочих місць. Як свідчать дані Державної служби статистики України, ситуація на ринку залишається напруженою та супроводжується скороченням попиту на робочу силу [3, с. 118].

Економісти ділять безробіття на декілька категорій. Найширшими є дві категорії: добровільне і вимушене безробіття. Коли безробіття має добровільний характер, це означає, що людина добровільно залишила роботу, щоб знайти нову. Коли ж безробіття вимушене, це означає, що людина була звільнена і тепер шукає іншу роботу.

Явище безробіття тісно переплітається з такими категоріями та поняттями, як «зайнятість», «трудові ресурси», «економічно активне населення», «економічно неактивне населення» та ін.

Трудові ресурси є працездатною частиною населення, що має фізичні та інтелектуальні здібності до трудової діяльності. При цьому трудові ресурси слід розглядати з економічного, демографічного, соціологічного і статистичного погляду [4, с. 300].

На рис. 1 наведено властивості, які істотно впливають на якість трудових ресурсів.

Кількість трудових ресурсів визначається виходячи з чисельності працездатного населення – сукупності осіб, переважно в працездатному віці, здатних за своїми психофізичними даними до участі в трудовому процесі.

Сучасний стан ринку праці характеризується наявністю певних проблем, які є бар'єром для нормального

соціально-економічного розвитку як усієї країни, так і її окремих регіонів. Особливе занепокоєння викликає наявність кількісно-якісного дисбалансу між пропозицією та потребою у робочій силі, високим рівнем безробіття, падінням зайнятості, низьким рівнем працевлаштування в сільській місцевості. Безробіття характеризує незайнятість певної частини економічно активного населення (трудових ресурсів) унаслідок об'єктивних причин (процесів), притаманних ринковій економіці, таких як циклічність розвитку економіки, суперечливий характер НТП, високі темпи модернізації виробництва, дія закону народонаселення тощо. На основі вищесказаного ми провели дослідження проблеми безробіття та його впливу на економіку країни.

В Україні рівень зареєстрованого безробіття визначають за методологією міжнародної організації праці (МОП). Наведемо динаміку кількості безробітних та рівня безробіття в Україні за 2010–2019 рр. (табл. 1).

Згідно з даними табл. 1, в Україні рівень безробіття знижувався до 2013 р. і становив 1 510,4 тис осіб. У 2014 р. порівняно з 2013 р. рівень безробіття зріс на 337,2 тис осіб, або на 22,3%. Станом на 2015 р. рівень безробіття знизився на 192,9 тис осіб, тобто на 10,4%. У 2016 р. тенденція знову змінилася у негативний бік і досліджуваний показник зріс на 23,5 тис осіб порівняно з попереднім роком, що у відсотковому відношенні становить 1,4%. У 2017 р. рівень безробіття продовжував зростати і становив 19,8 тис осіб, або 1,2%. Станом на 2018 р. рівень безробіття знизився порівняно з 2017 роком на 119 тис осіб, або на 7%, а в 2019 р. зниження становило 91,9 тис осіб, або 5,8%.

Для того, щоб краще прослідкувати динаміку кількості безробітних в Україні (віком від 15 до 70 років), відобразимо дані на графіку (рис. 2).

Існує низка чинників, які не дають змоги об'єктивно оцінювати рівень безробіття в Україні:

- неможливо врахувати осіб, які втратили надію отримати робоче місце і не стоять на обліку в службі зайнятості;
- статистика не враховує часткову зайнятість, тобто ті, хто примусово знаходиться у відпустках з ініціативи керівництва, вважаються зайнятими;
- неправдива інформація з боку безробітних. Велика кількість працівників працює без офіційного оформлення, тому майже неможливо перевірити тих, хто отримує виплати по безробіттю й задіяний у тіньовій економіці [6].

Важливим джерелом розвитку економіки в Україні є іноземні інвестиції. Чим масштабнішим буде обсяг

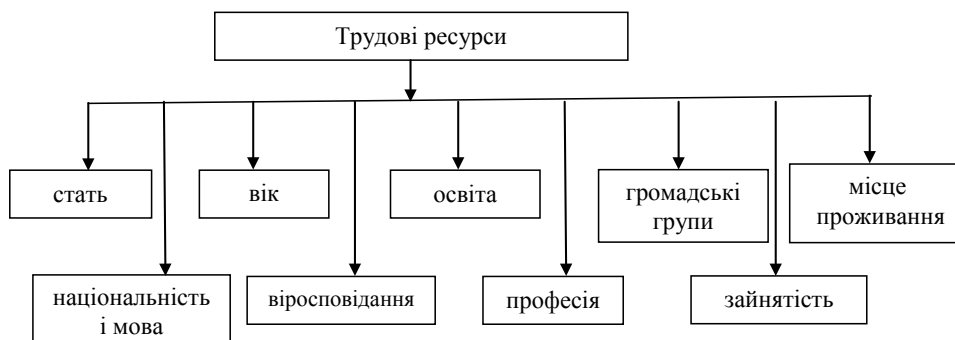


Рис. 1. Характеристика трудових ресурсів [4, с. 300]

Таблиця 1

Динаміка кількості безробітних та показників безробіття в Україні (2010–2019 рр.) [5]

Роки	Безробітне населення			
	у віці 15–70 років		працездатного віку	
	у середньому, тис осіб	у % до економічно активного населення відповідної вікової групи	у середньому, тис осіб	у % до економічно активного населення відповідної вікової групи
1	2	3	4	5
2010	1713,9	8,2	1712,5	8,9
2011	1661,9	8	1660,9	8,7
2012	1589,8	7,6	1589,2	8,2
2013	1510,4	7,3	1510,3	7,8
2014	1847,6	9,3	1847,1	9,7
2015	1654,7	9,1	1654	9,5
2016	1678,2	9,3	1677,5	9,7
2017	1698	9,5	1697,3	9,9
2018	1 578,6	8,8	1577,6	9,1
2019	1486,7	8,2	1486,9	8,6

інвестиції та ефективність їх використання, тим перспективи економічного зростання будуть вищими. Це забезпечить: створення нових робочих місць на підприємствах різних форм власності; поліпшення характеристик робочої сили та підвищення кваліфікації працівників; розвиток малого та середнього бізнесу, що є осередком для формування робочих місць; соціальну підтримку безробітних із подальшим влаштуванням на роботу.

Для загального розуміння проблеми безробіття економічно активного населення в Україні порівняно з окремими країнами розглянемо рис. 3.

Порівнюючи рівень безробіття в Україні за III квартал 2019 р. (7,3%) з окремими країнами ЄС, спостерігаємо, що Україна посідає п'яте місце серед країн ЄС за цим показником. Найвищий рівень безробіття зафіксовано у Греції – 21,2%, а найнижчий – у Чехії – 2,1%.

Проаналізувавши проблему безробіття на макроекономічному рівні, ми бачимо, що дана проблема є однією з ключових у ринковій економіці. Тому, на нашу думку, для вирішення проблеми зайнятості необхідне впровадження активної політики соціального захисту населення та поліпшення зайнятості, а саме через надання дотацій підприємствам, які беруть

на себе зобов'язання підтримувати обумовлений рівень зайнятості.

Загальна ситуація проблеми безробіття, що склалася сьогодні в Україні, прямо пропорційно впливає на розвиток вітчизняних підприємств. А з боку підприємств, навпаки, неможливість відповідати державним стандартам та триматися на плаву стає причиною банкрутства підприємств. У результаті цього відбувається вивільнення робочої сили. Кількість робочих місць зменшується, а кількість безробітних, як наслідок, зростає. Тому для початку між макро- і мікрорівнем має встановитися набагато тісніший взаємозв'язок щодо співпраці на вигідних для обох сторін умовах.

Сьогодні для всіх вітчизняних підприємств та організацій актуальним стало питання мотивації персоналу. Недостатність налагоджених механізмів стимулювання до трудової та інтелектуальної діяльності, неспроможність досягнути поставленої мети легальними способами, нереалізовані мрії про кращий рівень життя призводять до незадоволення працівниками своєю роботою та своїм станом у суспільстві, що спонукає їх до пошуку кращого життя не лише в межах країни, а й за кордоном. Це спричиняє значний міграційний відтік економічно активного населення. Неврачування моти-



Рис. 2. Динаміка кількості безробітних у 2010–2019 рр. [5]

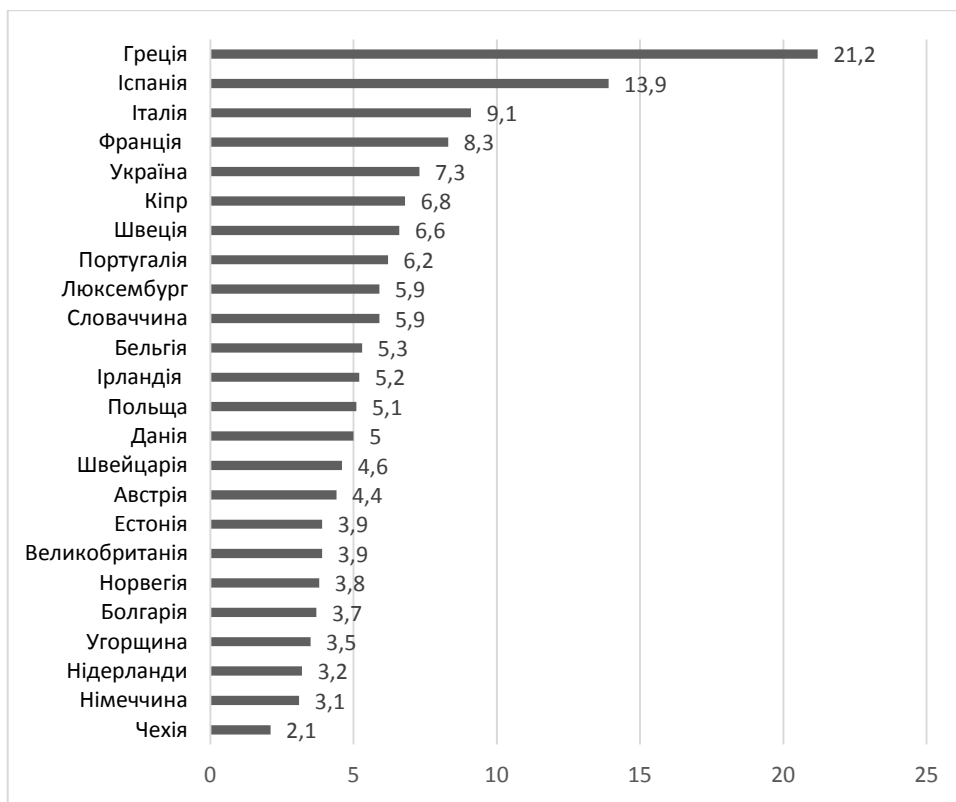


Рис. 3. Рівень безробіття в Україні та країнах ЄС, III квартал 2019 р., % [7]

ваційних чинників у сфері праці призводить до погіршення низки показників продуктивності праці, якості продукції та надання послуг, трудової дисципліни на кожному конкретному підприємстві й до кризи в країні у цілому.

Мотивація праці – це система чинників внутрішнього і зовнішнього впливу, які спонукають персонал до активної діяльності задля досягнення як особистих цілей, так і цілей підприємства [8].

Розуміння складної природи мотивації вимагає засвоєння таких постулатів:

1. Мотивація працівників створюється спільними зусиллями пра-цівників і роботодавців за допомогою мотиваційного механізму. Останній являє собою складну багатоповерхову систему виробничих відносин, осередком якої виступають відносини розподілу.

2. Відносини розподілу в умовах ринкової демократії відіграють вирішальну роль у створенні ефективної системи виробничих відносин. Індукція високої енергії трудового ентузіазму відбувається за принципом економічного синхрофазотрона, або мотиваційного кола. Це чітко зображено на рис. 4.

Саме відносини розподілу (у формі найважливіших засобів мотивації) забезпечують запуск усього мотиваційного двигуна. Маючи чітке уявлення про справедливу систему компенсації за свою працю і володіючи можливістю задоволення основних своїх потреб, працівники одержують достатній імпульс до високопродуктивної праці. Постійне генерування праці такої якості забезпечує і розвиток організації, адаптацію її

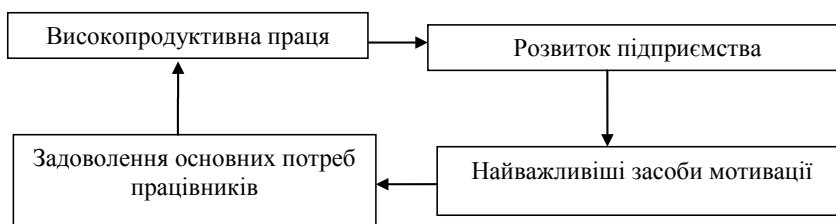


Рис. 4. Мотиваційне коло [9]

до змін, що відбуваються на ринку, а також її виживання у довгостроковому плані.

Для створення ефективного мотиваційного механізму необхідно:

- побудувати багатоповерхову піраміду засобів мотивації персоналу;
- співвіднести цю піраміду з пірамідою Маслоу, тобто поєднати певні засоби мотивації з певними потребами персоналу;
- покласти цю мотиваційну піраміду в основу програми вдосконалення мотивації персоналу.

Однією з вирішальних потреб, які спонукають працівників підвищувати продуктивність, є потреба у визнанні заслуг. Із цього погляду основним завданням ефективного менеджера в організації повинно стати правильне використання механізму визнання заслуг співробітників. Воно полягає у поясненні кожному співробітнику, що найбільше цінується в даній організації й у чому має полягати його внесок у загальну справу.

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізувавши сучасний стан безробіття, можна зробити висновки, що проблема безробіття є не лише в Україні, а й у всьому сучасному світі. На жаль, Україна

входить до п'ятірки європейських країн із найвищим рівнем безробіття. Можна виділити основні напрями подолання безробіття в Україні: підвищення добробуту населення за рахунок особистого трудового внеску, підприємництва та ділової активності; надання відповідної допомоги по безробіттю, збереження робочих місць та перепідготовка осіб, які втратили роботу; проведення ґрунтовної пенсійної реформи тощо. Також

одним зі шляхів вирішення проблеми безробіття на мікрорівні є стимулювання праці за допомогою сучасних методів, що значно збільшить рівень задоволення працівників їхніми трудовими умовами. Для повноцінної самореалізації працівника необхідні відповідні трудові умови. Якщо з боку роботодавця принципи цих умов не порушено, то, відповідно, працівник не шукатиме чогось кращого в межах чи за межами України.

Список використаних джерел:

1. Майсюра О.М. Безробіття та наслідки його впливу на економіку країни. *Економіка та держава*. 2010. № 8. С. 60–61.
2. Полуяктова О.В. Проблеми безробіття в Україні. *Економіка і суспільство*. 2016. № 2. С. 31–35.
3. Погоріла І.І. Сучасний стан та проблема безробіття в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. С. 118–120.
4. Яроцький В.І. *Економіко-статистичне дослідження трудових ресурсів України. Теорія та практика державного управління*. 2011. Вип. 4. С. 298–305.
5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 02.04.2020).
6. Богацька Н.М., Бондаренко О.А. Соціально-економічний аналіз безробіття та зайнятості на ринку праці в Україні. *Молодий вчений*. 2019. № 11(75). С. 450–454.
7. Рівень безробіття в Україні залишається одним із найвищих в Європі. *Главком*. URL: <https://glavcom.ua/news/riven-bezrobittya-v-ukrajini-zalishajetsya-odnim-z-nayvishchih-v-jevropi-652289.html> (дата звернення: 02.04.2020).
8. Клименко І.А., Богацька Н.М. Мотивація праці та її ефективність в управлінні трудовими ресурсами. URL: http://www.rusnauka.com/8_NMIW_2008/Economics/25070.doc.htm (дата звернення: 02.04.2020).
9. Супрун С.Д., Шульц М.О. Економічна сутність та підходи до вибору конкурентної стратегії підприємства. *Економічні студії*. 2014. С. 271–273.

References:

1. Maysyura O.M. (2010) Bezrobittya ta naslidky yoho vplyvu na ekonomiku krayiny [Unemployment and its effects on the country's economy]. *Economy and State*, no 8. pp. 60–61.
2. Poluyaktova O.V. (2016) Problemy bezrobittya v Ukraini [Problems of unemployment in Ukraine]. *Ekonomika i suspil'stvo*, 2016, # 2, pp. 31–35.
3. Pogorila I.I. (2015) Suchasnyj stan ta problema bezrobittya v Ukraini [Suchasnyj` apartment of this problem bezrobittya in Ukraine]. *Naukovyj visnyk Mizhnarodnogo humanitarnogo universytetu*, 2015, pp. 118–120.
4. Yaroczkyj V.I. (2011) Ekonomiko-statystychnе doslidzhennya trudovykh resursiv Ukrainy [Economic and statistical study of labor resources of Ukraine]. *Teoriya ta praktyka derzhavnoho upravlinnya*, 2011, vol. 4, pp. 298–305.
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2020) Bezrobittya naseleння (za metodolohiyeyu MOP) za statyyu, typom mistsevosti ta vikovymy hrupamy [Unemployment (by ILO methodology) by gender, type of locality and age group]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 02 April 2020).
6. Bohatska N.M., Bondarenko O.A. (2019) Sotsial'no-ekonomichnyy analiz bezrobittya ta zaynyatosti na rynku pratsi v Ukraini [Socio-economic analysis of unemployment and employment in the labor market in Ukraine]. *Molodyy vchenyy*, 2019, № 11(75), pp. 450–454.
7. HLAVKOM (2020) Riven' bezrobittya v Ukraini zalyshayet'sya odnym z nayvishchychk v Yevropi [Unemployment in Ukraine remains one of the highest in Europe]. Available at: <https://glavcom.ua/news/riven-bezrobittya-v-ukrajini-zalishajetsya-odnim-z-nayvishchih-v-jevropi-652289.html> (accessed 02 April 2020).
8. Klymenko I.A., Bohatska N.M. (2008) Motyvatsiya pratsi ta yiyi efektyvnist' v upravlinni trudovymy resursamy [Motivation of labor and its efficiency in the management of labor resources]. *Rusnauka*. Available at: http://www.rusnauka.com/8_NMIW_2008/Economics/25070.doc.htm (accessed 02 April 2020).
9. Suprun S.D., Shults M.O. (2014) Ekonomichna sutnist' ta pidkhody do vyboru konkurentnoyi stratehiyi pidpryyemstva [Economic essence and approaches to choosing a competitive enterprise strategy]. *Ekonomichni studiyi*, pp. 271–273.

E-mail: bogatska@ukr.net

УДК 330.8:338.2:378

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.5>

Бреус С.В.,

доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування,
Київський національний університет технологій та дизайну

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СИСТЕМИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті здійснено дослідження загроз як дестабілізуючих чинників за різними ознаками та наведено інтегровану класифікацію загроз і ризиків та класифікацію методів оцінювання ризиків економічній безпеці системи закладів вищої освіти. Визначено, що відсутність інформації та не сформованість інформаційної бази є основним чинником отримання необ'єктивних свідчень про рівень загроз і ризиків функціонуванню системи закладів вищої освіти і, відповідно, результативності управління економічною безпекою в її межах. Обґрунтовано та сформульовано вимоги до інформаційних властивостей системи показників та статистичної інформації задля оцінювання-прогнозування вимірів результативності управління економічною безпекою системи закладів вищої освіти. Зроблено висновок про доцільність розробки адекватного реальним процесам прикладного інструментарію, з обов'язковим використанням статистичної інформації, яка чітко відповідає вимогам.

Ключові слова: заклади вищої освіти, економічна безпека системи ЗВО, управління економічною безпекою системи ЗВО, загрози, ризики, методи оцінювання ризиків.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ СИСТЕМЫ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Бреус С.В.

В статье проведено исследование угроз как дестабилизирующих факторов по различным признакам и приведено интегрированную классификацию угроз и рисков и классификацию методов оценивания рисков экономической безопасности системы высших учебных заведений. Определено, что отсутствие информации и несформированность информационной базы является основным фактором получения необъективных свидетельств об уровне угроз и рисков функционированию системы высших учебных заведений и, соответственно, результативности управления экономической безопасностью в ее пределах. Обосновано и сформулированы требования к информационным свойствам системы показателей и статистической информации для оценки-прогнозирования измерений результативности управления экономической безопасностью системы высших учебных заведений. Сделан вывод о целесообразности разработки адекватного реальным процессам прикладного инструментария, с обязательным использованием статистической информации, четко соответствующей требованиям.

Ключевые слова: высшие учебные заведения, экономическая безопасность системы ВУЗов, управления экономической безопасностью системы ВУЗов, угрозы, риски, методы оценки рисков.

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC TOOLS FOR MANAGING THE ECONOMIC SECURITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Breus Svitlana

In the article investigated threats as destabilizing factors on various grounds. The integrated classification of threats and risks and a classification of methods for assessing risks to the economic security of higher education institutions are presented. The integrated classification of threats and risks to the economic security of the higher education institutions system is a feature of which there are two features of threats (explicit, which are reflected in the indicators for evaluation the economic security of the higher education institutions system, and implicit ones, which are reflected in the indicators for evaluation of adverse events, while their influence is always directly expressed in the current period of time, and manifests itself in the future), which emphasize the author's approach and provide for taking into account the prerequisites – the implementation of the challenge and consequences – risks. A certain set of organizational and economic tools (a set of risk assessment methods) is highlighted, which is recommended for use in the context of the solution of applied tasks within this study, they are separated, grouped and systematized and the classification of methods for assessing the risks of economic security of the higher education institutions system is presented. It is determined that lack of information and lack of information base is the main factor for obtaining biased evidence about the level of threats and risks to the functioning of the system of higher education institutions and, accordingly, the effectiveness of economic security management within it. Requirements to the information properties of the newly created system of indicators and statistical information are grounded and formulated for the purpose of evaluating and forecasting the measures of the economic security management performance of the higher

education institutions system. It is concluded that it is advisable to develop a real-life application-based toolkit based on objective modeling solutions and a multi-level scorecard for which it is mandatory to use statistical information that clearly meets the requirements.

Keywords: institutions of higher education, economic security of IHEs system, management of the economic security of IHEs system, threats, risks, methods of risk evaluation.

Постановка проблеми. У сучасних умовах важливого значення набуває розроблення методичних підходів ідентифікації загроз економічній безпеці (ЕБ) закладів вищої освіти (ЗВО) та комплексу адекватних сучасним умовам заходів щодо їх запобігання, доцільність реалізації чого зумовлюється значною амбівалентністю поняття вища освіта та дуальністю ЗВО за їх функціональними ознаками. Враховуючи вагомість впливу економічної безпеки ЗВО на масштаби потенціалу сталого розвитку (ПСР), слід зазначити, що важливими прикладним завданнями, від чого залежить рівень адекватності оцінювання ЕБ системи ЗВО і управління нею, є виявлення та ідентифікація загроз та добір методів оцінювання відповідної природи ризиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати науково-прикладних досліджень за проблематикою дослідження оприлюднено в працях багатьох науковців, до яких слід віднести зокрема таких: Вітлінський В.В., Геєць В.М., Грабовий П.Г., Довбня С.Б., Дикань В.Л., Доценко І.О., Завора Т.М., Зеркалов Д.В., Кизим М.О., Клебанова Т.С., Клименко С.М., Ковальов Д.І., Користін О.Є., Кравчук О.Я., Кузнецова І.О., Куркін М.В., Літнарівич Р.М., Маслій О.А., Марущак С.М., Маслій О.А., Микитенко В.В., Молодецька О.М., Недосекін О.О., Олейніков Є.О., Ортинський В.Л., Перехрест Л.М., Пирожков С.І., Ступаков В.С., Туріянська М.М., Яременко С.М. Аналіз системи класифікацій загроз, наведених у публікаціях вчених таких як Геєць В.М. [1], Пирожков С.І. [2], Маслій О.А. [3], Зеркалов Д.В. [4] свідчить, що вони не можуть бути, повною мірою, використані для ідентифікації загроз саме економічній безпеці системи ЗВО. При цьому, доцільно зважати на існування тісного зв'язку між вищою освітою, її якістю, а відтак продуктом ЗВО – знаннями, вміннями, навичками тощо з урахуванням перспективності їх використання для забезпечення потреб економіки, вимог ринку праці та роботодавців, а також економічним зростанням держави.

Постановка завдання. Мета статті полягає у здійсненні дослідження організаційно-економічного інструментарію управління економічною безпекою системи закладів вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загрози ЕБ за своєю сутністю можна вважати дестабілізуючими чинниками, які потребують дослідження задля виявлення взаємозв'язку між ознаками, оцінювання їхнього впливу та виявлення залежності в детермінованих та стохастичних моделях.

Слід зазначити, що, з точки зору управління ЕБ системи ЗВО, проблематика загроз і ризиків більш детально висвітлена у попередніх працях автора [1–2]. Враховуючи те, що ЗВО можуть бути не лише суб'єктами господарювання, але і елементами соціально-економічної системи, до загроз ЕБ системи ЗВО з урахуванням класифікаційних ознак, наведених у наукових працях великої кількості вчених віднесено, наведені у інтегрованій класифікації загроз і ризиків ЕБ системи ЗВО (рис. 1).

Особливістю інтегрованої класифікації загроз і ризиків ЕБ системи ЗВО є дві такі ознаки загроз (явні – знаходять відображення у показниках для оцінювання ЕБ системи ЗВО, такі як кількість прийнятих на навчання, випускників, студентів, обсяги державного замовлення, фінансування з різних джерел, ін.; неявні – знаходять відображення у показниках для оцінювання у результаті настання несприятливих обставин, при цьому їх вплив завжди є прямо вираженим у поточному періоді часу, а проявляється у перспективі, такі як: кількість ЗВО, чисельність наявного населення тощо), що підкреслюють авторський підхід і передбачають врахуванням передумови – реалізації викликів та наслідку – ризиків.

З цього слід зазначити, що у контексті вирішення проблем у просторі забезпечення ЕБ системи ЗВО та управління нею, оцінювання ризиків передбачає використання різних методів, які, в загальному вигляді, поділяються на якісні та кількісні. Тож, у контексті вирішення прикладних задач, основним завданням, при здійсненні якісного аналізу ризиків, є встановлення видів ризику, чинників, які сприяють його виникненню. Поряд із цим, слід оцінити і ступінь їх небезпеки. Зазвичай, при здійсненні якісного аналізу ризиків може бути визначений і кількісний результат, який передбачає вартісну оцінку збитків та перелік заходів із мінімізації ризиків, що ґрунтується на використанні певного методичного підходу до кількісного оцінювання.

Відтак, за результатами критичного аналізу результатів наукових розробок, виділено певний склад організаційно-економічного інструментарію (сукупність методів оцінювання ризиків), який рекомендовано для використання у контексті розв'язання прикладних задач в межах даного дослідження (рис. 2). Цей перелік можна поділити на дві групи методів (якісного оцінювання і кількісного). Проте жоден методів не можна вважати універсальним, їх запропоновано використовувати у комплексі з урахуванням прикладного інструментарію у процедурах оцінювання ризиків системи ЗВО – статистичного та імітаційного моделювання методом Монте-Карло) задля отримання точного прогнозного їх рівня.

Основним чинником отримання необ'єктивних свідчень про рівень загроз і ризиків функціонуванню системи ЗВО і, відповідно, результативності управління ЕБ в її межах, за умов її опису в якості багатовимірних соціально-економічних систем, є відсутність інформації та не сформованість інформаційної бази, використовуваних задля оцінювання-прогнозування, вважаємо за нагальне обґрунтувати та сформулювати вимоги до інформаційних властивостей новоствореної системи показників, які, на авторське переконання, слід використати задля оцінювання-прогнозування результативності управління ЕБ системи ЗВО. Вказане узагальнено та деталізовано у табл. 1.

При цьому, зважаючи на наведені у таблиці 1 властивості системи показників та інформаційної бази даних, слід визнати, що у контексті:



Рис. 1. Класифікація загроз та ризиків економічній безпеці системи закладів вищої освіти

Джерело: складено автором з урахуванням [3-4; 5, с. 46-48; 6, с. 12-13] та основні елементи оприлюднено у [1-2]

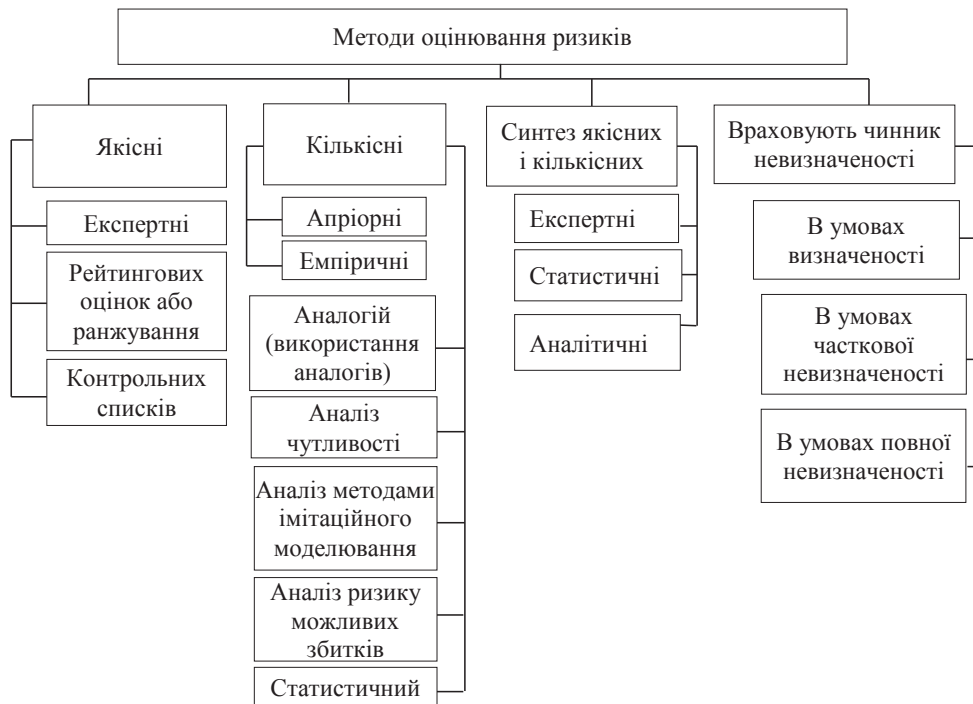


Рис. 2. Класифікація методів оцінювання ризиків

Джерело: розроблено автором з урахуванням [7-8], а основні елементи оприлюднено у [1-2]

Таблиця 1

**Вимоги до інформаційних властивостей системи показників та статистичної інформації
зادля оцінювання-прогнозування вимірів результативності управління економічною безпекою
системи закладів вищої освіти**

Властивість системи показників та інформаційної бази даних	Сутність інформаційної властивості, змістовне визначення для управлінської практики
Прогнозованість	Є однією з найважливіших, оскільки, кількісно характеризує невизначеність знань щодо майбутніх умов розвитку та функціонування системи ЗВО. Таким чином, визнаємо: при прогнозі необхідною є наявність замкнутого циклу кореляції вхідної і вихідної інформації для підвищення загальних та специфічних вимог до ЕБ системи ЗВО, що забезпечить точність прогнозу, а звідси і наукове обґрунтування темпів економічного зростання обсягів продукції на перспективу. Доцільні терміни упередження при довгостроковому прогнозуванні визначено як умову у 25 років, середньостроковому – 15 років та короткостроковому – 5 років.
Спостережливість	Під цією інформаційною ознакою розуміємо можливість отримання оцінок параметрів стану системи ЗВО за даними вимірами у відповідності до заданої макроекономічної моделі об'єкту управління ЕБ. Ця властивість дозволяє, за наявності імітаційної моделі, отримувати дані про інші, ще не виміряні параметри, які описують стан ЕБ системи ЗВО, її підсистем, елементів і складових. Вона найтісніше пов'язана саме з макроекономічною моделлю управління ЕБ системи ЗВО, а не з самою реальною системою, яку описує ця модель. У складній системі, якою є ЗВО, кількість параметрів, що характеризують її стан, практично, нескінченна, тому визначити їх на основі обмеженого числа вимірів, практично, не можливо.
Ідентифікованість	Можливість визнання об'єктивності та доведення адекватності реальним процесам побудованої моделі високої математичної логіки і отримання кількісно-якісних оцінок її параметрів. Необхідність отримання останніх обумовлена тим, що ці параметри повільно, але змінюються у процесі розвитку та функціонування досліджуваного об'єкту (системи ЗВО). Параметри розрахункової моделі не завжди відповідають параметрам реальних елементів, а можуть відображати властивості певних (найбільш значимих регресорів впливу) еквівалентів, тобто представляють собою агреговану інформацію без урахування умов та чинників, які протягом визначеного періоду є сталими і не змінюються.

Джерело: розроблено та дефініційно визначено автором

– прогнозованості – управління ЕБ здійснюється із певним запізненням. Так, зокрема, для обґрунтування стратегічних рішень щодо вибору оптимального варіанту технологічних і управлінських рішень використовуються дані про стан ЗВО чи системи ЗВО, загалом, які отримані не в момент їх реалізації, а раніше, щонайменше за термін, який необхідний для прийняття рішення на його здійснення. У першу чергу: визначальною умовою є використання прогнозів у якості фільтру для корегування напрямів науково-прикладних досліджень на різних етапах розроблення стратегії управління ЕБ системи ЗВО, виключення стрибків при здійсненні останніх, забезпечення доцільності інтелектуальних розробок та попит на них – і, відповідно, об'єктивність статистичної бази даних, яка використовується. Зазначеним вимогам відповідає запропонований у роботі [9] інструментарій упорядкування інноваційної схеми диференціації природно-економічного простору держави, який забезпечує експрес-оцінку стану і перспектив соціально-економічних процесів та експрес-реагування на існуючі вимоги зовнішнього і внутрішнього середовища. А також, рекомендований інструментарій дозволяє об'єктивно відтворити зміни у якості освоєння масштабів національного ПСР;

– спостережливості – у першу чергу, це особливість, що характеризує нелінійний характер співвідношень між параметрами економетричних моделей (зокрема, нелінійність між коефіцієнтом ЕБ при впровадженні прогресивних управлінських технологій чи заходів, або нелінійність між коефіцієнтом ефективності використання різних за природою ресурсів, резервів і можливостей чи термінів на реалізацію проекту у сфері управління ЕБ).

Для сфери управління чи використовуваної управлінської технології у площині управління ЕБ істотна особливість властивості спостережливості – структурна, тобто при оцінці-прогнозуванні ЕБ помітно виражена та має вирішальне значення ієрархічна структура побудови комплексу моделей оцінювання. У ній, узагальнений показник результативності обчислено за інтегральними або ж за узагальненими інтегральними показниками, формалізованими за окремими моделями заміщення управлінських технологій (МЗУТ) [10]. Тобто, узагальнений інтегральний показник має складові певних управлінських процесів, представляє собою типізований трьох-чотирьох- або п'яти і більш вимірний – рівневий вузол. Кількість вимірів може бути обмеженою або ж мінімальною, але дотримуватися меж, які передбачені динамічними процесами сталості;

– ідентифікованості – використання методів математичної обробки вихідних даних є невід'ємною частиною інформаційного забезпечення організаційно-економічного інструментарію. Використання таких методів, як оцінювання поточного стану (отримано обґрунтовані дані про поточні значення швидкозмінних параметрів системи ЗВО та результативності управління ЕБ) та ідентифікації (визначені, практично незмінні, параметри економіко-математичних моделей) надає достовірну інформацію про майбутнє й імовірну еволюцію самої системи ЗВО за тією чи іншою траєкторією.

Висновки з проведеного дослідження. За результатами проведеного дослідження доцільним вбачається констатувати, що виявлення загроз, чинників ризику та їх об'єктивне оцінювання в сучасних умовах господарювання, є надзвичайно важливим аспектом у сфері управління ЕБ системи ЗВО.

Формування та добір найбільш дієвого організаційно-економічного інструментарію оцінювання-прогнозування ЕБ системи ЗВО і результативності управління нею передбачає обов'язкове використання для розрахунків лише тієї статистичної інформації, яка відповідає вимогам (прогнозованість, спостережливість та ідентифікованість) та спирається на: систему багатовимірних показників (абсолютних, інтегральних, узагальнених інтегральних ін.); удосконалений прикладний інструментарій ідентифікації викликів та загроз ЕБ системи ЗВО, який може бути розробленим за методичним

підходом до оцінювання ризиків із урахуванням комбінованих переваг методів (статистичного та імітаційного моделювання методом Монте-Карло), що забезпечить отримання точного прогнозного їх рівня; універсальні моделі заміщення управлінських технологій, формалізація яких має на меті використання прогнозів у якості фільтрів задля визначення комплексу, найбільш ефективних для досягнення визначених цілей, організаційно-економічних заходів; лінійку ідентифікації порогових значень показників результативності управління ЕБ системи ЗВО і, відповідно, рівня економічної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Бреус С. В. Управління економічною безпекою системи вітчизняних закладів вищої освіти : монографія. Київ : КНУТД, 2019. 400 с.
2. Бреус С. В. Загрози та ризики: доцільність використання методів оцінювання ризиків у процесі забезпечення економічної безпеки закладів вищої освіти. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 32. С. 36–42.
3. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія / В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова та ін. ; за ред. В. М. Гейця. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2006. 240 с.
4. Пирожков С. І. Концептуальні підходи до формування системи національної безпеки України. *Стратегічна панорама*. 2003. № 1. С. 93–106.
5. Маслій О. А. Оцінювання впливу загроз на рівень економічної безпеки національної економіки : дис. ... канд. економ. наук : 08.00.03. Полтава, 2015. 260 с.
6. Зеркалов Д. В. Экономическая безопасность : монографія. Київ : Основа, 2011. 586 с.
7. Туриянская М. М. Стратегические аспекты антикризисного управления туристскими предприятиями. *Культура народов Причерноморья*. 2012. № 236. С. 93–97.
8. Завора Т. М., Лебедин А. Г. Методичні основи оцінювання ризиків в контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки. *Економіка і регіон*. 2015. № 1(50). С. 80–88.
9. Микитенко В. В. Інструментарій упорядкування інноваційної схеми диференціації природно-економічного простору. *Проблеми та шляхи досягнення соціо-еколого-економічної безпеки на мікро-, мезо- та макrorівні* : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф. (м. Луцьк, 29.10.2017 р.). Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2017. С. 135–139.
10. Микитенко В. В. Інноваційні підходи до оцінки та прогнозування ефективності новітніх технологій. *Проблеми науки*. 2002. № 3. С. 37–44.

References:

1. Breus S. V. (2019) *Upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu systemy vitchyznianskykh zakladiv vyshchoi osvity* [Management of economic security of the system of domestic higher education institutions]. Kyiv: KNUTD. (in Ukrainian)
2. Breus S. V. (2018) *Zahrozy ta ryzyky: dotsilnist vykorystannia metodiv otsiniuvannia ryzykiv u protsesi zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky zakladiv vyshchoi osvity* [Threats and risks: expediency of using risk assessment methods in ensuring the economic security of higher education institutions]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, vol. 32, pp. 36–42. (in Ukrainian)
3. Heiets V. M., Kyzym M. O., Klebanova T. S. (2006) *Modeliuvannia ekonomichnoi bezpeky: derzhava, rehion, pidpriemstvo* [Modeling of economic security: state, region, enterprise]. Harkiv: VD «INZhEK». (in Ukrainian)
4. Pyrozhkov S. I. (2003) *Kontseptualni pidkhody do formuvannia systemy natsionalnoi bezpeky Ukrainy* [Conceptual approaches to the formation of the national security system of Ukraine]. *Stratehichna panorama*, no. 1, pp. 93–106. (in Ukrainian)
5. Maslii O. A. (2015) *Otsiniuvannia vplyvu zahroz na riven ekonomichnoi bezpeky natsionalnoi ekonomiky* [Assessing the impact of threats on the level of economic security of the national economy] (PhD Thesis), Poltava: Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University. (in Ukrainian)
6. Zerkalov D. V. (2011) *Ekonomicheskaya bezopasnost* [Economic security]. Kyiv: Osнова. (in Russian)
7. Turiyanskaya M. M. (2012) *Strategicheskie aspekty antikrizisnogo upravleniya turistskimi predpriyatiyami* [Strategic aspects of crisis management of tourism enterprises]. *Kultura narodov Prichernomor'ya*, no. 236, pp. 93–97. (in Russian)
8. Zavora T. M., Lebedyn A. H. (2015) *Metodychni osnovy otsiniuvannia ryzykiv v konteksti zabezpechennia finansovo-ekonomichnoi bezpeky* [Methodological bases of risksassessment in the context of ensuring financial and economic safety]. *Ekonomika i rehion*, no. 1(50), pp. 80–88. (in Ukrainian)
9. Mykytenko V. V. (2017) *Instrumentarii uporiadkuvannia innovatsiinoi skhemy dyferentsiatsii pryrodno-ekonomichnoho prostoru* [Toolkit for streamlining the innovative scheme of differentiation of natural and economic space]. Proceedings of the *Problemy ta shliakhy dosiagnennia sotsio-ekoloho-ekonomichnoi bezpeky na mikro-, mezo- ta makrorivni: materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii* (Ukraine, Lutsk, October 29. 2017). Lutsk: RVV Lutskoho NTU, pp. 135–139. (in Ukrainian)
10. Mykytenko V. V. (2002) *Innovatsiini pidkhody do otsinky ta prohnozuvannia efektyvnosti novitnikh tekhnolohii* [Innovative approaches to assessing and forecasting the performance of the latest technologies]. *Problemy nauky* [Science Problems], no. 3, pp. 37–44. (in Ukrainian)

УДК 33.336

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.6>**Василиха Н.В.**

кандидат економічних наук, доцент,
Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Індус К.П.

кандидат економічних наук, доцент,
Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ КОМЕРЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ВЗАЄМОДІЯ МІЖ СЕКТОРАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

У статті висвітлено сутність поняття «потенціал» та економічну природу фінансового потенціалу». Обґрунтовано його роль як важливого інструменту розвитку комерційного підприємства в соціально-економічних процесах та держави у цілому. Визначено основні складники, які формують фінансовий потенціал комерційного підприємства. Акцентовано увагу на основних підходах до методики оцінки фінансового потенціалу та концептуальних основ подальшого їх використання. Розглянуто етапи управління фінансовим потенціалом комерційного підприємства. Проаналізовано зміст фінансового потенціалу комерційного підприємства як системну взаємодію між багатьма економічними системами, які забезпечують його розвиток. Визначено основні чинники швидкого зростання фінансового потенціалу комерційного підприємства.

Ключові слова: фінансовий потенціал, комерційне підприємство, економічна система, системний підхід, управління.

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ СЕКТОРАМИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Василиха Н.В., Индус К.П.

В статье отражены сущность понятия «потенциал» и экономическая природа финансового потенциала. Обоснована его роль как важного инструмента развития коммерческого предприятия в социально-экономических процессах и государства в целом. Определены основные составляющие, которые формируют финансовый потенциал коммерческого предприятия. Акцентировано внимание на основных подходах к методике оценки финансового потенциала и концептуальных основ дальнейшего их использования. Рассмотрены этапы управления финансовым потенциалом коммерческого предприятия. Проанализировано содержание финансового потенциала коммерческого предприятия как системное взаимодействие между многими экономическими системами, которые обеспечивают его развитие. Отражены основные факторы быстрого роста финансового потенциала коммерческого предприятия.

Ключевые слова: финансовый потенциал, коммерческое предприятие, экономическая система, системный подход, управление.

MANAGEMENT OF FINANCIAL POTENTIAL OF A COMMERCIAL ENTERPRISE: THE ESSENCE AND INTERACTION BETWEEN SECTORS OF THE ECONOMIC SYSTEM

Vasylykha Nataliia, Indus Kateryna

The article deals with the management of the financial potential of a commercial enterprise in the context of an economic system. The essence of the concept of "potential" and the economic nature of "financial potential" have been revealed. The value of the financial potential as an important attribute of business organization has been substantiated, because to manage the system of any level of organization, including the region is to manage first of all financial flows. The importance of financial potential as an important tool for the development of a commercial enterprise in socio-economic processes and the state as a whole has been outlined. Effective management of financial potential means the creation of an effective modern enterprise. The financial side of a commercial enterprise's economic self-sufficiency is decisive. Development strategy ultimately depends on financial capabilities. At the same time, the main components that shape the financial potential of a commercial enterprise have been identified. It has been proved that the financial potential of a commercial enterprise, like any other system, possess general systemic properties, namely: integrity, hierarchy. Attention has been focused on the main approaches to the methodology of financial potential assessment and the concep-

tual bases for their further use. The stages for rational estimation of financial potential of a commercial enterprise have been suggested, which include: preparatory stage, analytical stage, calculation and result. It has been proved that the information base for assessing the financial potential of a business enterprise is: financial statements of the enterprise, market economic situation, socio-economic development, etc. The stages of managing the financial potential of a commercial enterprise have been considered. The content of the financial potential of a commercial enterprise is analyzed as a systematic interaction between the many economic systems that ensure its development. In addition, the main factors of rapid growth of the financial potential of a commercial enterprise are highlighted: the level of rationality of organizational communications of the state and the level of corruption. The article primarily emphasized the attention to improving the investment attractiveness of the country.

Keywords: financial potential, business enterprise, economic system, systematic approach, management.

Постановка проблеми. В умовах складних реформ та розбудови економіки зростає значення управління фінансовим потенціалом комерційного підприємства. Ефективне управління ним набуває особливої актуальності в умовах зниження доходів, заощаджень та інших ресурсів, коли необхідність їх раціоналізації і підвищення ефективності функціонування вимагає пошуків нових рішень та засад, які б дали змогу правильно спрогнозувати та оцінити стан ринку та його тенденції в межах регіону, на який дане підприємство орієнтується.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження природи фінансового потенціалу підприємств та управління ним зробили такі видатні вітчизняні та зарубіжні вчені, як А. Сміт, А. Вайдаєв, М. Баканов [6], З. Герасимчук [2], В. Ковальов [5], А. Соколов [8], Т. Шешукова [4], А. Шеремет [7] та багато інших.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування та узагальнення економічної природи фінансового потенціалу та значення його для розвитку комерційного підприємства, дослідження інструментарію взаємодії фінансового потенціалу комерційного підприємства між секторами економічної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині на перший план виходить проблема поглибленого дослідження фінансового потенціалу, його сутності як економічної категорії, на базі якої формуються фінансові відносини між суб'єктами економіки в межах країни, окреслюються стратегічні напрями їх розвитку виходячи з фінансової політики держави, оцінки рівня соціально-економічного розвитку. Вона полягає у тому, що в практиці управління фінансовим потенціалом не існує єдиного підходу до визначення даної категорії та немає сукупності показників, які комплексно характеризують стан комерційної діяльності підприємства і його фінансовий потенціал.

У трактуванні терміна «потенціал» не виникає складності. За своїм походженням (від лат. Potential) він означає сукупність наявних засобів, можливостей у певній галузі тощо [1]. Стосовно певного об'єкта потенціал може означати наявність у будь-кого можливостей та здібностей у певних сферах діяльності, за реалізації яких збільшується ефективність даного об'єкта (підприємства, регіону, суспільства, країни). Можна погодитися з думкою про те, що потенціал об'єднує у собі одночасно три рівні відносин: відбиває минуле, характеризує теперішнє та орієнтується на майбутнє [2].

Зазвичай у загальному контексті поняття «потенціал» пов'язують із поняттями «сила», «міцність». Традиційно цей термін використовується для харак-

теристики засобів, запасів і джерел, які можуть бути використані для вирішення певного завдання або досягнення певної цілі, а також для можливостей окремої особи, суспільства, держави. В економічному контексті потенціал характеризує сукупність його можливостей. З одного боку, як потенціал зазвичай розглядають набір чинників, що характеризують спроможність, її джерела, фінанси, запаси, ресурси, низку інших резервів, які можна задіяти в господарській діяльності. З іншого боку, потенціал комерційного підприємства визначається якістю та кількістю ресурсів, кваліфікацією персоналу, інноваційними, інформаційними й фінансовими можливостями.

У сучасній практичній економіці потенціал розглядається як «наявні у економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використати для досягнення поставленої мети» [3, с. 13]. При цьому окремі автори підкреслюють, що «визначення категорії потенціалу, яке використовується у сучасній економічній науці, містить два ключові аспекти. По-перше, розуміння терміна «потенціал» невід'ємно пов'язане з поняттям «ресурси», по-друге, потенціал включає спроможності, якими володіє господарюючий суб'єкт: спроможність до розвитку, вдосконалення та ефективного використання ресурсів» [4, с. 8].

Отже, потенціал містить у собі нагромаджені властивості, практично використовувані в даний час, а також їх розвиток і набуття нових здібностей у майбутньому.

Потенціал комерційного підприємства являє собою його здатність до забезпечення очікуваного результату чи вирішення поставлених стратегічних завдань, беручи до уваги наявну систему внутрішніх та зовнішніх обмежень та враховуючи його здатність розвиватися.

Фінанси підприємств відіграють важливу роль в економіці країни, забезпечуючи збалансованість матеріальних та грошових фондів, які призначені для споживання та нагромадження. Стабільність грошового обігу, зокрема стабільність національної валюти, стан розрахунково-платіжної дисципліни значною мірою залежать від забезпечення даної збалансованості.

Фінанси є неодмінним атрибутом організації підприємницької діяльності, управління регіоном, державною і зовнішньоекономічною діяльністю усіх суб'єктів ринку. Управляти системою будь-якого рівня організації, у тому числі регіоном, – це управляти насамперед фінансовими потоками. Необхідність фінансів зумовлена потребами товарного виробництва і закону товарообміну та відповідає національним інтересам держави, інтересам регіону, підприємств і населення. Фінанси регіону є складовою частиною фінансів держави. Базою формування фінансового потенціалу є

доходи і прибутки підприємств та населення, що розміщені й проживають у регіоні.

Так, на рівні фінансового потенціалу підприємства позиція низки вчених полягає у тому, що вони характеризують його фінансові можливості та фінансовий стан підприємства. В. Ковальов [5], А. Баканов [6] та А. Шеремет [7] фінансовий потенціал підприємства характеризують показниками ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, внутрішньофірмової ефективності, прибутковості, рентабельності та інвестиційної привабливості.

На думку О. Соколова, фінансовий потенціал підприємства являє собою наявність у нього фінансових можливостей, щоб інвестувати кошти у поточну діяльність, перспективний розвиток та нарощувати його виробничий потенціал. У даному визначенні автор не вказує на те, що ж саме є джерелом таких можливостей [8].

Фінансовий потенціал являє собою сукупність фінансових ресурсів, які є в наявності й які можна мобілізувати в усіх сферах та ланках фінансової системи, що утворені внутрішніми та зовнішніми джерелами, запасами і нагромадження, котрі в певний період визначають фінансові можливості як окремих економічних суб'єктів, так і всієї країни.

Проаналізувавши недоліки і позитивні боки різних підходів, ми визначаємо фінансовий потенціал як спроможність комерційного підприємства генерувати позитивні чисті грошові потоки в обсягах, адекватних його фінансовому стану.

Основним чинником формування фінансового потенціалу виступає фінансовий стан підприємства. Погляди науковців на нього істотно відрізняються, оскільки фінансовий стан підприємства як явище має багато аспектів та різних форм прояву.

Таким чином, узагальнення літературних джерел дало змогу встановити, що існують такі підходи до методики оцінки фінансового потенціалу.

По-перше, ресурсний, коли фінансовий потенціал розглядається як набутий рівень існуючих фінансових

ресурсів чи як певний набір фінансових ресурсів та їх джерел формування.

По-друге, результативний, коли фінансовий потенціал визначається за його здатністю дати позитивний результат у певному обсязі чи на певному рівні.

По-третє, результативно-ресурсний, коли здійснюється комбінування методичних інструментів обох вищенаведених концептуальних підходів у різних варіаціях.

На нашу думку, ресурсний підхід є найменш продуктивним, оскільки існуючий обсяг фінансових ресурсів є тільки умовою, а не гарантією того, що буде досягнутий певний результат. Що стосується результативної концепції, то реалізувати її в чистому вигляді проблематично, тому на найбільшу увагу в подальшому розгляді заслуговує результативно-ресурсний підхід.

Фінансовий потенціал комерційного підприємства формують:

- Фінансові ресурси підприємства.
- Чинники зовнішнього та внутрішнього впливу діяльності.
- Управлінський менеджмент.
- Ефективність господарської діяльності.

Варто зазначити, що фінансовий потенціал комерційного підприємства не може існувати окремо від виробничого потенціалу, організаційного, інформаційного, від ефективності функціонування підприємства та низки інших систем управління, адже це взаємодія між багатьма економічними системами, які забезпечує розвиток (рис. 1).

Фінансовий потенціал комерційного підприємства, як і будь-яка інша система, володіє загальносистемними властивостями, а саме цілісністю, ієрархічністю. Під час функціонування підприємства відбувається безперервний кругообіг коштів, який здійснюється у вигляді витрат ресурсів і одержання доходів, їх розподілу й використання. При цьому визначаються джерела коштів, напрями та форми фінансування, оптимізується структура капіталу, проводяться розрахунки з постачальниками, покупцями продукції,

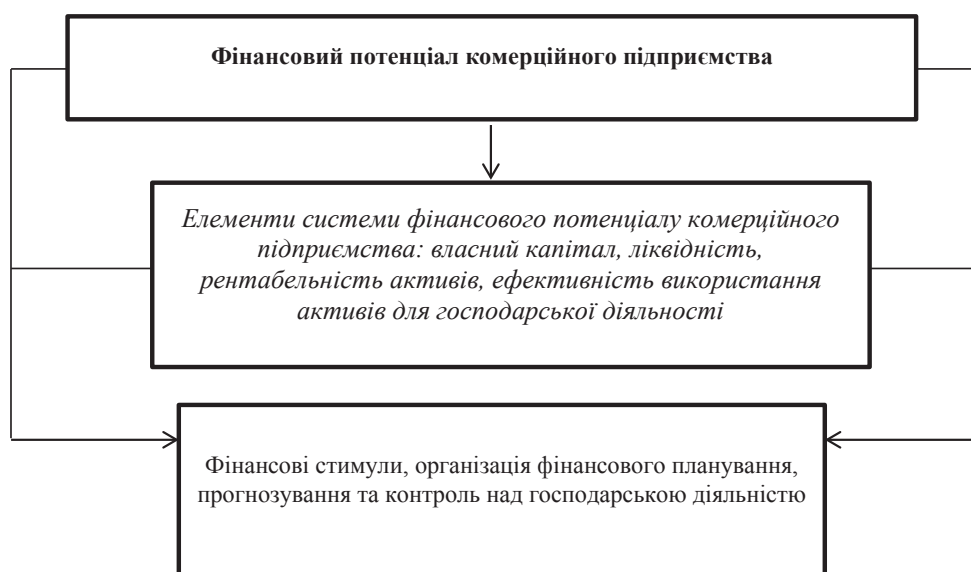


Рис. 1. Система фінансового потенціалу комерційного підприємства

Джерело: авторська розробка

державними органами (сплата податків), персоналом підприємства тощо. Усі ці грошові відносини становлять зміст фінансової діяльності підприємства, в основу якої покладено належне забезпечення фінансування суб'єкта підприємницької діяльності [9, с. 292].

Для раціонального оцінювання фінансового потенціалу комерційного підприємства пропонується певна послідовність, запропонована на рис. 2, яка включає такі основні етапи: підготовчий, аналітичний, розрахунковий та результативний.

Таким чином, інформаційною базою для оцінки фінансового потенціалу комерційного підприємства виступають фінансова звітність підприємства, економічна ситуація на ринку, соціально-економічний розвиток тощо.

Для швидкого зростання фінансового потенціалу комерційного підприємства необхідно передусім звертати увагу на такі чинники, як рівень сприятливих умов для ведення бізнесу, рівень раціональності організаційних комунікацій держави та рівень показника корупції. Проте з погляду довгострокового зростання (10 років і більше) варто насамперед звернути увагу на поліпшення інвестиційної привабливості країни.

Висновки з проведеного дослідження. Теоретичні засади формування фінансового потенціалу комерційного підприємства ґрунтуються на загальній методології фінансів. Ефективне управління фінансовим потенціалом означає створення ефективного сучасного підприємства. Фінансовий бік економічної самодостатності комерційного підприємства є визначальним. Від

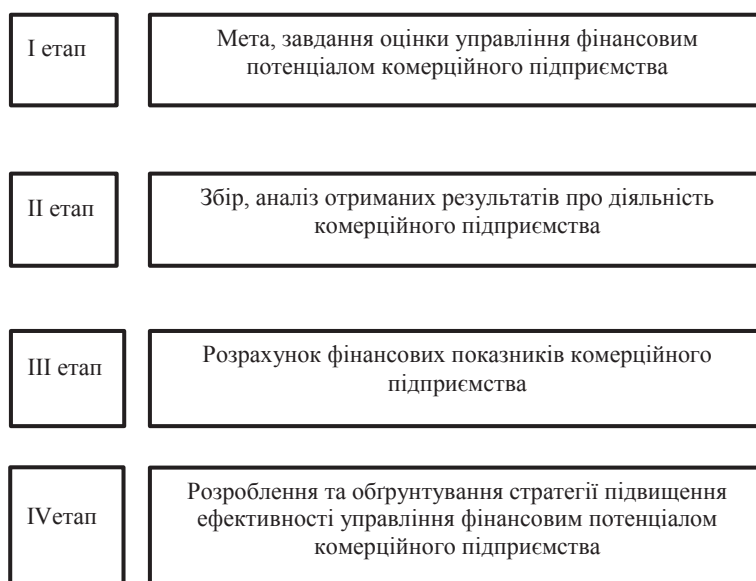


Рис. 2. Етапи управління фінансовим потенціалом комерційного підприємства

Джерело: авторська розробка

фінансових можливостей залежить у кінцевому підсумку його стратегія розвитку. Дослідження питання фінансового потенціалу економічного розвитку комерційного підприємства є перспективними й сьогодні, що потребує додаткового розгляду змістовних характеристик поняття управління фінансовим потенціалом з урахуванням сучасних умов і тенденцій, оскільки в загальному розумінні розвиток – це вищий тип руху зміни матерії та свідомості, перехід від одного якісного стану до іншого, від старого до нового або безповоротна спрямована закономірна зміна систем.

Список використаних джерел:

1. Словник бюджетної термінології. URL: <http://slovopedia.org.ua/50/53392-0.html>
2. Герасимчук З.В. Регіональна політика сталого розвитку: методологія формування, механізми реалізації. Луцьк : Надстир'я, 2001. 528 с.
3. Економічна енциклопедія : у 3-х т. / за ред. С. Мочерного. Київ : Академія, 2002. Т. 3. 952 с.
4. Шешукова Т., Колесень Е. Совершенствование методики анализа экономического потенциала хозяйствующего субъекта : монография. Пермь : Пермский ГНИИ, 2013. 196 с.
5. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. Финансы организаций (предприятий) : учебник. Москва : Проспект, 2006. 352 с.
6. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа : учебник ; 4-е изд., доп. и перераб. Москва : Финансы и статистика, 2006. 416 с.
7. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. Москва : ИНФРА-М, 2006. 415 с.
8. Соколов А.В. Потенциал промышленного предприятия: оценка и управление с системных позиций : автореф. дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.05. Кемерово, 2007. 23 с.
9. Планування комерційної діяльності : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2008. 400 с.

References:

1. Slovnyk biudzhetnoi terminolohii [Electronic recourse]. [Dictionary of budget terminology]. Available at: <http://slovopedia.org.ua/50/53392-0.html> (in Ukrainian)
2. Herasymchuk Z. V. (2001) Rehionalna polityka staloho rozvytku: metodolohiia formuvannia, mekhanizmy realizatsii [Regional policy of sustainable development: methodology of formation, mechanisms of implementation]. Lutsk: Nadstyria, 528 s. (in Ukrainian)
3. Ekonomichna entsyklopediia: u 3 t. (2002) [Economic encyclopedia] / ed. S. Mochernoho. Kyiv: Akademiia. Vol. 3, 952 p. (in Ukrainian)
4. Sheshukova T., Kolesen E. (2013) Sovershenstvovanie metodiki analiza ekonomicheskogo potenciala khoziaistvuiushchego subekta [Improving the methodology for analyzing the economic potential of an economic entity]. Perm: Permskii GNII, 196 p. (in Russian)

5. Kovalev V. V., Kovalev Vit. V. (2006) *Finansy organizatsii (predpriatii)* [Finances of organizations (enterprises)]. Moscow: Velbi, Prospekt, 352 p. (in Russian)
6. Bakanov M. I., Sheremet A. D. (2006) *Teoriia ekonomicheskogo analiza* [Theory of Economic Analysis]. Moscow: Finansy i statistika, 416 p. (in Russian)
7. Sheremet A. D. (2006) *Kompleksnyi analiz khoziaistvennoi deiatelnosti* [Comprehensive business analysis]. Moscow: INFRA-M, 415 p. (in Russian)
8. Sokolov A. V. (2007) *Potencial promyshlennogo predpriatii: otsenka i upravlenie s sistemnykh pozitsii* [The potential of an industrial enterprise: assessment and management from a system perspective]. (PhD Thesis), Kemerovo, 2007. 23 p. (in Russian)
9. *Planuvannia komertsiiinoi diialnosti* (2008) [Business Planning]. Kyiv: Kavela, 400 p. (in Ukrainian)

E-mail: wasylyha@gmail.com

УДК 001.895:338.432

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.7>

Вовк Т.В.

викладач кафедри менеджменту виробничої та невиробничої сфери,
Донецький державний університет управління

Солідор Н.А.

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри інноватики та управління,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПРОГРЕС ЯК ФАКТОР ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розкрито сутність науково-технічного прогресу в аграрно-промисловому комплексі, досліджено стан та перспективи розвитку агропромислового комплексу в Донецькій області. Розглянуто створення та функціонування агропромислового комплексу на регіональному рівні та визначено, що досвід еволюції розвитку агропромислового комплексу в Україні та регіоні є основою для прийняття стратегічних рішень щодо планування подальшого розвитку. Проаналізовано сутність поняття «агропромисловий комплекс» та розглянуто його структуру. Зазначено про необхідність формування перехідних та адаптаційних механізмів розвитку агропромислового комплексу регіону в трансформаційній економіці та доведено, що для створення таких механізмів в агропромисловому комплексі необхідне врахування специфічних складників та пріоритетних особливостей кожного регіону. Запропоновано основні напрями для прискорення й підвищення ефективності НТП Донецького регіону.

Ключові слова: інтенсифікація виробничого процесу, агропромисловий комплекс, виробничий процес, науково-технічний процес, удосконалення, продуктивність.

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС КАК ФАКТОР ИНТЕНСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

Вовк Т.В., Солідор Н.О.

В статье раскрыта сущность научно-технического прогресса в аграрно-промышленном комплексе, а также исследованы состояние и перспективы развития агропромышленного комплекса в Донецкой области. Рассмотрено создание и функционирование агропромышленного комплекса на региональном уровне. Определено, что опыт эволюции развития агропромышленного комплекса в Украине и регионе является основой для принятия стратегических решений по планированию дальнейшего развития. Проанализирована сущность понятия «агропромышленный комплекс» и рассмотрена его структура. Отмечена необходимость формирования переходных и адаптационных механизмов развития агропромышленного комплекса региона в трансформационной экономике и доказано, что для создания таких механизмов в агропромышленном комплексе необходим учет специфических составляющих и приоритетных особенно-

стей кожного регіону. Предложены основные направления для ускорения и повышения эффективности НТП Донецкого региона.

Ключевые слова: интенсификация производственного процесса, агропромышленный комплекс, производственный процесс, научно-технический процесс, усовершенствование, производительность.

SCIENTIFIC AND TECHNICAL PROGRESS AS A FACTOR OF INTENSIFICATION OF THE PRODUCTION PROCESS OF AGRICULTURAL COMPLEX OF DONETSK REGION

Vovk Tatiana, Solidor Natalia

In the article to reveal the essence of scientific and technological progress in agrarian and industrial complex. The state and prospects of development of agroindustrial complex in Donetsk region are investigated. The creation and functioning of the agro-industrial complex at the regional level are considered. It is determined that the experience of the evolution of development of agro-industrial complex in Ukraine and the region is the basis for making strategic decisions regarding the planning of further development. The essence of the concept «agro-industrial complex» is analyzed and its structure is considered. Agroindustrial complex of the region plays an important role in the functioning of the economy of the state. Changes national economy determine the need adaptation of the agro-industrial complex of the region to the new economic ones conditions. During the development and development of the Ukrainian economy, evolution took place in parallel development of the agro-industrial complex of the region and formation of its role in the economy of the state. The basis of agrarian economic growth production is the scientific and technological progress, which components are: integration science and production, the latest technologies, high level of human resources. The multifaceted nature of the economy and the development of private property management methods necessitate the improvement of the system of scientific and technological progress in the field of agriculture. Without the implementation of scientific and technological progress it is impossible to increase the competitiveness of production and implementation market transformations. The necessity of formation of transitional and adaptation mechanisms of development of the agro-industrial complex of the region in the transformation economy is pointed out. It is proved that the creation of such mechanisms in the agroindustrial complex requires consideration of specific components and priority features of each region. The basic directions for acceleration and increase of efficiency of NTP of Donetsk region are offered.

Keywords: intensification of production process, agro-industrial complex, production process, scientific and technological process, improvement, productivity.

Постановка проблеми. Науково-технічний прогрес являє собою взаємозалежний поступальний розвиток науки й техніки, що проявляється у постійному впливі наукових відкриттів і винаходів на рівні техніки і технології, а так само на застосування нових приладів і встаткування. Він впливає на перетворення й розвиток засобів праці та на взаємовідношення людей у процесі виробництва.

Науково-технічний прогрес є потужним засобом швидкого росту економіки, вирішення багатьох соціальних завдань, особливо у сфері агропромислового комплексу. Темпи впровадження його досягнень і ефективність виробництва багато в чому залежать від вироблення й послідовної реалізації науково обґрунтованої загальнодержавної політики у цій сфері діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішенню низки великих наукових проблем, пов'язаних із науково-технічним прогресом в агропромисловій сфері, присвячено праці закордонних учених-економістів, які з'ясували проблеми агропромислової галузі, серед яких – В. Баутін, В. Горячкін, А. Ткач і багато інших, а також вітчизняних наукових діячів у сфері науково-технічного прогресу у металургійній галузі: Г. Підлісецького, В. Шебаніна, Я.С. Гукова та ін.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану і перспектив розвитку науково-технічного прогресу в агропромисловому комплексі як чинника інтенсифікації виробничого процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Застосування наукових відкриттів у використанні природних багатств, розвитку й формуванні продуктивних

сил суспільства воістину обмежено. За певних умов за допомогою науки на службу виробництва можуть бути поставлені величезні сили природи, а сам процес виробництва може бути представлений як технологічне застосування науки.

Підвищення технологічної озброєності працівників сільського господарства в умовах науково-технічного прогресу веде до зміни співвідношення між живою й минулою працею, сприяє росту продуктивності праці. Науково-технічний прогрес впливає на продуктивність праці за рахунок збільшення кількості машин та ефективного їх застосування і за допомогою впливу науки й техніки на інші чинники виробництва, які сприяють росту продукції в одиницю робочого часу. Серед цих чинників велику увагу приділено зміні змісту й умов праці, його організації, рівню розвитку робочої сили й характеру її використання та ін.

Під впливом науково-технічного прогресу в сучасних умовах здійснюється перехід від екстенсивного зростання виробництва, за якого залучаються нові матеріально-грошові ресурси, до інтенсивного зростання за рахунок більш високої продуктивності праці, вдосконалення технології й організації виробництва, підвищення якості продукції, подальшого зниження собівартості.

Світова практика показує, що в останні десятиліття майже 2/3 приросту виробництва сільськогосподарської продукції пов'язано з реалізацією науково-технічного прогресу. Особливості сучасної інтенсифікації сільськогосподарського виробництва полягає в якісній зміні ресурсів, що дає змогу істотно підвищити

ефективність їх використання. Використання науково-технічного прогресу є важливою передумовою ефективного функціонування економіки, у тому числі аграрного сектору [1].

Проте аграрний сектор економіки, зокрема Донецького регіону, сьогодні характеризується достатньо низькою ефективністю виробництва, неможливістю на належному рівні підтримувати й оновлювати матеріально-технічну базу сільськогосподарських підприємств.

В області для наукового забезпечення розвитку галузі створено і функціонує на базі Донецького інституту агропромислового виробництва Регіональний центр наукового забезпечення агропромислового комплексу Донецької області.

Донецька область має значний науковий потенціал, зосереджений у Центрі наукового забезпечення агропромислового виробництва в Донецькій області, який має виступити поєднуючи ланцюгом між науковими установами, результатами їхньої роботи і виробництвом. Він здійснює апробацію, доведення розробки до місцевих умов та реалізацію на практиці закінчених наукових розробок.

У Центрі працює 67 наукових працівників, із них 20 кандидатів наук. Науковий центр безпосередньо працює в семи базових господарствах. На жаль, фінансування розвитку Центру недостатнє для ведення наукових розробок на належному рівні, матеріально-технічна база зношена, тому пропонується розглянути питання підтримки науки з місцевого бюджету.

Головною метою Центру наукового забезпечення агропромислового виробництва в Донецькій області є розроблення й упровадження Донецьким інститутом агропромислового виробництва ефективного сільськогосподарського виробництва, насичення продовольчого ринку якісною та екологічно безпечною сільськогосподарською продукцією.

Пріоритетні напрями розвитку: створення нових високопродуктивних сортів і гібридів сільськогосподарських культур, адаптованих до агрокліматичних умов регіону; удосконалення продуктивних якостей сільськогосподарських тварин; ефективне використання новітніх розробок у сфері агротехніки, біотехнології та агроекології; всебічна раціоналізація аграрного природокористування, що дасть змогу істотно знизити природо-, ресурсо- та енергоємність агропродовольчої продукції, підвищити її конкурентоспроможність; розроблення й упровадження технологій виробництва екологічно чистої продукції [2].

Для широкого впровадження в сільськогосподарське виробництво області інноваційних технологій та технологічних елементів обробки ґрунту, вирощування просяних, зернових та зернобобових культур необхідна їх перевірка у виробничих умовах і тільки після оцінки – впровадження в господарства області. Передусім випробування повинно проводитися в сівозмінах дослідного господарства Донецького регіону. Зараз існує багато технологій вирощування сільськогосподарських культур, однак недостатньо повно визначено ефективність і післядія кожної в ґрунтово-кліматичних умовах Донбасу. Повномасштабне вивчення технологій неможливо на ділянках, саме тому необхідне створення демонстраційно-технологічних полігонів. Для цього треба розмістити на кожному відділенні демонстраційний полігон із упровадження перспективних технологій.

Організація таких полігонів необхідна для проведення практичного навчання фахівців агропромислового виробництва. Для виконання технологічних процесів на високому рівні вирощування сільськогосподарських культур і одержання високоякісного насіння необхідно провести технічне переоснащення машинно-тракторного парку й обладнання, прийнявши до уваги специфіку проведення науково-дослідних робіт.

Створення в інститутах міцної бази тваринництва неможливо без створення міцної бази кормів, бо корми – це вирішальний чинник одержання високоякісної тваринницької продукції. Для підвищення продуктивності галузі тваринництва необхідно придбати лабораторію з оцінки якості кормів.

У галузі необхідна адаптація структури посівних площ до кон'юнктури ринку, організації виробництва сортового насіння на промисловій основі, вирощування сільськогосподарських культур із новими інтенсивними технологіями, дотримуючись науково обґрунтованих норм внесення мінеральних і органічних добрив [3].

Комплексний науково обґрунтований підхід до процесів використання, збереження та відтворення родючості сільськогосподарських угідь, здійснення збалансованих землемеліоративних і землеохоронних заходів з урахуванням особливостей природо-кліматичних зон, упровадження технологій сприяють збереженню та відтворенню родючості ґрунту.

Стратегія екологізації землекористування в Донецькій області повинна поєднувати позитивні боки традиційного та біологічного землеробства. Це потребує розроблення й упровадження комплексних агротехнологій, що характеризуються безпечним впливом на довкілля, агроландшафти та здоров'я людини.

Екологічно безпечні, ресурсо- і енергозберігаючі технології землекористування повинні передбачати: екологічну класифікацію агроландшафтів з оцінкою впливу інтегрального техногенного навантаження на агробіогеоценози; зменшення антропогенного навантаження на агроландшафти і кількості агрохімікатів за рахунок застосування мікробіологічних препаратів; управління родючістю ґрунтів, підсилення ролі «біологічного» азоту; перехід на переважно нехімічні методи боротьби з бур'янами, шкідниками та хворобами сільгоспкультур.

Розвиток виробництва тваринницької продукції буде здійснюватися за рахунок інтенсивного відродження галузі, що передбачає впровадження новітніх технологій та сучасних форм організації виробництва, вдосконалення зооветеринарного та племінного обслуговування тваринництва й птахівництва в господарствах різних форм власності, створення сталої кормової бази.

Основними напрямами ефективного розвитку галузі є: удосконалення організації відтворення стада шляхом використання досягнень селекції та генетики, нових біологічних методів якісного поліпшення стада; модернізація виробництва та технологічного устаткування на товарних фермах; створення у фермерських господарствах тваринницьких ферм із повною механізацією та електрифікацією виробничих процесів; створення пунктів штучного запліднення для обслуговування худоби у населення; розвиток наявних племінних комплексів із відтворення і вирощування батьківських стад кросів птиці з використанням ефективних технологій вирощування товарної племінної птиці, що

відповідають світовим стандартам; поглиблення промислової переробки продукції тваринництва з упровадженням безвідходних технологій.

Разом з обласним селекційно-плеємним центром ведеться робота з удосконалення порід молочного і м'ясного напрямів. У результаті використання високопродуктивних биків-плідників продуктивність зростає на 30% (за базової 3 800 кг).

Пропозиції щодо ефективного впровадження досягнень аграрної науки в регіоні: планування обсягів та напрямів досліджень наукових установ залежно від потреб області; виконання замовлених досліджень щодо конкретних питань, що виникають; проведення апробації нових запропонованих технологій, видів добрив, засобів захисту рослин, регуляторів росту, сортів, гібридів насіння, дерев, чагарників, порід тварин, що ввозяться в область; аналіз передового вітчизняного й зарубіжного досвіду та розроблення рекомендацій щодо його впровадження; організація системи регулярної реклами в печатних виданнях, випуску наукових публікацій; створення інформаційної мережі в області з метою використання її в управлінні агропромисловим виробництвом; організація експертно-консультаційної служби з метою допомоги господарствам в оформленні ліцензійних договорів, патентів.

У сформованих умовах зростає затребуваність науки як генератора науково-технічного прогресу, а необхідність загального розвитку галузі розуміється як її науково-технічний розвиток.

До основних напрямів прискорення й підвищення ефективності науково-технічного прогресу агропромислового комплексу на сучасному етапі можна віднести: концентрацію зусиль аграрної науки на найбільш пріоритетних напрямках, здатних прискорити рішення поставлених перед галуззю технічних, науково-технологічних і соціально-економічних завдань; більше широке використання об'єктів інтелектуальної власності в аграрному виробництві з урахуванням реалізації прав на об'єкти інтелектуальної власності країни; удосконалення економічного механізму функціонування аграрних наукових організацій із метою забезпечення раціонального включення науково-технічного блоку в процес ринкового реформування аграрного сектору; формування інформаційно-консультаційної служби для сприяння підвищенню ефективності розвитку аграрного виробництва й поліпшенню соціально-економічних умов життя на селі за допомогою поширення нових знань і освоєння досягнень науки й техніки у виробництві; розвиток підприємництва в науково-технічній сфері АПК і формування на цій основі нових організаційних структур для здійснення науково-технологічної й інноваційної діяльності; удосконалення управління науково-технічною діяльністю з урахуванням переходу від адміністративних до демократичних процедур управління й розширення самостійності наукових організацій; поглиблення міжнародного науково-технологічного співробітництва шляхом активної участі в міжурядових і міжвідомчих угодах [4].

У сучасних умовах аграрна наука повинна зосередити увагу на більш важливих напрямках своєї діяльності, здатних прискорити вирішення поставлених перед АПК завдань, а саме пріоритетних.

Науково-технічний прогрес впливає на сільське господарство через найважливіші напрями його роз-

витку, які виступають матеріально-речовинними, економічними й організаційними чинниками відтворення. Стосовно рослинництва його елементами є створення й широке застосування більш ефективних машин і механізмів, засобів хімізації, меліорації, використання нових високопродуктивних сортів та гібридів сільськогосподарських культур, інтенсивних технологій їх оброблення й збирання. Пряме відношення до розвитку науково-технічного прогресу має впровадження раціональних форм управління, організації й оплати праці, підготовки висококваліфікованих кадрів.

Науково-технічний прогрес є важливим чинником підвищення економічної ефективності виробництва, якщо досягнення науки й техніки використовуються комплексно і сприяють переходу галузі на індустріальну основу. Якщо він упроваджується тільки по окремих елементах виробничого процесу або під час оброблення окремих видів сільськогосподарських культур, то матеріально-грошові витрати на виробництво одиниці продукції або трохи збільшуються, або знижуються вкрай повільно. На підставі цього іноді робиться неправильний висновок про те, що впровадження досягнень науки і техніки в сільському господарстві є неефективним.

Пріоритетним напрямом науково-технічного прогресу стають розроблення й створення принципово нового комплексу машин і устаткування для оброблення та збирання сільськогосподарських культур.

Розроблення і застосування нових машин, устаткування та технологій у сільському господарстві відкриває широкий шлях для ефективного використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. Важливою умовою раціонального використання машин у сільськогосподарському виробництві є підвищення надійності техніки й відповідність її досягненням науково-технологічного прогресу.

Надійність техніки характеризується комплексним параметром, що включає такі показники, як безвідмовність, довговічність роботи машин і устаткування, ремонтпридатність і збереження їхніх первісних властивостей. Надійність залежить від умов та інтенсивного застосування, якості вироблених профілактичних робіт і ремонтів використання діагностичних засобів.

Перспективним напрямом науково-технічного прогресу є біотехнологія. Ця досить нова галузь науки й виробництва заснована на промисловому застосуванні природних і на створення живих систем. У сільському господарстві широко використовуються створені промисловим шляхом біопрепарати для захисту рослин, бактеріальні добрива, дріжджі, грибний міцелій тощо.

Найважливішими завданнями з прискорення науково-технічного прогресу в сільському господарстві є: якісно новий підхід до селекційної роботи, широке використання біотехнологій у сільськогосподарському виробництві; розроблення прогресивної системи ведення господарства, що сприяє збереженню й підвищенню родючості ґрунту; розроблення й упровадження системи управління врожайністю сільськогосподарських культур; створення нових зрошуваних земель, реконструкція модернізація існуючих меліоративних споруджень; конструювання й виготовлення досвідчених зразків машин, інших засобів виробництва для оброблення та збирання сільськогосподарських культур.

Особливо велика роль упровадження науково-технічного прогресу в селекції сільськогосподарських

культур. Вона повинна бути спрямована на створення сортів із високою й стійкою врожайністю, з різними строками дозрівання та пристосованими до індустріальних технологій оброблення і збирання.

Прискорення науково-технічного прогресу певною мірою залежить від науково-технічного потенціалу суспільства. Він характеризується комплексною оцінкою рівня розвитку науки й техніки, можливостей і ресурсів, якими володіє суспільство для вирішення науково-технічних проблем. Основними показниками функціонування науково-технічного потенціалу є наявність науково-технічних кадрів, матеріально-технічне забезпечення науково-технічних і дослідно-конструкторських робіт, розвиток системи науково-технічної інформації, планування й управління в науці та техніці, фінансування науково-технічних досліджень.

Висновки з проведеного дослідження. Здійснення науково-технічного прогресу в сільському господарстві базується на властивих йому економічних і біологічних законах. Аграрне виробництво має свої особливості, які впливають зі специфіки оброблення, збирання, зберігання, транспортування й переробки сільськогосподарської продукції.

Розроблення й упровадження нових машин і технологій у сільському господарстві відкриває широкий шлях для ефективного використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. Усе це буде сприяти подальшому нарощуванню обсягів виробництва сільськогосподарської продукції й більш повному задоволенню зростаючих потреб населення за обмеженого використання ресурсів суспільства.

Список використаних джерел:

1. Сазонця І.Л. Інвестиції стратегії конкурентоспроможної економіки : монографія. Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2012. 416 с.
2. Герасимчук З.В., Вахович І.М. Організаційно-економічні механізми формування та реалізації стратегії розвитку регіону : монографія. Луцьк : ЛДТУ, 2012. 248 с.
3. Пакулін С.Л. Концепція управління потенціалом соціально-економічного розвитку регіону. *Science and education LTD*, 2015. Р. 5–7.
4. Яцишина І.В. Соціальне спрямування інноваційної економіки: тенденції, наслідки : монографія. Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин Я.І., 2012. 368 с.
5. Лопушняк Г.С. Державна соціальна політика як передумова економічного розвитку України : монографія. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. 372 с.
6. Пакуліна А.А., Пакулін С.Л., Корсунський Г.Ю. Підвищення сталості соціально-економічного розвитку і забезпечення економічної безпеки регіонів. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. С. 215–219.
7. Макарова О.В. Людський розвиток в Україні: соціальні та демографічні чинники модернізації національної економіки : колективна монографія / за ред. Е.М. Лібанової. Київ : НАН України, 2012. 320 с.
8. Панченко М. Соціальна сфера і соціальна політика та їх співвідношення в аспекті державного управління соціальною сферою. *Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського*. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Arpu_o/2009_1/R_5/Panchenko.pdf (дата звернення: 20.02.2020).

References:

1. Sazoncyia I.L. (2012) *Investy`ciyi strategiyi konkurentospromozhnoyi ekonomiky* [Investment in a competitive economy strategy]. Dnipropetrovs`k: Nauka i osvita, p 416.
2. Gerasymchuk Z.V., Vakhovich I.M. (2012) *Organizacijno-ekonomichni mexanizmy formuvannya ta realizaciyi strategiyi rozvy`tku regionu* [Organizational and economic mechanism of formation and implementation of regional development strategy]. Lucz`k: LDTU, p. 248.
3. Pakulin S.L. (2015) *Koncepciya upravlinnya potencialom social`no-ekonomichnogo rozvy`tku regionu* [Concept of managing the potential of socio-economic development of the region]. *Science and civilization: materials of the XI International scientific and practical. Sheffield: Science and education LTD*, vol. 5 pp. 5–7.
4. Yatsyshina I.V. (2012) *Social`ne spryamuvannya innovacijnoyi ekonomiky` : tendenciyi, naslidky`* [Social orientation of the innovation economy: trends, consequences]. Kamianets-Podilskyi: FOP Sysin Y.I., p. 368.
5. Lopushniak G.S. (2011). *Derzhavna social`na polity`ka yak peredumova ekonomichnogo rozvy`tku Ukrainy`* [State social policy as a prerequisite for economic development of Ukraine]. Lviv: LRIDA NADU, p. 372.
6. A.A. Pakulin, S.L. Pakulin, G. Yu. Korsun`s`ky`j (2015) *Pidvy`shhennya stalosti social`no-ekonomichnogo rozvy`tku i zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky` regioniv* [Improving the sustainability of socio-economic development and ensuring the economic security of regions]. *Bulletin of the economy of transport and industry. Visny`k ekonomiky` transportu i promy`slovosti*, vol. 4, pp. 215–219.
7. Makarova O.V. *Lyuds`ky`j rozvy`tok v Ukraini: social`ni ta demografichni chy`nny`ky` modernizaciyi nacional`noyi ekonomiky`* [Human Development in Ukraine: Social and Demographic Factors of the Modernization of the National Economy]. Institute of Demography and Social Research, p. 320.
8. Panchenko M. (2009) *Social`na sfera i social`na polity`ka ta yix spivvidnoshennya v aspekti derzhavnogo upravlinnya social`noyu sferoyu* [Social sphere and social policy and their correlation in the aspect of state management of the social sphere]. National Library of Ukraine named after VI Vernadsky (accessed 20 February 2020).

E-mail: tanuvovk@ukr.net

УДК 65.012.01

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.8>

Волкова Н.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного аналізу,
Одеський національний економічний університет

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-АНАЛІЗУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті визначено значення бізнес-аналізу в сучасних умовах. Визначено роль аналітика як відповідального за вирішення завдань управління діяльністю підприємства. Головними завданнями бізнес-аналізу є інформаційне забезпечення ефективного управління, виявлення проблем бізнесу в економічній і фінансовій сферах, визначення стратегічних цілей і політики розвитку підприємства. Запропоновано методика експрес-аналізу діяльності підприємства. Проаналізовано результативну діяльність підприємств, рівень ринкового ризику, ефективність використання виробничого потенціалу, рівень платоспроможності та фінансової стійкості. Методика експрес-аналізу спрямована на визначення слабких і сильних боків діяльності підприємства, що дає можливість розробити комплекс заходів, своєчасно прийняти відповідні управлінські рішення для забезпечення економічної та фінансової рівноваги діяльності підприємства.

Ключові слова: бізнес-аналіз, методика, суб'єкт господарювання, ринковий ризик, платоспроможність, фінансова стійкість, економічна рівновага.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС-АНАЛИЗА СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Волкова Н.А.

В статье определено значение бизнес-анализа в современных условиях. Определена роль аналитика как ответственного за решение задач управления деятельностью предприятия. Главными заданиями бизнес-анализа являются информационное обеспечение эффективного управления, выявление проблем бизнеса в экономической и финансовой сферах, определение стратегических целей и политики развития предприятия. Предложена методика экспресс-анализа деятельности предприятия. Проанализированы результативная деятельность предприятий, уровень рыночного риска, эффективность использования производственного потенциала, уровень платежеспособности и финансовой устойчивости. Методика экспресс-анализа направлена на определение слабых и сильных сторон деятельности предприятия, что дает возможность разработать комплекс мер, своевременно принять соответствующие управленческие решения для обеспечения экономического и финансового равновесия деятельности предприятия.

Ключевые слова: бизнес-анализ, методика, субъект хозяйствования, рыночный риск, платежеспособность, финансовая устойчивость, экономическое равновесие.

METHODICAL ASPECTS OF COMPANY'S BUSINESS-ANALYSIS

Volkova Nina

The effectiveness of an entity's development will be thought as a set of task-setting methods and solution paths, which provide the company's status where the most important requirements of key stakeholders are promptly identify and balanced with the assistance of own economic sustainability and growth capacity. Business analysis centered on that mechanism. Recently, the issue of defining a business analysis's methodology which would satisfy stakeholders is gaining importance for the business community. Stakeholder's requirements should, if possible, be quantified and expressed in relevant indicators which comparable with similar performance indicators of the company activities based on actual accounting data. The method of calculation of express analysis includes indicators which characterize the company's activity from different sides and includes the calculation of performance indicators of the enterprise, the level of market risk, the efficiency of production capacity, the level of solvency and financial stability. According to the results of the express analysis of the two companies over the last two years, there is a sharp decrease in the effectiveness of their activities, increases the market risks of sales, decreases the efficiency of fixed assets using, despite the relatively high level of suitability. Production risk of enterprises is increasing rapidly. There are some risks of solvency loss. Both companies are dependent on borrowed capital. Thus, the express analysis's calculations make possible to determine the primary tasks in operating of economic entities. The practical significance of the methodology is in identification of the weaknesses and strengths of the company, which in turn makes possible to reach at an appropriate management decision in assure the economic and financial stabilization of the company. Furthermore, the indicators can be supplemented, according to the interests of stakeholders. Business analysis, namely, the method of rapid analysis, allows you to develop a set of measures to ensure the economic security of processes and achieve sustainable development.

Keywords: business analysis, methodology, business entity, market risk, solvency, financial stability, economic equilibrium.

Постановка проблеми. Процес сталого розвитку не може здійснюватися спонтанно. Він повинен бути об'єктом цілеспрямованого управління за допомогою відповідного механізму. Механізм стійкого розвитку суб'єкта господарювання може розглядатися як сукупність методів постановки завдань і засобів їх вирішення, що забезпечує такий стан цього підприємства, за якого своєчасно виявляються та збалансовано задовольняються найважливіші вимоги його ключових стейкхолдерів за підтримки власної економічної стійкості і здатності до зростання. Бізнес-аналіз покликаний грати роль центральної ланки такого механізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Бізнес-аналіз набуває все більшої актуальності в нашій країні. У сучасній літературі зустрічаються досить різноманітні трактування не тільки самого поняття бізнес-аналізу, а й ролі фахівця-бізнес-аналітика, яку він покликаний грати в комерційній організації.

Найбільш авторитетно можна вважати думку Міжнародного інституту бізнес-аналізу (International Institute of Business Analysis – ІІВА), який розробив і опублікував Звід знань із бізнес-аналізу (Business Analysis Body of Knowledge – BAVOK), де бізнес-аналіз визначається як сукупність завдань, методів, кваліфікацій і можливостей, необхідних для чіткого визначення проблем, що стоять перед бізнесом, і для опису їх вирішення [1]. Такі рішення часто зводяться до розроблення інформаційних систем, але можуть включати в себе і рекомендації щодо поліпшення бізнес-процесів та організаційних змін. Причому підкреслюється, що в силу специфіки завдань бізнес-аналізу принципово різняться ролі бізнес-аналітика і менеджерів компанії: перший відповідає за виявлення бізнес-проблем, визначення їх суті і масштабів, а так само шляхів їх вирішення, тоді як у сферу відповідальності менеджерів входить конкретна робота з реалізації цих рішень.

Істотний внесок у дослідження даних проблем зробили Е. Альтман, Р. Акофф, У. Бівер, І. Бланк [4], В.І. Баріленко, Н. Волкова [6], Т.П. Гудзь, В.В. Ковальов, М.І. Ковальчук, Л.О. Лігоненко, Г.В. Савицька, І.А. Сніткіна [6] П.Т. Саблук, О.О. Терещенко, А.Д. Шеремет, М.Г. Чумаченко, В.В. Юрчишин та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення методичних аспектів бізнес-аналізу діяльності суб'єктів господарювання для подальшого підвищення економічної та фінансової рівноваги.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цільова спрямованість бізнес-аналізу полягає в інформаційному забезпеченні ефективного корпоративного управління, яке розуміється як система взаємодії між акціонерами і менеджментом компанії, а також з іншими зацікавленими сторонами з метою реалізації інтересів власників і законних прав інших стейкхолдерів.

Останнім часом питання визначення методики проведення бізнес-аналізу, яка б задовольнила стейкхолдерів, набувають усе більшої значущості для бізнес-спільноти. Обмеженість і зростаюча вартість ресурсів, вимоги законодавства, що стосуються певних екологічних обмежень, конкурентні переваги призводять до необхідності комплексного підходу до розроблення методики проведення бізнес-аналізу господарюючих суб'єктів [2].

Важко уявити, щоб інтереси і вимоги різноманітних груп стейкхолдерів у всьому збігалися. Задовольняючи вимоги одних стейкхолдерів, ми найчастіше будемо

змушені порушувати інтереси інших, тому виявлені в ході бізнес-аналізу проблеми часто не дають змоги вирішити їх усі одразу. Навіть у одного стейкхолдера вимоги можуть бути суперечливими. Так, власники (й інвестори) вимагають одночасно підвищення рентабельності і високу платоспроможність компанії, які досяжні різноспрямованими заходами використання грошових ресурсів. Ті ж власники зацікавлені в отриманні високих дивідендів, однак виконання поточних вимог акціонерів не повинно завдавати шкоди фінансовій стійкості належної їм же компанії і стратегічним планам її розвитку.

Більшість відомих розробок у сфері сталого розвитку бізнесу ґрунтуються на використанні переважно якісного вербально-логічного аналізу. Однак, як відомо, управляти можна лише тим, що можна виміряти, тому вимоги стейкхолдерів повинні бути за можливості кількісно вимірні і виражені у формі відповідних показників, порівняних з аналогічними показниками діяльності організації, заснованими на фактичних даних його обліку і звітності. Це дає змогу не лише оцінювати ступінь задоволення вимог зацікавлених сторін, що забезпечує стійкість розвитку господарюючого суб'єкта, а й визначати масштаби проблем, що вимагають рішення. Незначні розриви між необхідним і фактичним рівнями порівнюваних показників можуть бути ліквідовані за допомогою адекватних коригувань господарських процесів.

Своєчасне проведення аналізу бізнес-процесів суб'єктів господарювання передбачає захист від негативних впливів, породжуваних чинниками зовнішнього і внутрішнього середовища, створює надійні умови і гарантії для його функціонування на кожному етапі, стримує зовнішні та внутрішні чинники, що можуть дестабілізувати економічну ситуацію.

Основний напрям бізнес-аналізу діяльності суб'єкта господарювання націлений на виявлення проблемних моментів, пов'язаних із ринковими ризиками, рівнем платоспроможності, фінансової стійкості, ефективністю використання виробничого потенціалу. У табл. 1 запропоновано показники, аналіз яких у динаміці може задовольнити вимоги стейкхолдерів та власників підприємства в питанні сталого розвитку суб'єкта господарювання.

Методика розрахунку експрес-аналізу включає у себе показники, які характеризують діяльність підприємства з різних боків. Проаналізовано результативну діяльність підприємств, рівень ринкового ризику, ефективність використання виробничого потенціалу, рівень платоспроможності та фінансової стійкості.

Практичне значення методики полягає у тому, що проведений експрес-аналіз спрямований на визначення слабких і сильних боків діяльності суб'єкта господарювання, що, своєю чергою, дає можливість своєчасно прийняти відповідні управлінські рішення для забезпечення економічної і фінансової рівноваги діяльності підприємства.

Дані табл. 1 показують, що на підприємствах у динаміці за результатами діяльності знижуються тією чи іншою мірою економічні та фінансові показники. За аналізований період спостерігається різке зниження результативності діяльності підприємств, зростають ринкові ризики реалізації продукції, знижується ефективність використання основних засобів, незважаючи на досить високий рівень придатності. Високими темпами зростає виробничий ризик підприємств. Існують певні ризики втрати платоспроможності. Обидва підприємства залежні від позикового капіталу.

Таблиця 1

Експрес-аналіз показників економічної і фінансової рівноваги діяльності підприємства

Показники	підприємство «ПрАТ «Одесавинпром»			підприємство «ПрАТ «Одеський коньячний завод»		
	2017 рік	2018 рік	Відхилення (+,-)	2017 рік	2018 рік	Відхилення (+,-)
результативність діяльності						
1. Темп зростання рентабельності продажу	0,44	0,11	-0,33	0,7	0,3	-0,4
2. Темп росту чистого прибутку	0,45	0,29	-0,16	1,0	0,78	-0,22
ринковий ризик						
3. Темп росту чистого доходу	1,26	0,99	-0,27	1,32	0,92	-0,4
економіко-виробничий потенціал						
4. Темп росту виробничого левериджу	1,3	7,5	+6,2	1,82	2,44	+0,62
5. Темп росту віддачі основних засобів	1,42	0,59	-0,83	1,5	1,1	-0,4
6. Коефіцієнт зносу	0,87	0,80	-0,07	0,79	0,83	+0,04
рівень платоспроможності						
7. Коефіцієнт загальної платоспроможності	0,75	0,86	+0,11	1,69	1,72	+0,03
8. Частка дебіторської заборгованості в оборотних активах	0,47	0,56	+0,09	0,59	0,53	-0,06
9. Коефіцієнт співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості	0,53	0,61	+0,08	1,66	0,93	-0,73
фінансова стійкість						
10. Коефіцієнт автономії	-0,17	-0,07	-0,24	0,13	0,15	+0,02
11. Коефіцієнт маневреності	-1,77	-1,39	-3,16	0,37	0,47	+0,1

Джерело: розраховано автором [3]

Таким чином, розрахунки експрес-аналізу дають можливість визначити першочергові завдання в управлінні діяльністю суб'єктів господарювання.

Висновки з проведеного дослідження. Експрес-аналіз дає можливість виявити проблеми бізнесу в економічній і фінансовій сферах, визначити стратегічні цілі та політику сталого розвитку підприємства. При цьому показники можуть бути доповнені згідно з інтересами стейкхолдерів і всіх зацікавлених осіб.

Тільки будучи захищеним від загроз зовнішніх і внутрішніх чинників, підприємницька структура може зайняти міцні позиції на ринку, підвищуючи конку-

рентоспроможність і стійкість свого розвитку. Максимізація прибутку, що тривалий час розглядалася як основний орієнтир діяльності будь-якого бізнесу, стає можливою лише за умови сталого розвитку всієї економічної системи.

Безпосередню небезпеку функціонування бізнес-процесу створюють економічні загрози, що порушують нормальний хід сталого розвитку. Бізнес-аналіз, а саме методика проведення експрес-аналізу, дає змогу розробити комплекс заходів щодо забезпечення економічної безпеки процесів і досягнення сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge ® (BABOK® Guide) Version 2.0 International Institute of Business Analysis. Toronto, Ontario, Canada, 2009.
2. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / пер. с англ. Москва : Олимп-Бизнес, 2006. 320 с.
3. Фінансова звітність підприємств Одеської області. URL: <https://smida.gov.ua/> (дата звернення: 28.03.2020).
4. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами. Москва : Омега-Л, Эльга, 2011. 768 с.
5. Казакова Н.А., Лукьянов А.В. Выявление и анализ количественных и качественных факторов кредитоспособности заемщиков в условиях высоких банковских рисков. *Учет. Анализ. Аудит.* 2015. № 1. С. 92–100.
6. Волкова Н.А., Сніткіна І.А. Аналіз фінансового стану підприємств України. *StrategicManagement: Global Trends and National Peculiarities. Multi-authored monograph.* Poland : Publishing House «Baltija Publishing», 2019. P. 471–489.

References:

1. A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge ® (BABOK® Guide) Version 2.0 International Institute of Business Analysis, Toronto, Ontario, Canada, 2009.
2. Kaplan R. S., Norton D. P. (2006) Sbalansirovannaia sistema pokazatelei. Ot strategii k deistviuu / per. s angl [The Balanced Scorecard. Translating Translating Strategy into Action / Trans. from Engl.]. Moscow: Olimp-Biznes – Olymp-Business. (in Russian)
3. Richna finansova zvitnistj pidpryjemstv (2019) Available at: <https://smida.gov.ua/db/participant/00412056> (accessed 28.03.2020). (in Ukrainian)
4. Blank I. A. (2011) Upravlenie finansovyimi resursami [Management of financial resources]. Moscow: Omega-L, El'ga – Omega-L, Elga, 768 p. (in Russian)

5. Kazakova N.A., Luk'ianov A. V. (2015) Vyiavlenie i analiz kolichestvennykh i kachestvennykh faktorov kreditosposobnosti zaemshchikov v usloviakh vysokikh bankovskikh riskov. [Identification and analysis of quantitative and qualitative factors of the creditworthiness of borrowers with high banking risks]. *Uchet. Analiz. Audit*, no. 1, pp. 92–100. (in Russian)

6. Volkova, N.A. & Snitkina, I.A. (2019) Analiz finansovogo stanu pidpriyemstv Ukrainy [Analysis of the financial state of Ukrainian enterprises]. Strategic Management: Global Trends and National Peculiarities. Multi-authored monograph. Publishing House «Baltija Publishing», Poland, pp. 471–489. (in Ukrainian)

E-mail: plysca414@gmail.com

УДК 334.01:336.01:339.1:339.5

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.9>

Гавриш О.М.

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Державний університет телекомунікацій

Федюнін С.А.

кандидат технічних наук,
директор Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва,
доцент кафедри менеджменту,
Державний університет телекомунікацій

РОЛЬ БРОКЕРА ПІД ЧАС ЗДІЙСНЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ НА БІРЖІ

У статті розглянуто сутність поняття «брокер», наведено його різновиди, які регламентуються чинним законодавством та відмінності законодавчого закріплення поняття «брокер» в Україні та країнах Європи й США. Розглянуто основні функції, які покладено на брокера під час здійснення торговельних операцій на біржі, встановлено відмінні риси між брокером та субброкером і форми їхньої співпраці. Під час здійснення брокером торговельних операцій на біржі між ним та покупцем і продавцем виникають певні особливості взаємодії, які охарактеризовано у статті. Встановлено, що в практиці біржової торгівлі застосовуються, як правило, дві форми взаємовідносин клієнтів із брокерами: стабільна та разова. Розглянуто роль брокера під час здійснення торговельних операцій на біржі та наведено переваги, які має клієнт, отримуючи послуги біржового брокера.

Ключові слова: брокер, біржа, торговельна операція, біржова діяльність, ризик, ринок цінних паперів, товар, біржова угода.

РОЛЬ БРОКЕРА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕННИИ ТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ НА БИРЖЕ

Гавриш О.Н., Федюнин С.А.

В статье рассмотрена сущность понятия «брокер», а также приведены его разновидности, которые регламентируются действующим законодательством и отличия законодательного закрепления понятия «брокер» в Украине, странах Европы и США. Рассмотрены основные функции, которые возложены на брокера при осуществлении торговых операций на бирже, установлены отличительные черты между брокером и субброкером и формы их сотрудничества. При осуществлении брокером торговых операций на бирже между ним и покупателем и продавцом возникают определенные особенности взаимодействия, которые охарактеризованы в статье. Установлено, что в практике биржевой торговли применяются, как правило, две формы взаимоотношений клиентов с брокерами: стабильная и разовая. Рассмотрена роль брокера при осуществлении торговых операций на бирже и приведены преимущества, которые имеет клиент, получая услуги биржевого брокера.

Ключевые слова: брокер, биржа, торговая операция, биржевая деятельность, риск, рынок ценных бумаг, товар, биржевая сделка.

THE ROLE OF THE BROKER IN THE IMPLEMENTATION OF TRADING OPERATION ON THE STOCK EXCHANGE

Havrysh Oksana, Fediunin Serhii

The current level of development of the economy and society indicates that one of the leading and promising types of economic activity is precisely trading activity on the stock exchange. The stock exchange is a powerful center for pricing,

representing a promising area of capital investment and the transfer of goods and financial flows. The level of business activity on the exchange indicates both the economic stability of the country and the presence of a financial and economic crisis in the world. A decisive role in the implementation of trading operations on the stock exchange is played by the broker, who acts as the link that helps to bring together sellers and buyers of exchange-traded assets and organize their interaction with favorable conditions for each side. In the article the essence of the concept of "broker" is considered, and its varieties, which are regulated by the current legislation of Ukraine are given. The differences in legislative consolidation of the concept of "broker" in Ukraine and in the countries of Europe and the USA are given. The main functions that are assigned to the broker in carrying out trading operations on the stock exchange are considered. The distinguishing features between the broker and the sub-broker and the forms of their cooperation are established. Brokers must enter into agreements with all sub-brokers. Such an agreement establishes the rights and obligations of brokers and a sub-broker. When a broker performs trading operations on the stock exchange between him and the buyer and the seller, certain interaction features arise that are described in the article. It has been established that in the practice of exchange trading, as a rule, two forms of customer relations with brokers are applied – stable and one-time. At the same time, on the exchange market, it is necessary to have basically two brokers, one of which represents the interests of the seller, and the other represents the interests of the buyer. The article discusses how the broker is rewarded for the services rendered to him. The role of a broker in carrying out trading operations on the stock exchange is considered and the advantages that a client has when receiving the services of an exchange broker are given.

Keywords: broker; stock exchange, trading, stock exchange activity, risk, securities market, commodity, exchange transaction.

Постановка проблеми. Сучасний рівень розвитку економіки і суспільства свідчить про те, що одним із провідних та перспективних видів економічної діяльності стає саме торговельна діяльність на біржі. Біржа є потужним центром ціноутворення, являє собою перспективну сферу інвестування капіталів та трансферту товарних і фінансових потоків. Рівень ділової активності на біржі свідчить як про економічну стабільність країни, так і про наявність фінансової та економічної кризи у світі. Визначальну роль під час здійснення торговельних операцій на біржі відіграє брокер, який виступає тією сполучною ланкою, яка допомагає звести продавців та покупців біржових активів та організувати їх взаємодію за найвигіднішими для кожної сторони умовами. Отже, дослідження ролі брокера під час здійснення торговельних операцій на біржі набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у питання розвитку біржової торгівлі та обґрунтування ролі брокера на біржі здійснили такі вчені, як І.М. Вавдійчик, В.А. Герцик, О.Ф. Грищенко [1], О.В. Данніков, О.М. Загурський, Г.Г. Казарян, З.О. Коваль, Н.Є. Летуновська [1], В.М. Наумов, Л.А. Ольховик [3], І.В. Охріменко, В.А. Павлова, В.П. Пилипчук, В.В. Резнікова, О.П. Савіч, Л.О. Сигида [1], М.О. Солодкий, О.М. Сохацька [9], В.В. Стадніченко, О.М. Третяк, Ю.А. Шишка [11], В.С. Ясенецький. Однак питання визначення ролі брокера під час здійснення торговельних операцій на біржі залишається важливим завданням наукових досліджень у мінливому, динамічному розвитку економіки України.

Постановка завдання. З огляду на актуальність та практичну значимість вибраної теми, метою статті є аналіз науково-теоретичних підходів до визначення сутності «брокер» та обґрунтування його ролі під час здійснення торговельних операцій на біржі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організація торгівлі на біржовому ринку здійснюється відповідно до встановлених правил та має свої особливості. Прикметною рисою організації торгівлі на біржовому ринку є те, що активність на ньому забезпечується біржовими посередниками, які є сполучною ланкою між продавцями та покупцями. Одним із таких посередників є брокер.

Чинне законодавство України висвітлює сутність поняття «брокер» через окремі його види (рис. 1).

У багатьох державах світу, крім звичайних видів брокерів у системі фондової біржі, виділяють ще низку інших. Зокрема, в Англії існує міждилерський брокер, яким називається представник Лондонської фондової біржі, котрий має повноваження укладати угоди тільки з так званими маркетмейкерами – визнаними фінансовими компаніями, що здійснюють котирування цінних паперів. Також міждилерським брокером вважається організація, яка функціонує на ринку позабіржових деривативів і забезпечує прискорення процесу укладання угод між дилерами. Ключовий елемент роботи міждилерського посередника – конфіденційність [10].

В Англії брокер організовує короткострокові позики на грошовому ринку, тобто між банками, дисконтними будинками й дилерами, які ведуть операції з урядовими цінними паперами. Грошові брокери самі не беруть і не дають гроші в позику, вони працюють як посередники за комісійні, організовуючи позики до запитання й на термін від поточного робочого дня до наступного. Грошові брокери діють і на ринках єврооблігацій.

У США та країнах Європи виділяють такий підвид кредитного брокера, як іпотечний брокер. Іпотечний брокеридж – це послуги підбору, оформлення й отримання іпотечних кредитів. Іпотечним брокериджем займається підготовлений для цієї діяльності спеціаліст – іпотечний брокер. Іпотечний брокер супроводжує клієнта на всьому шляху – від вибору іпотечної програми до підписання кредитного договору, гарантуючи цим самим юридичну прозорість угоди [3].

Довіра до іпотечного брокера у США забезпечується жорстким регулюванням. Окрім федерального й регіонального законодавства, існують організації, які стежать за діяльністю брокерів і у разі тих чи інших порушень можуть у тому числі позбавити ліцензії брокера. В Україні існують іпотечні брокери, які здійснюють свою діяльність, що законодавчого вираження не має. Важливим видом брокерської діяльності, що також не має законодавчого закріплення в Україні, є діяльність брокера в судноплаванні й венчурній діяльності.

У 2007 р. було розроблено проєкт закону України «Про венчурну діяльність в інноваційній сфері», де закріплювалося, що венчурні брокери – юридичні або

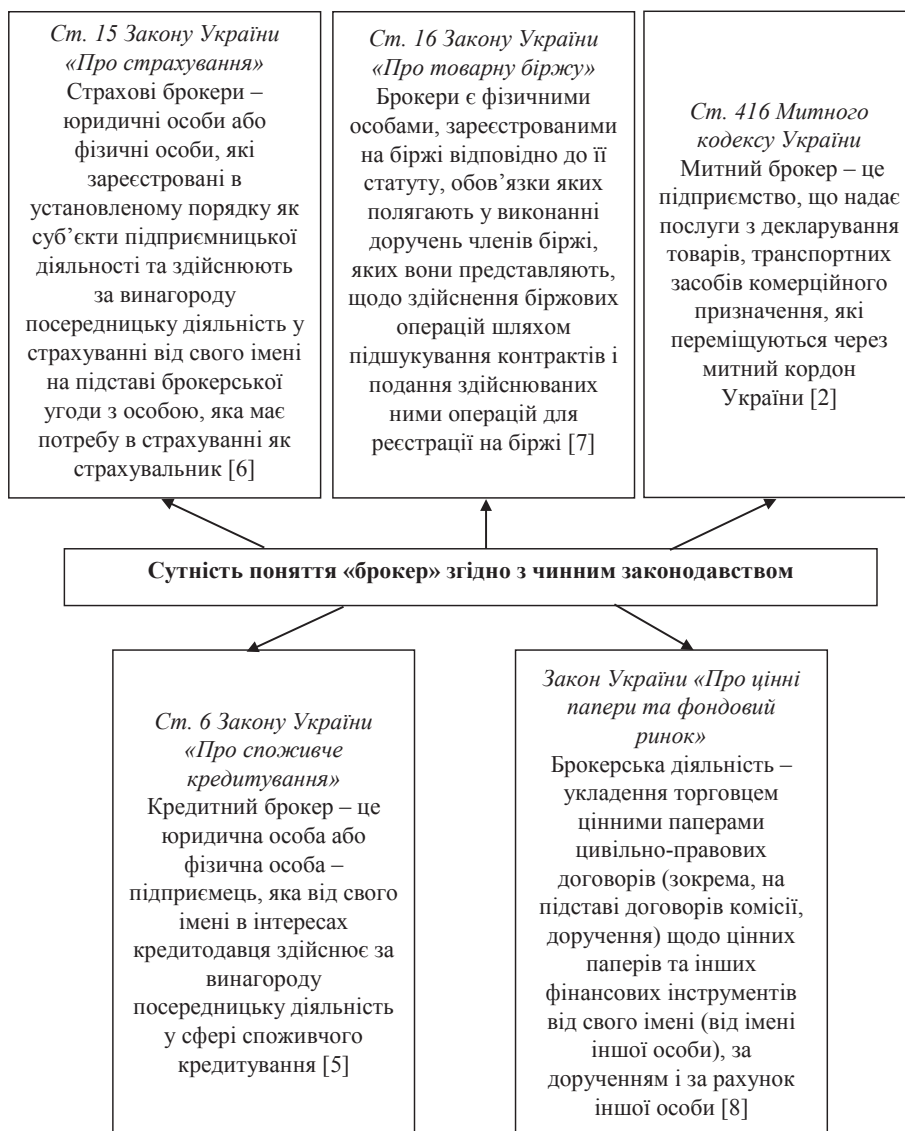


Рис. 1. Сутність поняття «брокер» згідно з чинним законодавством України

фізичні особи, зареєстровані в установленому порядку як суб’єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку венчурну діяльність від свого імені на підставі доручень венчурної інноваційної компанії, венчурного інноваційного фонду або об’єкта венчурної інвестиційної діяльності [4]. Але цей проєкт був знятий із розгляду, відповідно, закон не прийнято.

Окрім брокерів, на біржовому ринку можуть діяти субброкери. Субброкер (англ. subbroker) – це особа, яка виступає в ролі посередника між брокером і клієнтом. Це може бути особа, яка не є членом біржі, а надає консультації та приймає доручення клієнтів на купівлю або продаж активів, передаючи їх на виконання основному брокеру. Саме брокери мають укладати угоди з усіма субброкерами. Така угода встановлює права й обов’язки брокерів та субброкерів [12].

Таким чином, біржовий брокер є особою чи організацією, що отримала ліцензію на участь у торгівлі на біржовому ринку за дорученням клієнтів. Брокер здійснює акт купівлі для покупця й акт продажу для

продавця, щоразу переконуючись, що операція була здійснена за найкращою для клієнта ціною. Він лише зводить продавців та покупців біржового активу [1].

Функції брокера виконують як незалежні брокери (висококваліфіковані професійні посередники на біржовому ринку), так і брокерські контори (як самостійні суб’єкти господарювання), що зареєстровані на біржах і представляють інтереси своїх клієнтів.

Основними функціями брокера є [11]:

а) прийняття відповідних доручень від клієнтів біржі на посередництво під час купівлі або продажу товарів;

б) забезпечення за необхідності попереднього контракту клієнта з контрагентом за майбутньою біржовою угодою;

в) укладання в процесі публічних торгів угод із реальним товаром і на строк від імені своїх клієнтів та за їхній рахунок, документальне їх оформлення і реєстрація;

г) надання клієнтам на їхнє прохання додаткових послуг, пов’язаних із здійсненням укладеної біржової

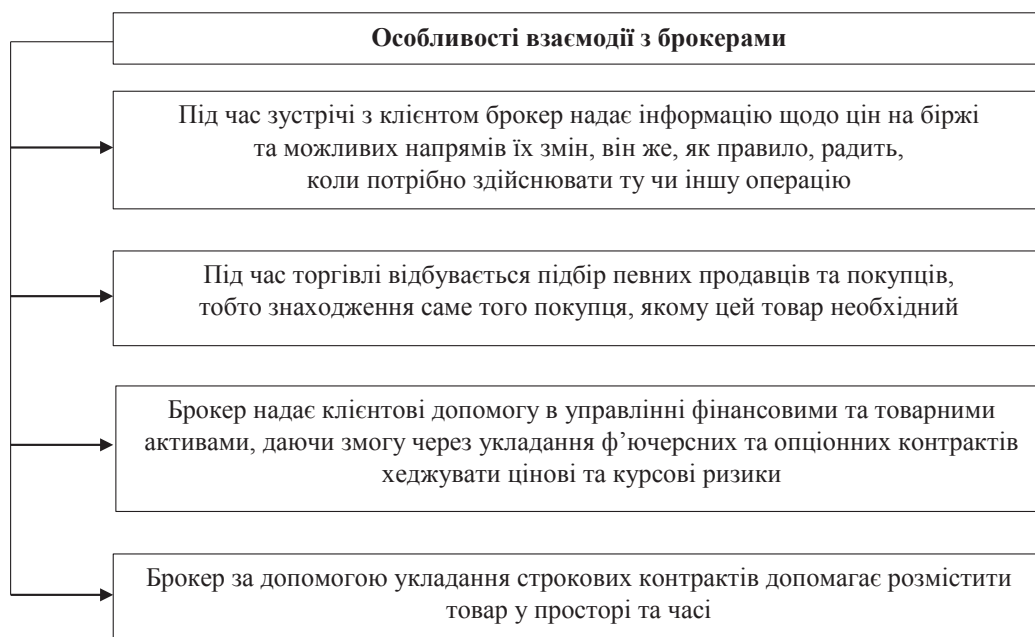


Рис. 2. Особливості взаємодії з брокерами

Джерело: розроблено авторами на основі [9]

угоди (якщо ці послуги входять у номенклатуру послуг, які надаються брокерською конторою на даній товарній біржі);

д) консультації клієнтам із питань якісної характеристики і конкурентоспроможності окремих товарів, поточної біржової кон'юнктури та котирування цін на біржі;

є) надання, за вимогою клієнта, звіту про всі проведені від його імені біржові угоди й операції.

Під час здійснення брокером торгових операцій на біржі між ним та покупцем і продавцем виникають певні особливості взаємодії (рис. 2).

Доручення, яке отримує брокер, містить не тільки повноваження на укладення угоди, а й обов'язки, що стосуються її умов. Брокери мають право пересвідчитися в наявності та якості біржового товару, а також у платоспроможності покупця, пропонувати альтернативні умови контрактів та здійснювати будь-які інші дії, що не суперечать інтересам клієнтів. До повноважень брокера можна віднести право купувати або продавати біржовий товар відповідно до замовлення клієнта; змінювати ціну й кількість товару, запропонованого для продажу; ознайомлюватися з інформацією, яка стосується товару, що виставляється на торги; користуватися послугами, які надає біржа. Брокер зобов'язаний вчасно подавати заявки на торги; бути присутнім у залі в той момент, коли оголошується товар, заявлений ним для продажу чи покупки; додержуватися правил біржової торгівлі конкретної біржі; виконувати замовлення клієнтів; надавати їм інформацію про біржові торги.

Брокерам заборонено розголошувати інформацію, що є предметом комерційної таємниці щодо здійснюваних за їхньою участю біржових операцій клієнтів, одночасно обслуговувати двох або більше клієнтів, інтереси яких суперечать один одному. Біржові брокери, як і інші члени біржі, повинні зберігати в таємниці інформацію про операції клієнтів, що провадяться за їхньою участю. Вони можуть надавати відомості про

ці операції лише на обґрунтовану вимогу прокуратури, слідчих, судових органів та за спеціальним розпорядженням біржового комітету.

Таким чином, отримуючи послуги біржового брокера, клієнт має такі переваги:

а) значно збільшується обсяг торговельних операцій без росту власних витрат на ці цілі;

б) з'являється можливість користування послугами кваліфікованого професійного посередника, для якого ця діяльність є основною;

в) витрати на оплату послуг біржового посередника, пов'язані з проведенням певних біржових операцій, обраховуються, як правило, у вигляді обумовленого відсотка від їх обсягу.

У практиці біржової торгівлі застосовуються, як правило, дві форми взаємовідносин клієнтів із брокерами: стабільна – на підставі укладеного договору на брокерське обслуговування, разова – на підставі договору-доручення клієнта брокеру на укладання біржової угоди та/або передача брокеру гарантійного листа. При цьому на біржовому ринку необхідна наявність здебільшого двох брокерів, один з яких представляє інтереси продавця, а інший – інтереси покупця. Таким чином, брокер винагороджується за надані ним послуги, його дохід (брокерідж) формується або за рахунок наперед обумовленого відсотка від вартості проданого за його сприяння товару, або ж у вигляді виплати фіксованої винагороди за кожен продану одиницю чи партію товару. Оплата інших послуг брокера (консультування, участь у проведенні експертиз тощо) здійснюється за згодою сторін або в порядку, встановленому загальними зборами членів біржі.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, біржовий брокер – це брокер, що спеціалізується на біржовій торгівлі, виконує біржові операції за дорученням клієнтів за комісійну винагороду. Він є офіційним професійним біржовим посередником під час

укладання біржових угод між зацікавленими сторонами (клієнтами) в процесі купівлі-продажу біржових товарів. Брокерська діяльність у загальних рисах полягає у встановленні через брокера контакту (господарського зв'язку) між продавцем та покупцем біржового товару. Під час здійснення біржових операцій брокер діє або

на підставі заявки, що надійшла з інформаційно-довідкового бюро, або за письмовим чи усним дорученням (наказом), що його віддав брокеру безпосередньо член або відвідувач біржі. Оплата послуг брокерів за посередництво або представництво інтересів клієнтів під час укладання угод здійснюється у формі винагороди.

Список використаних джерел:

1. Грищенко О.Ф., Летуновська Н.Є., Сигида Л.О. Особливості діяльності посередників на біржовому ринку. *Економічний аналіз*. 2016. Том 24. № 1. С. 133–138.
2. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (дата звернення: 07.04.2020).
3. Ольховик Л.А., Райчева Д.В. Види брокерської діяльності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 44. Т. 1. С. 97–100.
4. Про венчурну діяльність в інноваційній сфері : проєкт закону України від 30.11.2007 № 1082. URL: <http://search.ligazakon.ua> (дата звернення: 07.04.2020).
5. Про споживче кредитування : Закон України від 15.11.2016 № 1734-VIII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (дата звернення: 07.04.2020).
6. Про страхування : Закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (дата звернення: 07.04.2020).
7. Про товарну біржу : Закон України від 10.12.1991 № 1956-XII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (дата звернення: 07.04.2020).
8. Про цінні папери та фондовий ринок : Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (дата звернення: 07.04.2020).
9. Сохацька О.М. Біржова справа : підручник ; 2-е вид., змін. і доп. Тернопіль : Карт-бланш ; Київ : Кондор, 2008. 632 с.
10. Финансовый словарь трейдера. URL: <https://utmagazine.ru/posts/14378mezhdilerskiy-broker> (дата звернення: 07.04.2020).
11. Шишка Ю.А. Брокерська діяльність на ринку цінних паперів. Фінансовий ринок. 2018. URL: <http://libfor.com/index.php?newsid=3256> (дата звернення: 08.04.2020).
12. Who is a stock broker? URL: <http://www.sharemarketschool.com/stock-broker-explained/> (дата звернення: 08.04.2020).

References:

1. Hryshchenko O.F., Letunovska N.Ye., Syhyda L.O. (2016) Osoblyvosti diialnosti poserednykiv na birzhovomu rynku [Peculiarities of intermediaries' activity on the exchange market]. *Ekonomichnyi analiz*, 24, 1, 133–138. (in Ukrainian)
2. Mytnyi kodeks Ukrainy [The Customs Code of Ukraine]. Dated 13.03.2012 № 4495-VI. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (accessed 07 April 2020).
3. Olkhovik L.A., Raicheva D.V. (2017) Vydy brokerskoi diialnosti v Ukraini [Types of brokers in Ukraine]. *Naukovyi visnyk Uzhhordskoho natsionalnoho universytetu*, 44, 1, 97–100. (in Ukrainian)
4. Pro venchurnu diialnist v innovatsiinii sferi: Proekt Zakonu Ukrainy [On Venture Activity in the Innovative Sphere: Draft Law of Ukraine]. Dated 30.11.2007 № 1082. Retrieved from: <http://search.ligazakon.ua> (accessed 07 April 2020).
5. Pro spozhyvche kredytuvannia: Zakon Ukrainy [Consumer lending: Law of Ukraine]. Dated 15.11.2016 № 1734-VIII. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (accessed 07 April 2020).
6. Pro strakhuvannia: Zakon Ukrainy [About Insurance: Law of Ukraine]. Dated 07.03.1996 № 85/96-VR. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (accessed 07 April 2020).
7. Pro tovarnu birzhu: Zakon Ukrainy [On the Commodity Exchange: Law of Ukraine]. Dated 10.12.1991 № 1956-XII. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (accessed 07 April 2020).
8. Pro tsinni papery ta fondovy rynek: Zakon Ukrainy [On securities and stock market: Law of Ukraine]. Dated 23.02.2006 № 3480-IV. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/> (accessed 07 April 2020).
9. Sokhatska O. M. (2008) *Birzhova sprava* [Stock Exchange]. Ternopil: Kart-blansh; Kyiv: Kondor. (in Ukrainian)
10. *Finansovyy slovar' treydera* [Trader's financial dictionary]. Retrieved from: <https://utmagazine.ru/posts/14378mezhdilerskiy-broker> (accessed 07 April 2020).
11. Shyshka Yu.A. (2018) Brokerska diialnist na rynku tsinnykh paperiv [Brokerage in the securities market]. *Finansovyy rynek*. Retrieved from: <http://libfor.com/index.php?newsid=3256> (accessed 08 April 2020).
12. Who is a stock broker? Retrieved from: <http://www.sharemarketschool.com/stock-broker-explained/> (accessed 08 April 2020).

E-mail: ptbd_dut@ukr.net

УДК 330.5

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.10>

Городняк І.В.

*кандидат соціологічних наук, доцент кафедри маркетингу,
Львівський національний університет імені Івана Франка*

ОСОБЛИВОСТІ СПОЖИВАННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВАМИ УКРАЇНИ

У статті розглянуто особливості споживання продуктів харчування вітчизняними домогосподарствами. Розглянуто сутність та функціональну роль домогосподарств в економічній системі суспільства. Окреслено специфіку функціонування продовольчого ринку, що визначає стан розвитку економіки країни, соціальну стабільність суспільства та перебіг соціально-економічних процесів. Проаналізовано особливості формування споживчого попиту на продукти харчування, структуру сукупних видатків домогосподарств України, структуру та динаміку споживчих видатків вітчизняних домогосподарств. Окреслено структуру споживання продуктів харчування вітчизняними домогосподарствами. Визначено рівень та динаміку споживання продуктів тваринництва на одного споживача в Україні порівняно з рекомендованими фізіологічними нормами. Проаналізовано калорійність добового раціону харчування в окремих країнах Євросоюзу та Україні.

Ключові слова: споживання, домогосподарство, продовольчий ринок, продукти харчування, видатки домогосподарств.

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВАМИ УКРАИНЫ

Городняк И.В.

В статье рассмотрены особенности потребления продуктов питания отечественными домохозяйствами. Рассмотрены сущность и функциональная роль домохозяйств в экономической системе общества. Определена специфика функционирования продовольственного рынка, что предопределяет состояние развития экономики страны, социальную стабильность общества и ход социально-экономических процессов. Проанализированы особенности формирования потребительского спроса на продукты питания, структура совокупных расходов домохозяйств Украины, структура и динамика потребительских расходов отечественных домохозяйств. Определена структура потребления продуктов питания отечественными домохозяйствами. Определены уровень и динамика потребления продуктов животноводства на одного потребителя в Украине по сравнению с рекомендованными физиологическими нормами. Проанализирована калорийность суточного рациона питания в отдельных странах Евросоюза и Украине.

Ключевые слова: потребление, домохозяйство, продовольственный рынок, продукты питания, расходы домохозяйств.

FEATURES OF CONSUMPTION OF FOOD PRODUCTS OF UKRAINE

Horodniak Iryna

The article deals with the peculiarities of the consumption of food products by domestic households. In today's socio-economic context, the coexistence of three major institutional agents is important: the state, business and households. The essence and functional role of households in the economic system of society are considered. It is determined that the particularities of the consumption of food products by households are predetermined largely by the specificity of the food market. The specifics of the functioning of the food market, which determines the state of development of the country's economy, social stability of society and the course of socio-economic processes, are outlined. The peculiarities of formation of consumer demand for food products are considered. The structure and dynamics of the total expenditures of households in Ukraine are analyzed. A slight increase in expenditures on non-food products and services compared to consumer expenditures has been investigated. The structure and dynamics of consumer expenditures of domestic households are analyzed. The structure of consumption of food products by the households of Ukraine on average per person per year is outlined. The level and dynamics of consumption of livestock products per consumer in Ukraine in comparison with the recommended physiological norms are determined. It is noted that in 2018, average consumption of food products per capita has improved in 5 out of 10 major food groups. Low rates of coverage of rational norms are observed in the most valuable for the consumer groups of food products: fishery products, fruits and meat products. As in previous years, consumption by the most economically available product groups was within or above certain rational norms, namely: bread, potatoes, vegetables, eggs, oil. By structure, the bulk of the caloric content of the diet of Ukrainians is provided by the consumption of crop products. The caloric content of the daily diet in the individual countries of the European Union and Ukraine is analyzed. The caloric content of the diet in Ukraine is 21% lower than in the countries of EU-28. The largest share of animal products is available in households in Finland, Sweden and France, while the lowest is in Greece.

Keywords: consumption, household, food market, food products, household expenditures.

Постановка проблеми. Споживання домогосподарствами, зокрема споживання продовольства, є важливою сферою життєдіяльності суспільства, зорієнтованою на забезпечення розвитку людини, її фізичного, інтелектуального, духовного потенціалу та задоволення потреб. Саме тому вкрай важливим є поглиблене дослідження споживчої поведінки домогосподарств із метою надання підприємствам та організаціям, які займаються виробництвом, постачанням і реалізацією продовольчих товарів, рекомендацій щодо оцінки та врахування особливостей споживчої поведінки домогосподарств на продовольчому ринку. При цьому слід вивчати не просто потреби споживача в продовольчих товарах, а саме платоспроможні потреби.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню закономірностей споживання домогосподарств присвячено чимало праць вітчизняних дослідників: М. Ватаманюк, О. Задої, Т. Кізими, А. Кудінової, О. Кузика, Е. Лібанової, В. Мандибури, І. Радіонової, Ю. Станкевича [7] та ін. Аналіз попиту на продовольчі товари здійснювали такі вчені, як О. Варченко, І. Волкова, Н. Карпенко [2], І. Коварш, Т. Кушнір, І. Свиноус, О. Сенишин [6]. Проте недостатньо досліджено особливості споживання продуктів харчування та купівельну спроможність домогосподарств.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей споживання вітчизняними домогосподарствами продуктів харчування, зокрема відповідно до науково обґрунтованих норм та порівняно з домогосподарствами інших країн Європи.

Вклад основного матеріалу дослідження. У сучасних соціально-економічних умовах важливим є співіснування трьох основних інституціональних агентів: держави, бізнесу та домогосподарств. Серед цих суб'єктів важливу роль відіграють домогосподарства, адже саме вони виступають обов'язковим елементом у ринковому кругообігу товарів та ресурсів.

Особлива значимість функціональної ролі домогосподарств в економічній системі суспільства зумовлена такими аспектами.

По-перше, саме домогосподарство формує необхідний рівень споживчого попиту на основні економічні ресурси, без якого неможливе функціонування ринкового механізму.

По-друге, слід пам'ятати, що з доходу домогосподарств певна частина йде на споживання, а решта – на заощадження. Саме заощадження домогосподарств можуть виступати джерелом нагромадження та інвестицій, що достатньо важливо для розвитку економіки.

По-третє, домогосподарства є суб'єктами пропозиції на ринку чинників виробництва (праці, підприємницьких здібностей тощо).

По-четверте, саме попит на споживчому ринку зумовлює попит на промисловому ринку.

У сучасному суспільстві домогосподарство як особлива мікрорівнева господарська система характеризується не лише соціально-економічним потенціалом, а й певною функціональною структурою, господарсько-економічною та споживчою поведінкою. Воно є основною соціально-економічною одиницею відтворення та реалізації людського потенціалу шляхом життєдіяльності однієї чи кількох осіб, які спільно проживають та здійснюють спільне ведення домашнього господарства.

Особливості споживання домогосподарствами продуктів харчування значною мірою зумовлені специфікою продовольчого ринку. У сучасних умовах серед усіх видів ринків особливе місце займає продовольчий ринок, хоча його й не виділяють в окремий ринок на макроекономічному рівні дослідження. Саме продовольчий ринок бере участь у життєзабезпеченні соціуму, оскільки наявність продовольства слугує базовою умовою життєдіяльності людини. Продовольчий ринок визначає стан розвитку економіки країни, соціальну стабільність суспільства, перебіг соціально-економічних процесів, які формують добробут нації у цілому, а також визначають ситуацію в аграрному секторі економіки [6, с. 167].

Саме на продовольчому ринку відбуваються відносини між суб'єктами підприємницької діяльності, що складаються з приводу купівлі-продажу продовольства, місця, де формуються попит, пропозиція та ціна на той чи інший продовольчий товар [2, с. 9].

Вивчаючи споживчу поведінку домогосподарств на продовольчому ринку, важливо враховувати, що споживчий попит на продукти харчування характеризується такими основними особливостями: попит на продукти харчування існує постійно, оскільки для людини характерне щоденне споживання; споживання домогосподарств характеризується індивідуальними особливостями його членів; для максимального задоволення потреб споживача необхідна наявність асортименту продуктів (можлива (але небажана) взаємозамінність продуктів); до продуктів харчування споживач ставить певні вимоги (передусім до їхньої якості, вмісту корисних речовин, свіжості, екологічної чистоти, безпеки для здоров'я тощо); особливості споживання домогосподарств значною мірою зумовлені звичками, національними та релігійними особливостями, порами року тощо; споживання залежить від соціально-демографічних чинників (складу домогосподарства за віком, видом занять, кількістю членів, наявністю дітей, життєвим циклом домогосподарства тощо); характер та структура споживання значною мірою залежать від купівельної спроможності домогосподарств.

Досліджуючи споживання домогосподарств, слід передусім аналізувати споживчі видатки домогосподарств. Видатки домогосподарства є сукупністю платежів, які здійснюються домогосподарством із метою забезпечення його життєдіяльності. Вони включають видатки на придбання продовольчих і непродовольчих товарів та оплату послуг, інвестиційні видатки, податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти. Основна частина видатків домогосподарств пов'язана з особистим споживанням [1, с. 60–361].

Аналіз споживчих видатків домогосподарств України впродовж 2010–2018 рр. указує на стале переважання споживчих сукупних видатків над неспоживчими сукупними видатками (табл. 1) [3].

Споживчі сукупні видатки вітчизняних домогосподарств у 2018 р. становили 92,0%, а неспоживчі сукупні видатки – лише 8,0%. Зокрема, у 2018 р. видатки на продукти харчування скоротилися порівняно з усіма попередніми роками та становили 47,7% видатків домогосподарств. Також упродовж останніх років простежується незначне зростання видатків на непродовольчі товари та послуги, які в 2010 р. становили близько 35%, а в 2018 р. – майже 41%. Наве-

Таблиця 1

Структура сукупних видатків домогосподарств України

	Роки								
	2010	2011	2012	2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹	2017 ¹	2018 ¹
Структура сукупних видатків домогосподарств	Відсотки								
Споживчі сукупні видатки	89,9	90,1	90,8	90,2	91,6	92,9	93,2	92,9	92,0
продукти харчування та безалкогольні напої	51,6	51,3	50,1	50,1	51,9	53,1	49,8	47,9	47,7
алкогольні напої, тютюнові вироби	3,4	3,4	3,5	3,5	3,4	3,3	2,9	3,1	3,4
непродовольчі товари та послуги	34,9	35,4	37,2	36,6	36,3	36,5	40,5	41,9	40,9
в тому числі									
одяг та взуття	6,0	5,7	6,1	5,9	6,0	5,7	5,6	5,5	5,4
житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	9,2	9,6	9,9	9,5	9,4	11,7	16,0	17,0	15,2
предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	2,3	2,2	2,3	2,3	2,3	2,0	1,7	2,0	2,1
охорона здоров'я	3,2	3,2	3,4	3,4	3,6	3,7	4,2	3,8	4,0
транспорт	3,7	4,0	4,3	4,3	4,3	3,7	3,6	3,7	3,7
зв'язок	2,7	2,6	2,8	2,8	2,8	2,4	2,3	2,4	2,6
відпочинок і культура	1,8	1,9	2,0	2,1	1,8	1,5	1,4	1,6	1,8
освіта	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	1,1	1,0
ресторани та готелі	2,4	2,5	2,5	2,5	2,3	2,0	2,2	2,3	2,4
різні товари і послуги	2,3	2,4	2,6	2,6	2,7	2,7	2,5	2,5	2,7
Неспоживчі сукупні видатки	10,1	9,9	9,2	9,8	8,4	7,1	6,8	7,1	8,0
<i>Довідково: оплата послуг житла, комунальних продуктів та послуг</i>	7,6	8,0	8,3	8,0	8,1	10,2	14,7	15,4	13,9

¹Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя

Джерело: складено за [3]

дені дані вказують на те, що структура споживання домогосподарств в Україні продовжує залишатися недосконалою. Незважаючи на те що спостерігається позитивна тенденція зменшення видатків домогосподарств на продукти харчування (у 2016 р. – 53,1%, а в 2018 р. – 47,7%), вони є вкрай високими порівняно з промислово розвинутими країнами. Так, широко застосовувана в Японії класифікація умов життя споживачів, оцінюючи різні можливі обсяги продуктів харчування, так констатує частку їхніх видатків: на рівні 40% – як «маловтішне існування», на рівні 45% – як «існування, що дає змогу абияк підтримувати фізичне здоров'я», приблизно 50% – як «існування, яке ледве дає змогу підтримувати душу в тілі» [7, с. 52].

Аналізуючи структуру споживання продуктів харчування вітчизняних домогосподарств, слід зазначити, що рівень споживання продуктів тваринництва на одного споживача в Україні є меншим порівняно з рекомендованими фізіологічними нормами (табл. 2). У 2017 р. українці в середньому споживали на 29,5% менше м'яса і м'ясопродуктів, молока і молочних продуктів – на 39,1%, яєць – на 17,8%, аніж це рекомендовано нормами харчування Українським НДІ харчування.

У 2018 р. середньодушеве споживання продуктів харчування поліпшилося у 5 з 10 основних продовольчих груп, а саме: споживання м'яса зросло на 1,1 кг, риби – на 1,0 кг, фруктів – на 5,0 кг, овочів – 4,2 кг, яєць – на 2 штуки. Натомість зберігалось зниження середньодушевого споживання молока і молокопродуктів, яке скоротилося на 2,3 кг, що є одним із найнижчих показників за останні роки та забезпечує лише 52% від раціональної норми.

Низькі показники покриття раціональної норми спостерігаються і по інших найбільш вартісних для споживача групах продовольства: риби та рибопродуктах – 59% забезпечення норми, фруктах – 64%, м'ясу та м'ясопродуктах – 66%. Як і в попередні роки, по найбільш економічно доступних продуктових групах споживання знаходилося у межах або вище визначених раціональних норм, а саме: хлібопродуктах, картоплі, овочах, яйцях, олії [5].

За даними статистики, у 2018 р. середньодобова поживність раціону українця залишилася практично на рівні попереднього року та становила 2 706 ккал (у 2017 р. – 2 707 ккал). При цьому калорійність раціону на 8% перевищує гранично допустимий рівень для цього індикатора – 2 500 ккал, проте на 9% є нижчою, ніж у 2013 р. За структурою основна частка калорійності раціону українців забезпечується за рахунок споживання продукції рослинництва – 1 919 ккал, або 71%. Натомість на продукцію тваринництва припадає 29%, що становить 787 ккал. Калорійність раціону в Україні є на 21% нижчою порівняно з ЄС-28, де вона в середньому становить 3 432 ккал на добу: від 2 686 на Кіпрі до 3 753 в Австрії (рис. 1) [5].

Найбільша частка продуктів тваринного походження наявна в споживанні домогосподарств Фінляндії, Швеції та Франції, найменша – у Греції. Разом із тим частка продуктів тваринного походження в раціоні населення ЄС знаходиться на такому ж рівні, як і в Україні, тобто становить 29%.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, незважаючи на те що у структурі видатків вітчизняних домогосподарств простежується незна-

Таблиця 2

Споживання продуктів харчування у домогосподарствах України в середньому на одну особу на рік

Продукти, кг	Роки							Науково обґрунтована норма ²	2017 р. до норми, %	2018 р. до норми, %
	2012	2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹	2017 ¹	2018 ¹			
м'ясо і м'ясопродукти	60	61,2	58,8	55,2	56,4	56,4	58,8	80	70,5	73,5
молоко і молочні продукти	235,2	243,6	243,6	237,6	235,2	231,6	229,2	380	60,9	60,3
яйця, шт.	240	240	240	228	228	240	228	292	82,2	78,1
риба і рибопродукти	20,4	21,6	19,2	14,4	14,4	15,6	16,8	20	78,0	84,0
цукор	37,2	36	36	33,6	32,4	33,6	32,4	38	88,4	85,3
олія та інші рослинні жири	21,6	20,4	20,4	19,2	18	18	18	13	138,5	138,5
картопля	93,6	85,2	82,8	79,2	80,4	76,8	75,6	124	61,9	61,0
овочі та баштанні культури	121,2	112,8	108	105,6	110,4	102	106,8	161	63,4	66,3
фрукти, ягоди, горіхи, виноград	44,4	49,2	44,4	37,2	39,6	44,4	45,6	90	49,3	50,7
хліб і хлібні продукти	109,2	108	108	102	99,6	100,8	99,6	101	99,8	98,6

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя

² Норми харчування, рекомендовані Українським НДІ харчування

Джерело: побудовано за даними [4; 3]

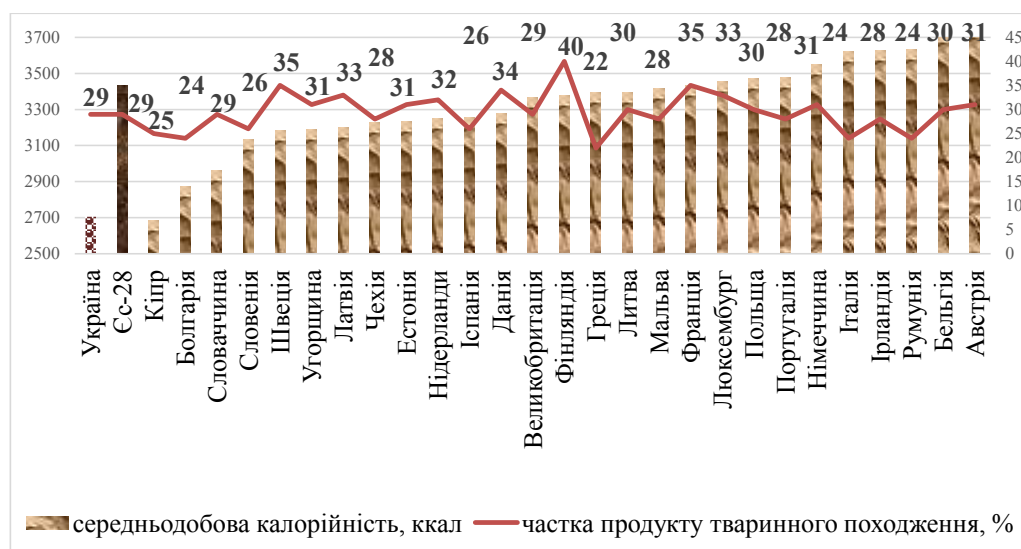


Рис. 1. Калорійність добового раціону харчування в окремих країнах Євросоюзу та Україні

Джерело: побудовано за даними [5]

чне скорочення частки споживчих витрат порівняно з неспоживчими, вона є достатньо значною. Значні витрати домогосподарств на споживання свідчать про високий рівень бідності населення країни, адже бідними вважають ті домогосподарства, які витрачають понад 60% сімейного бюджету на продукти харчування. Зокрема, витрати на харчування вітчизняних домогосподарств є значно вищими, ніж у домо-

господарствах країн Європи. Натомість споживання домогосподарствами основних продуктів не повною мірою відповідає рекомендованим фізіологічним нормам. Саме тому вивчення особливостей споживання вітчизняними домогосподарствами продуктів харчування потребує подальшого дослідження та ґрунтовного аналізу, особливо в сучасних соціально-економічних умовах.

Список використаних джерел:

1. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2017 році : статистичний збірник. Київ, 2018. Ч. 1. 380 с.
2. Карпенко Н.В. Господарські зв'язки в інфраструктурному комплексі продовольчого ринку України : монографія. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2004. 122 с.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 28.11.2019).

4. Пояснювальна записка до проекту закону «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо зниження ставки податку на додану вартість для деяких видів сільськогосподарської продукції». URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/GH5Q41BA.html (дата звернення: 21.12.2018).

5. Продовольча безпека в Україні у 2018 році. Огляд основних індикаторів. *Економічний дискусійний клуб*. URL: <http://edclub.com.ua/analityka/prodovolcha-bezpeka-v-ukrayini-u-2018-roci-oglyad-osnovnyh-indykatoriv> (дата звернення: 25.12.2019).

6. Сенишин О.С. Теоретичні засади дослідження продовольчого ринку. *Економічний вісник*. 2013. № 2. С. 164–171.

7. Станкевич Ю.Ю. Характеристика споживчої поведінки вітчизняних домогосподарств. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 7. Ч. 1. С. 49–52.

References:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) *Vy`datky` i resursy` domogospodarstv Ukrayiny` u 2017 roci* [Expenditures and resources of households in Ukraine in 2017], Kyiv. (in Ukrainian)

2. Karpenko N.V. (2004) *Gospodars`ki zv'yazky` v infrastruktornomu kompleksy prodovol`chogo ry`nku Ukrayiny`* [Economic ties in the infrastructure complex of the food market of Ukraine]. Poltava: PUSKU. (in Ukrainian)

3. Ofitsiyniy sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 28 October 2019). (in Ukrainian)

4. Pojasnjuvaljna zapyska do proektu Zakonu «Pro vnesennja zmin do Podatkovogho kodeksu Ukrayiny shhodo znyzhennja stavky podatku na dodanu vartistj dlja dejakykh vydiv sil'sjckoghospodarsjkoji produkciji» [Explanatory note to the draft law "On Amendments to the Tax Code of Ukraine on the Reduction of the Value Added Tax Rate for Certain Types of Agricultural Products"]. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/GH5Q41BA.html (accessed 21 December 2018). (in Ukrainian)

5. Ekonomichny`j dy`skusijny`j klub. Prodovol`cha bezpeka v Ukrayini u 2018 roci. Oglyad osnovny`x indy`katoriv. [Food security in Ukraine in 2018. Overview of key indicators]. Available at: <http://edclub.com.ua/analityka/prodovolcha-bezpeka-v-ukrayini-u-2018-roci-oglyad-osnovnyh-indykatoriv> (accessed 25 December 2019). (in Ukrainian)

6. Seny`shy`n O.S. (2013) Teoretychni zasady doslidzhennya prodovol`chogo ry`nku [Theoretical bases of food market research.]. *Ekonomichny`j visny`k*, no. 2, pp. 164–171. (in Ukrainian)

7. Stankevych Ju.Ju. (2014) Kharakterystyka spozhyvchoji povedinky vitczyznjanykh domoghospodarstv [Characteristics of consumer behavior of domestic households]. *Naukovyj visnyk Khersonsjkogho derzhavnogho universytetu. Serija Ekonomichni nauky*, vol. 7, no. 1, pp. 49–52. (in Ukrainian)

E-mail: gorodnyakira@gmail.com

УДК 338.24

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.11>

Гудзь Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,
докторантка кафедри обліку і оподаткування,
Тернопільський національний економічний університет

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ, ЧИННИКИ ЇЇ ІСНУВАННЯ ТА ШЛЯХИ ДЕТИНІЗАЦІЇ

Унаслідок проведеного дослідження встановлено, що основний акцент у визнанні доходів суб'єктів господарювання тіньовими полягає у тому, що вони не знаходять відображення у розрахунку валового внутрішнього продукту країни. Головними причинами виникнення тіньової економіки є: 1) надмірне регулювання підприємницької діяльності, тобто неефективна інституційна база регулювання підприємництва; 2) корупція в органах державної влади та місцевого самоврядування; 3) проблеми, пов'язані з податковою системою (надмірне податкове навантаження, недосконалість та нестабільність вітчизняного податкового законодавства, приховування доходів завдяки використанню офшорних зон, девіантна (відхилення від загальноприйнятих норм) поведінка платників податків); 4) тінізація ринку праці. Пріоритетними напрямками детинізації економіки є: посилення боротьби з корупцією та очищення влади; створення умов для легалізації зайнятості; удосконалення контролю над зовнішньоекономічною діяльністю; створення сприятливого бізнес-середовища; протидія легалізації (відмиранню) тіньових доходів.

Ключові слова: легальна економічна діяльність, тіньова економіка, корупція, податковий тягар, тіньовий ринок праці.

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В УКРАИНЕ, ФАКТОРЫ ЕЕ СУЩЕСТВОВАНИЯ И ПУТИ ДЕТЕНИЗАЦИИ

Гудзь Н.В.

Вследствие проведенного исследования установлено, что основной акцент в признании доходов субъектов хозяйствования теньовыми заключается в том, что они не находят отражения в расчете валового внутреннего продукта страны. Главными причинами возникновения теневого экономики являются: 1) чрезмерное регулирование предпринимательской деятельности, то есть неэффективная институциональная база регулирования предпринимательства; 2) коррупция в органах государственной власти и местного самоуправления; 3) проблемы, связанные с налоговой системой (чрезмерная налоговая нагрузка, несовершенство и нестабильность отечественного налогового законодательства, сокрытие доходов благодаря использованию офшорных зон, девіантное (отклонение от общепринятых норм) поведение налогоплательщиков); 4) тенизация рынка труда. Приоритетными направлениями детенизации экономики являются: усиление борьбы с коррупцией и очищения власти; создание условий для легализации занятости; совершенствование контроля над внешнеэкономической деятельностью; создание благоприятной бизнес-среды; противодействие легализации (отмыванию) теневого дохода.

Ключевые слова: легальная экономическая деятельность, теневая экономика, коррупция, налоговое бремя, теневой рынок труда.

THE SHADOW ECONOMY IN UKRAINE, THE FACTORS OF ITS EXISTENCE AND WAYS OF DETINIZATION

Hudz Nataliia

The shadow economy is an economic activity that develops outside of government accounting and control, and is therefore not reflected or recorded in official statistics; it is a type of economic activity aimed at generating revenue by evading taxation, in violation of existing legislation. It should be noted that the shadow economy exists in all countries of the world. It differs only in volume, structure and mechanisms of development. The scale and peculiarities of the shadow economy in different countries and regions of the world are closely linked to national economic models and the degree of maturity of market relations. The spread of the shadow economy, along with the macroeconomic imbalance and scarcity of resources, are the greatest risks to the economic development of the country. As a result of the study, it was found that the main focus in recognizing the income of shadow entities is that they are not reflected in the calculation of gross domestic product of the country. The main reasons for the emergence of a shadow economy are: 1) excessive regulation of entrepreneurial activity, that is, an inefficient institutional framework for regulating entrepreneurship; 2) corruption in public authorities and local self-government; 3) problems related to the tax system (excessive tax burden; imperfection and instability of domestic tax legislation; concealment of income through the use of offshore zones; deviant (deviation from the generally accepted norms)

behavior of taxpayers); 4) shadowing the labor market. Priority areas for the shadow economy are: strengthening the fight against corruption and purification of power; creation of conditions for legalization of employment; improving control over foreign economic activity; creation of favorable business environment; counteracting the legalization (laundering) of shadow revenues. If the definition of the shadow economy, its components, the study of the specifics of the shadowing of economic processes in different countries, the search for ways of shadowing at the macro level at the present stage devoted a considerable amount of scientific research, then the possibilities of moving away from the shadow schemes of doing business at the micro level require deep further research and study.

Keywords: legal economic activity, shadow economy, corruption, tax burden, shadow labor market.

Постановка проблеми. За дослідженнями, які провела компанія Ernst & Young за підтримки Mastercard у рамках укладеного Меморандуму про співробітництво з Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Національним банком України та Державною службою статистики України, 23,8% від офіційного ВВП України у 2018 р. (846 млрд грн), становили тіньові операції. З яких: 19,7% ВВП (702 млрд грн) – готівкова тіньова економіка; 4,1% ВВП (144 млрд грн) – домашнє виробництво товарів для власного кінцевого використання, тобто негрошова тіньова економіка [1].

За попередніми розрахунками Міністерства економічного розвитку, рівень тіньової економіки у 2018 р. становив 30% від обсягу офіційного ВВП, що є найнижчим рівнем починаючи з 2009 р. Проте існує й неофіційний підрахунок, адже представники бізнесу оцінюють розміри економічної «тіні» значно вище – до 40–45% ВВП.

Отже, важливим є вибір методу обчислення розміру тіньової економіки. Оцінювання масштабів тіньової діяльності в країнах корисне для вирішення питання, наскільки сильними та цілеспрямованими мають бути заходи щодо її подолання, скільки держава очікує виграти від боротьби з тіньовою економікою, скільки вона готова витратити на це.

Тіньова економічна діяльність на відміну від прозорого бізнесу не піддається суворому обліку. Саме тому відомство використовує різні методики підрахунку розмірів «тіні», а вони показують різні цифри. Вимірювання тіньової економіки дає змогу приймати рішення щодо того, на які сектори терміново потрібно націлити коригувальні заходи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи проблему тіньової економіки, мотиви та причини виникнення, її роль і місце в сучасному ринковому господарстві, науковці формулюють власні аналітичні оцінки і висновки, пропонують певні шляхи та способи обліку тіньових економічних явищ та механізми державної протидії їх розвитку.

Актуальність і гостроту цієї проблематики підтверджують плідні дослідження вітчизняних учених, зокрема С.О. Баранова [2], З. Варналія [3; 14], Н.М. Краус, В.Г. Маргасова, О.М. Подмазко, Т.А. Тищука, О. Турчинова. Чимало дослідників феномену тіньової економіки за кордоном: П. Гутманн [4], Віто Танзі, Е. Фейг [5], Ф. Шнайдер [6].

Недостатній рівень розроблення теоретико-методологічних підходів до дослідження проблеми детінізації економіки, з одного боку, і його результатів для забезпечення соціально-економічного зростання країни завдяки детінізації економіки – з іншого, свідчать про об'єктивну необхідність подальшого дослідження цієї проблеми. Саме це зумовлює вибір теми статті та підтверджує її актуальність.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення динаміки та масштабів розвитку тіньової економіки на міжнародному та національному рівнях, дослідження сутності, складників та особливостей тіньової економіки в Україні, з'ясування основних причин її виникнення, проявів, визначення шляхів подолання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «тіньова економіка в Україні» містить навіть відомий Інтернет-довідник «Вікіпедія», де його подано як сукупність видів економічної діяльності, заборонених законодавством України, або тих, які з різних причин не враховано в офіційній статистиці.

Хоча, звичайно, єдиного трактування цього явища серед як вітчизняних, так і зарубіжних учених немає. Різниця у визначенні поняття «тіньова економіка» зумовлена відмінностями у розумінні її сутності та причин виникнення. Відповідно до положень вітчизняного законодавства, тіньова економіка – це заборонена законом діяльність із виробництва товарів і послуг, що здійснюється з метою збагачення, а також правомірна ринкова економічна діяльність, результати якої частково або повністю не враховуються в державній звітності та оподаткуванні. Основний акцент у визначенні тіньових доходів робиться на тому, що вони, як правило, не знаходять відображення у розрахунку ВВП країни. Унаслідок цього зменшуються надходження в державний бюджет протягом року, що, своєю чергою, впливає на розрахунок можливих витратків держави на фінансування державних програм, виплату трансфертів тощо. Такий підхід до визначення тіньової економіки називають статистичним. Його притримуються й зарубіжні науковці: економіст МВФ Віто Танзі, німецький учений Ульріх Тіссен, американський соціолог Е. Фейг, американський науковець П. Гутманн.

Окрім статистичного підходу до визначення тіньової економіки, поширеним є юридичний (правовий підхід). Головним критерієм віднесення до тіньової економіки є незаконний характер діяльності, тобто поза межами офіційного законодавства. Білоруські вчені В.А. Дадалко, Е.Е. Румянцева, Д.А. Пешко визначають тіньову економіку як «сферу, в якій економічна діяльність здійснюється поза рамками закону, тобто операції здійснюються без використання закону, правових норм і формальних правил господарського життя» [7].

Учені-дослідники виділяють різні складники тіньової економіки. П. Гутманн уважав, що тіньова діяльність може бути нелегальною, прихованою, неформальною [4, с. 26]. Такого підходу притримуються представники Системи національних рад (СНР) Організації Об'єднаних Націй (ООН) [8].

О.В. Скорук проводить класифікацію за характером діяльності суб'єктів: прихована, підпільна, злочинна. Оригінальним, на нашу думку, є колоритування тіньової економіки [9, с. 130] (рис. 1).



Рис. 1. Рівні тіньової економіки

З.С. Варналій виділяє три основні складники тіньової економіки [3]: неофіційна економіка, кримінальна економіка; ілєгальна економіка. Службовець Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів, С.О. Баранов у своїй дисертації вказує на присутність в Україні трьох її основних елементів: неформальної, прихованої й підпільної (кримінальної) економіки.

Аналіз різноманітних підходів до з'ясування структури тіньової економіки дав змогу чітко виокремити все ж дві її основні ланки:

1. Кримінальна діяльність, заборонена державою і законодавством.

2. Легальна економічна діяльність, результати якої не включають до ВВП та не оподатковують.

Кримінальний сектор тіньової економіки представлений такими видами діяльності, як наркобізнес, контрабанда, торгівля зброєю, торгівля людьми, проституція і т. п. В Україні такі види діяльності є протизаконними і, на думку більшості, підлягають викориненню. Тому це сфера вивчення судових, слідчих органів, науковців-правовиків. Хоча й тут політика різних держав неоднозначна. Зокрема, у 30 країнах світу (наприклад, Нідерланди, деякі штати США, Канада) така наркотична суміш, як марихуана, частково легальна, ще у 14 країнах марихуану використовують у медичних цілях. Що стосується зброї, то друга поправка до Конституції США гарантує право на володіння і носіння зброї. У Швейцарії та Норвегії найвищі у світі відсотки населення, яке володіє зброєю, і один із найнижчих рівнів злочинності. Не поступаються їм Фінляндія, Швеція, Чехія. У Німеччині, Франції, Нідерландах, Австрії, Угорщині, Польщі, Латвії проституція дозволена і контролюється державою. Тобто низка держав пішла у цьому разі за принципом Отто Бісмарка: «Якщо не можеш щось перемогти – очолю!».

На жаль, тіньова економіка існує в усіх країнах світу, хоча відрізняється тільки обсягами, структурою та механізмами розвитку. За даними різних організацій, рівень тіньової економіки в сучасному світі становить від 18% до 35% загальносвітового ВВП. За підрахунками Світового банку, ВВП у світі 2012 р. становив 71,66 трлн дол. США. Тобто найбільш песимістичний

розрахунок свідчить, що в тіньовому секторі нині виробляється приблизно 26 трлн дол. США [10].

Масштаби й особливості тіньової економіки в різних країнах і регіонах світу тісно пов'язані з національними господарськими моделями та ступенем зрілості ринкових відносин. Найнижчі відносні показники частки тіньового сектору (на рівні 8–10% ВВП) мають такі розвинуті країни, як США, Японія, Швейцарія, Австрія. Результати дослідження міжнародної Асоціації дипломованих сертифікованих бухгалтерів (АССА), присвячені оцінці та прогнозу розвитку глобальної тіньової економіки, свідчать про те, що найвищий рівень тіньової економіки серед 28 досліджених країн, мають Азербайджан (67,04%), Нігерія (48,37%), Україна (45,96%), Шрі-Ланка (37,76%), Росія (39,07%), Бразилія (34,76%) [11].

В Україні хоча з початку формування її як держави (з 1991 р.) постійно піднімалося питання боротьби з тіньовою економікою, проте реально все відбувалося навпаки – тіньовий сектор зростає. У період із 1991 по 2006 р. за рівнем «тіні» Україна серед країн Східної Європи та Азії поступалася лише Грузії: 54,3% та 67,8% відповідно [12]. В умовах економічної кризи 2008 р. рівень тінізації економіки України збільшився. Внаслідок негативних очікувань в Україні на цьому етапі домінували процеси масового та швидкого виведення коштів у тінь із метою запобігання ймовірній Утраті капіталів.

Щодо причин виникнення тіньової економіки цікаву думку висловив С.О. Баранов, який дійшов висновку, що «загальною причиною існування тіньової економіки є існування самої держави». Справді, людському єству притаманні приватновласницькі інстинкти та бажання збагачення. Тому там, де держава встановлює жорсткіші вимоги і заборони, там виникає більше бажання приховати власні доходи. Економічна теорія та емпіричні дослідження вказують на надмірне державне регулювання як основну системну причину, що призводить до діяльності поза офіційним економічним циклом.

Для нашої держави характерним є саме надмірне регулювання підприємницької діяльності, тобто неефективна інституційна база регулювання підприємництва. За дослідженнями Українського інституту аналізу та менеджменту політики Україна знаходиться в групі країн із переважно невилною економікою. Це четверта категорія в градації груп. Окрім країн із переважно невилною економікою виділяють країни з вільною економікою, переважно вільною економікою, помірно вільною економікою і депресивною економікою. Україна оцінена останньою серед 44 країн Європи, а її рейтинг нижчий регіональних за загальносвітовими показниками. Зазначається, що Україна, економіка якої серйозно похитнулася в результаті подій останніх років – анексії Криму та збройного конфлікту на Донбасі, – досягла значного прогресу в реформуванні, стала демократичною та прозорою. Однак дослідники Центру наголошують на необхідності боротьби з корупцією, розвитку ринків капіталу, приватизації державних підприємств і вдосконаленні законодавчої бази і верховенства права.

Індекс порівняння простоти підприємницької діяльності між країнами світу складається Світовим банком на основі річних даних, виконання контрактів. Згідно з

рейтингом, найпозитивнішими сторонами ведення бізнесу в Україні є доступ до кредитів (29-е місце), отримання дозволів на будівництво (35-е місце), сплата податків (43-е місце). За швидкістю і процедурами відкриття бізнесу Україна посідає 52-е місце, реєстрації майна – 64-е місце, захисту міноритарних акціонерів – 81-е місце, виконання контрактів – 82-е місце, зовнішньої торгівлі – 119-е місце, підключення до електромереж – 128-е місце, процедурою банкрутства – 149-е місце [13].

Другою причиною наявності в Україні значної частки тіньової економіки є корупція в органах державної влади та місцевого самоврядування. Якщо у світовій практиці діє невідворотність покарання за порушення законодавства, то в Україні складається враження, що закони приймають не для того, щоб їх виконувати, а щоб на них наживатися. Дані соціологічних опитувань свідчать: абсолютна більшість громадян (понад 80%) вважає корупцію характерним для нашого суспільства явищем. У цілому населення України оцінює корупцію як зло, що руйнує державу, роз’їдає суспільну мораль, завдає шкоди всьому суспільству. Більшість населення України (56%) корупцію розуміє як хабарництво, продажність та підкуп посадових осіб, політичних діячів. Для інших корупція – це зловживання владою, перевищення посадових повноважень для власного збагачення. Отже, корупцію в загальному та буквальному розумінні можна визначити як зловживання державною владою для особистої вигоди. Іншими словами, це система відносин, яка допомагає власникам капіталу купувати все – пільги, вплив, закони, рішення на свою користь, заступництво законодавчої, виконавчої та судової влади. Найкорумпованішими, на думку населення, є: медичні заклади, правоохоронні та судові органи, вищі учбові заклади, міністерства та інші органи центральної виконавчої влади.

Складність боротьби з корупцією полягає у реальній можливості корумпованих структур та конкретних осіб, що мають владу і повноваження, перешкоджати намаганням проникнути у сферу їхньої кримінальної діяльності, а також у неготовності правоохоронних органів та політичних сил суспільства до безкомпромісної боротьби з корупцією. Відсутні соціальні, політичні традиції публічного викриття корупціонерів, спеціальні криміналістичні прийоми викриття фактів корупції, що є серйозною перешкодою для ефективної боротьби із цим явищем.

Третім за значенням чинником, який спричиняє відхід бізнесу в тінь, є проблеми, пов’язані з податковою системою:

- надмірне податкове навантаження;
- недосконалість та нестабільність вітчизняного податкового законодавства;
- приховування доходів завдяки використанню офшорних зон;
- девіантна (відхилення від загальноприйнятих норм) поведінка платників податків.

Щодо останнього чинника, то зауважимо, що ефективність податкових надходжень залежить не лише від розміру бази оподаткування, правильності рішень правових та податкових систем, а й значною мірою від прийняття громадськістю та підприємцями цих рішень. Для України характерною є відсутність історичної практики дотримання норм та моральних стандартів законослухняної поведінки під час ведення господарської діяльності та сплати податків у суб’єктів господарювання та громадян.

Четвертим основним чинником наявності тіньової економіки є тінізація ринку праці. Тінізація ринку праці та зайнятості населення – це протиправна діяльність,



Рис. 2. Чинники існування тіньової економіки



Рис. 3. Напрями детінізації економіки

пов'язана з неофіційним працевлаштуванням, зокрема використання праці найманих працівників без укладання трудових договорів і угод, виплата зарплати «в конвертах», ухиляння від сплати податків, соціальних внесків, неоплачуваній понаднормований час роботи, лікарняні, відпустки, порушення роботодавцями інших вимог трудового законодавства.

Пріоритетними напрямками детінізації економіки (рис. 3), на нашу думку, є:

- посилення боротьби з корупцією та очищення влади;
- створення умов для легалізації зайнятості;
- удосконалення контролю над зовнішньоекономічною діяльністю;
- створення сприятливого бізнес-середовища;
- протидія легалізації (відмиванню) тіньових доходів.

Детінізація економіки – це цілісна система дій, спрямована передусім на подолання та викорінення причин та передумов тіньових явищ та процесів. Стратегічною метою детінізації економіки має стати істотне зниження рівня тінізації шляхом створення сприятливих умов для залучення тіньових капіталів у легальну економіку та примноження національного багатства.

Висновки з проведеного дослідження. Тіньова економіка в Україні є однією з найбільших перешкод розвитку конкурентоспроможності країни, зростання соціальних стандартів життя населення та інтеграції в європейське співтовариство. Вона є відображенням активної криміналізації економічних процесів, високої корумпованості органів державної влади та низької правової і податкової культури юридичних та фізичних осіб.

Основною метою детінізації економіки України є створення необхідних умов для поліпшення інвестиційного клімату, зниження податкового та регулятивного тиску на підприємницьку діяльність, захист прав власності та трудових відносин. Дані реформи також дадуть поштовх до забезпечення економічного розвитку, що за умов високих показників тіньової економіки є неможливим.

Питанням визначення тіньової економіки, її складників, вивчення специфіки тінізації економічних процесів у різних країнах, пошуку шляхів детінізації на макrorівні на сучасному етапі присвячено значну кількість наукових досліджень. Потребують глибокого вивчення можливості відходу від тіньових схем ведення бізнесу на окремих суб'єктах господарювання – на мікрорівні.

Список використаних джерел:

1. Дослідження тіньової економіки в Україні. URL: <https://www.me.gov.ua> (дата звернення: 20.03.2020).
2. Баранов С.О. Державне регулювання детінізації національної економіки: організаційно-правовий аспект : дис. ... канд. економ. наук : 225.00.02. Київ, 2018. 242 с.

3. Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації : монографія / за ред. З.С. Варналія. Київ : НІСД, 2006. 576 с.
4. Gutmann P.M. The Subterranean Economy. *Financial Analysts Journal*. 1977. № 33. P. 26–27.
5. Feige Edgar L. Defining and Estimating Underground and Informal Economies: The New Institutional Economic Approach. *World Development*. 1990. № 7. P. 980–990.
6. Schneider F., Williams C. The Shadow Economy. London, 2013. 184 p. URL: <http://www.iea.org.uk/sites/default/files/publications/files/IEA%20Shadow%20Economy%20web%20rev%207.6.13.pdf> (дата звернення: 16.03.2020).
7. Дадалко В.А., Румянцева Е.Е., Пешко Д.А. Теневая экономика и кризис власти: проблемы и пути решения. Минск, 2000. 416 с.
8. Баранов С.О. Тіньова економіка: сутність, причини соціально-економічні наслідки та шляхи подолання в Україні. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2015. № 3. С. 47–55.
9. Скорук О.В. Тіньова економіка: сутність, причини виникнення та шляхи подолання. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 11. С. 127–130.
10. Павук О. Теневая экономика в мире и в Балтии URL: http://www.balticcourse.com/rus/ekonomiceskaja_istorija/?doc=83562 (дата звернення: 23.03.2020).
11. Україна посідає третє місце в рейтингу країн із найбільшим обсягом тіньової економіки – дослідження. URL: <http://gordonua.com/ukr/news/politics/-ukrajina-zajmaje-tretje-mistse-vrejtingu-krajin-z-najbilshim-obsjagom-tinovoji-ekonomiki-doslidzhennja-195533.html> (дата звернення: 23.03.2020).
12. Schneider F. Shadow economies around the world: what do we really know. *European Journal of Political Economy*. 2008. № 3. P. 598–642.
13. Україна в міжнародних рейтингах. URL: [https://www.sfii.gov.ua/Україна в міжнародних рейтингах](https://www.sfii.gov.ua/Україна%20в%20міжнародних%20рейтингах) (дата звернення: 28.03.2020).

References:

1. Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine (2020) Doslidzhennja tinjovoji ekonomiky v Ukraini [Study of the shadow economy in Ukraine]. Available at: <https://www.me.gov.ua> (accessed 20 March 2020).
2. Baranov S. O. (2018) Derzhavne rehuljuvannja detinizaciji nacionaljnoji ekonomiky: orghanizacijno-pravovyj aspekt [State regulation of the shadowing of the national economy: organizational and legal aspects] (PhD Thesis), Kyjiv: National Academy of Public Administration under the President of Ukraine.
3. Varnali Z. S. (2006) Tinjova ekonomika: sutnistj, osoblyvosti ta shljakhy leghalizaciji [The shadow economy: the essence, features and ways of legalization]. Kyjiv: National institute of sociological research. (in Ukrainian)
4. Gutmann P. M. (1977) The Subterranean Economy. *Financial Analysts Journal*, no. 33, pp. 26–27.
5. Feige Edgar L. (1990) Defining and Estimating Underground and Informal Economies: The New Institutional Economic Approach. *World Development*, no. 7, pp. 980–990.
6. Schneider F., Williams C. (2013) The Shadow Economy. London: Ltd. Hobbs the Printers. Available at: <http://www.iea.org.uk/sites/default/files/publications/files/IEA%20Shadow%20Economy%20web%20rev%207.6.13.pdf> (accessed 16 March 2020).
7. Dadalko V. A., Rummyantseva E. E., Peshko D. A. Tenevaya ekonomika i krizis vlasti: problemy i puti resheniya [The shadow economy and the crisis of power: problems and solutions]. Mynsk. (in Belarus)
8. Baranov S. O. (2015) Tinjova ekonomika: sutnistj, prychny socialjno-ekonomichni naslidky ta shljakhy podolannja v Ukraini [Shadow Economy: Essence, Causes of Socio-Economic Impact and Ways to Overcome in Ukraine]. *Bulletin of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine*, no. 3, pp. 47–55.
9. Skoruk O. V. (2017). Tinjova ekonomika: sutnistj, prychny vynykennja ta shljakhy podolannja [The shadow economy: the nature, causes and ways to overcome it]. *Economy and society*, vol. 11, pp. 127–130.
10. Pavuk O. (2013) Tenevaya ekonomika v mire i v Baltii [The shadow economy in the world and in the Baltic States]. Available at: http://www.balticcourse.com/rus/ekonomiceskaja_istorija/?doc=83562 (accessed 23 March 2020).
11. Gordonua (2020) Ukrajina posidaje tretje misce v rejtyngu krajın iz najbilshym obsjaghom tinjovoji ekonomiky – doslidzhennja [Ukraine ranks third in the ranking of countries with the largest shadow economy - research]. Available at: <http://gordonua.com/ukr/news/politics/-ukrajina-zajmaje-tretje-mistse-vrejtingu-krajin-z-najbilshim-obsjagom-tinovoji-ekonomiki-doslidzhennja-195533.html> (accessed 23 March 2020).
12. Schneider F. (2008) Shadow economies around the world: what do we really know. *European Journal of Political Economy*, no. 3, pp. 598–642.
13. State innovative financial-credit institution (SFII) (2019) Ukrajina v mizhnarodnykh rejtyngakh [Ukraine in international rankings]. Available at: [https://www.sfii.gov.ua/ukrajina v mizhnarodnykh rejtyngakh](https://www.sfii.gov.ua/ukrajina%20v%20mizhnarodnykh%20rejtyngakh) (accessed 28 March 2020).

E-mail: hudznata@gmail.com

УДК 338.48-6:615.8:061.25

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.12>

Давиденко І.В.

кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСТЕРНОЇ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ

У статті розглянуто особливості формування та організації кластерів медичного туризму в регіоні в сучасних економічних умовах. Кластер як новітня економічна система – це складний комплекс взаємозв'язків між підприємствами та організаціями, а у контексті туристичної сфери кластер об'єднує суб'єкти туристичної діяльності та забезпечує їх активний спільний розвиток. Проаналізовано один із спеціалізованих видів туризму – медичний туризм, який у силу своєї комплексної структури та міжгалузевого характеру гармонійно розвивається у форматі кластерної моделі. Представлено актуальну характеристику кластерів медичного туризму та головні особливості їх організації, які значною мірою спираються на особливості туристичного продукту як центрального ядра будь-якого виду туризму. Висвітлено проблему недостатньої кількості досліджень із теорії медичного туризму та безпосередньо кластерів медичного туризму, незважаючи на те що дана сфера активно розвивається на практиці та приносить прибуток економікам країн світу.

Ключові слова: туризм, медичний туризм, кластер, кластерна модель, організація діяльності, туристичний продукт, міжгалузєва діяльність.

ОСОБЕННОСТИ КЛАСТЕРНОЙ МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА

Давыденко И.В.

В статье рассмотрены особенности формирования и организации кластеров медицинского туризма региона в современных экономических условиях. Кластер как новейшая экономическая система – это сложный комплекс взаимосвязей между предприятиями и организациями, а в контексте туристической сферы кластер объединяет субъекты туристической деятельности и обеспечивает их активное совместное развитие. Проанализирован один из специализированных видов туризма – медицинский туризм, который в силу своей комплексной структуры и межотраслевого характера гармонично развивается в формате кластерной модели. Раскрыты актуальная характеристика кластеров медицинского туризма и главные особенности их организации, которые в значительной степени опираются на особенности туристического продукта как центрального ядра любого вида туризма. Освещена проблема недостаточного количества исследований по теории медицинского туризма и непосредственно кластеров медицинского туризма, несмотря на то что данная сфера активно развивается на практике и приносит прибыль экономикам стран мира.

Ключевые слова: туризм, медицинский туризм, кластер, кластерная модель, организация деятельности, туристический продукт, межотраслевая деятельность.

FEATURES OF THE CLUSTER MODEL ACTIVITY ORGANIZATION PROCESS BASED ON THE MEDICAL TOURISM SPHERE

Davydenko Iryna

The article discusses the features of the formation and organization of medical tourism clusters in the region during modern economic conditions. The cluster as the latest economic system is a complex set of relationships between enterprises and organizations. In the context of the tourism sector, the cluster unites the subjects of tourism activities and ensures their active joint development. This collaboration helps businesses to achieve their expectations and financial results, successfully implement their own innovative developments, invest financially effectively, and give the state and regions a number of competitive advantages. The tourism cluster should be considered as a specific economic mechanism for the interaction of tangible and intangible enterprises, social and tourism enterprises, which profit from the provision of tourist services. The work analyzes one of the specialized type of tourism – medical tourism, which, due to its complex structure and intersectoral nature, harmoniously enters in the format of a cluster model. The article presents medical tourism as a system of relationships that arise in the collaboration of the health services and hospitality industry, as well as the medical product, within national and world markets, which involves the movement of a person or group of persons to meet their wide-ranging needs medical services. The text discloses actual characteristic of medical tourism clusters and the main features of their organization, which are largely based on the features of the tourism product as the central core of any type of tourism. The problem of insufficient research on the theory of medical tourism and especially clusters of medical tourism is high-

lighted, and the fact that this area is actively developing in practice and brings profit to the economies of the world is strictly pointed. This investigation on the features of the cluster of medical tourism organization can be used as an additional instruction during the study and application of cluster theory in practice. At the same time, medical tourism has been successfully developing for many years and generating significant profits. Further structural development requires a foundation in the form of scientific research and theoretical integrity.

Keywords: tourism, medical tourism, cluster, cluster model, organization of activity, tourist product, inter-branch activity.

Постановка проблеми. Глобалізаційні процеси останніх років призвели до значних економічних змін, у тому числі поширили негативний вплив навколишнього середовища на демографічні показники та, зокрема, на здоров'я населення. Ситуація, що склалася, примушує все більше людей звертатися до медичних закладів не тільки у місцях постійного проживання, а й за їх межами, що є основою для активного розвитку медичного туризму, а також створення кластерів медичного туризму як інноваційної форми організації туристичної діяльності у регіоні. За таких умов важливим є вивчення та систематизація знань у сфері кластеризації та туристичного бізнесу для успішної та впорядкованої економічної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні та зарубіжні вчені багато уваги приділяють проблемі кластеризації різних видів туризму та організації нових кластерів. До головних дослідників даної сфери відносяться: М.П. Войнаренко, Л.М. Кирилук [4], О.Л. Михайлюк [2], Ю.О. Ніколаєва [3], Г.Ю. Щекін [1].

Постановка завдання. Метою дослідження є використання наявних знань із теорії формування економічних кластерів для виділення особливостей та специфічних боків організації кластерів медичного туризму в регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Науковий прогрес забезпечує подальший розвиток нових та інноваційних медичних методів, і люди продовжують подорожувати у пошуках найкращого лікування для збереження свого здоров'я. Дана тенденція потребує поглибленого вивчення усіх аспектів медичного туризму.

Незважаючи на масовий характер явища та його активний розвиток, усе ще немає єдиної думки щодо сутності медичного туризму. Зазвичай поняття «лікувальний туризм», «оздоровчий туризм» та «медичний туризм» уживають як синоніми або як загальне явище.

Для конкретного визначення поняття «медичний туризм» можна розглянути його як систему та як підсистему. Виступаючи як підсистема, медичний туризм є одним із видів лікувально-оздоровчого туризму поряд з оздоровчим та санаторно-курортним туризмом. У даному разі медичний туризм можна розглянути як міграцію людей із місця їх постійного проживання для отримання широкого спектру медичних послуг.

У більш широкому сенсі медичний туризм розглядається як окрема система. За таких умов медичний туризм являє собою систему відносин, що виникають у колаборації сфери медичних послуг та індустрії гостинності, а також медичного продукту в рамках національного та світового ринків, яка передбачає переміщення особи або групи осіб для задоволення своїх потреб в отриманні широкого спектру медичних послуг (пакету планових процедур або складних спеціалізованих операцій), а також медичного персоналу й обладнання (діагностичного та операційного).

Таке комплексне та складне поняття дає можливість проаналізувати зв'язки, елементи та підсистеми медичного туризму.

По-перше, це саме ринок медичних послуг, який включає у себе медичні установи, науково-дослідні інститути медичного напрямку, санаторно-курортні організації, приватних лікарів, окремих осіб, що займаються реабілітацією та відновленням. По-друге, це ринок готельних послуг, що також охоплює санаторно-курортні установи. По-третє, це туристичні агентства, що займаються організацією подорожей і контактують зі споживачами. По-четверте, це супутні послуги, без яких неможливо забезпечити повноцінну послугу: транспортні послуги, страхування, заклади ресторанного господарства, послуги зв'язку і т. д.

Ще один варіант визначення поняття «медичний туризм» і його місця у загальному туристичному комплексі надає у своїх дослідженнях Хелен Косбурн. Вона пропонує виділити оздоровчий туризм та медичний туризм у дві окремі групи. Оздоровчий туризм у даній класифікації передбачає відвідування різноманітних курортів і санаторних закладів та отримання широкого спектру процедур (терапевтичні, фітнес, релакс-програми).

Медичний туризм, своєю чергою, передбачає вирішення конкретної проблеми та отримання медичної допомоги у професійних закладах. Але, незважаючи на різні цілі, оздоровчий та медичний туризм можуть перетинатися та використовувати однакові кадри або методи лікування та профілактики.

Г.Ю. Щекін розглядає медичний туризм як організацію медичного обслуговування пацієнтів за кордонами країни їх постійного проживання. У вузькому сенсі медичний туризм традиційно розуміється як міграція до місць лікування, реабілітації та відпочинку до іншої країни або регіону. У цьому разі медичний туризм виступає підсистемою соціокультурного комплексу туризму, виходячи за межі соціального інституту медицини. У своєму дослідженні автор чітко розрізняє поняття «медичний туризм», «лікувальний туризм» та «оздоровчий туризм». Оздоровчий туризм об'єднує всі три види туризму. Лікувальний туризм включає рекреаційно-реабілітаційні види діяльності і медичний туризм, який поступово виділяється в особливий вид туристичної діяльності з виключно клінічною спрямованістю [1, с. 49].

Передумови для появи та виокремлення медичного туризму можна поділити на дві групи. Перша група – це економічні чинники, які включають підвищення страхових витрат на медичне обслуговування, вартість лікування, яка зазвичай нижча, ніж у регіоні проживання, зменшення витрат держави на гарантоване бюджетне медичне обслуговування. Друга група – це сукупність соціальних чинників, що включає невідповідність ціни та якості медичних послуг, їх обмеженість або неможливість отримання у місці проживання і т. д. Окрім

загального ефекту, який має медичний туризм, можна проаналізувати негативний та позитивний досвід, який отримує конкретна особа під час подорожі (табл. 1). Розглядаючи дану таблицю, можна дійти висновку, що до позитивних боків медичного туризму для пацієнтів належить менша вартість медичних послуг у вибраних країнах. Вартість може відрізнятись у столиці та в регіонах, може бути результатом різних курсів валют або іншим рівнем життя та економічним розвитком країни. Також для туриста можуть бути важливими рівень сервісу, що надається, і наявність широкого спектру різноманітних процедур та обладнання.

Найбільш популярними напрямками медичного туризму вважаються косметологія, стоматологія, фертильний туризм, а також кардіологія, онкологія і т. д. Одним із мотивів подорожі є бажання або необхідність здійснити операцію або процедуру, що є дуже рідкісною або є забороненою у країні проживання. Наприклад, до фертильного туризму відносяться пацієнти, що бажають зробити екстракорпоральне запліднення, скористатися донорством яйцеклітин або сперматозоїдів чи знайти сурогатну матір – такі процедури є забороненими у деяких країнах світу [2, с. 410].

Таким чином, медичний туризм як складна, спеціалізована сфера має значний потенціал для розвитку під час організації кластера. Метою створення туристичного кластера є поліпшення стабільності регіону, розвиток туристичної інфраструктури за рахунок синергетичного ефекту, який включає у тому числі підвищення ефективності роботи організацій та підприємств, що включені в туристичний кластер, підтримання інновацій і розвиток сучасних напрямів сфери туризму.

Організація туристичного кластера має можливість вирішити певні важливі проблеми, які включають:

- пріоритетний розвиток внутрішнього та в'їзного туризму в регіоні;
- раціональне використання наявного природного потенціалу;
- створення та розвиток високоефективного та конкурентоспроможного туристичного комплексу в регіоні;
- відображення історичного, культурного та духовного надбання народу;
- формування системи державного регулювання туристичної діяльності;
- розроблення маркетингової стратегії розвитку туристичного продукту і створення позитивного іміджу регіону як суто туристичного;
- підтримка розвитку різноманітних видів підприємництва в туристичній індустрії [3, с. 74].

Також варто зауважити, що створення туристичного кластера буде відрізнятись від створення промислового кластера. На створення кластерів у туризмі впливають такі чинники:

1. Специфіка формування та реалізації туристичного продукту, що безпосередньо залежить від нематеріального характеру продукту та особливостей його виробництва.

2. Географічне розташування туристичного продукту.

3. Доступ до використання унікальних туристично-рекреаційних ресурсів.

4. Створення туристичного продукту займаються передусім підприємства малого та середнього бізнесу [4, с. 338].

Основні особливості організації кластера медичного туризму зумовлені насамперед специфікою туристичної галузі:

– туристичний продукт споживається безпосередньо на місці надання туристичних та медичних послуг. Під час споживання виділяють матеріальну та нематеріальну взаємодію туриста з продуктом. До матеріальної взаємодії належить фізичне перебування людини у конкретному місці, до нематеріальної – враження, відчуття та досвід, які вона отримує;

– туристичний продукт є складним та багатокомпонентним, а в кооперації з медичною сферою ще більше розширюється. У його створенні беруть участь різноманітні постачальники, які відповідають за проживання, харчування, транспорт та анімацію. Під час організації кластера медичного туризму до процесу долучаються різноманітні медичні та оздоровчі заклади, спеціалісти та лікарі. Таким чином, успішно скоординувати всі складники можливо тільки у межах певної території;

– туристичні та медичні послуги надаються людьми, тому основними чинниками є професіоналізм та досвід персоналу, що працює з туристами. У разі медичного туризму дана особливість стає максимально важливою, адже від кваліфікації персоналу буде залежати не лише враження туристу, а й його здоров'я та життя;

– туристичні продукти є нематеріальними, тому на відміну від звичайних товарів їх неможливо відчутти або оцінити до моменту споживання. Таким чином, для туристичного кластера важливо працювати над брендом та іміджем свого регіону та привертати увагу потенційних туристів. У разі медичного туризму також дуже важлива довіра споживача, який не має можливості оцінити перспективи лікування одразу;

– туристичні послуги не придатні для зберігання, тому вільні номери у готелі або незайняті столи у ресторани є втраченим прибутком. Важливим є вкладання коштів у рекламу та розповсюдження інформації про наявні послуги. У медичній сфері є дуже багато методів, процедур та заходів, але часто люди не знають про весь спектр послуг, що вони можуть отримати;

– попит на туристичні послуги є дуже еластичним. Інтереси та бажання туристів змінюються залежно від

Таблиця 1

Позитивні та негативні аспекти медичного туризму

Позитивні аспекти	Негативні аспекти
Вартість лікування	Незнайомі працівники
Високий рівень сервісу	Язиковий бар'єр
Широкий спектр послуг, що надаються	Відсутність рідних та знайомих
Можливість поєднання лікування, відпочинку і туризму	Супутні витрати
Повне, комплексне лікування	Ускладнена подальша консультація
Наявність унікальних методів лікування	Зміна вартості через значну кількість туристів

політичних, соціальних, технологічних чинників, моди та тенденцій. Туристичний кластер має постійно відстежувати напрями розвитку та підлаштовуватися під сучасні умови. Особливо важливо це у медичній сфері, де постійно робляться нові відкриття та впроваджуються інноваційні процедури;

– якщо аналізувати пропозицію на туристичному ринку, то вона є нееластичною. Готель не може вмістити більше гостей, аніж є вільних номерів. Таким чином, у туристичному кластері на перший план виходить кооперація між підприємствами для якісного обслуговування туристів та поліпшення іміджу регіону;

– туристичні послуги – непостійна одиниця. На якість їх надання впливають людський фактор, політичні та соціальні чинники, погодні умови і т. д. У туристичному кластері має бути досконала система підготовки кадрів, важливим є сертифікація та стандартизація послуг;

– інновації – це чинник, що забезпечує туристичному кластеру конкурентні переваги [5, с. 582].

Висновки з проведеного дослідження. Медичний туризм як сучасна туристична сфера має значний потенціал для розвитку, але наявних досліджень недостатньо для повного різнобічного аналізу, а наявні

роботи часто суперечать одна одній в основних поняттях та не мають загального погляду на проблеми. Водночас на практиці медичний туризм уже багато років успішно розвивається та приносить значні прибутки. Для подальшого структурного розвитку необхідний фундамент у вигляді наукових досліджень і теоретичної цілісності.

Щодо кластерної теорії, то вона теж є доволі сучасним поняттям в економіці, але вже представлена значною кількістю досліджень та теоретичних напрацювань. Можна визначити, що кластер – це динамічна інноваційна система, яка є потенційною основою для швидкого розвитку різних галузей. Особливо гармонійно кластерна теорія представлена в туристичній сфері, де для забезпечення успішного функціонування приймають участь багато підприємств та суб'єктів. Важливо розуміти, що для різних галузей кластерні системи виглядають по-різному, тому не варто виділяти єдиний універсальний кластер, його структура завжди буде залежати від галузі, в якій він представлений. Тому під час визначення характерних рис та структури кластера медичного туризму за базу необхідно приймати особливості організації туристичного продукту, що є основою туристичної галузі у цілому.

Список використаних джерел:

1. Щекин Г.Ю. Концептуализация феномена медицинского туризма в социологии медицины : автореф. ... д.с.н. : 14.02.05. Волгоград : ВолГМУ, 2013. 49 с.
2. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку медичного туризму в Одеському регіоні. *Економічні інновації*. 2016. Вип. 62. С. 408–417.
3. Давиденко І.В., Михайлюк О.Л. Механізми державного регулювання кластерної політики у туристичному бізнесі України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 3(20). URL: http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/20_2019/12.pdf (дата звернення: 10.10.2019).
4. Ніколаєв Ю.О. Туристичні кластери в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 4(47). С. 336–341.
5. Кирилук Л.М. Перспективи створення туристичних кластерів на території Поділля. *Геополітика і екогеодинаміка регіонів*. 2014. № 2(13). Т. 10. С. 580–584.

References:

1. Shchekin G. Y. (2013) *Konceptualizaciya fenomena medicinskogo turizma v sociologii mediciny* [Conceptualization of the phenomenon of medical tourism in the sociology of medicine]. Volgograd: VolGMU. (in Russian)
2. Mikhailuk O. L. (2016) *Perspektivi rozvitku medicnogo turizmu v Odeskomu regioni*. [Perspectives of development of medical tourism in the Odessa region]. *Ekonomichni innovaciyi*. Odesa: IPREEI NAN Ukraine, 62, 408–417. (in Ukrainian)
3. Davydenko I. V., Mikhailuk O. L. (2019) *Mehanizmi derzhavnogo reguluyannya klasternoyi politiki u turistichnomu biznesi Ukraini* [Mechanisms of state regulation of cluster policy in tourism business of Ukraine]. *Shidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya*. Retrieved from: http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/20_2019/12.pdf (accessed 10.10.2019).
4. Nikolaev Y. O. (2012) *Turistichni klasteri v Ukraini*. [Tourist clusters in Ukraine]. *Visnik socialno-ekonomichnih doslidzhen*, 4(47), 336–341.
5. Kirilluk L. M. (2014) *Perspektivi stvorennya turistichnih klasteriv na teritoriyi Podillya* [Prospects for creation of tourist clusters in Podillya]. *Geopolitika i ekogeodinamika regionov*, 580–584.

E-mail: davudenko.ivfme@gmail.com

УДК 338.534

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.13>

Жосан Г.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту організацій,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

Кириченко Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту організацій,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

УПРОВАДЖЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті визначено основні недоліки діяльності підприємства, згідно з чим розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності цінової політики підприємства роздрібною торгівлю та виявлено, що підприємство роздрібною торгівлю функціонує і просуває свій товар на ринку олігополії, а отже, повинно в першу чергу спрямовувати свою увагу на поліпшення якості товарів, реклами, післяпродажного технічного обслуговування. Встановлено, що розроблення цінової політики і стратегії підприємства роздрібною торгівлю повинно здійснюватися в три етапи: збір вихідної інформації, стратегічний аналіз, формування стратегії. У 2020 та 2021 рр. показники цінової політики підприємства роздрібною торгівлю зростатимуть, але за умови впровадження нових цінових стратегій, а у 2020 р. показник становитиме 79,54%, а в 2021 р. – 99,35%. Проте з урахуванням уведеної надзвичайної ситуації у зв'язку з коронавірусом прогнози є набагато гіршими: у 2020 р. – приблизно 15%, а в 2021 р. показник упаде до майже -23%. Для успішного управління цінами на підприємстві роздрібною торгівлю потрібно проводити постійне спостереження, моніторинг їхніх складників та ситуації на ринку збуту.

Ключові слова: ціна, політика, управління, керівництво, підприємство.

ВНЕДРЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Жосан А.В., Кириченко Н.В.

В статье определены основные недостатки деятельности предприятия, согласно чему разработаны предложения по повышению эффективности ценовой политики предприятия розничной торговли и выявлено, что предприятие розничной торговли функционирует и продвигает свой товар на рынке олигополии, а значит, должно в первую очередь направлять свое внимание на улучшение качества товаров, рекламы, послепродажного технического обслуживания. Установлено, что разработка ценовой политики и стратегии предприятия розничной торговли должна осуществляться в три этапа: сбор исходной информации, стратегический анализ, формирование стратегии. В 2020 и 2021 гг. показатели ценовой политики предприятия розничной торговли будут расти, но при условии внедрения новых ценовых стратегий, а в 2020 г. он составит 79,54%, а в 2021 г. – 99,35%. Однако с учетом введенной чрезвычайной ситуации в связи с коронавирусом прогнозы гораздо хуже: в 2020 г. – примерно 15%, а в 2021 г. показатель упадет до почти -23%. Для успешного управления ценами на предприятии розничной торговли нужно проводить постоянное наблюдение, мониторинг их составляющих и ситуации на рынке сбыта.

Ключевые слова: цена, политика, управление, руководство, предприятие.

IMPLEMENTATION OF PROPOSALS TO INCREASE THE EFFECTIVENESS OF THE PRICING POLICY OF A RETAIL ENTERPRISE

Zhosan Hanna, Kyrychenko Nataliia

The article analyzes the main shortcomings, according to which the proposals for improving the efficiency of the pricing policy of the Retail Enterprise are elaborated, including the reorientation to the enterprise development strategy, constant monitoring of the market situation, establishing the life cycle of the enterprise, as well as market segmentation and price differentiation. It is established that the choice of the moment of price reduction is conditioned by the rate of cost reduction, changes in prices by competitors, the state of stocks of raw materials, the ability to fulfill orders received at new prices in general. It is revealed that the Retailer operates and promotes its goods in the market of oligopoly, and therefore should first of all focus its attention on improving the quality of goods, advertising, after-sales maintenance. As a result of the ABC-analysis, it is established that the assortment items that make a big contribution to the overall sales of the company's

products are Hyundai Grand Santa Fe and KIA New Sorento (the total total share is 39.16%). Also, it should be noted that of all the cars sold by the Retail Company, almost all of them are quite flexible in price. This is because cars are planned by consumers and therefore people are interested in the prices of different companies and the level of service in advance. Due to the elasticity, it was found that by reducing the price of cars by about 1%, their sales will increase by UAH 6 230 580, ie by 4,58%. Therefore, the development of the pricing policy and strategy of the Retail Enterprise should be carried out in three stages: gathering of initial information, strategic analysis, formulation of strategy. In 2020 and 2021, the retailers' pricing indicators will increase, but with the introduction of new pricing strategies. In 2020 it will be 79.54%, and in 2021 – 99.35%. However, given the coronavirus emergency, the forecasts are much worse – about 15% in 2020, and down to about -23% in 2021. In order to successfully manage the prices at the Retail Enterprise, it is necessary to constantly monitor, monitor their components and the situation on the market.

Keywords: price, policy, management, leadership, enterprise.

Постановка проблеми. В умовах формування ринкових відносин в Україні стратегічною метою підприємств має стати формування стійких відносин із покупцями, що сприятиме забезпеченню стабільності їх функціонування. З огляду на це, ціна є основним засобом, який одночасно інформує споживача про корисність продукції, її якість і властивості, відображає імідж та репутацію підприємства і продукції, характеризує готовність споживача придбати цю продукцію й формує фінансові результати діяльності підприємства. У зв'язку із цим побудова та вибір оптимальної цінової стратегії є першочерговими завданнями підприємства на шляху до встановлення довготривалих, надійних і стійких відносин зі споживачами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням ціноутворення та цінової політики присвячено праці таких учених, як М.І. Гельвановський [1], В.С. Пінішко [3], І.К. Салимжанов [6], Д.М. Стеченко [4], Ю.Г. Тормоса [5], Л.Ф. Чернева [2], Л.О. Шкварчук [7] та ін.

Проте недостатньо висвітленим залишається питання вдосконалення та конкретизації методів визначення цін в умовах нестійкого попиту та швидких змін конкурентної ситуації.

Постановка завдання. Метою дослідження є розрахунок ефекту від запровадження пропозицій щодо підвищення ефективності цінової політики підприємства роздрібною торгівлю.

Виклад основного матеріалу дослідження. За певних ринкових умов підприємства змінюють ціни на свої товари. Зниження цін є хворобливим процесом для підприємства, у результаті якого підприємство може одержати менше доходів і прибутків, аніж очікувалося. Зниження ціни викликає негативні зміни у свідомості покупців стосовно товару. Таким чином, зниження цін розглядається як ознака якогось неблагополуччя, яке треба виправляти.

Збереження чи збільшення маси прибутку за зниження цін залежить від двох чинників [7]:

а) ступеня зміни обсягу продажів від відповідного зниження ціни;

б) ступеня впливу зниження обсягу продажу на витрати виробництва. Здебільшого відмова фірм від зниження цін мотивується витратами виробництва.

Зміна рівня цін може бути викликана низкою причин (табл. 1).

Зниження цін виправдане [8]:

а) якщо витрати на одиницю продукції можуть бути істотно знижені за рахунок збільшення обсягу продажу;

б) якщо співвідношення між числом потенційних покупців за більш низькою ціною й існуючими покупцями на користь потенційних покупців.

Зниження цін і збільшення обсягу продажу не ведуть до негайного зростання прибутку, якщо змінні витрати становлять значну питому вагу в загальних витратах. Якщо підприємство у ціноутворенні орієнтується на витрати виробництва, то постійні витрати є ключем до виявлення можливості зниження ціни. Будь-яка зміна цін повинна бути пов'язана з еластичністю попиту.

На підприємстві роздрібною торгівлю пропонуємо досліджувати еластичність попиту на різні товари й на основі отриманих даних запропонувати зміну цінової політики підприємства для збільшення обсягів реалізації товарів.

Для цього розрахуємо коефіцієнти еластичності попиту на автомобілі на основі показників діяльності підприємства роздрібною торгівлю за 2017–2019 рр. за формулою:

$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P}, \tag{1}$$

де E – коефіцієнт еластичності попиту за ціною;

ΔQ – зміна обсягу попиту, %;

ΔP – зміна ціни, %.

Своєю чергою, процентну зміну обсягу попиту й ціни розрахуємо за методом «середньої точки»:

$$\Delta X = \frac{(X_1 - X_0)}{(X_1 + X_0)} \times 0,5, \tag{2}$$

де ΔX – процентна зміна показника;

X_0 – значення показника в базовому періоді;

X_1 – значення показника у звітному періоді.

Таблиця 1

Причини зміни рівня цін

Причини зниження ціни	Причини підвищення ціни
1. Недозавантаження виробничих потужностей. 2. Скорочення частки ринку під впливом сильної цінової конкуренції. 3. Прагнення за допомогою низьких цін домогтися домінуючої позиції на ринку. 4. Потреба у збільшенні наявних засобів.	1. Стійка інфляція, зумовлена ростом витрат. Ріст витрат, що випереджає ріст продуктивності праці, призводить до зниження норми прибутку і змушує фірми регулярно підвищувати ціни. 2. Наявність надмірного попиту. Якщо підприємство не може задовольнити всі запити, воно може підняти ціни. Причому зробити це вона може відкрито, а може практично непомітно, скасувавши знижки, поповнивши асортимент більш дорогими товарами.

Джерело: узагальнено авторами за [7]

Представимо характеристику динаміки цін і кількості автомобілів, реалізованих підприємством роздрібною торгівлі в 2017 та 2019 рр. (табл. 2).

На основі інформації, представленої в табл. 2, зробимо розрахунок процентної зміни показників ціни й кількості реалізованих автомобілів, результати представимо у формі табл. 3. Оскільки коефіцієнти еластичності попиту за ціною завжди мають негативне

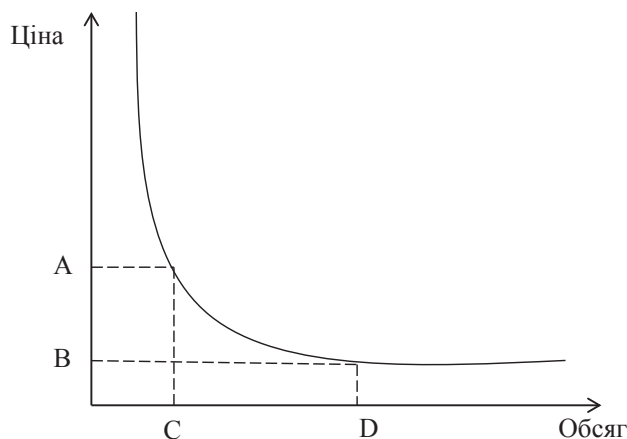


Рис. 1. Крива еластичності попиту на реалізовані автомобілі підприємства роздрібною торгівлі

На рисунку: точка А – ціна на автомобілі до збільшення, відповідно їй точка С – обсяг реалізованих автомобілів; точка В – ціна з урахуванням еластичності, D – обсяг реалізованих автомобілів відповідно.

Джерело: розробка авторів

значення (відповідно до закону попиту), розрахунок зроблений за модулем.

Розрахувавши показники еластичності попиту на реалізовані автомобілі підприємства роздрібною торгівлі, можна побачити, що попит на автомобілі загалом є досить еластичним. Переважно збільшення ціни призвело до зниження обсягу попиту, але також можна побачити й зворотню ситуацію, і попит збільшився.

Еластичність попиту на реалізовані автомобілі підприємства роздрібною торгівлі можна представити у вигляді кривої (рис. 1).

Отже, з усіх автомобілів, реалізованих досліджуваним підприємством, практично всі є досить еластичними за ціною. Це пояснюється тим, що автомобілі є запланованими з боку споживачів, тому люди заздалегідь цікавляться цінами різних фірм і рівнем обслуговування.

Пропонується використовувати еластичність попиту для оптимізації цін на різні види автомобілів, щоб збільшити обсяг попиту на них і при цьому сформувати конкурентні переваги у ціновому аспекті перед фірмами-конкурентами.

Встановимо ціни, які були б нижче, ніж у 2019 р. на дані автомобілі, і сформуємо відповідно до даних вище коефіцієнтів еластичності попиту обсяги реалізації кожного автомобіля (табл. 4).

$$Q_{\text{після}} = \frac{Q_{\text{до}}}{\Delta P_{\text{після}}} \times E \tag{3}$$

Таким чином, подібні зниження цін показують: якщо попит еластичний, то за новою ціною кількість реалізованих автомобілів підвищиться й еластичність попиту також буде збільшуватися.

Таблиця 2

Показники цін і кількості автомобілів на підприємстві роздрібною торгівлі за 2017 та 2019 рр.

Вид автомобіля	2017 р.		2019 р.	
	Середня ціна, грн	Кількість	Середня ціна, грн.	Кількість
Hyundai i10	351 000	29	352 200	27
Hyundai Grand Santa Fe	1 088 000	26	1 089 200	25
Great Wall C30	257 700	42	259 000	40
Great Wall Wingle 6	511 200	40	512 000	41
Jac S3	347 200	28	348 000	29
LADA Granta	259 000	33	259 900	31
LADA Largus	234 000	36	234 900	34
KIA Sportage	604 200	27	605 020	26
KIA New Sorento	1 000 200	25	1 001 000	26

Джерело: розробка авторів

Таблиця 3

Визначення коефіцієнтів еластичності попиту на реалізовані автомобілі підприємства роздрібною торгівлі

Вид автомобіля	Зміна ціни, %	Зміна кількості, %	Коефіцієнт еластичності попиту
Hyundai i10	0,34	-6,90	20,17
Hyundai Grand Santa Fe	0,11	-3,85	34,87
Great Wall C30	0,50	-4,76	9,44
Great Wall Wingle 6	0,16	2,50	15,98
Jac S3	0,23	3,57	15,50
LADA Granta	0,35	-6,06	17,44
LADA Largus	0,38	-5,56	14,44
KIA Sportage	0,14	-3,70	27,29
KIA New Sorento	0,08	4,00	50,01

Джерело: розробка авторів

Таблиця 4

Показники цін і кількості автомобілів до та після зниження ціни на підприємстві роздрібною торгівлі

Вид автомобіля	До		Після	
	Середня ціна, грн	Кількість	Середня ціна, грн.	Кількість
Hyundai i10	352 200	27	351 500	29
Hyundai Grand Santa Fe	1 089 200	25	1 088 500	26
Great Wall C30	259 000	40	258 500	40
Great Wall Wingle 6	512 000	41	511 500	43
Jac S3	348 000	29	347 500	31
LADA Granta	259 900	31	259 500	32
LADA Largus	234 900	34	234 500	34
KIA Sportage	605 020	26	604 500	27
KIA New Sorento	1 001 000	26	1 000 500	28

Джерело: розробка авторів

Розрахуємо економічний ефект від упровадження даного заходу [3]:

$$E = V_n - V_6, \tag{4}$$

де E – економічний ефект від упровадження заходу;

V_n – значення виторгу від реалізації після зниження ціни на товар;

V_6 – значення виторгу від реалізації до зниження ціни на товар.

$$E = 142214000 - 135983420 = 6230580 \text{ грн}$$

Таким чином, подібні зниження цін можуть призвести до збільшення виторгу від реалізації продукції на 6 230 580 грн, тобто на 4,58%. При цьому слід зазначити, що зниження цін передбачається не занадто різке й усі ціни перевищують витрати підприємства.

За зниження ціни на еластичному ринку обсяг продажу росте, може збільшитися прибуток. Однак якщо всі продавці знизять ціни, обсяг продажу зросте незначно, якщо взагалі це відбудеться, а прибуток упаде, тому що знизяться надходження за одиницю товару [7].

Таким чином, не слід проводити зниження чи збільшення цін без особливої на то потреби. Це може призвести до втрати клієнтів, посилення конкурентів і втрати деякої частини доходу (табл. 5).

Вибір моменту зниження ціни зумовлюється: темпами зниження витрат, зміною цін конкурентами, стану запасів сировини та матеріалів, можливістю взагалі виконати отримані замовлення за новими цінами.

Також на основі розрахунку комплексного показника ефективності цінової політики підприємства роздрібною торгівлі авторами розроблено прогноз ефективності цінової політики на 2020 та 2021 рр. (рис. 2).

Прогноз представлений лінією тренда, яка найбільшою мірою наближається до представленої на діаграмі залежності, тому що величина достовірності апроксимації дорівнює 0,78. Тобто на діаграмі спостерігається динамічна тенденція зростання комплексного показника ефективності цінової політики підприємства роздрібною торгівлі за умови впровадження стратегій підвищення ефективності цінової політики. У 2020 р. він становитиме 48,75%, а в 2021 р. – 79,54%.

Слід зазначити, що дослідження проводилося до пандемії коронавірусу. Остання ситуація, що склалася на світовому ринку та в Україні, може суттєво вплинути на прогноз і дещо його змінити (рис. 3). При

Таблиця 5

Вплив зміни цін на прибуток

Прибуток	Якщо ціни збільшуються	Якщо ціни зменшуються
Прибуток збільшується	<ol style="list-style-type: none"> Спочатку ціна була нижче тієї, котру споживачі готові заплатити. Замовлень на товар у підприємства більше, ніж воно може зробити. Ринок нечуттєвий до цін. Більш високі ціни роблять товар більш привабливим для покупців. Відбувається швидке розширення місткості ринку. Сигнал конкурентам підняти ціни в галузі. Короткочасне зниження прибутку. 	<ol style="list-style-type: none"> Більш низькі ціни ведуть до розширення місткості ринку швидше, ніж падає прибуток, – ринок чуттєвий до цін. Спочатку ціна на товар була занижена. Витрати на виробництво одиниці продукції зменшуються швидше, ніж надходження від реалізації продукції. Більш низькі ціни створюють передумови до виходу на нові ринки. Відхід із ринку низки конкурентів.
Прибуток зменшується	<ol style="list-style-type: none"> Збільшення цін не компенсує збільшення витрат (звичайна інфляція). Спочатку ціна була «правильною» – продаж зменшується швидше, ніж збільшується від реалізації одиниці продукції (еластичний ринок). 	<ol style="list-style-type: none"> Відповідне зниження цін конкурентами (встановлення більш низьких цін у галузі) і відсутність нових покупців. Первісні ціни були «правильними» – після зміни цін продаж не зріс (нееластичний ринок). Відхід із ринку. Ціни були зменшені винятково для збільшення частки продажу фірми на ринку. Запобігання входженню на ринок нових конкурентів. Ринок нечуттєвий до більш низьких цін, і обсяг продажу залишається відносно незмінним.

Джерело: узагальнено авторами за [7]

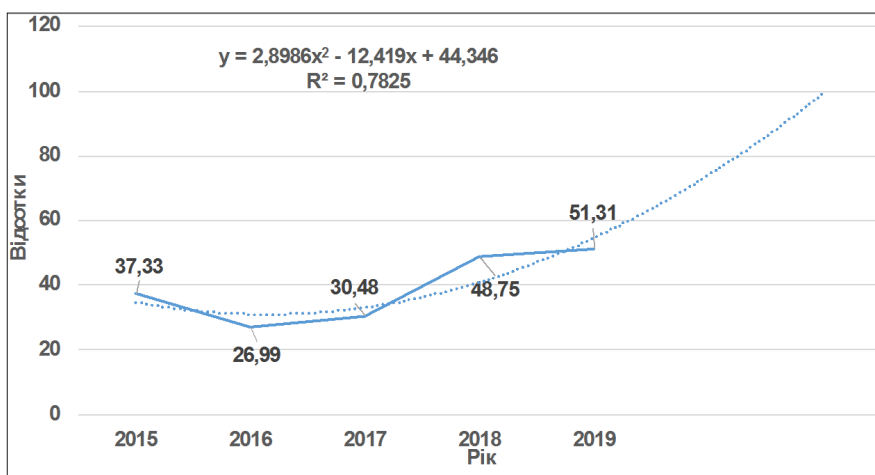


Рис. 2. Прогноз зростання комплексного показника ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі (розрахунок до введеної надзвичайної ситуації у зв'язку з коронавірусом)

Джерело: розробка авторів

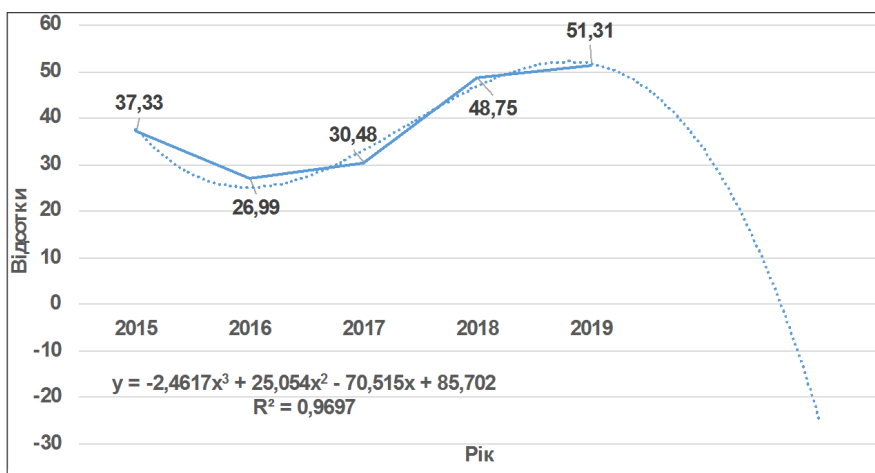


Рис. 3. Прогноз зростання комплексного показника ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі (розрахунок з урахуванням уведеної надзвичайної ситуації у зв'язку з коронавірусом)

Джерело: розробка авторів

цьому прогноз представлений лінією тренда, яка найбільшою мірою наближається до представленої на діаграмі залежності, тому що величина достовірності апроксимації збільшиться до 0,97.

Отже, розглянувши показники реалізації на підприємстві роздрібної торгівлі, були розроблені пропозиції щодо змін у ціновій політиці, що, своєю чергою, призведуть до змін у структурі товарообігу.

Загалом цінова політика була підібрана правильно для забезпечення достатньої ефективної діяльності у цілому. Це означає, що за відносно незмінної ситуації на українському та світовому ринках підприємство роздрібної торгівлі буде функціонувати й надалі збільшуватиме прибуток.

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізовано основні недоліки, згідно з чим розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі, серед яких – переорієнтація на стратегію розвитку підприємства, постійний моніторинг ситуації на ринку, встановлення зв'язку з життєвим циклом підприємства, а також сегментація ринку і диференціація цін.

Виявлено, що підприємство роздрібної торгівлі функціонує і просуває свій товар на ринку олігополії, а отже, повинно передусім спрямовувати свою увагу на поліпшення якості товарів, реклами, післяпродажного технічного обслуговування.

У результаті проведення ABC-аналізу встановлено, що асортиментними позиціями, які роблять великий внесок у загальний збут продукції підприємства, є Hyundai Grand Santa Fe та KIA New Sorento (загальна сумарна частка становить 39,16%).

Також слід відзначити, що з усіх автомобілів, реалізованих підприємством роздрібної торгівлі, практично всі є досить еластичними за ціною. Це пояснюється тим, що автомобілі є запланованими з боку споживачів, тому люди заздалегідь цікавляться цінами різних фірм і рівнем обслуговування. Завдяки еластичності було виявлено, що, знизивши ціну на автомобілі приблизно на 1%, обсяг їх реалізації збільшиться на 6 230 580 грн, тобто на 4,58%.

Отже, розроблення цінової політики і стратегії підприємства роздрібної торгівлі повинно здійснюватися в три етапи: збір вихідної інформації, стратегічний аналіз, формування стратегії. У 2020 та 2021 рр. показники цінової політики підприємства роздрібної торгівлі будуть зростати, але за умови впровадження нових цінових стратегій. У 2020 р. показник становитиме 79,54%, а в 2021 р. – 99,35%. Проте з урахуванням введеної надзвичайної ситуації у зв'язку з корона вірусом прогнози є набагато гіршими: у 2020 р. – приблизно 15%, а в 2021 р. показник упаде до майже -23%.

Для успішного управління цінами на підприємстві роздрібної торгівлі потрібно проводити постійне спостереження, моніторинг їхніх складників та ситуації на ринку збуту.

Список використаних джерел:

1. Гельвановский М. Ориентация внутренних цен на мировые: глубокое заблуждение отечественных либералов. За это мы расплачиваемся из своего кошелька. *Российская Федерация сегодня*. 2009. № 9. С. 22–23.
2. Лысова Н.А. Управление ценами : учебное пособие. Москва : КНОРУС, 2006. 200 с.

3. Пінішко В.С. Ціно- і тарифотворення : навчальний посібник. Львів : Магнолія – 2006, 2008. 303 с.
4. Стеченко Д.М. Державне регулювання економіки : навчальний посібник ; 3-є вид., випр. Київ : Знання, 2006. 262 с.
5. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика : навчально-методичний посібник. Київ : КНЕУ, 2003. 91 с.
6. Салимжанова И.К. Ценообразование и налогообложение : учебник. Москва : Велби, 2002. 424 с
7. Шкварчук Л.О. Ціноутворення : підручник. Київ : Кондор, 2006. 460 с.
8. Нэгл Т. Стратегия и тактика ценообразования: руководство для принятия решений, приносящих прибыль. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 543 с.
9. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2003. 276 с.

References:

1. Helvanovskyi M. (2009) Oryentatsiya vnutrennykh tsen na myrovoyi hlubokoe zabluzhdenye otechestvennykh lyberalov. Za eto my rasplachyvaemsia yz svoeho koshelka. *Rossyiskaia Federatsiya sehodnia* [Orientation of domestic prices to the world deep delusion of domestic liberals. We pay for it out of our wallet. The Russian Federation today], № 9, p. 22–23.
2. Lysova N.A. (2006) Upravlenye tsenamuy [Price management] : ucheb. posobyе. M.: KNORUS, 200 p.
3. Pinishko V.S. (2008) Tsino- i taryfotvorennia [Price and tariff formation] : navch. posibnyk. Lviv: Mahnoliia. 303 p.
4. Stechenko D.M. (2006) Derzhavne rehuliuivannia ekonomiky [State regulation of the economy] : navch. posibnyk. 3-ye vyd., vypr. K.: Znannia. 262 p.
5. Tormosa Yu. H. (2003) Tsiny ta tsinova polityka [Prices and pricing policy] : navch.-metod. posibnyk dlia samost. vyvch. dysts. K.: KNEU. 91 p.
6. Salymzhanova Y. K. (2002) Tsenoobrazovanye y nalohooblozhenye [Pricing and Taxatio] : uchebnyk. M.: TK Velby, 424 p.
7. Shkvarchuk L.O. (2006) Tsinoutvorennia [Pricing] : pidruchnyk. K.: Kondor. 460 p.
8. Nehl T. (2001) Stratehiya y taktyka tsenoobrazovanyia: ruk. dlia pryniatyia reshenyi, prynosiashchykh prybyl. [Strategy and tactics of pricing: hands. to make profitable decisions]. Sankt-Peterburh : Pyter, 543 p.
9. Shkvaruk L.O. (2003) Tsiny i tsinoutvorennia [Prices and pricing] : [navch.posibnyk]. K.: «Kondor», 276 p.

E-mail: ennzhosan@gmail.com

УДК [658:005.934](477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.14>

Івончак І.О.

аспірант кафедри економіки підприємства,
Львівський національний університет імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

У статті обґрунтовано особливості забезпечення розвитку вітчизняного підприємництва, а також необхідність забезпечення його економічної безпеки в сучасних умовах глобальних викликів. Досліджено зміст категорії «економічна безпека підприємництва» та проаналізовано низку існуючих наукових підходів до визначення поняття економічної безпеки підприємництва. Охарактеризовано чинники впливу на економічну безпеку підприємництва та розглянуто сутність принципів економічної безпеки підприємництва та визначено їхню методологічну основу з метою розроблення заходів із посилення та побудови економічної безпеки підприємництва. Встановлено об'єкти і суб'єкти системи забезпечення економічної безпеки та виділено її основні функціональні складники. Запропоновано рекомендації щодо поліпшення та ефективного забезпечення економічної безпеки підприємства, які відповідають реаліям сьогодення в умовах мінливого зовнішнього середовища та трансформаційних процесів в Україні.

Ключові слова: економічна безпека, підприємництво, забезпечення економічної безпеки, принципи, система економічної безпеки підприємництва, об'єкти економічної безпеки, суб'єкти економічної безпеки.

ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

Ивончак И.О.

В статье обоснованы особенности развития отечественного предпринимательства, а также необходимость обеспечения его экономической безопасности в современных условиях глобальных вызовов. Исследовано содержание категории «экономическая безопасность предпринимательства» и проанализирован ряд существующих

ючих наукових підходів к определению понятия экономической безопасности предпринимательства. Охарактеризованы факторы влияния на экономическую безопасность предпринимательства и рассмотрена сущность принципов экономической безопасности предпринимательства и определена их методологическая основа с целью разработки мероприятий по усилению и построению экономической безопасности предпринимательства. Установлены объекты и субъекты системы обеспечения экономической безопасности и выделены ее основные функциональные составляющие. Предложены рекомендации по улучшению и эффективному обеспечению экономической безопасности предпринимательства, которые соответствуют реалиям в условиях меняющейся внешней среды и трансформационных процессов в Украине.

Ключевые слова: экономическая безопасность, предпринимательство, обеспечение экономической безопасности, принципы, система экономической безопасности предпринимательства, объекты экономической безопасности, субъекты экономической безопасности.

FEATURES OF ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY IN UKRAINE

Ivonchak Iryna

In the article features of development of domestic entrepreneurship and the need to ensure their economic security in modern conditions of strengthening of integration of Ukrainian business into the European economic area as it determines the protection of national economic interests of the state. Investigated through the analysis of works of foreign and domestic scientists on the content of the category "economic security of enterprise" and analyzed a number of existing approaches to definition of concepts economic safety, economic safety of the enterprise and the economic security of entrepreneurship. Characterized the factors influencing economic safety of the enterprise. Analyzed to establish baselines implement measures to ensure the economic security of the enterprise required to apply appropriate principles of construction and operation of the system. Describes the systematic nature of the principles of economic security of entrepreneurship such as: systematic, integrated approach, flexibility, rationality and economic efficiency the principle of efficiency and dynamism, systematic monitoring and the principle of adaptability. The principles methodological basis the purpose of which is to develop measures to strengthen and build the system of economic security of entrepreneurship. Presents the definition of the concept of "system of economic security of enterprise". Installed the objects and subjects of the system of economic security. Isolated and described with the help of a schematic drawing the following main functional subsystems of economic security of entrepreneurship as: legal, financial, personnel, scientific and information support. The essence of each of the component and determined that they collectively represent a complicated system of economic security of enterprise, the implementation of which requires systematic analysis, management, control and continuous improvement. Recommendations on the improvement and effective maintenance of economic safety of enterprise that meet the realities of a changing external environment and the transformation processes in Ukraine.

Keywords: economic security, entrepreneurship, economic security, principles, system of economic security of enterprise, objects of economic security, subjects of economic security.

Постановка проблеми. Питання забезпечення економічної безпеки підприємництва як одна з важливих компонентів національної безпеки держави сьогодні набуває особливої актуальності. Економічна безпека підприємництва є складною та багаторівневою, а тому вимагає захисту всіх складових елементів на всіх рівнях в ієрархії управління. Разом із тим забезпечення економічної безпеки бізнесу варто розглядати як один із пріоритетів ефективного економічного розвитку країни, що визначає масштабність її суспільного добробуту і водночас виступає важливою передумовою захищеності економічних інтересів підприємництва, сприяє формуванню конкурентоспроможного середовища та інвестиційної активності в умовах європейської інтеграції України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми економічної безпеки підприємництва досліджувалися у працях таких іноземних та вітчизняних учених, як В. Алькем, І. Бланк, З. Варналії [2], Т. Васильців, В. Власов, В. Геєць [3], Г. Долматова, Я. Жаліло [7], М. Камлик [10], С. Шкарлет [11], В. Шликов та ін. Однак сучасні тенденції та проблемні аспекти економічної безпеки підприємництва потребують розроблення нових концептуальних засад забезпечення економічної безпеки як ресурсного базису зміцнення конкурентних позицій національної економіки.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз та обґрунтування особливостей економічної безпеки підприємництва на основі вивчення підходів до трактування цього поняття; узагальнення сутності основних принципів економічної безпеки підприємництва з метою реалізації заходів щодо побудови системи економічної безпеки підприємництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах євроінтеграційних процесів домінуючими в підприємницькій діяльності є внутрішні та зовнішні ризики, які здійснюють дестабілізуючий вплив як на підприємницьку діяльність, так і на її суб'єктів. Посилення інтегрованості вітчизняного підприємництва в європейській економічній простір зумовлює захист національних економічних інтересів держави. Відповідно, зростає потреба у забезпеченні економічної безпеки вітчизняного підприємництва.

Для дослідження змісту категорії «економічна безпека підприємництва» важливо насамперед розглянути поняття «економічна безпека».

В економічній науці відсутній єдиний підхід до тлумачення поняття «економічна безпека». За наявності значної кількості наукових досліджень сформулувалася безліч характеристик, за якими розглядається економічна безпека. У цьому аспекті доцільним є визначення Я. Жаліло, який розглядає економічну безпеку як «складну багатфакторну категорію, що характеризує

спроможність національної економіки до розширеного самовідтворення з метою збалансованого задоволення потреб населення країни, протистояння дестабілізуючому впливу внутрішніх і зовнішніх чинників, забезпечення конкурентоспроможності національної економіки у світовій системі господарювання» [7, с. 15].

У праці «Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення» З. Варналій зазначає, що «економічна безпека – це сукупність форм і методів узгодження різних інтересів суб'єктів економіки, що дає змогу вирішувати конфлікти з найменшими витратами та з використанням найменш руйнівного для економіки способу» [2].

На думку В. Геєця, дана категорія визначається як стан економіки, суспільства та інститутів державної влади, за якого забезпечуються реалізація та гарантований захист національних економічних інтересів, прогресивний соціально-економічний розвиток країни [3].

С.М. Шкарлет уважає, що категорія економічної безпеки є універсальною і відображає захищеність суб'єктів соціально-економічних відносин на всіх рівнях. При цьому основою економічної безпеки підприємства виступає механізм забезпечення збалансованого та постійного розвитку, який можна досягнути у разі застосування всіх видів ресурсів і підприємницьких резервів та під час використання якого досягається науково-технічний і соціальний розвиток та найбільш ефективне й стає функціонування [11, с. 34].

Сьогодні у науковому колі й досі відсутній однастайний підхід до трактування економічної безпеки підприємництва, оскільки різні науковці-дослідники по-різному вбачають суть дефініції «економічна безпека підприємництва».

М.І. Камлик у праці «Економічна безпека підприємницької діяльності» розглядає це поняття як стан розвитку суб'єкта господарювання, який характеризується стабільністю економічного та фінансового розвитку, ефективністю нейтралізації негативних чинників і протидії їхньому впливу на всіх стадіях його діяльності» [9, с. 9].

На думку М.А. Бендикова, цю категорію слід визначати як захищеність від науково-економічних загроз, що пов'язані з неефективною науково-промисловою політикою держави або формуванням несприятливого зовнішнього середовища [1, с. 15].

О.А. Грунін під економічною безпекою підприємства розуміє стан господарчого суб'єкта, за якого він за найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів досягає стану запобігання, послаблення або захисту від існуючих небезпек та загроз або інших непередбачених обставин і переважно забезпечує досягнення цілей бізнесу в умовах конкуренції та підприємницького ризику [5, с. 13].

Узагальнюючи існуючі теоретичні положення, економічну безпеку підприємництва розглядають також як такий стан системи державного регулювання та рівень ділової активності, за яких дотримуються гарантії захищеності життєво важливих інтересів суб'єктів господарювання й підприємництва у цілому від внутрішніх і зовнішніх загроз [6, с. 473].

Відсутність єдиного наукового підходу, який би тлумачив сутність економічної безпеки підприємництва, ускладнює процес формування категорії «забезпечення економічної безпеки підприємництва». Для

кращого розуміння необхідне їх чітке тлумачення за змістовими характеристиками.

Доцільно розглянути найбільш актуальні думки науковців щодо тлумачення категорії «забезпечення економічної безпеки підприємництва».

Л.П. Гончаренко розглядає поняття «забезпечення економічної безпеки» як процес реалізації функціональних складників економічної безпеки з метою запобігання можливим збиткам і досягнення максимального рівня економічної безпеки як у поточному, так і в перспективному майбутньому [4].

На думку В.К. Сенчагова, забезпечення економічної безпеки – це безперервний системний процес, метою якого є попередження можливих збитків [10].

У межах комплексного підходу забезпечення економічної безпеки слід розглядати як системний процес, в якому поєднуються три основних компоненти:

по-перше, діагностика та оцінка фінансово-економічних, операційних та організаційних критеріїв із метою завчасної ідентифікації джерел виникнення небезпечних для діяльності підприємства проявів;

по-друге, своєчасне застосування релевантного каталогу антикризових (стабілізаційних) заходів нейтралізації внутрішніх і зовнішніх чинників;

по-третє, формування системи рекомендацій і заходів щодо створення конкурентної переваги та забезпечення розвитку підприємства на всіх етапах його життєвого та операційного циклів [11, с. 24].

Аналізуючи підходи до тлумачення поняття «забезпечення економічної безпеки», варто розуміти систему конкретних заходів, метою якої є досягнення такого рівня, за якого він буде вважатися безпечним для провадження підприємницької діяльності.

Основою для забезпечення економічної безпеки підприємства є якісна та ґрунтовна система економічної безпеки. Формування та реалізацію системи економічної безпеки підприємства доцільно здійснювати на основі певних принципів, які виступають методичною основою розроблення заходів з організації системи економічної безпеки підприємства.

Отже, враховуючи вплив чинників зовнішнього середовища, євроінтеграційних процесів, варто зосередити увагу на використанні таких принципів для реалізації системи економічної безпеки підприємства: системності; комплексності; гнучкості; раціональності та економічної ефективності; оперативності та динамічності; систематичного моніторингу; адаптивності; варіативності [8].

Важливим для побудови системи економічної безпеки підприємства є дослідження принципів. Варто розглянути характеристику основних із них:

– принцип системності передбачає взаємозв'язок та узгодження всіх елементів системи економічної безпеки підприємства між собою;

– принцип комплексності – всі елементи системи розглядаються як джерело виникнення загроз економічній безпеці;

– принцип гнучкості визначає вміння суб'єкта системи економічної безпеки підприємства змінювати модель поведінки захисту відповідно до характеру впливу тієї чи іншої загрози;

– принцип раціональності та економічної ефективності враховує співвідношення витрат на організацію (реалізацію) забезпечення системи економічної без-

пеки підприємництва та прибуток від здійснення підприємницької діяльності, де затрати перших не повинні перевищувати прибуток останнього;

– принцип оперативності та динамічності забезпечує швидке реагування системи економічної безпеки підприємництва на виникнення потенційних загроз та невідкладне прийняття відповідних управлінських рішень щодо їх нейтралізації;

– принцип систематичного моніторингу передбачає здійснення постійного моніторингу зовнішнього середовища підприємництва для своєчасного виявлення потенційних та реальних загроз;

– принцип адаптивності здійснюється за умов пристосування всіх елементів системи економічної безпеки до будь-яких змінних чинників зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємництва;

– принцип варіативності враховує альтернативність розроблення варіантів управлінських рішень з урахуванням різних критеріїв.

Отже, з метою визначення базових орієнтирів для реалізації заходів із забезпечення системи економічної безпеки підприємництва необхідно застосовувати від-

повідні принципи побудови та функціонування даної системи з урахуванням постійного впливу трансформаційних процесів та змінного зовнішнього середовища.

Слід зазначити, для реалізації умов функціонування економічної безпеки підприємництва необхідне впровадження комплексних, цілеспрямованих дій, що формують систему забезпечення економічної безпеки підприємництва.

Система економічної безпеки підприємництва – це класифікована сукупність взаємозалежних елементів, дія яких спрямована на захист інтересів підприємства від впливу зовнішніх і внутрішніх загроз.

Система економічної безпеки підприємництва включає в себе об'єкти, суб'єкти безпеки, інститути та засоби її забезпечення.

Об'єктами забезпечення економічної безпеки виступають економічна система у цілому, а також її складові елементи, основними з яких є правове, фінансове, кадрове, наукове та інформаційне забезпечення (рис. 1).

Суб'єктами економічної безпеки підприємства виступають підприємства, установи та організації державного і приватного секторів економіки. Отже,

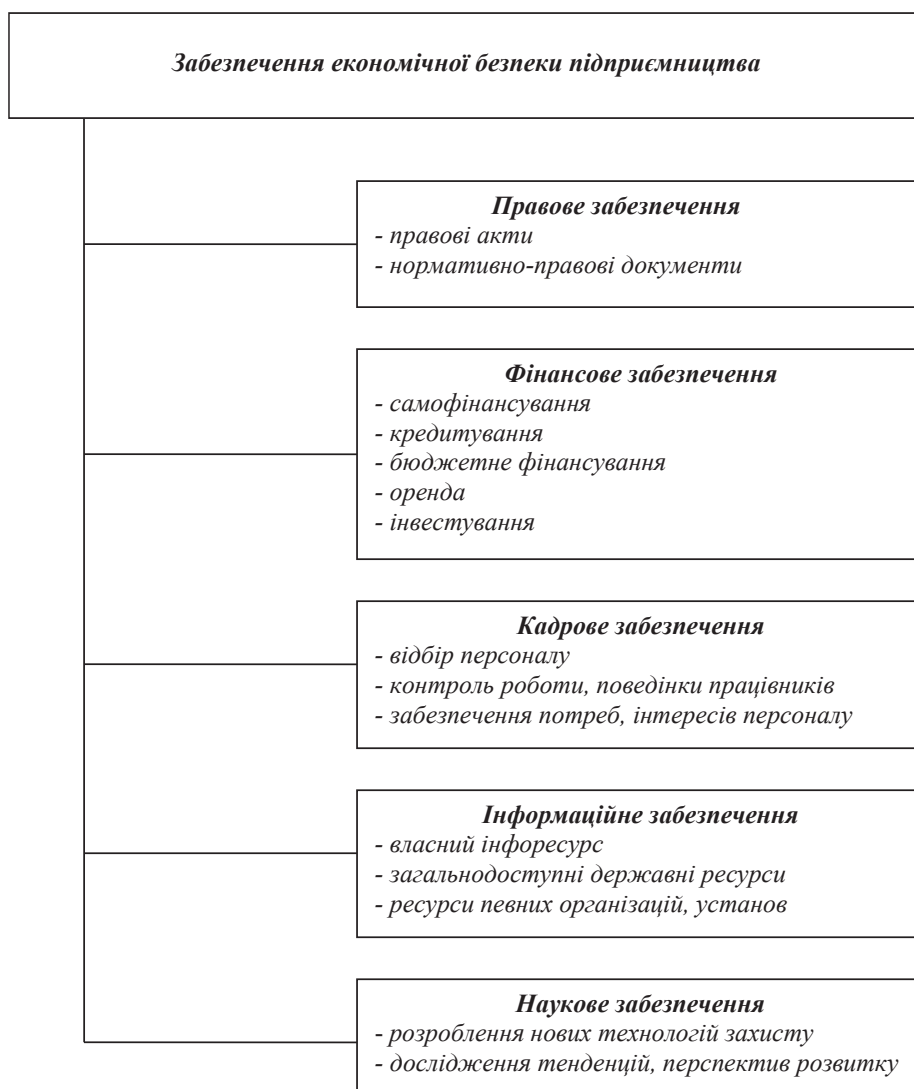


Рис. 1. Підсистеми забезпечення економічної безпеки підприємства
 Джерело: складено автором

як зазначалося вище, до системи забезпечення економічної безпеки підприємництва входить ціла низка функціональних складників, що характеризують різні напрями забезпечення економічної безпеки.

Так, правове забезпечення передбачає правовий захист сфери діяльності підприємництва та чітке дотримання законодавства. Правовими загрозами для безпеки підприємництва можуть бути: порушення юридичних норм та прав підприємства, працівників; не повною мірою викладений правовий захист інтересів у діловій документації; розголошення комерційної таємниці.

Сутність фінансового складника системи забезпечення економічної безпеки полягає у найефективнішому використанні ресурсів задля досягнення найвищого рівня прибутку та рентабельності фінансових дій. Таким чином, фінансове забезпечення передбачає уникнення збитків, негативного впливу зовнішніх чинників на економічну безпеку підприємництва за різними напрямками здійснення підприємницької діяльності.

Кадровий складник економічної безпеки забезпечує високий рівень та ефективність використання кадрового потенціалу, перешкоджаючи його плінності та відтоку цінних працівників.

Необхідність в інформаційному забезпеченні полягає у чіткому уявленні реальної ситуації, що відбувається на ринку, політичної чи соціальної ситуації в країні (регіоні), тенденцій розвитку галузей економіки та підприємництва. Ефективність забезпечення інформаційного складника реалізується за допомогою власних інфоресурсів, доступних державних та ресурсів інших організацій (установ), інформаційних глобальних мереж.

Науковий складник передбачає розроблення новітніх технологій захисту економічних інтересів, що пов'язані

з дослідженням сучасних тенденцій та перспектив розвитку захисту економічної безпеки підприємництва.

Узагальнюючи вищесказане, забезпечення економічної безпеки підприємництва являє собою надскладну систему, реалізація якої вимагає систематичного аналізу, управління, контролю та постійного вдосконалення.

Зміцнення економічної безпеки підприємництва вимагає розроблення цілої низки методичних рекомендацій та заходів, які б за своїм змістом посилили дію заходів у напрямі їх удосконалення. Передусім доцільно реформувати економічну політику, створити сприятливі умови для забезпечення ефективної діяльності бізнесу, котрий би регулювався податковою, ціною, інвестиційною політикою; посилили ефективність забезпечення системи економічної безпеки підприємництва, яка має реалізуватися шляхом побудови відповідного механізму; створити належне конкурентне середовище для підприємницької діяльності на основі зміцнення конкурентних позицій на ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, посилення економічної безпеки підприємництва вимагає створення в організаційній структурі управління підприємством спецпідрозділів для здійснення забезпечення економічної безпеки, діяльність котрих буде зосереджуватися на безперервному, систематичному процесі здійснення діагностики зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства з метою здійснення ефективного планування, організації та реалізації заходів щодо забезпечення економічної безпеки підприємництва.

Актуальність проблеми вивчення економічної безпеки підприємництва полягає у подальшому її дослідженні та ефективному розробленні системи оцінювання рівня економічної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Бендіков М.А. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект). *Консультант директора*. 2000. № 2. С. 25–30.
2. Варналій З.С., Буркальцева Д.Д., Саєнко О.С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : монографія / за заг. ред. З.С. Варналія. Київ : Знання України, 2011. 299 с.
3. Геєць В.М., Семиноженко В.М. Інноваційні перспективи України : монографія. Харків : Константа, 2006. 272 с.
4. Гончаренко Л.П. Процесс обеспечения экономической безопасности предприятия. *Справочник экономиста*. 2004. № 12. С. 20–26. URL: http://www.profiz.ru/se/12_04/952 (дата звернення: 07.03.2020).
5. Грунин О.А., Грунин С.О. Экономическая безопасность организации. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 160 с.
6. Економіка підприємства : навчальний посібник / за заг. ред. С.Ф. Покропівного ; 3-є вид. Київ : КНЕУ, 2006. 528 с.
7. Жаліло Я.А. Стратегія забезпечення економічної безпеки України. Пріоритети та проблеми імплементації. *Стратегія національної безпеки України в контексті досвіду світової спільноти*. Київ : Сатсанга, 2001. 224 с.
8. Івченко Є.А., Івченко Ю.А. Дослідження принципів побудови та функціонування системи економічної безпеки підприємства. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2017. Вип. 1(61) С. 46–51. URL: http://library.snu.edu.ua/index/upravlinnja_proektami_ta_rozvitok_virobnictva/0-82 (дата звернення: 11.03.2020).
9. Камлик М.І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2005. 432 с.
10. Сенчагов В.К. Экономическая безопасность как основа обеспечения национальной безопасности России. *Вопросы экономики*. 2001. № 8. С. 64–79.
11. Шкарлет С.М. Формування економічної безпеки підприємств засобами активізації їх інноваційного розвитку : автореф. дис. ... доктора екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» ; Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. Київ, 2008. 34 с.

References:

1. Bendikov M. A. (2000) Ekonomicheskaya bezopasnost promyshlennogo predpriyatiya (organizatsionno-metodicheskiy aspekt) [Economic security of an industrial enterprise (organizational and methodological aspect)]. *Advisor to the Director*, no. 2, pp. 25–30.
2. Varnaliy Z. S., Burkaltseva D. D., Sayenko O. S. (2011) Ekonomichna bezpeka Ukrainy: problemy ta priorytety zmichennja [Ukraine's economic security: challenges and priorities for strengthening]. Kiev: Znannja Ukrainy. (in Ukrainian)

3. Geyets V. M., Semynozhenko V. M. (2006) *Innovacijni perspektyvy Ukrainy* [Innovative prospects of Ukraine]. Kharkiv: Constanta. (in Ukrainian)
4. Goncharenko L. P. (2004) *Protsess obespecheniya ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya* [The process of ensuring the economic security of the enterprise]. *Spravochnik ekonomista* [Handbook of an economist] (electronic journal), no. 12, pp. 20–26. Available at: http://www.profiz.ru/se/12_04/952 (accessed 7 March 2020).
5. Grunin O. A., Grunin S. O. (2002) *Ekonomicheskaya bezopasnost organizatsii* [Organization economic security]. St. Petersburg: SPb. (in Russian)
6. Pokropyvnyj S. F. (ed.) (2006) *Ekonomika pidpryyemstva* [Business Economics]. Kiev: Kyiv National Economic University of Vadim Hetman. (in Ukrainian)
7. Zhalilo Ya. A. (2001) *Strategiya zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky Ukrainy. Priorytety ta problemy implementaciyi* [Strategy for ensuring the economic security of Ukraine. Priorities and implementation issues]. *Stratehiya natsional'noy bezpeky Ukrainy v konteksti dosvidu svitovoyi spil'noty* [National security strategy of Ukraine in the context of the experience of the world community]. Kiev: Satsanha. (in Ukrainian)
8. Ivchenko E. A., Ivchenko Yu. A. (2017) *Doslidzhennya pryncypiv pobudovy ta funkcionuvannya systemy ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva* [Investigation of the principles of construction and functioning of the enterprise economic security system]. *Upravlinnya proektamy ta rozvytok vyrobnytstva* [Project management and production development] (electronic journal), vol. 1, no. 61, pp. 46–51. Available at: http://library.snu.edu.ua/index/upravlinnja_proektami_ta_rozvitok_virobnictva/0-82 (accessed: 11 March 2020).
9. Kamlyk M. I. (2005) *Ekonomichna bezpeka pidpryyemnyczkoyi diyalnosti. Ekonomiko-pravovj aspekt* [Economic security of business activity. Economic-legal aspect]. Kiev: Atika. (in Ukrainian)
10. Senchahov V. K. (2001) *Ekonomicheskaya bezopasnost kak osnova obespecheniya natsionalnoy bezopasnosti Rossii* [Economic security as a basis for national security of Russian]. *Economics issues*, no. 8, pp. 64–79.
11. Shkarlet S. M. (2008) *Formuvannya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstv zasobamy aktyvizaciyi yix innovacijnogo rozvytku* [Formation of economic security of enterprises by means of activation of their innovative development] (PhD Thesis), Kiev: Kyiv National Economic University of Vadim Hetman.

E-mail: iryna-ivonchak5@ukr.net

УДК 631.11

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.15>

Ключко Т.А.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки та підприємництва,
Сумський національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Статтю присвячено науковому обґрунтуванню і поглибленню теоретичних основ та розробленню практичних рекомендацій щодо вдосконалення організаційно-економічного механізму діяльності сільськогосподарських підприємств. Окреслено наукові підходи і розвинено пропозиції щодо взаємодії складників організаційно-економічного механізму підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств, які базуються на взаємозалежних і взаємодоповнюючих завданнях досягнення конкурентоспроможності підприємства, що водночас відповідають актуальним принципам стратегії сталого розвитку України. Обґрунтовано методологічні складники розвитку аграрної системи через запропоновану модель, що відображає основні складники в мінливому ринковому середовищі, та на цій основі запропоновано концепцію розвитку аграрної системи. Запропоновано основні напрями вдосконалення організаційно-економічного механізму господарювання залежно від фінансового стану агроформування.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм, ринкові умови господарювання, сільськогосподарське підприємство, виробнича діяльність.

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ключко Т.А.

Статья посвящена научному обоснованию и углублению теоретических основ, разработке практических рекомендаций по совершенствованию организационно-экономического механизма деятельности сельскохозяйственных предприятий. Обозначены научные подходы и расширены предложения по взаимодействию составляющих

організаційно-економічного механізму підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств, ґрунтовані на взаємозв'язаних і взаємодоповнюючих задачах досягнення конкурентоспроможності підприємства, одночасно відповідаючих актуальним принципам стратегії стійкого розвитку України. Обґрунтовані методологічні складові розвитку аграрної системи через запропоновану модель, що відображає основні складові в змінливій ринковій середовищі, і на цій основі запропонована концепція розвитку аграрної системи. Предложено основні напрями удосконалення організаційно-економічного механізму господарювання в залежності від фінансового стану агроформування.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм, ринкові умови господарювання, сільськогосподарське підприємство, виробнича діяльність.

FORMATION OF THE ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM OF INCREASING THE EFFECTIVENESS OF THE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Klochko Tatiana

The article is devoted to the scientific substantiation and deepening of the theoretical foundations, the development of practical recommendations for improving the organizational and economic mechanism of agricultural enterprises. The scientific approaches are outlined and the proposals on the interaction of the components of the organizational and economic mechanism for increasing the efficiency of agricultural enterprises based on the interconnected and complementary tasks of achieving enterprise competitiveness, while meeting the current principles of Ukraine's sustainable development strategy, are expanded. The organizational-economic mechanism of enterprise efficiency management proposed by the author is universal and can be applied to any enterprise of any branch of social production. The methodological components of the development of the agrarian system are substantiated through the proposed model, which reflects the main components in a volatile market environment, and on this basis the concept of the development of the agrarian system is proposed. The main directions of improving the organizational and economic mechanism of managing, depending on the financial condition of the agro-formation. Investigating comprehensive approaches to performance evaluation, the author turned to foreign experience in the development of agrarian industry and offered his own view on the evaluation of the performance of an enterprise operating in a competitive market, based on the division of criteria into internal and external. It is found out that there is no unified conceptual approach in economic economics to evaluate the effectiveness of the enterprise. Contemporary evaluation is one-sided and reveals the content of only a certain one-sided aspect of efficiency, or is difficult to use and does not allow to give a clear assessment of the state and tendencies of change of enterprise efficiency. The results of the research allowed the author to draw the relevant conclusions and recommendations necessary for making sound management decisions to improve the efficiency of Ukrainian agricultural enterprises.

Keywords: organizational and economic mechanism, market economic conditions, agricultural enterprise, production activity.

Постановка проблеми. Найважливішим завданням сільськогосподарської галузі є здійснення стійкого процесу виробництва та реалізації високоякісної продукції.

Одними зі шляхів вирішення цієї проблеми є вдосконалення економічного механізму господарювання, розроблення методологічних і методичних питань його застосування у сільському господарстві. Організаційно-економічний механізм управління на рівні конкретних підприємств АПК повинен відповідати: поставленим цілям; складним відносинам власності; наявним трудовим, матеріальним і фінансовим ресурсам; зовнішньому по відношенню до підприємства середовищу (політичному, економічному, соціальному), ринковим механізмам.

Реформування сільськогосподарських формувань задіяло лише окремі питання організації виробництва, земельних відносин, не змінюючи організаційно-економічний механізм господарювання. Організаційно-економічний механізм у формально перетворених суб'єктах господарювання не стимулював працівників до високоефективної праці, не сприяв зростанню конкурентоспроможності та прибутковості агропромислового виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва знаходиться вже багато років у центрі уваги вчених і практиків: В. Андрійчука, В. Геєця, В. Зіновчука, П. Саблука, Ю. Лупенка, М. Маліка, В. Россохи, В. Онегіної, І. Баланюка, М. Бутенка, М. Лендела,

О. Лемішко, Н. Мельника, А. Меліхова [4], Б. Пасхавера, М. Пархомця [3], В. Гудак [3], С. Попової, Д. Шеленко, О. Шпичака, Ю. Юрчишина, А. Ясько та ін.

Але дана проблематика не отримала чітко визначених меж її вивчення: слабо відпрацьовано теоретичні та методичні засади вирішення проблеми, мало досліджені питання взаємозв'язку і взаємозумовленості процесів удосконалення економічного механізму господарювання та економічної ефективності аграрних формувань.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування основних теоретичних положень і практичних пропозицій щодо вдосконалення економічного механізму господарювання агропромислового комплексу в умовах сьогодення для підвищення ефективності функціонування підприємств АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організаційно-економічний механізм господарювання розглядається як система важелів, заходів та способів впливу на виробничо-фінансову діяльність господарюючого суб'єкта, адаптовану до умов його функціонування.

Погоджуємося із ствердженням, що організаційно-економічний механізм функціонування сільськогосподарських підприємств включає макро- і мікроекономічний складники. Макроекономічний складник складається під впливом держави і визначає об'єктивні умови господарювання. Мікроекономічний складник формується на рівні господарюючих суб'єктів, його ефективність повністю залежить від адміністративного управління.

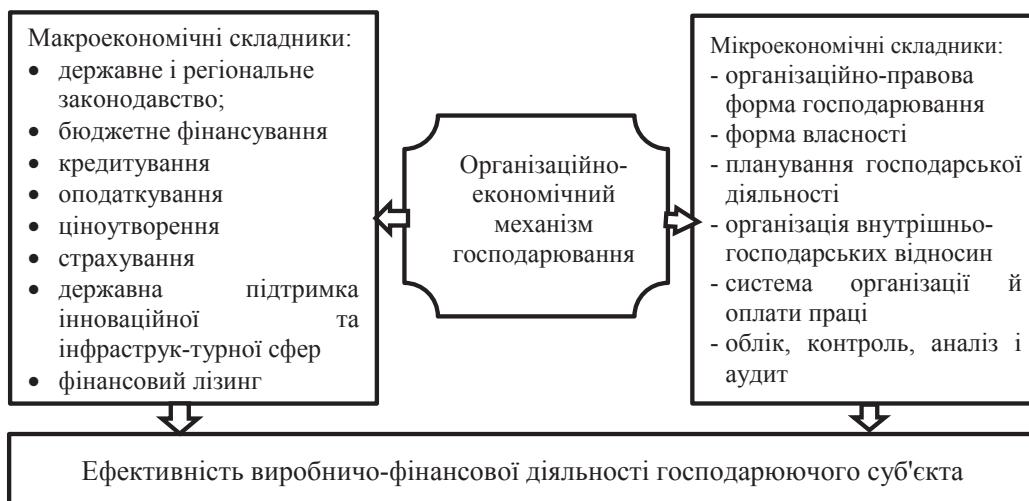


Рис. 1. Модель організаційно-економічного механізму господарювання сільськогосподарських організацій

Джерело: складено автором на основі [5]

Пропоновану нами модель організаційно-економічного механізму господарювання відображено на рис. 1.

Виділяються такі основні принципи функціонування організаційно-економічного механізму господарювання, дотримання яких повинно забезпечуватися під час його функціонування:

- адаптації до постійно змінних умов економічного, соціального і політичного характеру;
- суворого додержання принципів основних економічних законів;
- системного аналізу економічних і соціальних процесів та вирішення на його основі завдань соціально-економічного розвитку підприємств;
- забезпечення поєднання громадських та особистих інтересів [3].

Уважаємо, що найбільш обґрунтованими показниками оцінки ефективності організаційно-економічного механізму є: окупність витрат; прибуток і рівень рентабельності; коефіцієнт відносної фінансової стійкості; валова продукція сільського господарства в розрахунку на одного зайнятого в галузі; заробітна плата одного працівника.

На нашу думку, для кожного сільськогосподарського підприємства потрібне розроблення власної моделі організаційно-економічного механізму господарювання, бізнес-проекту, які врахують фінансовий стан даного підприємства, можливість фінансового оздоровлення та відновлення платоспроможності, перспективи подальшого розвитку.

Нами запропоновано загальні заходи фінансового оздоровлення (табл. 1).

Таблиця 1

Основні напрями вдосконалення організаційно-економічного механізму господарювання підприємств АПК

Фінансовий стан сільськогосподарського підприємства	Напрями вдосконалення організаційно-економічного механізму господарювання
Фінансова стійкість	Удосконалення внутрішньогосподарських відносин, технології виробництва продукції. Погашення простроченої заборгованості. Залучення інтенсивно-інноваційних чинників. Розвиток власної переробки і торгових точок. Кооперація з господарствами населення.
Припустимий нестійкий стан	Реформування. Ужиття заходів щодо фінансового оздоровлення через відстрочку (розстрочку) боргів. Нарощування виробничої потужності шляхом оптимізації спеціалізації і складу використовуваних ресурсів. Упровадження прогресивних форм внутрішньогосподарських відносин. Залучення інтенсивно-інноваційних чинників. Розвиток власної переробки і торгових мереж. Кооперація з господарствами населення.
Кризово нестійкий стан	Передача сільгоспбізнесу ефективно працюючим інвесторам, фермерам. Ужиття заходів щодо фінансового оздоровлення через відстрочку (розстрочку) боргів. Пролонгація банківських кредитів. Залучення інтенсивно-інноваційних чинників. У виняткових випадках проведення ліквідаційних заходів відповідно до чинного законодавства, введення процедури неспроможності (банкрутства).

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Слід відзначити, що, виходячи з відношення до продовольчої незалежності, всі країни поділяються на три основні групи:

1. імпортоорієнтовані (Англія, Саудівська Аравія, Бахрейн, Кувейт, Оман, Катар та ін.), які у цілому імпортують не менше 70% продовольства;

2. експортоорієнтовані (США, Канада, Австралія, Нова Зеландія, Аргентина, Уругвай);

3. країни з протекціоністською політикою самозабезпечення продовольством (більшість країн Європи), які здійснюють політику захисту своїх виробників від конкуренції дешевих і якісних заокеанських продуктів харчування [4].

У результаті проведення такої політики було досягнуто не тільки забезпечення продовольством, а й багато членів ЄС стали великими експортерами сільськогосподарської продукції.

Таким чином, досвід розвинених країн свідчить, що підтримка аграрного сектору економіки в період її струк-

турних змін повинна здійснюватися централізовано, тобто на рівні уряду та регіонального бюджету. При цьому заходи, що вживаються державою, можуть носити як економічний, так і позаекономічний, адміністративний характер із підтримки рівноваги між попитом і пропозицією, захисту вітчизняного виробника і проведення структурних і соціальних перетворень на селі.

У сучасних умовах господарювання головний акцент переміщується з вирішення завдань, що визначені економічним плануванням та прогнозуванням (економічні перспективи та демографічні прогнози), аналізом оптимального використання наявних у сільськогосподарського підприємства ресурсів, проблемами існуючих виробничих ситуацій, на пошук шляхів їх вирішення (рис. 2).

Досягнення такого положення зумовлюється офіційним визнанням аграрної політики найважливішим складником народногосподарської політики, а її цілі розглядаються як пріоритетні в усіх країнах із розвиненим сільським господарством.

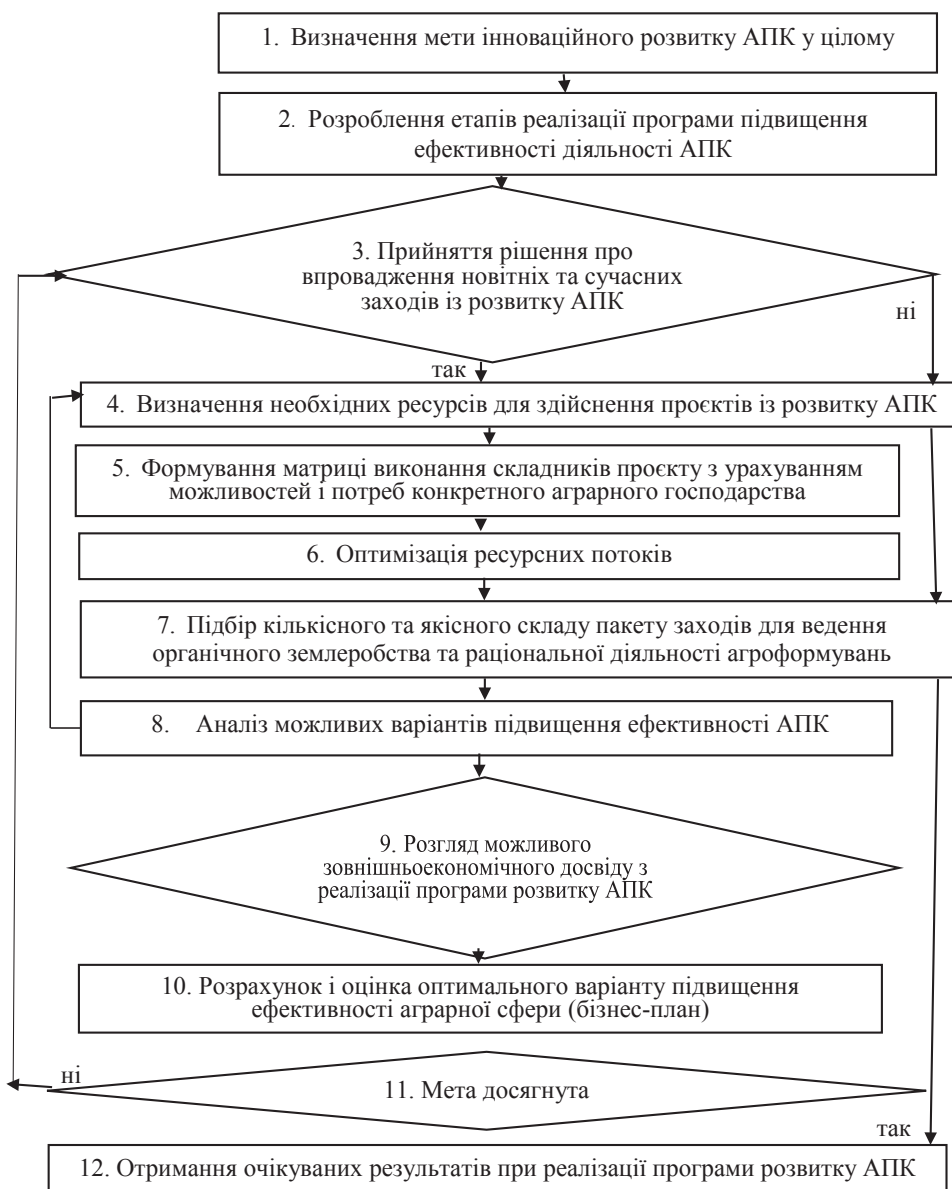


Рис. 2. Алгоритм програми розвитку АПК

Джерело: розроблено автором

В умовах сьогодення у цих країнах спостерігається цілеспрямований вплив держави на сільськогосподарське виробництво. В узагальненому вигляді він здійснюється за такими напрямками: користування земельними і водними ресурсами з урахуванням екологічного благополуччя; регулювання інвестиційного процесу у сфері агробізнесу; організація використання робочої сили і праці; субсидування виробничої та невиробничої інфраструктури; виплата дотацій на виробництво пріоритетних видів сільськогосподарської продукції та підтримка високого рівня закупівельних цін; формування у населення попиту на сільгосппродукцію; вплив на галузі аграрної сфери через систему статистико-інформаційного обслуговування. У сукупності вони сприяють ефективному функціонуванню свого сільського господарства і забезпеченню продовольством власного населення [2].

Досвід країн із розвинутою ринковою економікою досить цінний для України та її регіонів. Разом із тим зарубіжний досвід не може прийматися в незмінному вигляді й вимагає осмислення його можливостей під час розроблення підходів до формування системи державного регулювання аграрного сектору вітчизняної економіки.

Важливу роль у розвитку аграрного виробництва в Україні відіграє посилення екологічної мотивації, що підтверджено світовим, зокрема європейським, типом аграрного господарювання. Прогресивним аспектом відродження аграрного сектору у складі національної економіки є здійснення практичної (різнорівневої) реалізації концепції сталого розвитку України як провідної лінії державної політики та, згідно з програмою, її прагматичного впровадження на всіх рівнях, зокрема для конкретних суб'єктів господарювання.

Перспективний розвиток аграрної сфери, яка є складною за структурними параметрами, інтегральною за функціонуванням системою, є нагальним завданням країни.

Тому, на нашу думку, необхідно розглянути наступні позиції:

1) динамічну структуру, що має забезпечити цілісність аграрної сфери у процесі господарювання;

2) різноспрямованість функціонування, водночас підтримуючи рівновагу взаємопов'язаних аграрних процесів;

3) періодичне відтворення ефективності (результативності) аграрної системи;

4) ринкове самовдосконалення та цілеспрямоване управління розвитком аграрної сфери [5].

Висновки з проведеного дослідження. Особливістю аграрної сфери є більше, ніж в інших галузях, коливання її розвитку, викликане змінами природних чинників, зовнішньої і внутрішньої сфер господарювання. Тому виробництво і реалізація продукції в сільському господарстві повинні бути не тільки ефективними, а й надійними, стійкими.

У формуванні та реалізації економічного механізму господарювання, який відповідає сучасним вимогам ринкової економіки, у кожному сільськогосподарському підприємстві дуже велике значення мають оптимізаційні процеси в частині собівартості виробленої продукції.

Із позицій авторського бачення наголошуємо на тому, що перспективи сталого розвитку вітчизняного аграрного сектору знаходяться у прямій залежності від рівноважної взаємодії економічних, соціальних, екологічних складників, які виступають сучасними домінантами сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Факторы институциональной среды и инновации как инструмент повышения конкурентоспособности и эффективности сельского хозяйства / Р.Х. Сафиуллоу и др. *АПК: экономика, управление*. 2015. № 4. С. 33–41.
2. Амиров Р.А. Аграрная политика как составная часть экономической политики государства. *Системные технологии*. 2012. № 3. С. 6–10.
3. Пархомець М.К., Гудак В.В. Організаційно-економічний механізм забезпечення дохідності сільськогосподарських підприємств: теорія, методика, практика : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2014. 256 с.
4. Меліхов А.А. Організаційно-економічний механізм конкурентного розвитку підприємства. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. 2014. Вип. 27. С. 14–26.
5. Герасимчук Н.А. Аналіз категорії стійкого розвитку як складової сучасної стратегії аграрного підприємства. *Науковий вісник НУБіПУ*. 2013. № 181. Ч. 6. С. 92–99.

References:

1. Safiullov R.Kh., Yakushkin N.M. i dr. (2015) Faktory institutsional'noy sredy i innovatsii kak instrument povysheniya konkurentosposobnosti i effektivnosti sel'skogo khozyaystva [Institutional Environment Factors and Innovation as a Tool to Improve Agricultural Competitiveness and Efficiency]. *APK: ekonomika, upravlenie*, no. 4, pp. 33–41. (in Russian)
2. Amirov P.A. (2012) Agrarnaya politika kak sostavnaya chast' ekonomicheskoy politiki gosudarstva [Agricultural policy as an integral part of the state economic policy]. *Nauchno-prakticheskiy zhurnal «Sistemnye tekhnologii»*, no. 3, pp. 6–10. (in Russian)
3. Parkhomecj M.K., Ghudak V.V. (2014) Orghanizacijno-ekonomichnyj mekhanizm zabezpečennja dokhidnosti sil'sjkgohospodarsjkykh pidpryjemstv: teorija, metodyka, praktyka: monoghr. [Organizational and economic mechanism for ensuring the profitability of agricultural enterprises: theory, methodology, practice]. Ternopilj: TNEU, pp. 256. (in Ukrainian)
4. Melikhov A.A. (2014) Orghanizacijno-ekonomichnyj mekhanizm konkurentnogho rozvytku pidpryjemstva [Organizational and economic mechanism of competitive development of the enterprise]. *Visnyk Pryazovskogho derzhavnogho tekhnichnogho universytetu*, vol. 27, pp. 14–26. (in Ukrainian)
5. Gherasymchuk N.A. (2013) Analiz kategoriji stijkogho rozvytku jak skladovoji suchasnoji strateghiji aghrarnogho pidpryjemstva [Tekst] [Analysis of the category of sustainable development as a component of modern strategy of agrarian enterprise]. *Naukovyj visnyk NUBiPU*, no. 181 (Ch. 6), pp. 92–99. (in Ukrainian)

УДК 339.138+330.15

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.16>

Князева Т.В.

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри міжнародної економіки,
Національний авіаційний університет

Радченко Г.А.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Національний авіаційний університет

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто теоретичний базис розвитку «зеленої» економіки, що стає трендом сталого розвитку та перетворюється на бізнес-феномен. Метою статті є вдосконалення теоретичного підґрунтя формування інструментарію маркетингового забезпечення розвитку концепції «зеленої» економіки в сучасних умовах господарювання. Обґрунтовано інструменти «озеленення» економіки на державному рівні (впровадження поновлюваних джерел енергії, вдосконалення системи управління відходами, вдосконалення системи управління водними ресурсами, розвиток «чистого» транспорту тощо) та на рівні підприємства, що впроваджує програми «зеленого» менеджменту та маркетингу. Під формуванням комплексу маркетингових інструментів, що забезпечують розвиток концепції «зеленої» економіки на макrorівні, необхідно розуміти маркетингову формулу, що складається з таких елементів, як: соціальна відповідальність, безпека, підприємство та його екологічні ініціативи, вирішення екологічних проблем, потреби і бажання покупця, інформаційний обмін, продукт, упаковка.

Ключові слова: «зелена» економіка, «зелений» маркетинг, екологічно відповідальне підприємство, інструментарій забезпечення розвитку концепції «зеленої» економіки, екологічна свідомість.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ БАЗИС ФОРМИРОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТАРИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛЕНОЙ» ЭКОНОМИКИ

Князева Т.В., Радченко Г.А.

В статье рассмотрен теоретический базис развития «зеленой» экономики, что становится трендом устойчивого развития и превращается в бизнес-феномен. Целью статьи является совершенствование теоретических основ формирования инструментария маркетингового обеспечения развития концепции «зеленой» экономики в современных условиях хозяйствования. Обоснованы инструменты «озеленения» экономики на государственном уровне (внедрение возобновляемых источников энергии, совершенствование системы управления отходами, совершенствование системы управления водными ресурсами, развитие «чистого» транспорта и т. п.) и на уровне предприятия по внедрению программы «зеленого» менеджмента и маркетинга. Под формированием комплекса маркетинговых инструментов, обеспечивающих развитие концепции «зеленой» экономики на микроуровне, необходимо понимать маркетинговую формулу, состоящую из таких элементов, как: социальная ответственность, безопасность, предприятие и его экологические инициативы, решение экологических проблем, потребности и желания покупателя, информационный обмен, продукт, упаковка.

Ключевые слова: «зеленая» экономика, «зеленый» маркетинг, экологически ответственное предприятие, инструментарий обеспечения развития концепции «зеленой» экономики, экологическая сознательность.

THE THEORETICAL BASIS OF MARKETING INSTRUMENTATION FORMATION OF THE GREEN ECONOMY CONCEPTS DEVELOPMENT

Kniazieva Tetiana, Radchenko Ganna

The article considers the theoretical basis for the development of a «green» economy, which is becoming a trend of sustainable development and is becoming a business phenomenon. The purpose of the research is to improve the theoretical basis of the formation of tools for marketing support for the development of the concept of «green» economy in modern conditions of management. It is formulated that a «green» economy is a system of economic activities related to the production, distribution, exchange and consumption of goods and services that lead to an increase in human well-being in the long run; future generations are thus not exposed to significant environmental risks or environmental deficits. The paper systematizes the conceptual provisions for the development of a «green» economy, namely: the axioms on which the concept, the system of directions, the principles of development, the general characteristics and the system of «green» technologies

are based. Within the framework of clarification of the categorical apparatus it is determined that greening of the economy is a process of integration of social and ecological responsibility of the authorities, business and the individual, which necessarily ensures minimization of negative anthropogenic influence on the nature arising during the life of society; stimulates a balanced solution of social and economic problems of home keeping, which is a direct factor in the development of the social state. The tools of greening the economy at the state level (introduction of renewable energy sources, improvement of the waste management system, improvement of the water management system, development of «clean» transport, etc.) and at the level of the enterprise that implements the programs of «green» management and marketing are grounded. The formation of a set of marketing tools that ensure the development of the concept of «green» economy at the micro level one must understand the marketing formula, consisting of the following elements: Social responsibility (S1), Safety (S2), Enterprise (E1), Environmental issues (E2), Customer needs and wants (C1), Communication (C2), Product (P1), Package (P2). It is determined that the process of developing an eco-oriented marketing strategy is to choose the directions and tools of marketing activity in the enterprise and to form a complex of marketing activities, the implementation of which allows to obtain positive socio-economic effects that are subject to qualitative and quantitative assessment.

Keywords: Green Economy, Green Marketing, Environmentally Responsible Enterprise, Instrumentation Formation of the Green Economy Concepts Development, Environmental Awareness.

Постановка проблеми. Сьогодні загальносвітовою тенденцією є підведення базису сталого розвитку під усі новостворювані проекти практично в будь-яких галузях. У широкому розумінні сталий розвиток має на увазі розвиток економіки і збільшення добробуту й якості життя поточного покоління за можливо повного збереження природних ресурсів. В останні два десятиліття широке поширення набула концепція «зеленої» економіки, яку часто вважають складовою частиною або продовженням ідеї сталого розвитку. Слід зазначити, що ці дві концепції базуються на принципово різних ідеологіях; саме концепція сталого розвитку розглядає навколишнє середовище лише як набір ресурсів для функціонування і розвитку економіки, тоді як концепція «зеленої» економіки вважає економіку частиною навколишнього середовища, що не допускає істотного розвитку економіки, оскільки «неможливо необмежено розширювати сферу впливу в обмеженому просторі» [8]. Але, незважаючи на відмінності в ідеології, практичний складник «зеленої» економіки у вигляді «зелених» економічних проєктів цілком відповідає цілям сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні основи «зеленої» економіки закладено в роботах вітчизняних авторів: Т.П. Галушкіної [1], В.Г. Потапенка [3], О.В. Прокопенко, С.К. Харічкова, Є.В. Хлобистова [4]. Серед останніх робіт можна виділити дослідження Т.В. Пімоненко [2] щодо теоретико-методологічного та методичного підґрунтя маркетингу і менеджменту «зелених» інвестицій у контексті його використання в процесі управління підприємствами. На думку проф. Є.В. Хлобистова, «коричнева» економіка на сучасному етапі поступається «зеленій», але остання не просто стає трендом сталого розвитку, а перетворюється на бізнес-феномен, де «зелена» економіка є звичайною формою економічної активності, а самі процеси формуються на довірі та швидких інноваціях [4]. Беручи до уваги трендовість проблематики «зеленої» економіки, можна виділити для вирішення низку напрямів дослідження, серед яких – теоретико-методичні та науково-практичні рекомендації застосування інструментарію маркетингового забезпечення розвитку концепції «зеленої» економіки.

Постановка завдання. Метою дослідження є вдосконалення теоретичного підґрунтя формування інструментарію маркетингового забезпечення розвитку концепції «зеленої» економіки в сучасних умовах господарювання.

Вклад основного матеріалу дослідження. Проблеми навколишнього середовища нині інтегровані в економічну науку як обмежене благо. «Зелена» економіка – концепція в економічній науці, у рамках якої вважається, що економіка є залежним компонентом природного середовища, у межах якої вона існує й є її частиною; націлена на збереження благополуччя суспільства за рахунок ефективного використання природних ресурсів, а також повернення продуктів кінцевого користування у виробничий цикл. На рис. 1 представлено теоретичний базис функціонування та розвитку «зеленої» економіки на сучасному етапі.

Експерти Організації Об'єднаних Націй з охорони навколишнього середовища (ЮНЕП) розглядають «зелену» економіку як господарську діяльність, «яка підвищує добробут людей та забезпечує соціальну справедливість і при цьому істотно знижує ризики для навколишнього середовища й її збіднення» [5]. «Зелена» економіка робить акцент на задоволенні потреб людини з урахуванням взаємодії з навколишнім середовищем, у пріоритеті – добробут майбутніх поколінь. Іншими словами, «зелена» економіка – система видів економічної діяльності, пов'язаних із виробництвом, розподілом, обміном і споживанням товарів і послуг, які призводять до підвищення добробуту людини в довгостроковій перспективі; майбутні покоління при цьому не піддаються впливу значних екологічних ризиків або екологічного дефіциту.

Сучасне суспільство прагне не тільки поліпшення екологічної ситуації, а й вибору екологічних продуктів як товарів повсякденного вжитку. Дана потреба є унікальною, тому унікальним повинен бути й спосіб її задоволення. Щоб підприємство було успішним, маркетингову діяльність слід вибудовувати на дослідженні потреб споживачів і розробленні способів їх ефективного задоволення, що включають елементи концепції «зеленого» маркетингу, в силу ринкових умов, що змінюються. Ринок екологічних товарів і послуг демонструє значне зростання за останні 20 років: із 2000 р. ринок виріс більше ніж у 40 разів [7]. Сьогодні ключовими споживачами екологічних товарів і послуг є шість держав: США, Китай, Японія, Нідерланди, Німеччина, Великобританія (рис. 2). На них припадає понад третина попиту. Ці ж держави є лідерами в галузі інвестування в екологічно безпечні технології та відновлювальні джерела енергії.

У рамках уточнення понятійно-категоріального апарату «озеленення» економіки визначено, що еколо-

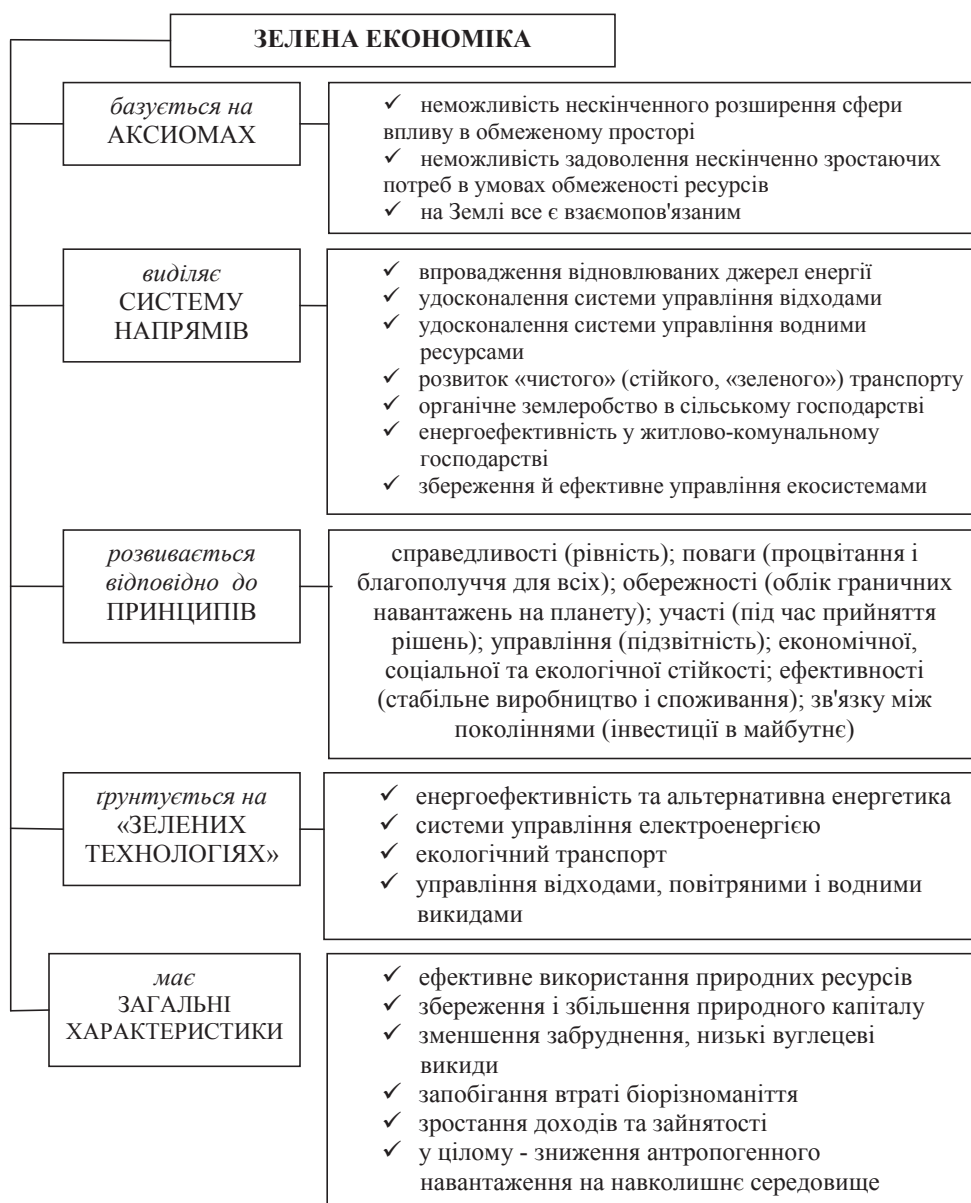


Рис. 1. Теоретичне підґрунтя розвитку концепції «зеленої» економіки
 Джерело: складено за [1; 3]

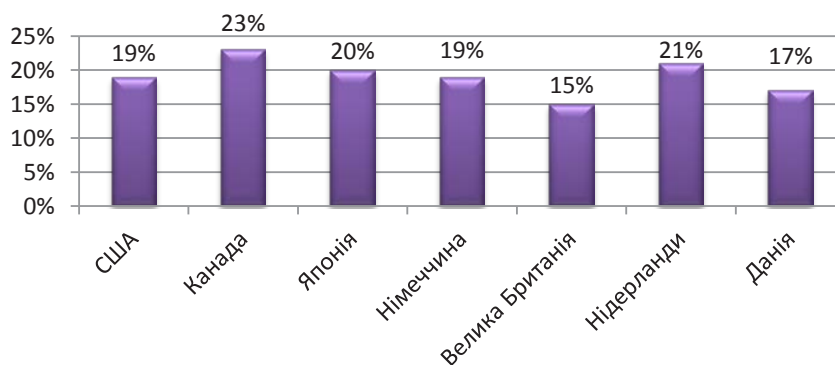


Рис. 2. Частка населення, що вживає активних заходів для захисту навколишнього середовища, %
 Джерело: складено за [5; 7]

гізація економіки – це процес інтеграції соціально-екологічної відповідальності влади, бізнесу та індивіда, котрий обов’язково забезпечує мінімізацію негативного антропогенного впливу на природу, що виникає в ході життєдіяльності суспільства, і стимулює збалансоване вирішення соціальних та економічних проблем господарювання, що безпосередньо є чинником розвитку соціальної держави. На рис. 3 представлено інструменти «озеленення» економіки на державному рівні та рівні підприємства, що впроваджує програми «зеленого» менеджменту та маркетингу.

Параметри комплексу «зеленого» маркетингу можуть бути названі елементами прямого управління, вони також можуть мати назву маркетингових інструментів. Параметри комплексу «зеленого» маркетингу відносяться до внутрішнього середовища маркетингу. Функціонал комплексу маркетингу полягає у тому, щоб сформувати набір, який не тільки задовольнить необхідні потреби потенційних клієнтів у рамках цільових ринків, а й максимізує ефективність підприємства.

Підготовка комплексу «зеленого» маркетингу розуміє прийняття маркетингового рішення за такою формулою: $S1 + S2 + E1 + E2 + C1 + C2 + P1 + P2$, що складається з таких елементів, як Social responsibility (S1), Safety (S2), Enterprise (E1), Environmental issues (E2), Customer needs and wants (C1), Communication (C2), Product (P1), Package (P2), а саме:

соціальна відповідальність (Social responsibility) – участь в екологічних і соціальних проєктах, створення власних проєктів, спрямованих на поліпшення якості життя та оточуючого середовища підприємства;

безпека (Safety) – організація безпечних виробничих процесів з урахуванням найсучасніших вимог екологічного виробництва та торгівельної діяльності;

підприємство та його «зелені» ініціативи (Enterprise) – суб’єкт підприємницької діяльності, що має ініціативу щодо бажання створювати продукт, урахуовуючи вимоги екологічного виробництва і торгової діяльності, наприклад використовувати енергозберігаючі технології та обладнання, виробляти

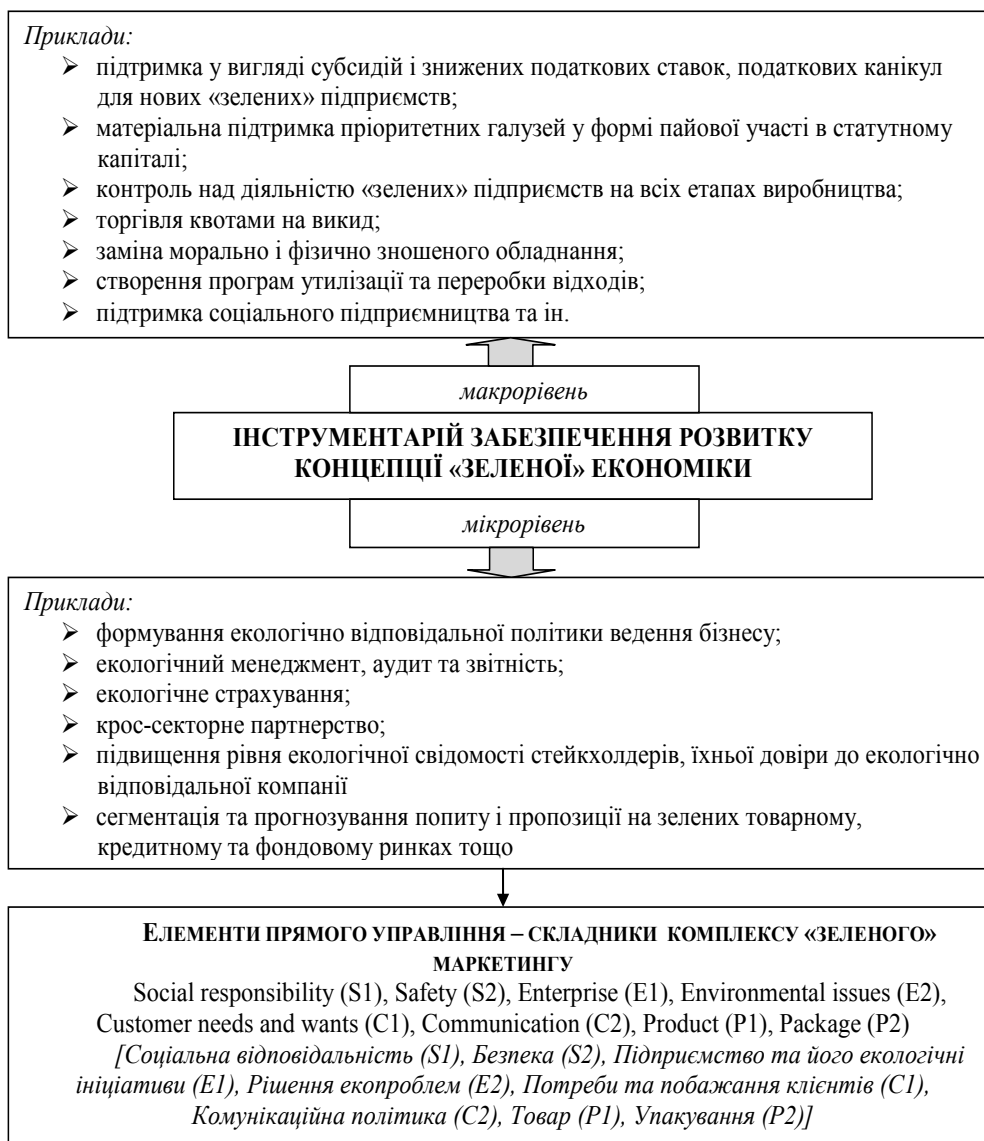


Рис. 3. Інструментарій забезпечення розвитку концепції «зеленої» економіки на макро- та мікрорівнях

Джерело: удосконалено з урахуванням [2; 3; 7]

продукт без шкоди навколишньому середовищу і споживачеві;

вирішення екологічних проблем (Environmental issues) – упровадження та реалізація екологічних принципів у виробництво, реалізацію і післяпродажне обслуговування, тобто на протязі всього життєвого циклу підприємства;

потреби та бажання споживача (Customer needs and wants) – виявлення споживчих переваг на цільовому ринку, визначення основних характеристик споживачів на даному ринку і пошук методів та засобів задоволення потреб потенційних споживачів;

комунікація, або інформаційний обмін (Communication), – методи формування системи екологічної інформації, способи донесення до споживача інформації про екологічну сертифікацію, інформації про участь підприємства у соціально відповідальних і екологічних проєктах;

продукт (Product) – постійне вдосконалення продукту відповідно до сучасних екологічних тенденцій ринку і, головним чином, бажань споживачів;

пакування (Package) – розроблення такої упаковки, яка могла б відбивати всі переваги продукту, повністю інформувати покупця про всі властивості й характеристики продукту, показувати цінність і внесок екологічної ініціативи виробника.

Комплекс «зеленого» маркетингу являє собою сукупність напрямів і форм, регульованих на рівні маркетингу підприємства, що виконує функцію формування набору, який задовольняє цілям підприємства: виклик відповідної реакції цільового ринку, задоволення потреб потенційних клієнтів і максимізація ефективності підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Прихильники концепції «зеленої» економіки вважають, що економічна система, яка переважає зараз, недосконала, що підтверджується кризами ринкового механізму. Хоча вона дала певні результати в підвищенні життєвого рівня людей у цілому, особливо окремих груп, негативні наслідки функціонування цієї системи значні: екологічні проблеми, виснаження природного капіталу, широкомасштабна бідність, брак прісної води, продовольства, енергії, нерівність людей і країн. Усе це створює загрозу для майбутніх поколінь. У роботі виділено інструменти забезпечення розвитку «зеленої» економіки на мікро- та макрорівнях.

Під формуванням комплексу маркетингових інструментів, що забезпечують розвиток концепції «зеленої» економіки на макрорівні, необхідно розуміти маркетингову формулу, що складається з таких елементів: соціальна відповідальність (S1), безпека (S2), підприємство і його екологічні ініціативи (E1), вирішення екологічних проблем (E2), потреби та бажання покупця (C1), інформаційний обмін (C2), продукт (P1), упаковка (P2). Управління «зеленим» маркетингом, яке спрямоване на просування продукції та формування споживчих переваг, носить стратегічний характер. Процес розроблення екологічно орієнтованої маркетингової стратегії полягає у виборі напрямів та інструментів маркетингової діяльності на підприємстві та формуванні комплексу маркетингових заходів, реалізація яких дає змогу отримати позитивні соціально-економічні ефекти, що підлягають якісній і кількісній оцінці.

Список використаних джерел:

1. Галушкіна Т.П. Джерела економічного зростання в умовах моделі «зеленої» економіки. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. № 5. С. 71–74.
2. Пімоненко Т. В. Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій: теоретичні засади, сучасні виклики та перспективи розвитку : монографія. Суми : Ярославна, 2019. 264 с.
3. Потапенко В.Г., Корнатовський Р.Б., Шилкіна О.Л. «Зелена» модернізація економіки України: соціо-економічне дослідження. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 2. С. 344–358.
4. Хлобистов Є.В. Особливості формування та розвитку міжнародної екологічної політики України за умов децентралізації врядування. *Сталий розвиток – XXI століття: управління, технології, моделі. Дискусії 2016* : колективна монографія / В.М. Андросон та ін. ; за ред. Є.В. Хлобистова. Черкаси : Чабаненко Ю., 2016. С. 228–234.
5. Green economy / UNEP reference document. URL : <http://web.unep.org/greenconomy/sites/> (дата звернення: 28.03.2020).
6. Maria Hayu Agustini, Sentot Suciarto Athanasius and Berta Bekt Retnawati. Identification of green marketing strategies: perspective of a developing country. *Innovative Marketing*. 2019. № 15(4). P. 42–56.
7. Pavlenko T.V. The essence of green marketing. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2018. № 15. URL : <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/132529/128991> (дата звернення: 05.04.2020).
8. Solaiman M., Osman A., Halim M.S. Green Marketing: A Marketing Mix Point of View. *International Journal of Business and Technopreneurship*. 2015. № 5(1). P. 87–98.

References:

1. Halushkina T.P. (2013) Dzherela ekonomichnoho zrostannia v umovakh modeli «zelenoi» ekonomiky [Sources of economic growth under the green economy model]. *Formuvannia rynk. vidnosyn v Ukraini: zb. nauk. prats.* Kyiv, № 5, s. 71–74. (in Ukrainian)
2. Pimonenko T.V. (2019) Marketynh i menedzhment zelenykh investytsii: teoretychni zasady, suchasni vyklyky ta perspektyvy rozvytku [Green Investment Marketing and Management: Theoretical Foundations, Current Challenges and Development Prospects]: monohrafiia. Sumy: «Iaroslavna», 264 s.
3. Potapenko V.H., Kornatovskyi R.B., Shylkina O.L. (2017) «Zelena» modernizatsiia ekonomiky Ukrainy: sotio-ekonomichne doslidzhennia. [«Green» Modernization of the Ukrainian Economy: A Socio-Economic Study]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, # 2, s. 344–358. (in Ukrainian)
4. Khlobystov Ye.V. (2016) Osoblyvosti formuvannia ta rozvytku mizhnarodnoi ekolohichnoi polityky Ukrainy za umov detsentralizatsii vriaduvannia [Peculiarities of formation and development of the international environmental pol-

icy of Ukraine in the conditions of decentralization of governance]. *Stalyi rozvytok – XXI stolittia: upravlinnia, tekhnolohii, modeli. Dyskusii 2016: kolektyvna monohrafiia* [Anderson V.M., Baldzhy M. D., Barkan V.I. ta in.] / NTUU «Kyivskiy politekhnichnyi instytut»; Instytut telekomunikatsii ta hlobalnoho informatsiinoho prostoru NAN Ukrainy; Vyshcha ekonomiko-humanitarna shkola / za nauk. red. Khlobystova Ye.V. Cherkasy, s. 228–234. (in Ukrainian)

5. *Green economy*, UNEP reference document. Available at: <http://web.unep.org/greeneconomy/sites/> (accessed March 28, 2020). (in English)

6. Maria Hayu Agustini, Sentot Suciarto Athanasius and Berta Bekt Retnawati (2019) Identification of green marketing strategies: perspective of a developing country. *Innovative Marketing*, 15(4), 42–56. (in English)

7. Pavlenko T. V. (2018) The essence of green marketing. *Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI»*, #15. Available at: <http://ev.fim.kpi.ua/article/view/132529/128991> (accessed April 05, 2020). (in English)

8. Solaiman, M., Osman, A., & Halim, M. S. (2015) Green Marketing: A Marketing Mix Point of View. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 5(1), 87–98. (in English)

E-mail: tatiana.kniazieva2017@gmail.com

E-mail: annrad.01@gmail.com

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.17>

Коломицева О.В.

доктор економічних наук,
професор кафедри економічної кібернетики та маркетингу,
Черкаський державний технологічний університет

Васильченко Л.С.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу,
Черкаський державний технологічний університет

Бурцева Т.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу,
Черкаський державний технологічний університет

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ФАКТОРИ В ІНТЕГРАЛЬНОМУ МЕТОДІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті наголошено на важливості питання підвищення конкурентоспроможності діяльності підприємства, впровадження нових форм організації виробництва та збуту продукції. Визначено, що важливе місце в досягненні цієї мети займають засоби маркетингових комунікацій як важливі чинники взаємодії підприємства з ринком, зі споживачами. Тобто комунікаційна діяльність набуває пріоритетного значення в ринкових відносинах, учасником яких є підприємство. Наголошено на необхідності багатофакторного аналізу різних боків його діяльності та запропоновано модель дослідження конкурентоспроможності підприємства із застосуванням інтегрального методу. Розкрито суть та етапи інтегральної оцінки, показано можливість застосування маркетингових комунікацій у таких дослідженнях. Наголошено на ефективності застосування при цьому рейтингових експертних оцінок факторів та їх вагомостей.

Ключові слова: маркетинг, управління, модель, принципи, методи, оцінки, фактори, комунікації

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОРЫ В ИНТЕГРАЛЬНОМ МЕТОДЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Коломицева Е.В., Васильченко Л.С., Бурцева Т.И.

В статье отмечена важность вопроса повышения конкурентоспособности деятельности предприятия, внедрения новых форм организации производства и сбыта продукции. Определено, что важное место в достижении этой цели занимают средства маркетинговых коммуникаций как важные факторы взаимодействия предприятия с рынком, с потребителями. То есть коммуникационная деятельность приобретает приоритетное значение в рыночных отношениях, участником которых является предприятие. Отмечена необходимость многофакторного анализа различных сторон его деятельности и предложена модель исследования конкурен-

тоспособности предприятия с применением интегрального метода. Раскрыты суть и этапы интегральной оценки и показана возможность применения маркетинговых коммуникаций в таких исследованиях. Отмечена эффективность применения при этом рейтинговых экспертных оценок факторов и их весомостей.

Ключевые слова: маркетинг, управление, модель, принципы, методы, оценки, факторы, коммуникации

MARKETING COMMUNICATIONS AS FACTORS IN THE INTEGRATED METHOD OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS RESEARCH

Kolomytseva Elena, Vasylichenko Lidiya, Burtseva Tetiana

The article emphasizes the importance of increasing the enterprise competitiveness, introducing new forms of production organization and products marketing. Competitiveness is a complex characteristic that shows the advantages in the competition between market economy participants in the best conditions of production and product sales. It is underlined that the competitiveness of the enterprise is a general assessment of its competitive advantages and economic activity efficiency. It is pointed out that marketing communications are important in achieving this goal as important factors of interaction between the enterprise and the market, with consumers. Their aim is to inform consumers and the whole market about their products and activities. It is emphasized that communications are a complex of marketing measures for the most effective communication strategies in managing the activity of the enterprise. Communication activity becomes a priority in the market relations in which the enterprise participates. The necessity for multifactorial analysis of activities different aspects is emphasized. Measurement of the enterprise competitiveness can be carried out by different methods. One of the most effective is the integral method, which involves determining the weighted ratings of the main factors affecting competitiveness, calculating the integrated indicators and calculating on this basis the studied enterprises competitiveness coefficients. The relationship between marketing communications and competitiveness has been established, as well as the influence of marketing communications on the efficiency of the enterprise activity and growth of its potential. The model of enterprise competitiveness research with integral method application is offered. The essence and stages of the integral evaluation are revealed. The possibility of using marketing communications by factors in such studies is shown. Effectiveness of the rating expert assessments of factors and their weights usage is emphasized. The calculations are made, the coefficients of competitiveness are calculated and the level of competitive advantages of each of the studied enterprises is determined.

Keywords: marketing, management, model, principles, methods, valuation.

Постановка проблеми. У сучасних умовах конкуренція є важливим елементом економічного розвитку. Вона зобов'язує всіх учасників ринкової економіки змінювати підходи до управління своєю діяльністю, тому для кожного підприємства важливими і необхідними є дослідження та аналіз конкурентоспроможності, а також розроблення дієвих заходів її підвищення. Одним із засобів такого дослідження є інтегральний метод, який передбачає визначення зважених рейтингових оцінок основних чинників впливу на конкурентоспроможність, обчислення інтегрованих показників та розрахунків на цій основі коефіцієнтів конкурентоспроможності досліджуваних підприємств. Сьогодні, щоб бути конкурентоспроможними, підприємства повинні розвивати та зміцнювати комунікаційні зв'язки зі споживачами. Тому ключовими чинниками забезпечення конкурентоспроможності є маркетингові комунікації, які успішно можна використовувати в моделі інтегрованих досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питань маркетингових комунікацій, їхнього впливу на конкурентоспроможність підприємства та його продукцію приділяється значна увага в працях вітчизняних та зарубіжних учених, таких як: О.І. Гончар [1], М.А. Зубарева, О.В. Кузик [2], І.В. Осьмірко [4], Ю.Є. Петруня [3], Т.В. Синиця [4], К.М. Таньков [5], І.Д. Фартушний [6], В.Г. Фурик та ін. Разом із тим роль та наслідки використання та практичного застосування теорії маркетингових комунікацій в управлінні діяльністю підприємства, у підвищенні його конкурентоспроможності потребують постійного дослідження, аналізу та вдосконалення.

Постановка завдання. Статтю присвячено застосуванню маркетингових комунікацій у розробленні методів дослідження конкурентоспроможності підприємства. Щоб досягти поставленої мети, слід визначити основні чинники

впливу на позицію підприємства в конкурентному середовищі, а також зв'язки між ними. Необхідно довести важливість маркетингових комунікацій в управлінні діяльністю підприємства як ключових чинників підвищення його стійкості та конкурентоспроможності в ринковій економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливим інструментом розвитку підприємства в сучасних умовах є маркетинговий потенціал, його досконалість. Він визначає можливість і здатність формувати попит споживачів, оперативно реагувати на його зміни [1, с. 29].

За останні десятиріччя відбулося формування розуміння того, що отримання стійких конкурентних переваг можливе насамперед завдяки максимальному адаптуванню можливостей виробника до постійно змінюваних умов зовнішнього середовища, їх стимулювання на нарощування випереджаючими темпами ділової активності на споживчому ринку. Це потребувало встановлення й задіяння саме тих прогресивних теорій і ефективного досвіду менеджменту, які могли б дати змогу найбільш оптимально адаптувати до нових зовнішніх умов внутрішні можливості підприємств, стимулюючи їх на формування і прогресуючий розвиток інтегрованих відносин та відповідну трансформацію й удосконалення власної діяльності [5, с. 61].

Для того щоб бути конкурентоспроможним у ринковій економіці, кожне підприємство повинно налагоджувати ефективні комунікаційні відносини зі споживачами. Сучасний ринок вимагає не тільки виготовити якісний товар, встановити на нього ціну та канали його збуту. Усе частіше виникає потреба розробляти методи просування товару, тобто формувати сукупність маркетингових рішень, що спираються на комунікативність.

Щоб бути конкурентоспроможними, сучасні підприємства повинні цілеспрямовано будувати свої комуніка-

ційні відносини зі споживачами. Ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності на внутрішньому й міжнародному ринках стала дієва система маркетингових комунікацій, яка характеризується широким застосуванням різноманітних комунікаційних засобів і появою нових інструментів інформаційного впливу [2, с. 130].

Комунікації, які формує компанія для взаємодії з ринком, зі споживачами, мають назву маркетингових комунікацій. Компанії, як правило, регулярно направляють відповідні повідомлення споживачам, а також прагнуть отримати від них важливі для себе зворотні сигнали. Чимало спеціалістів вважають, що комунікаційна діяльність набуває пріоритетного значення в системі маркетингу компаній. Конкуренція суб'єктів продажу продукції стає все більше конкуренцією їхніх маркетингових комунікаційних систем [3, с. 32].

Тобто запорукою успіху фірми сьогодні на ринку є спроможність стратегічно правильно організувати взаємодію багатьох інструментів маркетингових комунікацій із визначенням найдієвіших і найефективніших засобів комунікацій у кожному окремому випадку господарської діяльності підприємства [2, с. 131].

Сьогодні підприємства знаходяться в постійному пошуку ефективних методів ведення господарства, налагодження зв'язків із партнерами, і це стає основним принципом конкурентоспроможності. Конкуренція, що є законом, дія якого націлена на впровадження нових форм організації виробництва та збуту продукції, потребує постійного дослідження та вдосконалення.

Оскільки без конкуренції ринкові відносини неможливі і кожне підприємство є учасником конкурентної боротьби, то важливим елементом його діяльності є механізм визначення конкурентоспроможності та розроблення стратегії діяльності. Це є його основною ціллю господарювання.

Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика, яка відображає певний ступінь переваги сукупності оцінних показників діяльності підприємства, котрі визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупних показників конкурентів [4, с. 23].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства являє собою складне багатофакторне завдання, яке зводиться до інтерпретації та оцінки комплексу показників, які характеризують різні боки діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність [5, с. 61].

Найбільш прийнятним методом дослідження конкурентоспроможності є метод інтегральних оцінок. Він передбачає розрахунок єдиного інтегрального

показника, який поєднує найбільш вагомі групи чинників і визначає рівень конкурентоспроможності.

У сучасних складних економіко-політичних умовах для ефективного функціонування підприємства важливим є визначення стратегії управління підприємством заради попередження економічних втрат [6, с. 497].

Усе частіше для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовують рейтингові експертні оцінки. Для цього потрібно виділити важливі чинники успіху в певній галузі.

Ураховуючи важливість маркетингових комунікацій у сучасному конкурентному протистоянні, такими чинниками можна вважати:

- рекламу;
- зв'язки з громадськістю;
- стимулювання збуту;
- персональні продажі;
- брендинг;
- виставки.

Потім для кожного показника провести рейтингову оцінку потенційних конкурентів, а також експертне оцінювання вагомості кожного з чинників. Усе це подати в балах за певною шкалою оцінок. Обчислення зважених рейтингових оцінок з урахуванням значущості показників та аналіз отриманих результатів дають можливість оцінити конкурентоспроможність кожного з учасників дослідження.

Таке дослідження, наприклад для трьох підприємств, зручно проводити шляхом побудови матриці конкурентоспроможності (табл. 1) [4, с. 45].

Параметрична оцінка підприємства – це й є рейтингові експертні оцінки за кожним фактором. Оцінювання може проводитися за встановленою шкалою балів, наприклад від 1 до 10.

Ранг фактора – це вагомості кожного з факторів, які задовольняють умову $0 \leq R_i \leq 1$ та сума всіх вагомостей дорівнює одиниці:

$$\sum_{i=1}^n R_i = 1.$$

Інтегрований факторний показник (Ii) підприємств визначається за формулою:

$$I_i = g_i R_i,$$

- де I_i – інтегрований факторний показник;
- g_i – параметрична оцінка підприємства;
- R_i – ранг фактора.

Сумарна оцінка (Si) розраховується як сума всіх інтегрованих факторних показників для кожного підприємства:

Таблиця 1

Матриця конкурентоспроможності

Фактор конкурентоспроможності	Параметрична оцінка підприємства, g _i			Ранг фактора, R _i	Інтегрований факторний показник підприємства, I _i		
	1	2	3		1	2	3
реклама	6,3	9,1	7,9	0,3	1,89	2,73	2,37
зв'язки з громадськістю	7,3	8,3	8,4	0,35	2,555	2,91	2,94
стимулювання збуту	9,6	6,5	8,5	0,1	0,96	0,65	0,85
персональні продажі	8,3	9,4	6,3	0,05	0,415	0,47	0,315
брендинг	6,9	7,5	8,2	0,15	1,035	1,13	1,23
виставки	9,8	8,6	7,6	0,05	0,49	0,43	0,38
Сумарна оцінка, S _i	x	x	x	1	7,345	8,31	8,085
Коефіцієнт конкурентоспроможності, K _C	x	x	x		0,88	1,00	0,97

Таблиця 2

Рівень конкурентоспроможності підприємств

Значення коефіцієнта конкурентоспроможності, КС	Рівень конкурентоспроможності
$0,9 < КС \leq 1$	Високий
$0,7 < КС \leq 0,9$	Середній
$0,5 < КС \leq 0,7$	Низький
$КС \leq 0,5$	Підприємство неконкурентоспроможне

$$S_i = \sum_{i=1}^n I_i$$

Для визначення коефіцієнта конкурентоспроможності (КС) потрібно застосувати формулу:

$$КС = \frac{S_i}{S_{max}}$$

де КС – коефіцієнт конкурентоспроможності;

S_i – сумарна оцінка;

S_{max} – максимальна із сумарних оцінок підприємств.

Тобто підприємство, яке має найбільшу сумарну оцінку за всіма інтегрованими факторними показниками, має коефіцієнт конкурентоспроможності рівний одиниці й є лідером. Для всіх інших підприємств він розраховується як відношення їхньої сумарної оцінки до максимального рівня сумарної оцінки підприємства-лідера.

Для визначення рівня конкурентоспроможності підприємств можна скористатися такою рейтинговою оцінкою (табл. 2).

Тобто друге підприємство є лідером, третє має високий рівень конкурентоспроможності, а перше – середній.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, високий рівень конкурентної боротьби вимагає від підприємства підвищення наявних і потенційних можливостей, удосконалення методів управління своєю діяльністю. Важливими заходами для кожного підприємства є дослідження конкурентоспроможності, а також розроблення методів її підвищення. Ключовими чинниками забезпечення конкурентоспроможності стали маркетингові комунікації, за допомогою яких відбувається вдосконалення системи управління. Вони впливають на ефективність діяльності підприємства, виступають універсальними чинниками в методиці аналізу та дослідження конкурентоспроможності підприємства. Одним із найкращих методів такого дослідження є інтегральний метод. Рейтингові оцінки основних чинників впливу на конкурентоспроможність, обчислення інтегрованих показників та розрахунок коефіцієнтів конкурентоспроможності досліджуваних підприємств дають можливість оцінити стан підприємства порівняно з діяльністю конкурентів.

Список використаних джерел:

1. Гончар О.І., Поліщук І.І. Синергійний підхід в управлінні маркетинговим потенціалом підприємства. *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 3(11). Ч. 2. С. 29–33.
2. Кузик О.В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями на сучасних підприємствах. *Стратегія економічного розвитку України*. 2014. № 34. С. 130–135.
3. Петруня Ю.Є. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : Знання, 2007. 325 с.
4. Синиця Т.В., Осмірко І.В. Економічна діагностика : навчально-методичний посібник. Харків : ХНПУ імені Г.С. Сковороди. 2017. 184 с.
5. Таньков К.М., Степчук О.В., Грон А.В. Методичні підходи до комплексного моделювання регіональних інтегрованих структур. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 48. С. 61–67.
6. Фартушний І.Д., Пузирна К.М. Економіко-математичне моделювання виробничої діяльності підприємства легкої промисловості. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2017. № 14. С. 497–505.

References:

1. Gonchar O. I., Polishhuk I. I. (2017) Sy'nergijny'j pidxid v upravlinni markety'ngovy'm potencialom pidpry'emstva [Synergetic approach in managing the marketing potential of the enterprise.]. *Scientific bulletin of Polissia*, vol. 3(11), no. 2, pp. 29–33.
2. Kuzyk O. V. (2014) Strategichne upravlinnya markety'ngovy'my' komunikacijamy' na suchasny'x pidpry'emstvax [Strategic management of marketing communications at modern enterprises]. *Strategy of Ukraine. Economics, sociology, law*, vol. 34, pp. 130–135.
3. Petrunya Yu. Ye. (2007) *Marketyn'g: navchal'ny'j posibny'k* [Marketing: a tutorial]. Kyiv: Znannya. (in Ukrainian)
4. Sy'ny'sya T. V., Os'mirko I. V. (2017) *Ekonomichna diagnosty'ka: navchal'no-metody'chny'j posibny'k* [Economic diagnostics: a manual. Kharkiv: KXNPU imeni G.S. Skovorody'. (in Ukrainian)
5. Tan'kov K. M., Stepchuk O. V. and Gron A. V. (2018) *Metody'chni pidxody' do kompleksnogo modelyuvannya regional'ny'x integrovany'x struktur* [Methodical approaches to complex modeling of regional integrated structures]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky*, vol. 48, pp. 61–67.
6. Fartushny'j I. D., Puzy'rna K. M. (2017) *Ekonomiko-matematychne modeljuvannja vyrobnychoji dijajlnosti pidpry'emstva leghkoji promyslovosti* [Economic and mathematical modeling of industrial activity of light industry.]. *Economic Bulletin of NTUU "KPI"*, vol. 14, pp. 497–505.

E-mail: e.v.kolomytseva@gmail.com

E-mail: vasilchenko_1_s@ukr.net

E-mail: tetianaburtseva@gmail.com

УДК 336.72

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.18>

Купира М.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Луцький національний технічний університет

Шейко Ю.О.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕНТРАЦІЇ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

У статті розглядаються особливості концентрації страхового ринку України та її вплив на розвиток страхування. Проаналізовано показники концентрації страхового ринку в часовому та галузевому аспектах, визначено позитивні та негативні боки існування концентрації на страховому ринку. Обґрунтовано чинники, що зумовлюватимуть подальші процеси укрупнення та концентрації страхового ринку, серед яких – зміна вимог до юридичних осіб, що мають намір займатися страховою діяльністю, дії регулятора, пов'язані з очисткою ринку від недобросовісних страхових компаній, зміни у структурі споживання страхових послуг та виникнення нових страхових продуктів, створення потужних банківсько-страхових та інвестиційно-страхових груп, укладання страховими компаніями масштабних корпоративних контрактів із бізнес-структурами, а також участь окремих страховиків у програмах обов'язкового страхування. Обґрунтовано необхідність підвищеної уваги, фінансового та антимонопольного контролю державних регуляторів задля недопущення надмірної монополізації страхового ринку.

Ключові слова: страхування, страховий ринок, страхові премії, показники концентрації, конкуренція, монополія, державне регулювання.

ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕНТРАЦИИ СТРАХОВОГО РЫНКА УКРАИНЫ

Купыра М.И., Шейко Ю.А.

В статье рассматриваются особенности концентрации страхового рынка Украины и ее влияние на развитие страхования. Проанализированы показатели концентрации страхового рынка во временном и отраслевом аспектах, определены положительные и отрицательные стороны существования концентрации на страховом рынке. Обоснованы факторы, которые будут вызывать дальнейшие процессы укрупнения и концентрации страхового рынка, среди них: изменение требований к юридическим лицам, которые намерены заниматься страховой деятельностью; действия регулятора, связанные с очисткой рынка от недобросовестных страховых компаний; изменения в структуре потребления страховых услуг и возникновение новых страховых продуктов; создание мощных банковско-страховых и инвестиционно-страховых групп; заключение страховыми компаниями масштабных корпоративных контрактов с бизнес-структурами, а также участие отдельных страховщиков в программах обязательного страхования. Обоснована необходимость повышенного внимания, финансового и антимонопольного контроля государственных регуляторов для недопущения чрезмерной монополизации страхового рынка.

Ключевые слова: страхование, страховой рынок, страховые премии, показатели концентрации, конкуренция, монополия, государственное регулирование.

PECULIARITIES OF CONCENTRATION OF THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE

Kupyra Myroslava, Sheiko Yuliia

The concentration of the insurance market is an objective reflection of the processes of monopolization and enlargement that occur on it and is conditioned by the laws of the market, according to which the strong displaces the weaker. This is quite justified, because an insurance company in its essence should be a strong and financially resistant organization capable of withstanding the loss, where, when and on what insurance products they would not occur. Features of concentration of the insurance market of Ukraine and its influence on the development of insurance are considered in the article. The indicators of concentration of the insurance market in time and sectoral aspects are analyzed. There is a significant level of competition in the risk insurance market, while in the life insurance market there is moderate monopolization. It is determined that in the area of low market concentration are the most popular and widespread types of insurance, while more specialized types that insure specific and less common risks are in the mid- to high-concentration area. The positive and negative aspects of the existence of concentration in the insurance market have been determined. Among the positive aspects are the resilience of the market during financial crises; accumulation of significant

amounts of investment resources; availability of resources and incentives for innovation in insurance; possibility of insurance prevention; active development of insurance assistance and improving the quality of customer service and so on. The factors that will lead to further processes of consolidation and concentration of the insurance market are substantiated. It has been determined that market concentration will be considered justified and expedient, until strong players of the market act only in their own interests, without taking into account the needs of insurers, society and the state. That is why, in order to prevent excessive monopolization of the insurance market, competition and concentration processes should be under increased attention, financial and antitrust control of state regulators.

Keywords: insurance, insurance market, insurance premiums, concentration indicators, competition, monopoly, state regulation.

Постановка проблеми. Страховий ринок є надзвичайно важливим інструментом забезпечення соціально-економічної стабільності і безпеки, розвитку підприємництва, джерелом інвестування економіки. Концентрація страхового ринку є об'єктивним відображенням процесів монополізації та укрупнення, що на ньому відбуваються, і зумовлена законами ринку, згідно з якими сильні витісняють слабших. Це цілком обґрунтовано, адже страхова компанія за своєю суттю повинна бути сильною і фінансово стійкою організацією, здатною витримати прояви збитковості, де, коли і за яким страховим продуктом вони б не виникли.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процеси концентрації та монополізації на фінансових ринках у цілому вже давно є об'єктом дослідження провідних вітчизняних та зарубіжних учених, а віднедавна, з розвитком страхового ринку, в поле зору провідних науковців потрапили й процеси концентрації у страхуванні. Зокрема, оцінці концентрації та ступеня монополізації страхового ринку свої дослідження присвятили Л.О. Бойко [1], Л.В. Временко [2], О.О. Гаманкова [3], О.С. Журавка, О.М. Пахненко [4], І.П. Малікова [5] та ін. Незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, окремі аспекти концентрації страхового ринку потребують подальшого наукового обґрунтування.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні особливостей концентрації страхового ринку України, її галузевого аспекту та чинників, що на неї впливають.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сутність поняття «концентрація» походить від латинського *concentratio* і в перекладі означає «центр», «осередок». Концентрацію страхового ринку слід розглядати як процес зосередження надання конкретних видів страхових послуг у руках невеликої кількості господарюючих суб'єктів [5].

Незважаючи на той факт, що страховий ринок України посідає друге місце за рівнем капіталізації серед

небанківських фінансових ринків, та всупереч тенденції поступового постійного збільшення обсягу надходжень валових страхових премій, кількість страховиків в Україні зменшується: у вересні 2019 р. кількість страхових компаній становила 234 (із них СК Life – 23 компанії, СК non-Life – 211), що на 51 менше аналогічного періоду 2018 р. і на 180 компаній менше порівняно з 2012 р. Така тенденція може свідчити про те, що слабші гравці не витримують конкурентної боротьби і покидають страховий ринок.

Одним з основних показників концентрації на страховому ринку є коефіцієнт концентрації, що відображає рівень концентрації по ТОП найбільших страхових компаніях. Згідно зі звітом Нацкомфінпослуг про підсумки діяльності страхових компаній за дев'ять місяців 2019 р. [6], незважаючи на значну кількість компаній, фактично на страховому ринку основну частку валових страхових премій – 98,1% – акумулюють 100 СК non-Life (47,4% усіх СК non-Life) та 96,7% – 10 СК Life (43,5% усіх СК Life).

У часовому аспекті коефіцієнт концентрації демонструє тенденцію зростання за обома видами страхування – Life та non-Life (рис. 1).

Важливим індикатором, що визначає концентрацію бізнесу на певному ринку, є індекс Герфіндаля-Хіршмана, що визначається як сума квадратів часток продажів кожної компанії в галузі:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2,$$

де S_i – ринкова частка кожної конкретної компанії;
 n – кількість учасників ринку.

Для визначення ступеня сконцентрованості ринку використовується така шкала: індекс нижче 0,1 – незначна концентрація ринку; від 0,1 до 0,18 – середня; більше 0,18 – висока.

Для страхового ринку найбільш інформативною ознакою для визначення концентрації є показник надходження страхових премій страхових компаній (рис. 2).

Таблиця 1

Концентрація страхового ринку за дев'ять місяців 2019 р. [6]

Перші (Тор)	страхування Life		страхування non-Life		
	Надходження премій (млн грн)	Частка на ринку, %	Надходження премій (млн грн)	Частка на ринку, %	Кількість СК, які понад 50% премій отримали від перестраховальників
Тор 3	1 933,3	58,7	5 696,0	15,3	1
Тор 10	3 186,2	96,7	14 410,2	38,7	3
Тор 20	3 293,7	100,0	22 319,2	59,9	6
Тор 50	x	x	32 792,1	88,0	13
Тор 100	x	x	36 565,8	98,1	13
Тор 150	x	x	37 181,6	99,8	17
Всього	3 293,7	100,0	37 268,2	100,0	20

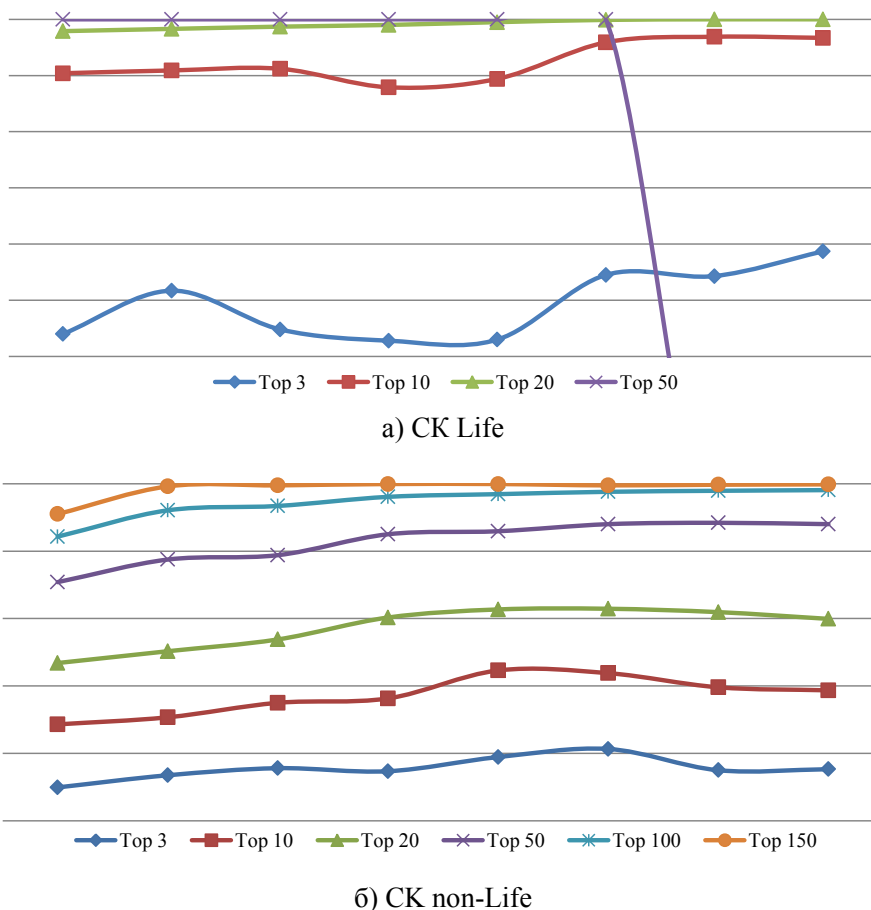


Рис. 1. Частка на ринку (коефіцієнт концентрації) найбільших страхових компаній України в 2012–2019 рр., %

Джерело: побудовано авторами за даними [6]

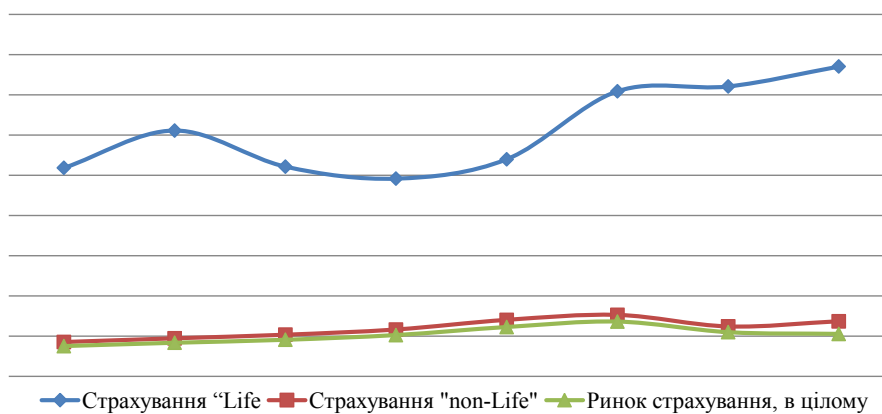


Рис. 2. Індекс Герфіндаля-Хіршмана по страховому ринку України в 2012–2019 рр. за показником надходження страхових премій

Джерело: побудовано авторами за даними [6]

Як видно з наведених даних, на ринку ризикових видів страхування спостерігається значний рівень конкуренції, тоді як на ринку Life-страхування спостерігається помірна монополізація, а індекс Герфіндаля-Хіршмана повільно наближається до межі високої концентрації ринку.

Проте, як зазначає О.О. Гаманкова [3], «показники концентрації та індекс Герфіндаля-Хіршмана, обчислені загалом по ринку, без урахування його галузевої сегментації та спеціалізації страхових компаній, можуть давати лише вельми приблизну картину щодо дотримання страховими компаніями вимог антимо-

нопольного законодавства. Будучи надто загальними, формально вони свідчать про конкурентний характер відносин між страховиками, оскільки частка перших трьох, десяти, п'ятдесяти компаній є цілком прийнятною, щоб не вважати цей ринок монополізованим».

Саме тому для одержання вичерпної інформації доцільно оцінити концентрацію окремих видів страхування на страховому ринку України. Згідно з проведеними розрахунками, здійснено групування видів страхування за рівнем концентрації ринку за показником одержаних страхових премій (табл. 2).

У зоні низької концентрації ринку знаходяться найбільш популярні і поширені види страхування (ОСЦПВНТЗ, КАСКО, медичне страхування і страхування майна тощо), тоді як більш спеціалізовані види страхування, що страхують специфічні і менш поширені ризики (агроризики, ризики цивільної авіації, водного транспорту тощо), знаходяться у зоні середньо-та висококонцентрованого ринку.

Висока концентрація страхового ринку має свої плюси і мінуси. До позитивних боків варто віднести:

- стійкість ринку під час фінансових криз;
- акумуляцію значних обсягів інвестиційних ресурсів;
- наявність ресурсів і стимулів інноваційної діяльності у страхуванні;
- можливість здійснення страхової превенції;
- активний розвиток страхового асистансу та підвищення якості обслуговування клієнтів;
- можливість нарощувати обсяги реалізації страхових продуктів без значного збільшення витрат;
- можливість приймати на страхування рідкісні та унікальні ризики.

Своєю чергою, основний негатив, що може бути спричинений концентрацією страхового ринку, зумовлений певними зловживаннями і «самовпевненістю» великих гравців, що виражається шляхом гальмування інновацій у галузі, проявами тарифної та інших видів маніпуляцій. Чим більш концентрованим ставатиме страховий ринок, тим менше можливостей і обмеженіші ресурси для розвитку матимуть новостворені та невеликі страховики.

Одним з основних чинників, що можуть посприяти подальшій концентрації страхового ринку, є зміна вимог до юридичних осіб, що мають намір займатися страховою діяльністю, зокрема до розміру їхнього статутного капіталу та фінансової стійкості, а також дії регулятора, пов'язані з очисткою ринку від недобросовісних страхових компаній, що не мають змоги відповідати за власними зобов'язаннями за договорами страхування.

Українські страховики порівняно зі світовими компаніями мають доволі низький рівень статутного капіталу, що, безперечно, має низку негативних наслідків. Для забезпечення достатнього рівня капіталу страховиків держава вимушена збільшувати його розміри на законодавчому рівні. Така тенденція пов'язана безпосередньо з тим, що капіталізація та стан фінансових ресурсів переважної більшості вітчизняних страхових компаній є незадовільними і не здатними забезпечувати їхню конкурентоспроможність навіть на внутрішньому ринку [4].

Відсутність і надалі офіційної інформації про показники діяльності окремих страхових компаній та рейтингування страховиків, тобто певна непрозорість ринку, свідчитимуть про достатню закритість страхового ринку, що не сприятиме розвитку конкуренції. Як зазначають Л.В. Временко і К.І. Деркач [2], «в Україні відсутні подібні рейтингові списки, котрі надавали б повну інформацію, яка б, своєю чергою, давала змогу проаналізувати надійність та конкурентоспроможність вибраної компанії <...>. Єдиний портал, який оприлюднює хоча б якусь інформацію, це «Форіншурер: страхування», але це просте ранжування тільки тих компаній, які добровільно надали показники своєї діяльності».

Чинниками, що сприятимуть подальшій концентрації страхового ринку, є також зміни у структурі споживання страхових послуг (розвиток обов'язкового медичного страхування тощо) та виникнення нових страхових продуктів (упроваджувати нові страхові продукти та здійснювати інновації у страхуванні набагато легше компаніям, що мають досвід діяльності у цій сфері і знають про всі «нюанси» роботи). Сприя-

Таблиця 2

Групування видів страхування за рівнем концентрації ринку за показником одержаних страхових премій

Рівень концентрації ринку	Вид страхування	Значення ННІ
Незначний	Осцпвнтз	0,058
	Добровільне страхування відповідальності власників транспорту	0,074
	Добровільне страхування вантажів і багажу	0,081
	Добровільне страхування майна	0,083
	Добровільне медичне страхування	0,086
	Страхування фінансових ризиків	0,089
	КАСКО-страхування	0,092
	Добровільне страхування туристів	0,098
Середній	Добровільне страхування майна від вогневих ризиків і ризиків стихійних явищ	0,140
	Страхування за системою «Зелена карта»	0,172
Високий	Добровільне страхування водного транспорту	0,187
	Обов'язкове авіаційне страхування цивільної авіації	0,224
	Добровільне страхування здоров'я на випадок хвороби	0,235
	Страхування від нещасних випадків	0,261
	Добровільне агрострахування	0,267
	Добровільне страхування відповідальності власників водного транспорту	0,339

Джерело: розраховано авторами за даними [7]

тимуть концентрації й глобалізація страхового ринку, створення потужних банківсько-страхових та інвестиційно-страхових груп, укладання страховими компаніями масштабних корпоративних контрактів із бізнес-структурами, а також участь окремих страховиків у програмах обов'язкового страхування.

Висновки з проведеного дослідження. Як показало проведене дослідження, конкуренція на страховому ринку України залежить від конкретного виду страхування й умов його здійснення. Якщо у цілому ринок є досить конкурентним, то окремі його сегменти, зокрема ті, що передбачають страхування окремих специфічних ризиків, подекуди характеризуються оліго-

польним становищем. Зважаючи на окреслені чинники, вітчизняний страховий ринок у майбутньому ставатиме все більш концентрованим. Такий стан справ уважатиметься цілком виправданим і доцільним, доки сильні гравці ринку не стануть діяти лише у власних інтересах, без урахування потреб страхувальників, суспільства і держави, що цілком можливе в тому числі у разі монополії страховиків, що здійснюють обов'язкові види страхування. Саме тому задля недопущення надмірної монополізації страхового ринку процеси конкуренції та концентрації повинні бути під підвищеною увагою, фінансовим та антимонопольним контролем із боку державних регуляторів.

Список використаних джерел:

1. Бойко Л.О. Ступінь монополізації страхового ринку України та його вплив на основні показники діяльності. *Вісник соціально-економічних досліджень Одеського національного економічного університету*. 2011. № 42. С. 163–169.
2. Временко Л.В., Деркач К.І. Сучасні тенденції розвитку конкуренції та монополізації на вітчизняному страховому ринку. *Бізнес Інформ*. 2019. № 3. С. 358–364.
3. Гаманкова О.О. Інформаційні вади дослідження ступеня монополізації ринку страхових послуг України. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 10. С. 80–87.
4. Журавка О.С., Пахненко О.М., Сухомлин А.А. Дослідження концентрації та конкуренції на страховому ринку України. *Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка»*. 2019. № 1. С. 26–35.
5. Малікова І.П. Оцінка концентрації страхового ринку України, її зв'язок з процесами монополізації та конкуренції. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. Вип. 23(3). С. 76–79. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_23\(3\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_23(3)_20) (дата звернення: 28.03.2020).
6. Офіційний сайт Нацкомфінпослуг. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html> (дата звернення: 28.03.2020).
7. Рейтинг страхових компаній України. *Фориншурер: страхування*. URL: <https://forinsurer.com/ratings/nonlife/18/12/94/> (дата звернення: 10.03.2020).

References:

1. Boyko L. O. (2011) Stupin' monopolizatsiyi strakhovoho rynku Ukrayiny ta yoho vplyv na osnovni pokaznyky diyal'nosti [The degree of monopolization of the Ukrainian insurance market and its impact on key performance indicators]. *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen' Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, 42, 163–169. (in Ukrainian)
2. Vremenko L. V., Derkach K. I. (2019) Suchasni tendentsiyi rozvytku konkurentsiyi ta monopolizatsiyi na vitchyznyanomu strakhovomu rynku [Current trends in competition and monopolization in the domestic insurance market]. *Biznes Inform*, 3, 358–364. (in Ukrainian)
3. Hamankova O.O. (2009) Informatsiyi vady doslidzhennya stupenya monopolizatsiyi rynku strakhovykh posluh Ukrayiny [Information defects of the study of the degree of monopolization of the insurance market in Ukraine]. *Aktual'ni problemy ekonomiky*, 10, 80–87. (in Ukrainian)
4. Zhuravka O.S., Pakhnenko O.M., Sukhomlyn A.A. (2019) Doslidzhennya kontsentratsiyi ta konkurentsiyi na strakhovomu rynku Ukrayiny [Investigation of concentration and competition in the insurance market of Ukraine]. *Visnyk Sums'koho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomika*, 1, 26–35. (in Ukrainian)
5. Malikova I. P. (2017) Otsinka kontsentratsiyi strakhovoho rynku Ukrayiny, yiyi zv'yazok z protsesamy monopolizatsiyi ta konkurentsiyi [Assessment of the concentration of the insurance market of Ukraine, its relationship with the processes of monopolization and competition]. *Naukovyy visnyk Kherson'skoho derzhavnoho universytetu. Ser. : Ekonomichni nauky*, 23(3), 76–79. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_23\(3\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_23(3)_20) (accessed 28 March 2020). (in Ukrainian)
6. The official website of the National Commission for State Regulation of Financial Services Markets (2020) "Information on the state and development of the Ukrainian insurance market". Retrieved from: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html> (accessed 28 march 2020). (in Ukrainian)
7. The official website of the Forynshurer Insurance journal (2020) Rating of insurance companies of Ukraine. Retrieved from: <https://forinsurer.com/ratings/nonlife/18/12/94/> (accessed 10 march 2020). (in Ukrainian)

E-mail: sheiko_yuliia@ukr.net

УДК 338.242.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.19>

Ляшенко Р.В.

аспірант,

Житомирський національний агроекологічний університет

МОДЕРНІЗАЦІЯ СИСТЕМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРОБІЗНЕСУ В НАПРЯМІ ЗАСТОСУВАННЯ ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ФУНДАЦІЇ EFQM

У статті подано пропозиції щодо модернізації системного менеджменту агробізнесу в напрямі застосування вимог Європейської фундації EFQM. З'ясовано, що аналіз сутності, структури та основної цінності моделі ділової досконалості Європейського фонду управління якістю (EFQM) є вкрай актуальним у сфері агробізнесу. Така модель виступає необхідним інструментом у практичному застосуванні, вона може бути використана підприємством як власна структура менеджменту для визначення напрямку вдосконалення та розвитку; як спосіб самооцінки, який дає змогу визначити проблеми та заходи їх розв'язання; як механізм для формування та реалізації ініціатив, спрямованих на поліпшення діяльності; як підґрунтя для визначення спільної мови та способу мислення, що задіяні на різних рівнях менеджменту підприємства. Доведено, що перевагами у застосуванні вказаної моделі слід відзначити саме можливість формування цілісного уявлення про стан менеджменту на підприємстві, створення структури загальних цінностей, сталий розвиток, що базується на процесах управління підприємством, які ґрунтуються на основних показниках діяльності, заохочення співробітників, бенчмаркінг, системний аналіз та комплексний підхід до оцінки просування.

Ключові слова: аграрні підприємства, агробізнес, Європейська фундація EFQM, менеджмент, системний менеджмент.

МОДЕРНИЗАЦИЯ СИСТЕМНОГО МЕНЕДЖМЕНТА АГРОБИЗНЕСА В НАПРАВЛЕНИИ ПРИМЕНЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ ЕВРОПЕЙСКОГО ФОНДА EFQM

Ляшенко Р.В.

В статье представлены предложения по модернизации системного менеджмента агробизнеса в направлении применения требований Европейского фонда EFQM. Выяснено, что анализ сущности, структуры и основной ценности модели делового совершенства Европейского фонда управления качеством (EFQM) крайне актуален в сфере агробизнеса. Такая модель выступает необходимым инструментом в практическом применении, она может быть использована предприятием как собственная структура менеджмента для определения направления совершенствования и развития; как способ самооценки, который позволяет определить проблемы и меры их решения; как механизм для формирования и реализации инициатив, направленных на улучшение деятельности; как основа для определения общего языка и образа мышления, задействованных на различных уровнях менеджмента предприятия. Доказано, что преимуществами в применении указанной модели следует считать именно возможность формирования целостного представления о состоянии менеджмента на предприятии, создание структуры общих ценностей, устойчивое развитие, основанное на процессах управления предприятием, основанных на основных показателях деятельности, поощрение сотрудников, бенчмаркинг, системный анализ и комплексный подход к оценке продвижения.

Ключевые слова: аграрные предприятия, агробизнес, Европейский фонд EFQM, менеджмент, системный менеджмент.

MODERNIZATION OF SYSTEM AGRICULTURAL MANAGEMENT IN THE EFQM EFFICIENCY REQUIREMENTS APPLICATION OF THE EUROPEAN FUNDAMENTALITY

Liashenko Ruzhena

The article proposes to modernize the system management of agribusiness in the direction of applying the requirements of the European Foundation EFQM. It was found out that analysis of the essence, structure and basic value of the model of business perfection of the European fund of quality management (efqm) are extremely relevant in the field of agribusiness. Such a model is a necessary tool in practical application, it can be used by the enterprise as its own management structure to determine the direction of improvement and development; as a way of self-evaluation, which allows identifying problems and measures for their solution; as a mechanism for the formation and implementation of initiatives aimed at improving activities; as a basis for determining the common language and way of thinking involved at different levels of enterprise management. It is proved that the advantage in applying this model should be the possibility of forming a holistic view of the state of management in the enterprise, creating a structure of common values, sustainable development based on enterprise management processes based on key performance indicators, employee incentives, benchmarking, system analysis and an integrated approach to the assessment of promotion. The article determines that the key factors of success are training

and advanced training at agribusiness enterprises, as well as monitoring and implementation of the latest world scientific and technological achievements in the field of agricultural production. In doing so, the result will affect the performance of all business entities of the enterprise. In addition, it has been determined that ensuring systemic agribusiness management towards applying the requirements of the European Foundation eqm has a significant impact on the economy of the country, contributing to the broader development of foreign economic activity and speeding up the processes of European integration. According to the results of the study, proposals were made to modernize the agribusiness system management towards applying the requirements of the European EFQM Foundation.

Keywords: agribusiness, agribusiness, European foundation of EFQM, management, system management.

Постановка проблеми. Актуальним питанням сьогодення для України постає визначення її місця та ролі в економічній світовій системі та інтеграції до неї. Це має особливе значення, враховуючи стратегічний курс розвитку незалежної країни у напрямі демократизації суспільства, формування правової держави, тісної співпраці з міжнародною спільнотою, особливо в економічній сфері. На нашу думку, успішна економічна інтеграція, невід'ємною частиною якої є агропромисловий комплекс країни, допомагає вирішенню внутрішніх проблем соціально-економічного розвитку, сприяє просуванню національних інтересів на міжнародній арені та досягненню одночасно цілей світової спільноти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням модернізації системного менеджменту агробізнесу присвячували свої праці такі провідні науковці, як Л. Ачкасова [2], Л. Березіна [3], М. Білинська [4], О. Вишневська [5], О. Гончаренко [6], О. Давидкіна [7], Т. Калита [9], К. Козак [10], Д. Максименко [11], Я. Онищук [13] та ін. Проте сьогодні є актуальним подання пропозицій щодо модернізації системного менеджменту агробізнесу в напрямі застосування вимог Європейської фундації EFQM, що зумовило вибір теми даної статті.

Постановка завдання. Мета статті – подати пропозиції щодо модернізації системного менеджменту агробізнесу в напрямі застосування вимог Європейської фундації EFQM.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні державне регулювання агропромислового виробництва у більшості країн із розвинутою ринковою економікою переважно спрямоване на підтримку стабільної економічної ситуації в сільському господарстві, сприятливої ринкової кон'юнктури і відповідного рівня прибутковості виробників агропродовольчої продукції, забезпечення продовольчої безпеки, обмеження надлишкового виробництва, надання допомоги в адаптації населення до нових умов. В аграрній політиці цих держав важливе місце займають захист внутрішнього ринку, гарантія конкурентоспроможної участі вітчизняних виробників у міжнародному поділі праці. Природно, що реалізація цих заходів вимагає значних бюджетних дотацій і витрат споживачів за рахунок більш високих цін [15, с. 3].

Центральне місце в системі державного регулювання аграрного сектору в країнах ЄС займає підтримка відповідного рівня цін, що забезпечує стабільність доходів виробників. У країнах із ринковою економікою держава встановлює ліміти цін, здійснює дотації і компенсації, однак ціни залишаються важливим ринковим інструментом. Відбувається це тому, що вони попередньо відрегульовані попиту і пропозицією. В умовах ринку держава повинна здійснювати виважену політику регулювання агропродовольчого ринку, формуючи економічні передумови розвитку

сільськогосподарського виробництва в потрібних обсягах і пропорціях, де ціна виступає засобом, а не об'єктом державного регулювання. Держава компенсує сільськогосподарським товаровиробникам відхилення від ринкової ціни у розмірах, що забезпечують їм відповідний рівень доходності [15, с. 91].

Одним з основних інструментів державного впливу на розвиток аграрного сектору економіки є система фінансових заходів, яка складається з механізмів кредитування, зваженої податкової політики, регулювання аграрного ринку, застосування прямих державних субсидій. При цьому впроваджується низка механізмів, серед яких – гарантована державна закупівля надлишків сільськогосподарської продукції, різноманітні форми пільгового кредитування, фінансові й товарні інтервенції на продовольчому ринку, митне регулювання тощо.

Зважаючи на це, першим таким психологічним аспектом слід уважати реформування системи державного регулювання сільськогосподарської галузі на рівні демократичного європейського розвитку та відповідних стандартів. Кожен громадянин повинен зрозуміти, що аграрна політика держави має бути спрямована не на підтримку бажаного рівня цін та виробника, а на заходи щодо заохочення до здорової конкуренції і, що вкрай важливо, кінцева спрямованість реформувань в аграрній політиці повинна бути націлена не тільки на виробника сільськогосподарської продукції, а й на розвиток та підтримку сільських регіонів у цілому.

Не новина, що українські села вмирають як у прямому, так і в переносному сенсі. Для українців цей важливий психологічний чинник має змінити світогляд усіх, хто має відношення до реформування аграрного сектору. У цивілізованих країнах Європи та світу давно звернули увагу на важливість даного аспекту та надали йому відповідну оцінку.

Другий психологічний аспект, що наблизить сільськогосподарського виробника до стандартів розвинутих цивілізованих країн, стосується зваженої цінової політики. Застосування низки основних цін, таких як мінімально допустимі, єдині, орієнтовні, зовнішньоторговельні тощо, гарантує стабільність, упевненість і, що вкрай важливо, незалежність від ринкових ризиків та несприятливих погодних умов. Деякі елементи єдиної аграрної політики, а саме свобода торгівлі, перевага співдружності, коли, наприклад, мешканці Європи віддають перевагу продукції виробництва ЄС у намаганні захистити спільний ринок, принцип спільної відповідальності, для українського сільськогосподарського виробника є психологічно незрозумілими. Поясненням цього можна вважати недосконалість чинного законодавства та державного нормативно-правового врегулювання в аграрному секторі.

Державна підтримка аграрного комплексу має бути спрямована переважно на розвиток сільських регіонів,

створення достатньої кількості робочих місць на селі та розвиток інфраструктури для досягнення європейського рівня. Українське село потребує залучення іноземних інвестицій, які будуть спрямовані як в обробку землі, так і в розвиток сільської інфраструктури, поліпшення рівня та якості життя сільських мешканців. Даний чинник є найбільш переконливим у розумінні інвестиційної політики та європейських життєвих стандартів.

Третім аспектом, який повинен відіграти одну з найголовніших ролей, є оптимізація системи управління якістю. У даному контексті важливим моментом є гармонізація вітчизняного агробізнесу з вимогами Європейської фундації EFQM. Як зазначає Л. Ачкасова, Європейський фонд з управління якістю (EFQM®) висунув концепцію партнерства з подібними національними організаціями в Європі з метою сприяння досягненню стійкого рівня досконалості європейських організацій. Ці національні організації співпрацюють з EFQM у просуванні Моделі досконалості EFQM [2].

Більшої популярності ця система набула в європейських країнах, ніж у США чи Росії. Модель досконалості EFQM виходить із того, що менеджмент можна вважати досконалим, якщо організація здійснює свою діяльність так, що її результати не тільки відповідають очікуванням усіх зацікавлених сторін, а й перевершують їх. До систем управління ефективністю EFQM можна віднести, якщо розглядати досконалості як досягнення результатів, які задовольняють всі зацікавлені сторони, корекцію політики, цілей і стратегії відповідно до зміни інтересів, реалізацію стратегії компанії через мережу взаємопов'язаних процесів, які постійно поліпшуються [12].

До основних шляхів модернізації системного менеджменту на підприємствах агробізнесу, відповідно до принципів та концепцій Європейської фундації EFQM, варто віднести:

1. Розроблення та впровадження стратегії лідерства у діяльності підприємств агробізнесу. Так, керівник підприємства повинен знати і вміти набагато більше, ніж прості менеджери, але якщо він не має задатків лідера, підприємство не зможе досягти всіх стратегічних цілей. Для того щоб успішно здійснювати управлінські функції, сучасному керівнику потрібно вміти вести за собою підлеглих. Виступаючи сьогодні в ролях керуючого і новатора, керівник насамперед виявляє себе як лідер. У кожній конкретній трудовій групі діє індивід, до якого прислухаються і придивляються інші люди, він впливає на навколишніх, головним чином, за двома соціально-психологічними каналами [10]:

а) за каналом авторитету (члени групи визнають перевагу лідера перед іншими в силу його положення, досвіду, майстерності, освіти тощо);

б) за каналом харизматичних властивостей (людяність, ввічливість, моральність). У реальному житті все це виливається в добровільне визнання винятковості лідера, неухильне наслідування, копіювання його дій і в цілому його поведінки.

2. Вдосконалення кадрової політики у діяльності підприємств агробізнесу. Сьогодні в усіх організаціях, де використовується сучасний підхід до управління людськими ресурсами, працівники вважаються найдорожчим ресурсом, а розвиток їхнього потенціалу вважається однією з найбільш важливих цілей для

досягнення ефективного функціонування підприємства. Загальна корпоративна стратегія і досить великий обсяг інвестицій спрямовані саме на персонал, що працює на підприємстві, який вважається одним із головних чинників конкурентної переваги. Кадрова політика, зумовлена певною філософією і засадами, реалізованими керівництвом щодо людських ресурсів підприємства, й є однією з найважливіших складових частин стратегії підприємства. Вона у цілому визначає пріоритети підприємства у сфері управління персоналом. Відзначимо, що для реалізації наявних цілей у кадровій політиці необхідне проведення конкретних стратегій, таких як стратегія відбору персоналу, стратегія найму персоналу, стратегія адекватної мотивації персоналу та ін. [4, с. 18].

3. Інтеграцію засад стратегічного менеджменту у діяльність підприємств агробізнесу. Зауважимо, що для прибуткової діяльності сільськогосподарське підприємство повинно мати чітко визначені цілі, які можна реалізувати за допомогою стратегічного менеджменту. Стратегічний менеджмент – сфера перспективних проєктів, пошуку резервів розвитку організації, довготермінових бізнес-планів. Стратегія підприємства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості [14]. Стратегічне управління в АПК повинно базуватися на таких принципах: 1. Обґрунтований і свідомий вибір цілей і стратегій розвитку підприємства. 2. Постійний пошук нових форм і видів діяльності для підвищення конкурентоспроможності. 3. Забезпечення оптимального співвідношення між підприємством і зовнішнім середовищем, керуючою і керованою підсистемами організації та її елементами. 4. Індивідуалізація стратегій. 5. Чіткий організаційний поділ завдань стратегічного управління і завдань оперативного управління [1, с. 200]. Складність і багатоплановість умов сталого розвитку підприємств аграрного сектору потребує застосування комплексних заходів і організації програмних розробок, які включають вивчення тенденцій розвитку, моніторинг результатів, внесення коригувань для досягнення поставлених стратегічних цілей [11].

4. Налагодження ефективної партнерської співпраці та організацію раціонального ресурсного менеджменту в діяльності підприємств агробізнесу. Що стосується партнерства, то серед спеціальних програм для аграріїв можна також виділити фінансування будівництва елеваторних комплексів, інші партнерські програми кредитування для аграрних товаровиробників (придбання техніки, поповнення обігових коштів та ін.). Ці банківські продукти широко представлені у ПАТ «Райффайзен Банк Аваль». Усе частіше обов'язковою умовою отримання банківського кредиту підприємством АПК є обов'язкове використання так званих «пакетних послуг», до яких, зокрема, належать відкриття поточного рахунку та переведення розрахунків повністю або частково в банк, що надає кредит, відкриття депозиту, зарплатний проєкт та ін. [9]. Окрім

того, короткі ланцюги поставок, створені на партнерських засадах співпраці його учасників, можуть бути не тільки ефективним інструментом просування місцевих продовольчих товарів на місцевий ринок, а й дієвим механізмом розвитку сільськогосподарських районів країни. Наприклад, завдяки співпраці ділові партнери, що беруть участь у таких проектах, можуть знайти нові способи збільшення продажів своєї продукції та залучення нових клієнтів, що в результаті дасть змогу розвинути тісніші зв'язки між місцевими секторами економіки: сільським господарством, туризмом та харчовою (переробною) промисловістю. Окрім того, споживання місцевих продуктів призводить до зниження відстані транспортування споживчих товарів, що позитивно впливає на зменшення транспортних витрат і викидів парникових газів, знижується ступінь використання місцевих доріг, зменшується кількість заторів на дорогах, що дає змогу підвищити безпечність дорожнього руху, досягти вищих економічних, екологічних та соціальних результатів [16].

Забезпечення конкурентоспроможності та реалізації конкурентних переваг суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки в Україні тісно пов'язане з процесами раціонального формування й ефективного використання ресурсного потенціалу. Стрімкий розвиток діяльності підприємства у сучасних умовах залучає у сферу своєї діяльності матеріальні, фінансові та трудові ресурси, що визначає актуальність наукових досліджень у галузі оцінки можливостей, ефективності формування й функціонування сукупності ресурсів на рівні окремих підприємств. Сьогодні зміна характеру, структури і змісту управління ресурсами на підприємствах, осмислення їхньої природи, аналіз засобів і методів управління є умовою підвищення ефективності менеджменту сучасного підприємства [6]. Ресурсний потенціал є складною системою ресурсів виробництва, що знаходяться у взаємозв'язку і взаємозалежності, тому йому притаманні риси, властиві будь-якій системі. Перша з них – це цілісність, яка означає, що всі елементи потенціалу служать загальній цілі, яка постає перед системою. Другою визначальною рисою ресурсного потенціалу є складність. Вона виявляється в наявності декількох складових елементів, кожний з яких є сукупністю окремих частин, які включають більш дрібні частини потенціалу. Використання в процесі планування й відтворення таких системних особливостей ресурсного потенціалу, як взаємозамінність його окремих елементів і збалансоване оптимальне співвідношення між ними, відкриває можливості створення господарської системи, що відрізняється максимальною продуктивністю [7, с. 73]. Загальновідомо, що ресурсовіддача залежить від низки чинників, головними з яких є [5, с. 30]:

- раціональне співвідношення елементів у структурі ресурсного потенціалу;
- система управління виробництвом;
- упровадження ресурсозберігаючих технологій;
- урахування природно-кліматичних умов.

Основою ефективного управління ресурсами підприємств є діагностика, метою якої виступають ідентифікація й оцінка сильних та слабких сторін потенційних і реальних активів, у тому числі ідентифікація потреби в них, можливостей їх придбання і чинників, які на них впливають. Завдання діагностики ресурсів

полягають у визначенні та оцінці потреби організації в ресурсах; діагностиці активів, джерел і можливостей підприємства придбати активи; характеристики «портфеля» активів тощо. Діагностика активів спирається на систему критеріїв і показників, які систематизовані за такими напрямками: формування, використання і розвиток ресурсів [8].

5. Оптимізацію виробничих процесів та впровадження інноваційного (науково-технологічного) менеджменту у діяльність підприємств агробізнесу. Комплексність інноваційної діяльності підприємства потребує опрацювання вираженої інноваційної політики суб'єктів АПК та формування ефективних механізмів управління інноваційним розвитком (інноваційного менеджменту). Вагомим аспектом інноваційного менеджменту є його стратегічна спрямованість, що дає змогу вирішувати широкий спектр питань щодо планування та реалізації інноваційних проектів і програм із метою внесення якісних змін у всі сфери функціонування підприємства. Отже, будь-які стратегічні кроки підприємства варто оцінювати як такі, що мають інноваційний характер, оскільки вони так чи інакше ґрунтуються на певних нововведеннях у сфері виробництва, збуту, соціального розвитку тощо. У підприємствах АПК інноваційні процеси відбуваються у різних формах, серед них найбільш помітними є [3]:

- 1) запровадження у господарський обіг нових, відмінних від традиційних, продуктів як у галузі рослинництва, так і тваринництва (наприклад, розведення страусів);
- 2) диверсифікація діяльності (розвиток видів і сфер діяльності, які можуть бути пов'язаними з традиційним виробництвом чи ні);
- 3) запровадження нових способів та методів господарської діяльності (стосується всіх без винятку виробничих процесів);
- 4) вихід підприємства на інші не традиційні для нього ринки збуту виробленої сільськогосподарської продукції та сировини;
- 5) пошук нетрадиційних джерел сировинного забезпечення;
- 6) запровадження нових підходів до кадрової політики у сфері набору, поповнення, оцінки персоналу;
- 7) перехід до ефективних механізмів управління господарською діяльністю;
- 8) формування ефективних взаємовідносин із партнерами по ринку, споживачами, конкурентами, органами місцевої та державної влади.

Доцільно наголосити на тому, що дієвим інструментом запровадження інновацій у сфері АПК має стати лізинг. Він забезпечує доступ споживачів – суб'єктів агропромислового комплексу до нових прогресивних видів технічного забезпечення в умовах їх швидкого старіння [13].

Відповідно ключовими чинниками успіху є навчання та підвищення кваліфікації на підприємствах агробізнесу, а також моніторинг та впровадження останніх світових науково-технологічних досягнень у сфері агровиробництва. При цьому результат впливатиме на ефективність усіх суб'єктів господарської діяльності підприємства. Окрім того, забезпечення системного менеджменту агробізнесу в напрямі застосування вимог Європейської фундації EFQM здійснить значний вплив на економіку держави, сприяючи більш

широкому розвитку зовнішньоекономічної діяльності, та пришвидшить процеси євроінтеграції.

Смисловим завершенням «повного пакету» вдосконалення бізнесу, за версією EFQM, є матриця оцінки radar. Radar – це оцінний механізм на базі моделі EFQM. Абревіатура radar означає цикл оцінки системи: results (результати) – approach (підхід) – deployment (упровадження, розгортання підходу за рівнями організації) – assessment and review (оцінка (або самооцінка) і перегляд (аналіз для перегляду і спроб актуалізації)) [13].

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи усе вищесказане, можемо зробити висновок, що аналіз сутності, структури та основної цінності моделі ділової досконалості Європейського фонду управління якістю (EFQM) є вкрай актуальним у сфері агробізнесу. Така модель виступає необхідним інструментом у практичному

застосуванні, вона може бути використана підприємством як власна структура менеджменту для визначення напрямку вдосконалення та розвитку; як спосіб самооцінки, який дає змогу визначити проблеми та заходи їх розв'язання; як механізм для формування та реалізації ініціатив, спрямованих на поліпшення діяльності; як підґрунтя для визначення спільної мови та способу мислення, що задіяні на різних рівнях менеджменту підприємства.

Перевагою у застосуванні вказаної моделі слід відзначити саме можливість формування цілісного уявлення про стан менеджменту на підприємстві, створення структури загальних цінностей, сталий розвиток, що базується на процесах управління підприємством, які ґрунтуються на основних показниках діяльності, заохочення співробітників, бенчмаркінг, системний аналіз та комплексний підхід до оцінки просування.

Список використаних джерел:

1. Ансофф І. Стратегічне управління : навчальний посібник. Москва : Економіка, 2006. 358 с.
2. Ачкасова Л.М. Застосування моделі досконалості EFQM для управління АТП. *Економіка транспортного комплексу*. 2015. № 26. С. 131–143.
3. Березіна Л.М. Інноваційна політика підприємств АПК: тактичні та стратегічні аспекти. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 122–132.
4. Білинська М.М., Сороко В.М., Чмига В.О. Стратегія державної кадрової політики України: цілі та шляхи реалізації : навчально-методичні матеріали. Київ : НАДУ, 2013. 52 с.
5. Вишневська О.М. Формування та оцінювання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНАУ*. 2007. № 3. С. 27–32.
6. Гончаренко О.Г. До питання вдосконалення управління ресурсним потенціалом підприємства. *Університетські наукові записки*. 2013. № 2. С. 171–177.
7. Давидкіна О.А., Частухина Ю.Ю. Структурирование ресурсного потенциала с использованием эконометрической модели. *Вестник Алтайского государственного аграрного университета*. 2009. № 1(51). С. 71–74.
8. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Економічна діагностика : навчальний посібник. Київ : Знання, 2012. 318 с.
9. Калита Т.А. Ефективні напрями активації інвестиційного кредитування агропромислових підприємств. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2017. № 1. С. 106–119.
10. Козак К.Б. Роль лідерства в системі управління персоналом на підприємстві. *Економіка харчової промисловості*. 2013. № 3. С. 24–28.
11. Максименко Д.В. Розвиток стратегічного управління на підприємствах аграрного сектору. *Молодий вчений*. 2015. № 4(1). С. 112–115.
12. Модель Совершенства EFQM: дорога к совершенству. URL: http://www.lne.uniyar.ac.ru/img_auth.php/15/5c/Introducing_excellence.pdf (дата звернення: 11.03.2020).
13. Онищук Я.В. Розвиток лізингу в Україні. *Фінанси України*. 2005. № 7. С. 106–113.
14. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : підручник. Тернопіль : Економічна думка, 2006. 390 с.
15. Щербина С.В. Розвиток зовнішньоторговельних перспектив агропромислового комплексу України в контексті євроінтеграції. *Державне управління: теорія і практика*. 2012. № 1. С. 9. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Scherbina.pdf> (дата звернення: 11.03.2020).
16. Якимішин Л.Я. Специфіка ланцюгів поставок органічної продукції. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. *Логістика*. 2014. № 811. С. 446–453.

References:

1. Ansoff I. (2006) *Stratichne upravlinnya* [Strategic Management]: Textbook. manual. Moscow: «Economics», pp. 358.
2. Achkasova L.M. (2015) *Zastosuvannya modeli doskonalosti EFQM dlya upravlinnya ATP* [Application of EFQM excellence model for ATP control]. *Economy of the transport complex*, vol. 26, pp. 131–143.
3. Berezina L.M. (2013) *Innovatsiyna polityka pidpryyemstv APK: taktychni ta stratchichni aspekty* [Innovative policy of agribusiness enterprises: tactical and strategic aspects]. *Marketing and innovation management*, vol. 4, pp. 122–132.
4. Bilinskaya M.M., Soroko V.M., Chmiga V.A. (2013) *Stratchiya derzhavnoyi kadrovoyi polityky Ukrainy: tsili ta shlyakhy realizatsiyi* [Strategy of the state personnel policy of Ukraine: goals and ways of realization]: [teaching-method. materials]. Kyiv: NADU, pp. 52.
5. Vishnevskaya O.M. (2007) *Formuvannya ta otsynyuvannya resursnoho potentsialu sil'skohospodars'kykh pidpryyemstv* [Formation and evaluation of resource potential of agricultural enterprises]. *KhNAU Bulletin*, vol. 3, pp. 27–32.
6. Goncharenko O.G. (2013) *Do pytannya vdoskonalennya upravlinnya resursnym potentsialom pidpryyemstva* [To the question of improving the resource management of the enterprise]. *University research notes*, vol. 2, pp. 171–177.

7. Davydkina O.A., Chastukhina Yu.Yu. (2009) *Strukturyrovanye resursnoho potentsyala s yspol'zovanyem ekonometrycheskoy modely* [Resource potential structuring using econometric model]. *Gazette of the Altai State. Agg. Universities*, vol. 1(51), pp. 71–74.
8. Kuzmin A.E., Melnyk O.G. (2012) *Ekonomichna diahnostryka* [Economic diagnostics] [study. guide.]. Kiev: Knowledge, pp. 318.
9. Kalita T.A. (2017) *Efektivni napryamy aktyvatsiyi investytsiynoho kredytuvannya ahropromyslovykh pidpryyemstv* [Effective directions of activation of investment crediting of agro-industrial enterprises]. *Collection of scientific papers of the State Fiscal Service of Ukraine*, vol. 1, pp. 106–119.
10. Kozak K.B. (2015) *Rol' liderstva v systemi upravlinnya personalom na pidpryyemstvi* [The role of leadership in the personnel management system at the enterprise]. *Economics of the food industry*, vol. 3, pp. 24–28.
11. Maksimenko D.V. (2015) *Rozvytok stratehichnoho upravlinnya na pidpryyemstvakh ahrarynoho sektoru* [Development of strategic management at enterprises of agrarian sector]. *Young scientist*, vol. 4(1), pp. 112–115.
12. *Model' Sovershenstva EFQM: doroha k sovershenstvu* [EFQM Perfection Model: The Road to Perfection]. URL: http://www.lne.uniyar.ac.ru/img_auth.php/15/5c/Introducing_excellence.pdf (accessed 11.03.2020).
13. Onishuk Y.V. (2005) *Rozvytok lizynhu v Ukrayini* [Leasing Development in Ukraine]. *Finance of Ukraine*, vol. 7, pp. 106–113.
14. Saenko M.G. (2006) *Stratehiya pidpryyemstva* [Strategy of the enterprise]: [textbook]. Ternopil: "Economic Thought", pp. 390.
15. Shcherbina S.V. (2012) *Rozvytok zovnishn'otorhovel'nykh perspektiv ahropromyslovoho kompleksu Ukrayiny v konteksti yevrointehratsiyi* [Development of foreign trade prospects of the agro-industrial complex of Ukraine in the context of European integration]. *Public administration: theory and practice: electron. Specialist kind*, vol. 1, pp. 9. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Scherbina.pdf>. (accessed 11.03.2020).
16. Yakymyshyn L.Y. (2014) *Spetsyfika lantsyuhiv postavok orhanichnoyi produktsiyi* [Specificity of organic supply chains]. *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*. *Logistics*, vol. 811, pp. 446–453.

E-mail: fav.yurist@gmail.com

УДК 336.02:330.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.20>

Романчукевич В.В.

кандидат економічних наук, докторант,
ДВНЗ «Університет банківської справи»

ОБЛІГАТНІ АТРИБУТИ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У статті визначено комплекс обов'язкових атрибутів державної фінансової політики сталого розвитку. Під обов'язковими атрибутами поняття «державна фінансова політика сталого розвитку» запропоновано розуміти обов'язкові характеристики, які формують змістовне наповнення даного поняття, враховуючи родові зв'язки з категорією «політика», і дають змогу ідентифікувати її як один із видів державно-управлінської діяльності. До таких характеристик автором віднесено цілеспрямованість, проблемну орієнтованість, легітимність повноважень, комплексність і системність, обґрунтовану доцільність, обов'язковість, полісуб'єктність, часову цілісність, теологічну цілісність, прагматичну цілісність, геополітичну цілісність (системну ефективність), інноваційність. Проведено порівняльний аналіз цих характеристик відносно системи ознак Дж. Андерсона, що дало змогу поділити обов'язкові атрибути на дві групи: традиційні і трансформаційні. Запропонований комплекс обов'язкових атрибутів державної фінансової політики сталого розвитку є основою для формування науково обґрунтованого визначення відповідного поняття, оскільки містить головні сутнісні ознаки, які мають бути узагальнено у його визначеннях.

Ключові слова: державна фінансова політика, сталий розвиток, політика сталого розвитку, ознаки, атрибути.

ОБЛИГАТНЫЕ АТРИБУТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Романчукевич В.В.

В статье определен комплекс обязательных атрибутов государственной финансовой политики устойчивого развития. Под обязательными атрибутами понятия «государственная финансовая политика устойчивого развития» предложено понимать обязательные характеристики, которые формируют содержательное наполне-

ние данного понятия, учитывая родовые связи с категорией «политика», и позволяют идентифицировать ее как один из видов государственно-управленческой деятельности. К таким характеристикам автором отнесены целеустремленность, проблемная ориентированность, легитимность полномочий, комплексность и системность, обоснованная целесообразность, облигатность, полисубъектность, временная целостность, теологическая целостность, прагматические целостность, геополитическая целостность (системная эффективность), инновационность. Проведен сравнительный анализ этих характеристик относительно системы признаков Дж. Андерсона, что позволило разделить облигатные атрибуты на две группы: традиционные и трансформационные. Предложенный комплекс облигатных атрибутов государственной финансовой политики устойчивого развития является основой для формирования научно обоснованного определения соответствующего понятия, поскольку содержит главные сущностные признаки, которые должны быть обобщенно представлены в его определениях.

Ключевые слова: государственная финансовая политика, устойчивое развитие, политика устойчивого развития, признаки, атрибуты.

OBLIGATORY ATTRIBUTES OF THE STATE FINANCIAL POLICY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Romanchukevich Vitalii

The article defines a set of obligatory attributes of the state financial policy of sustainable development. It is justified that the priority is to determine the essence of the state financial policy of sustainable development on the basis of the ethical direction of the communicative approach. This is due to the fact that the basic ideas of the concept of sustainable development are formed on the basis of the imperative protection of universal human values and the formation of a new global order on the basis of social responsibility both before the present and in the future generations of humanity. Under the obligatory attributes of the concept of "public financial policy of sustainable development" it is offered to understand the obligatory characteristics that form a meaningful content of this concept, taking into account the generic links with the category of "policy", and allow to identify it as one of the types of governmental activity. These characteristics include the Purposefulness, Problem-orientedness, Legitimacy of authority, Complexity and Systematic, Reasonable expediency, Obligacy, Polysubjectivity, Temporal integrity, Theological integrity, Praxeological integrity, Practical integrity, Geopolitical integrity (systemic efficiency), Innovation. In the context of globalization, the decisive importance in the content of modern state policy lies precisely in the praxeological integrity, which is based on structuring the interests of different population groups, optimizing their composition and prioritizing them, taking into account the importance for achieving the highest level of social well-being. A comparative analysis of the obligatory characteristics is conducted with respect to the system of attributes of J. Anderson. This allowed dividing the obligatory attributes into two groups - traditional and transformational. The content and composition of obligatory attributes of transformational orientation are substantiated. The proposed set of obligatory attributes of the public financial policy of sustainable development is the basis for the formation of a scientifically sound definition of the relevant concept, since it contains the main essential features that should be generalized in its definitions.

Keywords: public financial policy, sustainable development, sustainable development policy, features, attribute.

Постановка проблеми. На початку XXI ст. тенденції цивілізаційного розвитку характеризуються масштабними екологічними та соціоекономічними трансформаціями під впливом науково-технічного та соціального прогресу майже в усіх сферах людської діяльності. Поряд із позитивними тенденціями у соціально-економічному розвитку соціум постійно зіштовхується з глобальними проблемами та загрозами, ймовірність яких постійно зростає.

В основі нової парадигми розвитку лежить концепція сталого розвитку, суть полягає у забезпеченні такого економічного зростання, яке дає змогу гармонізувати відносини «людина – природа» та зберегти навколишнє природне середовище для нинішнього й майбутніх поколінь. Необхідною умовою забезпечення сталого розвитку є створення дієвої системи фінансування відповідних цілей і пов'язаних з їх досягненням завдань та потреб, визначених фінансовою політикою сталого розвитку. Одним зі складників економіко-управлінської проблеми формування ефективної державної фінансової політики сталого розвитку в умовах глобалізації є наукове обґрунтування відповідного категоріально-понятійного апарату, що дає змогу чітко ідентифікувати

досліджуване явище, його зміст та роль в організації суспільного життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні теоретичні аспекти визначення ролі та змісту державної фінансової політики, загальні методологічні положення її розроблення й ефективної реалізації, у т. ч. в контексті забезпечення досягнення сталого розвитку, досліджено у працях таких відомих науковців та практиків, як Дж. Андерсон [1], Н. Ботвіна [2], О. Валевський, А. Ватульов, Б. Гогвуд [3], Л. Ган [3], Т. Дая [4], Т. Кожухова, Г. Східницька [5], Е. Янг [6] та ін.

Ми погоджуємося з думкою, що фінансова політика (і державна фінансова політика сталого розвитку як її різновид) – «складне фінансово-правове явище з глибоким макрофінансовим змістовим наповненням, що тісно переплітається з багатьма співпричетними фінансовими категоріями та поняттями» [2; 5], зумовлює існування різних тлумачень та суджень сутності й окреслення змістовних ознак цього поняття, відсутність єдиної думки щодо тлумачення даного терміна. Тому чітке з'ясування економічної сутності та специфіки цієї категорії набуває принципового значення.

Дж. Андерсоном [1] виділено систему змістовних характеристик державної політики, до яких віднесено такі:

– повноважна дія органу влади – наявність в органі влади правових, політичних та фінансових повноважень на провадження державної політики;

– реагування на реальні потреби чи проблеми суспільства або суспільних груп;

– спрямованість на досягнення цілей – прагнення досягти низки розроблених цілей, які являють собою спробу вирішити або розглянути потреби певної спільноти;

– курс дій – державна політика не є окремим рішенням або дією, а являє собою розроблений підхід або стратегію;

– вибір між необхідністю вживати заходів для вирішення проблеми або уникати додаткових дій (наприклад, якщо вирішення проблеми можливе засобами поточної політики і змінювати її недоцільно);

– реалізується одним суб'єктом або групою суб'єктів;

– обґрунтованість дій – зміна політики має передбачати пояснення причин, які закладені в основу нової політики;

– прийняте рішення – державна політика завжди є рішеннями, а не намірами або обіцянками [6].

При цьому Дж. Андерсон визначає державну політику як «цілеспрямований курс дій, що виконується суб'єктом чи їх групою, що займаються проблемою чи питанням» [1]. Таке визначення, на нашу думку, не є повним, оскільки в ньому не враховано всі вказані вище головні змістовні аспекти, на яких зауважував сам дослідник. Так, зокрема, у ньому відсутня конкретизація складу суб'єктів провадження державної політики та умов, які є необхідними для реалізації ними такого «цілеспрямованого курсу дій»: наявність владних повноважень, атрибут вибору, цілеспрямованість та обґрунтованість дій. Проте важливим аспектом дефініції державної політики, наданої Дж. Андерсоном, який може бути віднесений до змістовних характеристик відповідного поняття, є полісуб'єктність: політичні рішення часто приймаються групою суб'єктів у рамках влади, а не окремим суб'єктом.

На відміну від трактувань Т. Дая та Дж. Андерсона, які передбачали визначення державної політики як певного процесу здійснення вибору щодо напрямів майбутніх дій (курсу дій) лише у неявній формі, інший відомий дослідник теоретико-методологічних засад та практичних механізмів розроблення та реалізації державної політики В. Дженкінс запропонував розглядати державну політику у контексті провадження управлінського процесу, результатом якого є прийняття комплексу взаємопов'язаних рішень з урахуванням умов певної проблемної ситуації [7]. На його думку, державна політика – це «набір взаємозв'язаних рішень, прийнятих суб'єктом політики чи їх групою для вибору цілей та засобів їх досягнення в рамках специфічної ситуації, в якій ці рішення мають бути реалізовані в межах повноважень цих суб'єктів» [8].

Аналогічне думкам В. Дженкінсона бачення сутності державної політики міститься у науковому доробку Б. Гогвуда і Л. Ган [3], на думку яких державна політика є системою послідовних рішень суспільних проблем, процес вироблення й ухвалення котрих призводить до створення державних програм, які, накопичуючись упродовж певного часу, можуть скласти цілісну довгострокову політику або утворити

певний ланцюг короткострокових політик. Зауважимо, що варто погодитися з їхньою тезою про те, що державну політику не можна розглядати як сукупність щоденних рішень, які ухвалюються державними органами, оскільки визначальними змістовними ознаками політики, на нашу думку, враховуючи базові компоненти визначення Б. Гогвуда і Л. Ган, є системність і комплексність прийнятих рішень, цілісність (часова, теологічна, праксеологічна) державних програм, які об'єднують такі рішення. Окремі управлінські рішення державних органів не задовольняють указаним вище ознакам.

Разом із тим поняття «державна фінансова політика сталого розвитку» як похідне від поняття «державна політика» містить певні сутнісні особливості, які ідентифікують його зміст, чітко розуміння яких дає змогу формулювати науково обґрунтовані визначення, що чітко ідентифікують специфіку даного різновиду державної політики.

Постановка завдання. Метою статті є визначення комплексу облігатних атрибутів поняття «державна фінансова політика сталого розвитку».

Виклад основного матеріалу дослідження. Традиційна класифікація передбачає диференціацію поглядів науковців щодо змісту державної політики на директивний, функціональний та комунікативний. На нашу думку, жоден з означених підходів не позбавлений недоліків та не дає цілісне уявлення про сутність та зміст політики в сучасних умовах, які можуть бути адекватно розкриті лише за умови поєднання всіх трьох підходів як таких, що є взаємопов'язаними та доповнюючими один одного. Однак для визначення державної фінансової політики сталого розвитку пріоритетним стає тлумачення її сутності саме на засадах етичного напрямку комунікативного підходу, оскільки базові ідеї концепції сталого розвитку органічно сформовані на основі застосування імперативну захисту загальнолюдських цінностей та формування нового глобального порядку на засадах соціальної відповідальності як перед теперішнім, так і перед майбутніми поколіннями людства.

Проте слід зауважити, що й це не нівелює важливості поєднання підходів і врахування у такому визначенні обов'язкових сутнісних ознак державної політики, які були науково обґрунтовані в межах інших підходів (функціонального та директивного). Такі обов'язкові сутнісні ознаки ми будемо називати облігатними атрибутами. Тобто під облігатними атрибутами поняття «державна фінансова політика сталого розвитку» нами пропонується розуміти ті обов'язкові характеристики, які формують змістовне наповнення даного поняття, враховуючи родові зв'язки з категорією «політика», і дають змогу ідентифікувати її як один із видів державно-управлінської діяльності.

Запропонована нами система облігатних атрибутів поняття «державна фінансова політика сталого розвитку» подана у табл. 1 та складається з дванадцяти обов'язкових характеристик, серед яких шість є традиційними і становлять базис змісту державної фінансової політики сталого розвитку як різновиду державної політики, а інші шість – імерджетними (новими) та трансформованими, які виникли в умовах глобалізації.

Наведена система облігатних атрибутів на відміну від інших підходів щодо виділення змістовних харак-

Таблиця 1

Облігатні атрибути поняття державної фінансової політики сталого розвитку в умовах глобалізації

Атрибут	Відповідність характеристикам за системою Дж. Андерсона	Характеристика атрибуту
Традиційні		
Цілеспрямованість	Спрямованість на досягнення цілей	Будь-яка політика є цілеспрямованою суспільною діяльністю
Проблемна орієнтованість	Реагування на реальні потреби або проблеми	Метою будь-якої політики є вирішення проблем, пов'язаних з існуванням певних специфічних умов, що визначають чинники, вплив та наслідки дії проблемної ситуації
Легітимність повноважень	Повноважна дія органу влади	Для провадження політики як форми суспільної діяльності суб'єкт її здійснення повинен мати відповідні владні повноваження
Комплексність і системність	Курс дій	Будь-яка політика являє собою системну єдність стратегії (комплексу цілей та завдань) та тактики (комплексу напрямів, засобів, методів), систему рішень
Обґрунтована доцільність	Обґрунтованість дій	Будь-яка політика потребує чіткого обґрунтування причин, які зумовлюють зміну поточного курсу дій на основі аналізу поточного стану й опису проблемної ситуації, чинників її виникнення, очікуваних наслідків їхньої дії у разі невжиття заходів, а також обґрунтування вибраних цілей, завдань та засобів їх досягнення шляхом попереднього прогнозування й оцінки очікуваних результатів у формі кількісно визначених і обґрунтованих цільових показників
Облігатність	Прийняте рішення	Обов'язковість до провадження та виконання прийнятої державної політики
Імерджентні та трансформовані		
Полісуб'єктність	Реалізація одним або групою суб'єктів	Державна політика може провадитися як одним органом державної влади, так і їх об'єднаннями (як спільна політика), у т. ч. на міждержавному та світовому рівнях, а також передбачати залучення до розроблення політики стейкхолдерів, зокрема представників недержавних організацій, громадських об'єднань тощо
Часова цілісність		Взаємоузгодженість дій у часі
Теологічна цілісність		Узгодженість цілей та завдань, відсутність внутрішніх суперечностей між ними, що унеможливають їх одночасну реалізацію в єдиному комплексі
Праксеологічна цілісність		Узгодженість інтересів та потреб різних суспільних груп, на задоволення яких спрямована політика
Геополітична цілісність (системна ефективність)		Збалансування внутрішніх національних потреб та інтересів з інтересами світового співтовариства
Інноваційність		Необхідність приймати нові рішення, які не мають аналогів у минулому

Джерело: розроблено автором

теристик понять у сфері ідентифікації змісту і ролі політики у здійсненні державного управління в різних сферах життєдіяльності суспільства відображає трансформацію традиційних характеристик державної політики і виникнення нових ознак під впливом процесів глобалізації, що дасть змогу підвищити ефективність державної фінансової політики за рахунок урахування відповідних вимог до її змісту.

Такі трансформаційні зміни, на нашу думку, виявляються у такому.

По-перше, в умовах глобалізації процес соціально-економічної регуляції розвитку національної спільноти не обмежується рамками системи «національне суспільство – держава», вільні міжнародні міграційні потоки, вільний рух капіталу, товарів та послуг зумовлюють посилення впливу на цю систему зовнішніх (екзогенних) по відношенню до неї чинників: інших національних спільнот, їх об'єднань, що унеможливує подальший розвиток поза активною взаємодією зі світовою спільнотою. Поступово система «націо-

нальне суспільство – держава» стає частиною глобального суспільства як нової форми соціальної організації, заснованого на поширенні інституційної мережі транснаціональної взаємодії, в якій провідну роль відіграють самоорганізовані глобальні організації. Відповідні процеси достатньо повно описано та досліджено Р. Войтович [9].

З огляду на розширення кола суб'єктів державної політики за рахунок виділення не лише національного (державного та недержавного (громадського), а й наддержавного (міжнародного та світового) рівнів із відповідними інститутами та суб'єктами реалізації владних повноважень та представництва інтересів різних суспільних верст та груп, змістовна ознака сучасної державної політики – реалізація політики одним або групою суб'єктів державної влади в умовах глобалізації – трансформується у полісуб'єктну діяльність.

По-друге, вагомою ознакою сучасної державної політики, на нашу думку, є її цілісність, яка виявляється в чотирьох змістовних площинах: часовій, тео-

логічний, праксеологічний, геополітичний. При цьому якщо часова та теологічна цілісності можуть розглядатися й як закономірні наслідки дотримання традиційних вимог системності та комплексності під час формування державної політики, то праксеологічна та геополітична цілісність – результат еволюційного розвитку змісту державної політики під впливом глобалізаційних процесів.

Проте, на нашу думку, враховуючи, що в умовах глобалізації вимоги щодо взаємної узгодженості цілей та завдань державної політики, відсутності внутрішніх суперечностей між ними, а також узгодження дій та заходів, які передбачається здійснити, в часі, значно посилюються у зв'язку з багаторівневою складною організацією системи здійснення публічного управління, представлені світовими, міжнародними, державними та недержавними інститутами та агентами, атрибути часової та теологічної цілісності доцільно виділяти в окрему від системності та комплексності ознаку.

Головною відмінністю їх є концентрація уваги не стільки на складі та зв'язках між елементами державної політики, скільки на ефективній організації таких зв'язків. Так, наприклад, часова цілісність покликана забезпечити уникнення зниження ефективності прийнятих рішень і вжитих заходів унаслідок виникнення перепон або несвоєчасного завершення формування необхідних для вдалого застосування таких дій умов, створення яких зумовлюється здійсненням спільної політики або реалізацією політичних рішень іншими суб'єктами світового співтовариства (державами, міжнародними та світовими організаціями тощо). Своєю чергою, теологічна цілісність в умовах глобалізації передбачає узгодження цілей і завдань, що висуваються на різних рівнях світового співтовариства й є складниками світової, міжнародної, міждержавних (транснаціональних) та державної (національної) політики, в реалізації яких бере участь певна країна.

При цьому слід зауважити, що, на нашу думку, в умовах глобалізації вирішальне значення у змісті сучасної державної політики належить саме праксеологічній цілісності, яка заснована на структуруванні інтересів різних груп населення, оптимізації їх складу та визначенні пріоритетності з урахуванням значу-

щості для досягнення найвищого рівня суспільного благополуччя.

Запропонована нами ознака геополітичної цілісності передбачає пошук компромісного балансу суспільних інтересів, збалансування внутрішніх національних потреб та інтересів з інтересами світового співтовариства, тобто пошук системної ефективності з гарантуванням усе більш і більш високих рівнів участі та представництва під час ухвалення рішень, пошук оптимального балансу між ефективністю та представництвом. На необхідності пошуку такої рівноваги як обов'язкової вимозі до сучасного управління і класичній проблемі, яка виникає в процесі розвитку управління як соціально-економічного явища, зауважував у своїх працях Р. Даль [10].

По-третє, у трактуванні змісту атрибуту «інноваційність» в умовах глобалізації важливо враховувати, що світова економіка під впливом глобалізаційних процесів знаходиться в перманентному стані динамічних змін, що постійно трансформує світову суспільно-економічну систему, а, відповідно, рішення, які мають прийматися на державному, міждержавному, міжнародному та світовому рівнях під час розроблення відповідних політик розвитку, апіорі мають інноваційний характер, є принципово новими, не мали та не мають аналогів у попередній історії розвитку як окремих держав, так і людства у цілому.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, комплекс облігатних атрибутів державної фінансової політики сталого розвитку не є усталеним за складом, а доповнюється в міру зміни умов функціонування фінансово-економічної системи новими ознаками й характеристиками. Тому такі атрибути слід поділяти на традиційні та трансформаційні (або емерджентні). До першої групи належать цілеспрямованість, проблемна орієнтованість, легітимність, комплексність і системність, обґрунтована доцільність та облігатність, до другої – полісуб'єктність, часова, теологічна, праксеологічна і геополітична цілісність, а також інноваційність. Запропонований комплекс облігатних атрибутів державної фінансової політики сталого розвитку є основою для формування науково обґрунтованого визначення відповідного поняття, оскільки містить головні сутнісні ознаки, які мають бути узагальнені у його визначеннях.

Список використаних джерел:

1. Anderson James E. Public Policy Making: An Introduction. Boston : Houghton Mifflin Company, 1984. 352 p.
2. Ботвіна Н.О. Фінансова політика сталого розвитку агросфери : монографія. Київ : ННЦ ІАЕ, 2011. 303 с.
3. Гогвуд Б., Ган Л. Аналіз політики для реального світу. Київ : Основи, 2004. 396 с.
4. Dye R Thomas. Understanding Public Policy. Pearson : Prentice Hall, 2008. 354 p.
5. Східницька Г.В. Фінансова політика сталого розвитку сільських територій. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 1. С. 226–232.
6. Янг Э., Куинн Л. Как написать действенный аналитический документ в сфере государственной политики : практическое пособие для советников по государственной политике в Центральной и Восточной Европе / пер. с англ. Ю.Д. Полянского ; науч. ред. пер. А.И. Килиевич. Киев : К.И.С., 2003. 124 с.
7. Yinger J. Milton. Policy Analysis: A Political and Organizational Perspective. W. I. Jenkins. *American Journal of Sociology*. 1980. № 5. P. 1256–1258.
8. Jenkins William I. Policy Analysis: A Political and Organizational Perspective. New York : St. Martin's Press, 1978. 278 p.
9. Войтович Р.В. Глобальне суспільство як нова форма соціальної організації у сучасних умовах. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/phil0/05vrvosu.pdf> (дата звернення: 16.08.2019).
10. Dahl R. A Democratic Dilemma: System Effectiveness versus Citizen Participation. *Political Science Quarterly*. 1994. Vol. 109. P. 23–24. URL: https://www.jstor.org/stable/2151659?origin=crossref&seq=1#page_scan_tab_contents (дата звернення: 16.08.2019).

References:

1. Anderson James E. (1984) *Public Policy Making: An Introduction* Boston: Houghton Mifflin Company. (in English)
2. Botvina N.O. (2011) *Finansova polityka staloho rozvytku ahrosfery* [Financial policy of sustainable development of the agrosphere]. Kyiv: NNTs IAE. (in Ukrainian)
3. Hogwood B.& Gunn L. (2004) *Analiz polityky dlia real'noho svitu* [Policy Analysis for the Real World]. Kyiv: Osnovy. (in Ukrainian)
4. Dye Thomas R. (2008) *Understanding Public Policy*. Pearson: Prentice Hall. (in English)
5. Skhidnytska H.V. (2015) *Finansova polityka staloho rozvytku sil'skykh terytorij* [The financial policy of sustainable development of rural territories]. *Sustainable development of the economy*, 1(26), 226–232. (in Ukrainian)
6. Young E.& Quinn L. (2003) *Kak napisat' dejstvennyj analiticheskij dokument v sfere gosudarstvennoj politiki: Prakticheskoe posobie dlja sovetnikov po gosudarstvennoj politike v Central'noj i Vostochnoj Evrope* [How to write an effective analytical document in the field of public policy: A practical guide for public policy advisers in Central and Eastern Europe]. Kyiv: K.I.C. (in Russian)
7. Yinger J. Milton (1980) *Policy Analysis: A Political and Organizational Perspective*. W. I. Jenkins. *American Journal of Sociology*. 1980, 5, 1256–1258. (in English)
8. Jenkins William I. (1978) *Policy Analysis: A Political and Organizational Perspective*. New York: St. Martin's Press. (in English)
9. Voitovych R. V. *Hlobalne suspilstvo yak nova forma sotsialnoi orhanizatsii u suchasnykh umovakh* [Global society as a new form of social organization in modern conditions]. Retrieved from: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/phil0/05vrvosu.pdf> (accessed 16 July 2019). (in Ukrainian)
10. Dahl R. (1994) *A Democratic Dilemma: System Effectiveness versus Citizen Participation*. *Political Science Quarterly*. 109, 23–24. Retrieved from: https://www.jstor.org/stable/2151659?origin=crossref&seq=1#page_scan_tab_contents (accessed 16 July 2019). (in English)

E-mail: boyarko@ukr.net

УДК 338.43:631.151.2:634

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.21>

Уланчук В.С.

доктор економічних наук, професор,
Уманський національний університет садівництва

Жарун О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Уманський національний університет садівництва

Тупчії О.С.

кандидат економічних наук, старший викладач,
Уманський національний університет садівництва

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ САДІВНИЦТВА

У статті розкрита сутність поняття інтенсифікації виробництва та її значення в розвитку виробництва продукції садівництва та обґрунтовано особливості інтенсифікації садівництва. Запропоновано авторський підхід до визначення сутності поняття «інтенсивний розвиток садівництва в сільськогосподарських підприємствах». Дослідження проводилося із застосуванням методів теоретичного узагальнення та порівняння, аналізу і синтезу. Зазначені методи дали можливість систематизувати наукові погляди на сутність інтенсифікації виробництва, забезпечили проведення змістовного аналізу наукових підходів до визначення та уточнення на їх основі сутності інтенсифікації виробництва. Сьогодні існує різноманіття точок зору на сутність ідентифікації, що в свою чергу свідчить про те, що процес формування теорії інтенсифікації виробництва ще не завершено.

Ключові слова: інтенсифікація, інтенсивність, садівництво, ресурсозбереження, інтенсивний розвиток, інновації, науково-технічний прогрес.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУТЬ ИНТЕНСИФИКАЦИИ САДОВОДСТВА

Уланчук В.С., Жарун Е.В., Тупчий О.С.

В статье раскрыта сущность понятия интенсификации производства и его значение в развитии производства продукции садоводства и обоснованы особенности интенсификации садоводства. Предложен авторский подход к определению сущности понятия «интенсивное развитие садоводства в сельскохозяйственных предприятиях». Исследование проводилось с применением методов теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза. Указанные методы позволили систематизировать научные взгляды на сущность интенсификации производства, обеспечили проведение содержательного анализа научных подходов к определению и уточнению на их основе сущности интенсификации производства. Сегодня существует многообразие точек зрения на сущность интенсификации, в свою очередь свидетельствует о том, что процесс формирования теории интенсификации производства еще не завершено.

Ключевые слова: интенсификация, интенсивность, садоводство, ресурсосбережения, интенсивное развитие, инновации, научно-технический прогресс.

ECONOMIC ESSENCE OF HOSPITAL INTENSIFICATION

Ulanчук Volodymyr, Zharun Olena, Tupchii Oksana

The article reveals the essence of the production intensification concept and its importance for the production development of horticultural products. The horticulture intensification features are substantiated. It is proposed the authorial approach to defining the essence of the concept "intensive development of horticulture in agricultural enterprises". Ukraine's movement through European integration requires the creation of a competitive national economy as a necessary condition for economic growth. Instability in the external economic space, the effects of crisis phenomena, changes in the market conditions and, as a consequence, the intensification of the macroeconomic environment factors influence make the functioning of domestic enterprises more complicate, that further effects on the final result of their activity. Production intensification should be considered as one of the prerequisites for successful introduction of the domestic economy into the sustainable development trajectory. The correct choice of priority directions of production intensification is impossible without understanding the essence of such intensification, which necessitates the further development of theoretical and methodological foundations of this concept. The purpose of the article is to summarize the theoretical and methodological approaches to determining the essence of production intensification and the further development of this economic category, taking into account the methodology and practice of managing the processes of industrial production intensification. The study was conducted using the methods of theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis. These methods made it possible to systematize scientific views on the essence of production intensification in addition they provided a meaningful analysis of scientific approaches to the definition and clarification of the production intensification essence on their basis. In recent years, there are a variety of perspectives on the identification essence, which, in its turn, indicates that the forming process of the production intensification theory has not been completed yet. Complex socio-economic changes occurring at the current stage of socio-economic transformations in Ukraine require the introduction of effective mechanisms for economic growth. Taking as a purpose the socio-economic development of Ukraine in raising the quality of the population life, creating a favourable environment, preserving socio-political stability and ensuring national security and defence, the regulation of the economy must take place, first of all, in the direction of an intensive way of the industrial complex development. It is obvious that the intensification of industrial production at the macroeconomic level is an element of a more complex systematic process – the intensification of the national economic complex. In its turn, the intensification of industrial production at the microeconomic level is also a systemic process, the components of which are the functional modules intensification processes of production as a system. Further research in issue of the industrial production intensification should focus on the identification, meaningful study and thorough analysis of key factors and trends in the intensification of industrial production.

Keywords: intensification, intensity, horticulture, resource conservation, intensive development, innovation, scientific and technological progress.

Постановка проблеми. В умовах сучасної глобалізації світової економіки інтенсифікація виробництва в Україні є основним і цілком об'єктивним процесом, адже соціальні й економічні реалії ставлять перед сільськогосподарськими підприємствами завдання отримати найбільшу кількість продукції за умови обмеженості та поступового скорочення земель сільськогосподарського призначення. Сучасні тенденції розвитку промислового садівництва свідчать про відсутність чіткої позитивної динаміки процесів галузі в аграрній сфері. Процес деспеціалізації садівничих підприємств, погіршення їх матеріально-технічного забезпечення, а відтак, порушення технологічного процесу впливає на подальший розвиток цієї галузі. Тому збіль-

шення виробництва плодів і ягід нині можливе лише через підвищення як продуктивності кожного гектара землі, зокрема багаторічних насаджень, так і продуктивності праці. За таких умов для України після приєднання до СОТ питання інтенсифікації в сільськогосподарських підприємствах, постало ще більш гостро, адже досягнення конкурентоспроможності із країнами членами СОТ, можливо досягнути лише за умови високого рівня інтенсивності виробництва, як найбільш ефективного напрямку розвитку виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підвищенню ефективності розвитку агропромислового комплексу та дослідженню інтенсифікації виробництва присвячено багато наукових праць вітчизняних

і зарубіжних вчених. Значний внесок в розробку концептуальних положень проблеми зробили українські економісти-аграрники: В. Андрійчук, Ю. Мельник, П. Гайдучий [1], О. Гудзинський, В. Гаркавий, В. Месель-Веселяк, П. Саблук, В. Уланчук, В. Юрчишин та інші. Основна більшість авторів зводить економічне зростання до збільшення обсягів виробництва і забезпечення його стабільності, що не в повній мірі відповідає змісту інтенсифікації.

Метою статті є дослідити та проаналізувати існуючі підходи щодо визначення інтенсифікації виробництва й інтенсивного розвитку виробництва та з'ясувати економічну сутність поняття «інтенсивний розвиток садівництва в сільськогосподарських підприємствах».

Виклад основного матеріалу. Інтенсифікація виробництва – ключ до ефективності сільського господарства. Зокрема в садівництві – це підвищення врожайності за рахунок породно-сортового складу насаджень ефективного використання всіх видів добрив, впровадження науково обґрунтованої, добре продуманої системи садівництва, яка в повній мірі враховує природно-кліматичні умови кожної зони й області, району, кожного господарства.

Ми підтримуємо думку К. Маркса щодо обґрунтування класичного визначення сутності інтенсифікації: «...в економічному значенні під інтенсивною культурою ми розуміємо не що інше, як концентрацію капіталу на одній і тій самій земельній площі, замість розподілу його між земельними ділянками, які лежать поруч» [6, с. 227].

Проблемам розвитку інтенсивного виробництва продукції приділяли увагу представники західноєвропейської класичної політичної економії – А. Сміт, Д. Рікардо та інші. Д. Рікардо довів «зв'язок людської праці і впливу родючості ґрунтів на створення результатів господарської діяльності» [6, с. 42]. А. Сміт вважав «основним джерелом доходів держави не лише землю, але й працю і капітал» [6, с. 267]. Здійснення економічних досліджень для розширеного аграрного виробництва пояснювалися обмеженням ресурсів.

Розрізняють два типи економічного відтворення: просте та розширене. Просте відтворення характеризується процесом виробництва та випуском створених благ, що здійснюється щорічно у незмінному масштабі (здійснюється переважно за незмінних технологій). Розширене відтворення ґрунтується на відновленні процесу виробництва в зростаючих розмірах (переважно за більш досконалих технологій).

У працях класиків марксизму обґрунтовано, що сільськогосподарське відтворення може здійснюватися двома шляхами: екстенсивно, «якщо розширюється тільки поле виробництва», та інтенсивно, «якщо застосовуються більше ефективні засоби виробництва».

Екстенсивний шлях відтворення полягає у зміні кількісних параметрів сільськогосподарського виробництва, за рахунок розширення посівних площ чи нарощування поголів'я, інтенсивний – на якісних змінах засобів аграрного виробництва та організаційних структур, за рахунок підвищення економічної родючості ґрунту та застосування ефективніших засобів виробництва. В процесі дослідження типів економічного зростання, на нашу думку, інтенсивний та екстенсивний розвиток здебільшого переплітаються й залежно від обставин трансформуються з одного виду

в інший. Тобто одні й ті ж фактори чинники за відповідних обставин забезпечуватимуть інтенсивний, а в іншому разі – екстенсивний характер розвитку сільськогосподарського виробництва. Слід підкреслити, що з позиції сучасності викликає сумнів обґрунтованість досліджень радянських та західноєвропейських економістів-аграрників, що спонукає до власного трактування економічної сутності багатогранного процесу – інтенсифікації. Проте принципів положення про матеріальну основу інтенсифікації – додаткові капітальні вкладення в одиницю земельної площі – були висвітлені достатньо чітко.

Стосовно інтенсифікації сільськогосподарського виробництва, що ґрунтується на розширеному відтворенні земельної площі та є об'єктивним процесом, зумовленим новітнім науково-технічним прогресом та удосконаленням організації суспільного виробництва. Проте для стабілізації та підвищення рентабельності сільськогосподарського виробництва в сучасних умовах цього недостатньо. Вважаємо, що необхідно реалізувати комплексну систему організаційних, економічних, юридичних, технічних важелів, які передбачають концентрацію, поглиблену спеціалізацію, розвиток інноваційної інфраструктури, реконструкцію, модернізацію матеріально-технічної бази, підвищення кваліфікації працівників, фінансову підтримку аграрних виробників з боку держави.

Сутність інтенсифікації сільськогосподарського виробництва трактується через збільшення виходу продукції з одиниці земельної площі, що досягається кращим використанням земельних ресурсів й не обов'язково за рахунок збільшення капіталовкладень. З такою позицією щодо сутності інтенсифікації ми не погоджуємося, оскільки земельні ресурси мають вичерпний запас та потребують додаткових вкладень на підвищення їх родючості. Крім того, рівень інтенсифікації виробництва залежить не лише від обсягу капіталовкладень, але й від одержаного.

Інтенсифікація – це один із найбільш ефективних засобів виходу сільськогосподарських підприємств з критичного стану, відновлення соціально-економічного розвитку суспільного аграрного виробництва. Він розглядає інтенсифікацію послідовну і непослідовну, раціональну й нераціональну, що розширює суть та поняття процесу інтенсифікації виробництва в сучасних умовах господарювання. Такий погляд спонукав вчених до поглибленого вивчення інтенсифікації, як особливої форми розширеного відтворення, сутність якого передбачає врахування не лише інвестицій в основний капітал, а й низки факторів, пов'язаних з розвитком науково-технічного прогресу.

Я.І. Гацура зазначає, що інтенсифікація – це процес розвитку сільськогосподарських підприємств як форми розширеного відтворення за умови, що приріст продукції одержать на основі якісних сучасних перетворень виробництва, вдосконалення ресурсної бази, технології, форми організації праці і виробництва [2]. Мета інтенсифікації полягає в нарощуванні обсягів виробництва продукції, що досягається за рахунок збільшення капітальних вкладень та інших ресурсів. Науковці зазначають, що інтенсифікація сільськогосподарського виробництва ґрунтується на ефективному використанні засобів виробництва, ощадливому ставленні до виробничих ресурсів, широкому впровад-

женні і збільшенні кількості сучасної техніки й передових технологій.

Збільшення кількості новітньої техніки й технологій не спроможне забезпечити ефективних результатів, якщо не створити необхідні соціально-економічні, матеріальні й моральні стимули, які активізують творчу діяльність людини й забезпечуватимуть заінтересованість у результатах праці. Враховуючи вищесказане, інтенсифікацію виробництва вбачаємо у впровадженні інноваційних перетворень на основі використання новітньої техніки або технологій й рівня фаховості висококваліфікованих працівників.

Цілком слушною є думка В. Свободіна та М. Свободіної про інтенсифікацію виробництва, що відображає розвиток інфраструктури, поліпшення кадрового складу, а тому їх недосконалість призводить до штучної затримки подальшої механізації виробничих процесів й інтенсифікації галузі [8]. Поділяємо цю думку, оскільки низькокваліфікований кадровий склад й наявність сучасної техніки або технологій призведуть до низької ефективності виробництва, й навпаки, працюючи на застарілому спеціалізованому обладнанні високоякісний персонал не спроможний підвищити дохідність та рентабельність виробництва.

Ю. Нестерчук та О. Тупчий трактують інтенсифікацію як об'єктивний процес збільшення виходу продукції з тієї самої земельної площі за рахунок раціонального, ефективного ведення сільського господарства [7]. Але можливість придбання сучасної продуктивної техніки зводиться практично до нуля внаслідок низької платоспроможності підприємств. Тому вирішення цієї проблеми, на наш погляд, пов'язане із забезпеченням вигідних для товаровиробника лізингових умов для придбання техніки та технологій або ж активізації інтеграційних процесів.

В процесі дослідження суті інтенсифікації сільськогосподарського виробництва та у вимірі її показників у поглядах вчених виявлено деякі відмінності. Зокрема, Шестопаля О.М., Рульєв В.А., Кондратенко П.В. наголошують у своїх працях, що інтенсифікація – процес, при якому зростають витрати засобів виробництва і праці на одиницю земельної площі. Проте наведену думку не підтримуємо, зауважуючи, що капітальні вкладення та витрати можна збільшувати, але гранична межа їх збільшення є вирівнюванням динаміки економічного ефекту, тобто вкладати треба доти, поки є віддача [10].

Ототожнення сутності інтенсифікації садівництва зі збільшенням виходу продукції з одиниці плодоносного саду суперечить марксистській теорії інтенсифікації, оскільки в такому випадку ігнорується причинно-наслідковий зв'язок, тому що вихід продукції є результатом здійснюваних капітальних вкладень. Однак зводити процес інтенсифікації садівництва тільки до збільшення виробничих витрат (капітальних вкладень) передбачає звуження самого поняття інтенсивності, через те, що даний процес не можна назвати прогресивним явищем, якщо він не супроводжується зростанням обсягів виробництва продукції садівництва.

Ф. Ердеї, Л. Чете та Я. Маргон стверджують, що «...єдино правильно розглядати проблему інтенсивності у світлі аналізу потрійного взаємозв'язку земля – витрати – продукція й враховувати не тільки співвідношення земельної площі й виходу продук-

ції або земельної площі й витрат, але й врахувати взаємозв'язок витрат і виходу продукції» [5, с. 60]. Слушною є думка О.М. Шестопаля, розглядати процес інтенсифікації в садівництві в такій послідовності: витрати – земля (насадження) – продукція (ефект) [10].

Таким чином, між рівнем інтенсивності виробництва плодів та ягід, в основу якого покладені виробничі витрати й обсяг функціонуючих основних засобів в садівництві, площею плодоягідних насаджень та результатами виробництва існує тісний зв'язок. Вважаємо, що такий зв'язок характеризує сутність інтенсифікації садівництва та її економічну ефективність. Зокрема, критерій рівня інтенсивності садівництва, поряд з обсягом основних виробничих засобів в садівництві й витрат на виробництво (без амортизаційних відрахувань), являє собою одержання більшої кількості високоякісної плодоягідної продукції з одиниці площі плодоносного саду та зниження затрат праці й виробничих витрат у розрахунку на її одиницю.

Інтенсивний чи екстенсивний розвиток садівництва передусім характеризується змінами типів багаторічних насаджень. Категорія «тип насаджень» складається з таких форм крони: дерев, ягідних кущів, схеми їх розміщення, виду підщепи, сорто-підщепних комбінацій, наявності опор тощо. На основі досвіду країн світу переконливо обґрунтовано, що типи плодкових та ягідних насаджень під впливом низки організаційно-економічних умов постійно змінюються. Найбільш прикметною особливістю цих змін нині є направленість на послідовне скорочення ротації багаторічних насаджень, прискорення вступу їх у плодоношення й скорочення тривалості етапу продуктивного використання [1; 3].

Важлива особливість садівництва, яку необхідно враховувати при визначенні ефективності виробництва, це та обставина, що основними засобами виробництва в садівничих підприємствах виступають багаторічні насадження, які одночасно являють собою предмети праці. У зв'язку з цим, процес виробництва в садівництві характеризується однією з важливих особливостей – між витратами виробництва і виходом продукції, крім землі, знаходяться живі основні засоби і предмети праці, які розвиваються на основі біологічних законів. Інша особливість садівництва – у сільськогосподарських підприємствах вирощується різноманітна продукція, якість і видовий склад якої визначається породно-сортовою структурою. Вирощена продукція, її споживчі якості й економічна ефективність вирішальною мірою залежить від породних особливостей культур і сортів, відповідних ґрунтово-кліматичних умов, біологічного складу, основних засобів виробництва [4, с. 25–27].

Основною особливістю сучасного інтенсивного саду є збільшення кількості дерев на одиницю площі, зниження висоти дерев, параметрів їх крони й зони плодоношення [1]. Дослідження показують, що саме інтенсивний сад на слаборослих підщепах є найприбутковішим типом промислового саду на основі швидкоплідності, високої продуктивності та якості продукції.

Слід зауважити, що однією з особливостей інтенсифікації садівництва є підвищення економічної ефективності відповідно до рівня витрат енергоресурсів. Тому енергетична ефективність продукції вважається одним із важливих критеріїв оцінки ефективності використання засобів виробництва й праці, а також

надійно обґрунтовує ресурсозберігаючі технології в промисловому садівництві. Енергомісткість продукції садівництва оцінюється сукупними витратами енергії на одиницю виробленого обсягу продукції й визначається відповідно в енергетичних еквівалентах – джоулях (дж), або калоріях.

Інтенсифікацію садівництва вчені економісти трактують, як економічно доцільне збільшення матеріально-грошових витрат на площу плодючих насаджень із метою одержання найбільшої кількості продукції при мінімальних витратах праці й засобів на її одиницю з одночасним підвищенням ефективності галузі.

Обґрунтовуючи сутність інтенсифікації у сільськогосподарських підприємствах, її не можна зводити лише до простої концентрації інвестицій (капітальних вкладень) і виробничих витрат на одиниці земельної площі. В такому разі цей процес характеризував би механічне збільшення витрат виробничих ресурсів без об'єктивного врахування зміни умов виробництва та його результатів.

Висновки. Узагальнюючи вищевикладене вважаємо, що під інтенсифікацією слід розуміти послідовний процес концентрації на основі науково-технічного прогресу уречевленої й живої праці на одну й ту ж одиницю земельної площі, спрямований на збільшення кількості високоякісної продукції й на підвищення ефективності її виробництва. На нашу думку, така інтенсифікація є ресурсозберігаючою, бо вона передбачає більш високі темпи зростання обсягу продукції з одиниці земельної площі порівняно із зростанням сукупних затрат уречевленої й живої праці на цю ж саму площу.

Відповідно до вищесказаного запропоновано визначення поняття «інтенсивний розвиток садівництва в сільськогосподарських підприємствах», під яким слід розуміти комплекс організаційно-економічних, правових, технічних й технологічних заходів, спрямованих на реконструкцію, модернізацію матеріально-технічної бази, розвиток селекційної роботи, підвищення кваліфікації працівників та досягнення на цій основі збільшення й підвищення якості продукції садівництва в сільськогосподарських підприємствах.

Список використаних джерел:

1. Гайдуцький П.І. Економічні взаємовідносини АПК в умовах ринку. Київ : Вища школа, 1992. 191 с.
2. Гацура Я.І. Методологічні положення інтенсифікації аграрного виробництва на інноваційній основі. *Економіка АПК*. 2001. № 9. С. 65–70.
3. Економічний сільськогосподарський словник. Київ : Урожай, 1975. 280 с.
4. Емельянов А. Интенсивное развитие агропромышленного комплекса. Москва : Агропромиздат, 1987. 196 с.
5. Эрдеи Ф., Чете Л., Мартон Я. Интенсификация сельского хозяйства: пер. с венг. Москва : Прогресс, 1967. 89 с.
6. Маркс К. Капитал, т. III, ч. 2. Соч. 2 изд. т. 25. ч 2. Москва : Изд-во полит. лит-ры, 1984. 551 с.
7. Нестерчук Ю.О., Тупчий О.С. Эффективный розвиток садівництва на основі оптимізації сортової структури багаторічних насаджень. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 9(183). С. 372–382.
8. Свободин В., Свободина М. Интенсификация и воспроизводство сельского хозяйства. *Международный сельскохозяйственный журнал*. 1998. № 2. С. 48–53.
9. Шестопаль О.М. Віддача інтенсивного саду. Київ : Товариство «Знання» УРСР, 1990. 48 с. (Сер. 9 «Земля і люди»; № 2).
10. Шестопаль О.М., Рудьєв В.А., Кондратенко П.В. Економіка та організація промислового садівництва України. За ред. д-ра економічних наук О.М. Шестопалья, ІС УААН. Київ : ННЦ ІАЕ, 2010. 334 с.

References:

1. Haidutskyi, P.I. (1992) Ekonomichni vzaiemovidnosyny APK v umovakh rynku. Kyiv: Vyshcha shkola. (in Ukrainian)
2. Hatura, Ya.I. (2001) Metodolohichni polozhennia intensyfikatsii ahrarnoho vyrobnytstva na innovatsiinii osnovi. *Ekonomika APK*, 9, 65–70. (in Ukrainian)
3. Ekonomichniyi silskohospodarskyi slovnyk (1975). Kyiv: Urozhai. (in Ukrainian)
4. Yemelyanov, A. (1987) Intensivnoye razvitiye agropromyshlennogo kompleksa. Moskva: Ahropromyzdat. (in Russian)
5. Erdei, F., Chete, L., Marton, Ya. (1967) Intensifikatsiya selskogo hoziaistva. Moskva: Progress. (in Russian)
6. Marks, K. (1984). Kapital, Vol. 2. Moskva: Izd-vo polit. lit-ry. (in Russian)
7. Nesterchuk, Yu.O., Tupchii, O.S. (2016) Efektyvnyi rozvytok sadivnytstva na osnovi optymizatsii sortovoi struktury bahatorichnykh nasadzhen. *Aktualni problemy ekonomiky*, 9(183), 372–382. (in Ukrainian)
8. Svobodin, V., Svobodina, M. (1998) Intensifikatsiya i vosproizvodstvo selskogo khoziaistva. *Mezhdunarodnyi sel'skokhoziaistvennyi zhurnal*, 2, 48–53. (in Russian)
9. Shestopal, O.M. (1990) Viddacha intensyvnoho sadu. Kyiv: Tovarystvo «Znannia» URSR. (in Ukrainian)
10. Shestopal, O.M., Rudiev, V.A., Kondratenko, P.V. (2010) Ekonomika ta orhanizatsiia promyslovoho sadivnytstva Ukrainy. Kyiv: NNTs IAE. (in Ukrainian)

E-mail: zharun.l@ukr.net

УДК 331.103:331.108.27

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.22>

Хитра О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ДАУНСАЙЗИНГУ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянута специфіка розробки стратегії управління персоналом в аспекті оптимізації чисельності працівників у кризових умовах. У процесі управління вивільненням персоналу запропоновано застосувати технологію даунсайзингу, що передбачає зменшення виробничих потужностей підприємства відповідно до потреб і ринкових можливостей та, відповідно, оптимізацію чисельності працівників з досягненням економії на витратах. Проаналізовано основні підходи до розуміння змісту поняття “даунсайзинг”, що дозволило з’ясувати переваги і можливі ризики застосування відповідної технології у роботі з персоналом. На основі узагальнення зарубіжного досвіду визначені альтернативи даунсайзингу, що дозволяють пом’якшити процедуру скорочення та уникнути погіршення соціально-психологічного клімату в колективі. Обґрунтовано доцільність поєднання даунсайзингу з технологіями запозиченої праці, зокрема аутстафінгом, лізингом персоналу, підбором тимчасового персоналу, а також програмою аутплейсменту та розроблено структурно-логічну схему застосування даунсайзингу в антикризовій стратегії управління персоналом.

Ключові слова: аутплейсмент, аутстафінг, вивільнення персоналу, даунсайзинг, запозичена праця, лізинг персоналу, стратегія управління персоналом.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДАУНСАЙЗИНГА ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Хитрая Е.В.

В статье рассмотрена специфика разработки стратегии управления персоналом в аспекте оптимизации численности работников в кризисных условиях. В процессе управления высвобождением персонала предложено применять технологию даунсайзинга, предусматривающую уменьшение производственных мощностей предприятия в соответствии с потребностями и рыночными возможностями и, соответственно, оптимизацию численности работников с достижением экономии на издержках. Проанализированы основные подходы к раскрытию содержания понятия “даунсайзинг”, что позволило выявить преимущества и возможные риски применения соответствующей технологии в работе с персоналом. На основе обобщения зарубежного опыта определены альтернативы даунсайзингу, позволяющие смягчить процедуру сокращения и избежать ухудшения социально-психологического климата в коллективе. Обоснована целесообразность сочетания даунсайзинга с технологиями заимствованного труда, в частности аутстафтингом, лизингом персонала, подбором временного персонала, а также программой аутплейсмента и разработана структурно-логическая схема применения даунсайзинга в антикризисной стратегии управления персоналом.

Ключевые слова: аутплейсмент, аутстафтинг, высвобождение персонала, даунсайзинг, заимствованный труд, лизинг персонала, стратегия управления персоналом.

APPLICATION OF DOWNSIZING TECHNOLOGY FOR THE IMPLEMENTATION OF THE PERSONNEL MANAGEMENT STRATEGY

Khytra Olena

The article deals with the specifics of a personnel management strategy development in terms of optimizing the number of employees in crisis. The economic crisis is forcing domestic enterprises to reduce production volumes, make changes to their organizational structure, revise their financing strategy and adapt to new conditions of competition in the markets. Due to the defining role of human resource management among other functional and special strategies of the enterprise, it first of all requires a significant adjustment in the conditions of diminishing activity. In the process of personnel dismissal management, it has been proposed to use downsizing technology, which involves reducing the production capacity of the enterprise in accordance with the needs and market opportunities and, accordingly, optimizing the number of employees to achieve cost savings. The basic approaches to understanding the content of the concept of “downsizing” have been analyzed, which allowed us to find out the advantages and possible risks of using the appropriate technology in the work with personnel. A structural and logical scheme of the application of downsizing in anti-crisis management strategy of personnel management has been elaborated in the article. Having generalized overseas experience alternatives to downsizing have been identified, which help to mitigate the reduction process and avoid the deterioration of the social and psychological climate

in the team. The expediency of combining the downsizing with the forms of borrowed work have been grounded, which makes it possible to maintain the labor relations with employees and to consider the prospects of their return to the state of the enterprise, provided the situation improves. Since classic downsizing does not provide for motivational, anti-stress and communication functions, it should be complemented by an outplacement program, which means giving redundant workers psychological support and assistance in further employment. A properly organized downsizing process should in no way cause negative attitudes or frustrations in the chosen profession, but, on the contrary, motivate employees to self-educate, improve their skills and constantly develop themselves. The financial resources released through downsizing should, among other things, be directed at improving work with the staff in future periods of activity.

Keywords: *outplacement, outstaffing, staff release, downsizing, borrowed work, personnel leasing, personnel management strategy.*

Постановка проблеми. Під стратегією управління персоналом розуміють специфічний набір основних принципів, правил і цілей роботи з персоналом, конкретизований з урахуванням типів організаційної стратегії, організаційного і кадрового потенціалу, а також типу кадрової політики [1, с. 228]. Будучи однією з функціональних стратегій, стратегія управління персоналом сприяє досягненню головної мети організації, розвиваючи та деталізуючи її через опрацювання найважливіших кадрових питань. Крім стратегії розвитку організації, на вибір цілей стратегічного управління персоналом впливають: зовнішнє середовище (профспілки, законодавство, ринок праці); внутрішнє середовище (становище організації, наявність досвідчених кадрів, цінності корпоративної культури, достатність ресурсів); організаційне оточення (зокрема, конкуренти та інші стейкхолдери). Відображенням стратегії управління персоналом є бюджет витрат на персонал, а також практики, політики і процедури компанії.

Особливого значення стратегія управління персоналом набуває в умовах кризи, що характеризується факторами дефіциту часу, зниження керованості, конфліктності інтересів, високого ступеня невизначеності і ризику, тиску зовнішнього середовища, зниження конкурентоспроможності, порушення балансу влади [2, с. 167]. Криза часто спонукає керівництво підприємства до пошуку шляхів економії на різних статтях витрат і, відповідно, скорочення персоналу. Водночас, основне ідеологічне кредо антикризової стратегії – виживання з найменшими втратами кадрового потенціалу та забезпечення максимально можливого соціального захисту працівників [2, с. 169]. Тому актуальним є питання обрання оптимальної стратегії для управління вивільненням персоналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що теоретико-методологічні і прикладні аспекти розробки та впровадження стратегії управління персоналом опрацьовуються багатьма вченими, серед яких: О.В. Сардак [1], В.К. Данилко та О.І. Гриценко [2], Д.Ю. Мамошенко [3] та ін. Систематизацію технологій управління людськими ресурсами виконали Л.Є. Довгань, Л.Л. Ведута і Г.А. Мохонько [4]. Даунсайзинг як інструмент управління змінами в умовах економічної кризи різнобічно досліджується такими науковцями, як О.Г. Старинець [5], Н.В. Левкін [6], О.П. Пашенко [7]. Т.С. Обиденнова [8] досліджує роль даунсайзингу в системі менеджменту персоналу.

Разом з тим, недостатньо обґрунтованим у науковій літературі є місце технології даунсайзингу в процесі коригування стратегії управління персоналом підприємства в умовах кризи, що обумовлює зменшення фінансових можливостей, скорочення масштабів

виробництва, внесення змін до організаційної структури, адаптацію до нових умов конкуренції на ринках.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є обґрунтування доцільності застосування технології даунсайзингу в стратегії управління персоналом, орієнтованій на оптимізацію чисельності працівників (структури робочих місць) та економію витрат на утримання персоналу в умовах економічної кризи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія являє собою загальну концепцію досягнення головної мети організації та вмілого розв'язання поставлених перед нею проблем з урахуванням раціонального розподілу необхідних для цього обмежених ресурсів (у тому числі людських). Для успішного функціонування кожна організація повинна розробляти різні стратегії, що підпорядковуються генеральній (рис. 1).

Знаходження оптимального співвідношення між стратегією розвитку організації і стратегією управління персоналом відповідно до наявних ресурсів, компетенцій персоналу, його ідей, амбіцій, ініціативності є ключовим чинником, що визначає конкурентоспроможність і ефективність функціонування організації в умовах ринку. Управління персоналом на стратегічному рівні дозволяє одночасно враховувати цілі розвитку підприємства, трансформацію його зовнішнього середовища в цілому і ринку праці зокрема, виявляти зміни потреби підприємства в трудовому потенціалі і при цьому дотримуватися принципу довгострокових зв'язків працівників з підприємством та орієнтації на їхній особистісний розвиток [3, с. 51–52].

Основними формами функціональних стратегій управління персоналом є стратегія функціонування і стратегія розвитку (рис. 2). Стратегія функціонування пов'язана з поведінкою організації на ринку (стратегії лідерства у низьких витратах, диференціації або фокусування), а стратегія розвитку – з діяльністю організації на ринку (стратегії зростання, помірного зростання, скорочення); у цьому випадку її об'єктом є потенціал та конкурентні переваги.

Одним з важливих критеріїв вибору стратегії управління персоналом є життєвий цикл організації. Зокрема, на стадії кризи стратегія акцентує увагу на діагностиці кадрового потенціалу, підтримці реорганізації, проведенні оптимального аутплейсменту і розв'язанні конфліктів. Ключовими питаннями роботи з персоналом стають: управління витратами (досягається скорочення фонду оплати праці в цілому і зменшення рівня заробітної плати працівників за категоріями, скорочення додаткових виплат соціального характеру тощо);

оптимізація чисельності працівників (кожен співробітник оцінюється з огляду на його корисність для



Рис. 1. Логіка зв'язку стратегії управління персоналом з генеральною, спеціальними та функціональними стратегіями підприємства

організації; заохочується достроковий вихід на пенсію; практикуються масові звільнення; для цінних співробітників створюється індивідуальна стратегія мотивування); адаптація персоналу до нових умов (проводиться робота з розв'язання конфліктів, організується навчання, надається психологічна допомога співробітникам).

На стадії кризи часто відбувається вивільнення персоналу, що передбачає комплекс заходів щодо розірвання трудових відносин з працівниками з причин економічного, організаційного, технологічного або інституційного характеру, що реалізується з метою підвищення продуктивності, ефективності і /або конкурентоспроможності організації [4, с. 436].

Однією з сучасних технологій вивільнення персоналу під час кризи є даунсайзинг (від англ. "downsizing" – "зменшення розмірів") – зменшення розміру підприємства для підвищення ефективності функціонування та скорочення витрат за рахунок статей на адміністративні витрати з утримання персоналу. Нині цей метод все частіше називають більш коректним терміном – райтсайзинг (від англ. "rightsizing" – "доведення до потрібних розмірів").

Найчастіше в літературі, присвяченій антикризовому управлінню, даунсайзинг розглядається як зменшення виробничих потужностей і чисельності виробничого й управлінського персоналу підприємства відповідно до потреб і ринкових можливостей. Використання цього методу дозволяє адаптуватися до умов внутрішнього та зовнішнього середовища, з одного боку, суттєво скорочуючи постійні витрати і собівартість продукції, а з іншого – підвищуючи ефективність, конкурентоздатність і платоспроможність [5, с. 89].

Також існує визначення, згідно з яким даунсайзинг визначається як комплекс заходів (стратегій), пов'язаних з оптимізацією розмірів організації за рахунок проведення більш ефективної HR-діяльності,

перетворення структури підприємства, зміни ключових цілей і робочих процесів [6; 7, с. 175]. Інколи даунсайзинг розглядається як складова реінжинірингу. Втім, даунсайзинг не обов'язково пов'язаний з упровадженням бізнес-процесів; даунсайзингові заходи можуть проводитися і в рамках традиційної ієрархічної структури; особливе місце в даунсайзингу відводиться політиці скорочення робочих місць [4, с. 444–445].

Т.С. Обиденнова трактує даунсайзинг як сукупність заходів, спрямованих на зменшення розмірів підприємства в усіх його сферах відповідно до вимог зовнішнього середовища, наслідками чого буде зниження витрат та отримання "вільних" фінансових ресурсів, які можна застосувати на термінові заходи щодо запобігання кризам та утримання позицій на ринку [8, с. 184].

У зарубіжній літературі склалися два підходи до визначення даунсайзингу. Прихильники першого, розширеного, підходу розуміють його як комплекс заходів, пов'язаних зі скороченням витрат виробництва, ліквідацією робочих місць, зменшенням рівнів управлінської ієрархії або зміною системи організації виробництва. Прихильники другого підходу під даунсайзингом розуміють стратегію поліпшення фінансового стану підприємства і зниження витрат виробництва шляхом скорочення чисельності персоналу. З погляду прихильників розширеного підходу, це є лише одним з можливих напрямів реалізації даунсайзингу і називається "workforce downsizing" [4, с. 443–444].

Отже, в управлінні персоналом даунсайзинг розглядається як сукупність заходів зі зменшення чисельності різних категорій персоналу шляхом оптимізації робочих місць і виробничих операцій за результатами комплексного об'єктивного оцінювання персоналу, його кваліфікаційних характеристик.

Згідно з комплексним підходом, даунсайзинг охоплює: 1) стратегію звільнення; 2) стратегію зміни

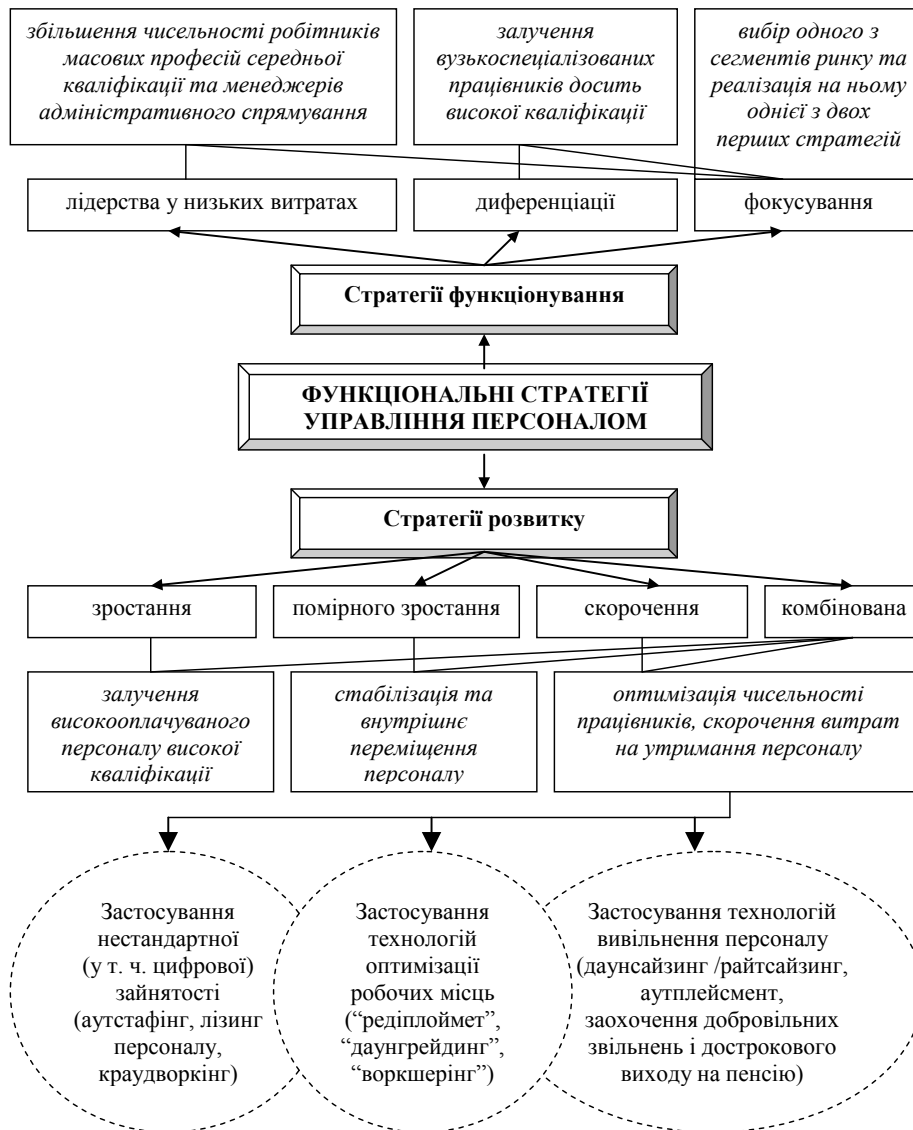


Рис. 2. Місце технологій вивільнення персоналу серед функціональних стратегій управління персоналом підприємства

оргструктури (зменшення управлінських рівнів і /або бізнес-процесів); 3) комплексну стратегію системних змін, що складається зі стратегій зміни логістики, маркетингу, відносин зі стейкхолдерами [4, с. 445]. Під час планування даунсайзингу необхідно враховувати такі особливості діяльності підприємства, як: життєва стадія розвитку, стратегічні орієнтири, місія, попит на продукцію та бажані конкурентні переваги. З огляду на це, доцільно розглядати даунсайзинг в управлінні персоналом не як скорочення персоналу, а як оптимізацію його якісного і кількісного складу шляхом удосконалення кадрової політики [8, с. 187].

На основі систематизації розглянутих вище положень нами розроблена структурно-логічна схема застосування даунсайзингу в антикризовій стратегії управління персоналом (рис. 3).

Позитивними результатами даунсайзингу в системі управління персоналом вважаються: мінімізація витрат; поліпшення фінансового стану; підвищення ефективності та оперативності виконання завдань; скорочення кількості рівнів управління і, відповідно, під-

вищення організаційної гнучкості; більш раціональне використання персоналу; підвищення конкурентоспроможності підприємства [8, с. 185]. О.П. Пашенко до переваг даунсайзингу також зараховує: сприяння зміні конфігурації організації; перетворення стратегічних, тактичних та оперативних цілей; активізацію роботи профспілок; зміни у роботі менеджерів з підлеглими (з посиленням соціально-психологічного акценту) [7, с. 176].

Але даунсайзинг може сприйматися і як негативне явище. Особливо це характерно для національних культур з українським ставленням до безробіття. В компаніях таких країн даунсайзинг проводиться "м'якими" методами. Якщо ж звільнення неминучі, негативні наслідки компенсуються сильною соціальною політикою держави.

Слід враховувати, що застосування даунсайзингу може спровокувати низку негативних реакцій з боку персоналу, до яких належать: неприйняття персоналом змін на підприємстві; погіршення соціально-психологічного клімату; висока ймовірність конфліктних ситу-

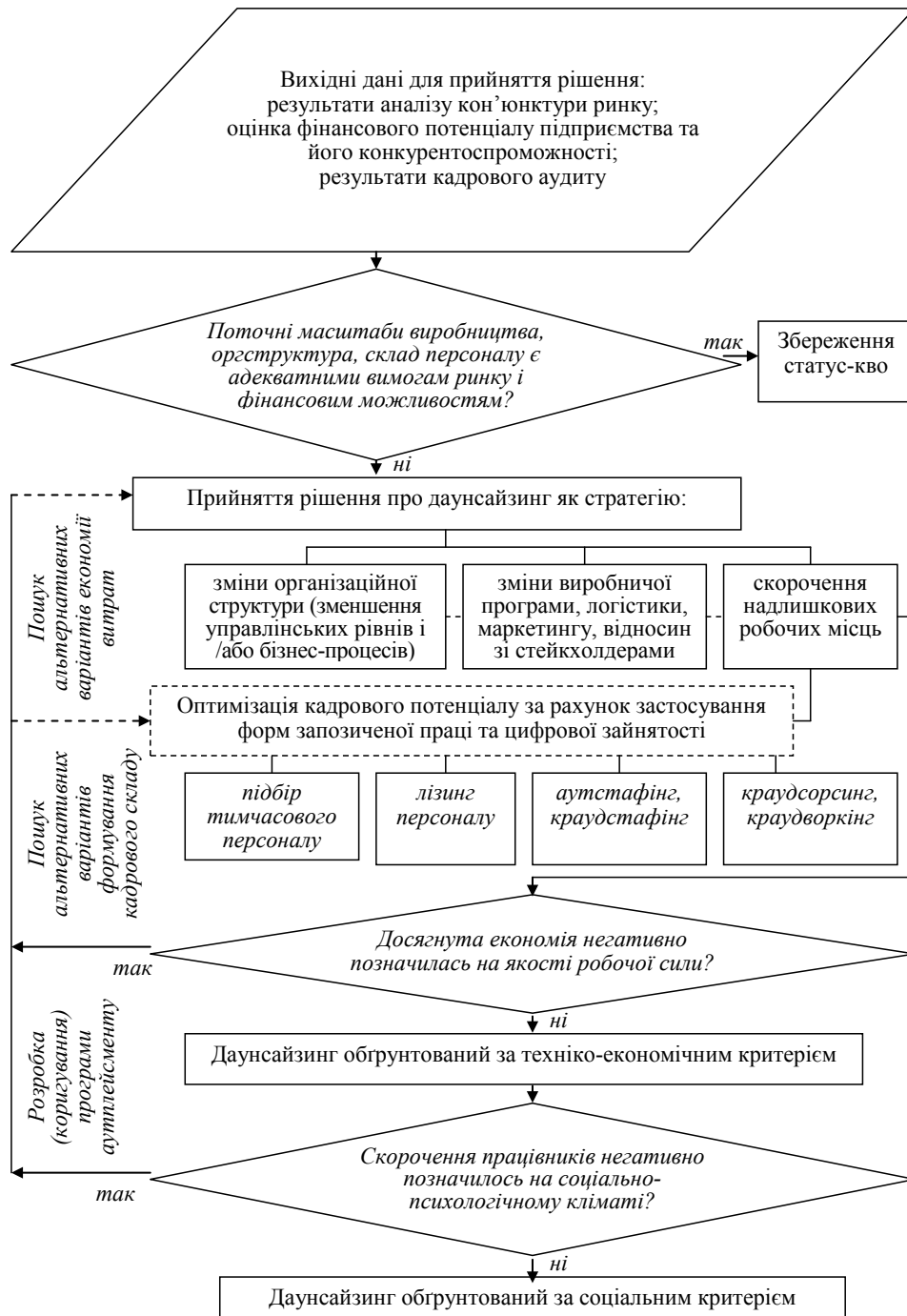


Рис. 3. Алгоритм дій щодо застосування технології даунсайзингу в антикризовій стратегії управління персоналом

ацій та неприйняття до виконання розпоряджень керівництва; можливість виникнення трудових суперечок, судових позовів; тимчасове зниження продуктивності праці та поява браку продукції внаслідок відсутності мотивації до праці; виникнення великої кількості чуток, що перешкоджають надходженню достовірної інформації; неконтрольована паніка серед персоналу, що негативно впливає на загальний імідж підприємства; вірогідність передачі стратегічної інформації третім особам як елемент “помсти” скорочених працівників [8, с. 185].

Дослідники даунсайзингу підкреслюють, що цей метод скорочення витрат є дуже важким і для тих, хто

втрачає роботу, і для членів їх сімей, і для менеджерів, які змушені приймати такі рішення. Саме тому керівництво західних компаній завжди розглядає альтернативи даунсайзингу, до яких можна віднести: 1) “редіплоймент” – переведення працівників після внутрішньокорпоративної перепідготовки на інше робоче місце всередині організації; 2) “даунгрейдинг” – переведення працівників з пониженням на інше робоче місце зі збереженням (коли це можливо) заробітної плати; 3) “воркшерінг” – поділ роботи між працівниками за пропорційного скорочення робочого часу і оплати праці; 4) добровільний (достроковий) вихід праців-

ників на пенсію з наданням їм пільг і привілеїв за розміром пенсійного забезпечення, медичної страховки тощо; 5) добровільне (за власним бажанням) звільнення працівників при виплаті їм значних премій за прийняте рішення; 6) “система раннього попередження” – завчасне оповіщення працівників про перспективи можливих (або неминучих) скорочень у зв’язку з закриттям підприємства або його підрозділів; 7) допомога тим, хто після скорочення зберіг своє робоче місце на підприємстві [5, с. 89; 7, с. 175–176].

На нашу думку, для того щоб не знизити якісні показники кадрового складу, застосування технології даунсайзингу доцільно доповнювати формами запозиченої праці, під якою розуміють форму тристоронніх відносин між: найманим працівником; формальним роботодавцем, з яким укладений трудовий договір та у штаті якого працівник перебуває; фактичним працедавцем, на користь якого працівник виконує трудові функції. Форми запозиченої праці мають схоже з даунсайзингом призначення у контексті скорочення витрат на утримання персоналу, зменшення податкових втрат при обчисленні фонду оплати праці й спрощення процедури взаємин між роботодавцем і залученими фахівцями. Однією з форм запозиченої праці є аутстафінг (outstaffing) – оформлення до штату спеціалізованого агентства співробітників, які працюють в компанії, котра з певних причин не має наміру утримувати цей персонал у себе. До послуг запозиченої праці відносять “temporary staffing” – підбір тимчасового (сезонного) персоналу на короткий строк. Також може застосовуватись лізинг персоналу (staff leasing), що полягає у наданні однією організацією в розпорядження іншої фахівців необхідного профілю та кваліфікації для виконання певних функцій на користь цієї організації. З іншого боку, запозичені працівники відіграють роль не тільки резервної робочої сили, а й своєрідного інструмента послаблення позицій “основних” працівників, що може знівелювати економічні результати даунсайзингу негативними соціально-психологічними наслідками з подальшим зниженням продуктивності праці і небажаною плинністю робочої сили [9, с. 257–261].

В сучасних умовах також стрімко розвивається краудсорсинг (crowdsourcing), що означає взаємодію підприємства з необмеженим колом осіб (на підставі публічної оферти) за допомогою Інтернет-технологій, з метою використання ресурсів широкого загалу. Також існує поняття краудстафінгу (crowdstaffing) – коли компанія наймає на роботу лояльних до бренду клієнтів, часто пропонуючи взамін їхніх трудових послуг статус “особливого споживача”, який має можливість тестувати нові продукти бренду, брати участь у дослідженнях (наприклад, “таємний покупець”). У контексті становлення цифрової зайнятості починає активно застосовуватись технологія краудворкінгу (crowdworking) – робота з використанням онлайн-платформ, які забезпечують зв’язок між необмеженим колом організацій та індивідів через Інтернет і дозволяють потенційним замовникам та виконавцям знаходити один одного в глобальному просторі [10, с. 592].

З точки зору управління персоналом крауд-технологія передбачає особливий підхід до стратегії вироблення рішень і тактики їх виконання в умовах використання мінливого кадрового потенціалу, що

формується на засадах налагодження дистанційного взаємозв’язку між суб’єктом управління і виконавцями завдань, які долучаються до проекту on-line, на тимчасовій основі, однак з перспективою бути оціненими з професійної точки зору і введеними до штату підприємства. Але той факт, що поряд зі штатними працівниками до виконання окремих завдань долучається значна кількість непрофесіоналів з різними мотивами і рівнем відповідальності, робить вкрай непередбачуваним досягнення необхідного рівня якості, тим паче, що традиційні механізми контролю за ходом виконання завдань тут відсутні.

Для того щоб досягти не тільки економічної, але й соціальної ефективності за програмою даунсайзингу, цю технологію варто доповнити аутплейсментом (outplacement) – комплексом заходів, спрямованих на надання допомоги звільненим працівникам у працевлаштуванні та адаптації шляхом залучення спеціалізованих агенцій, що надають інформаційну підтримку і консультації. Зокрема, передбачається проведення тренінгів з розвитку навичок ефективної комунікації, самопрезентації, підвищення кваліфікації, складання резюме, тобто надання усебічної допомоги в подальшому працевлаштуванні за кошти колишнього працедавця. Іншими словами, ця технологія запускає механізм “самозбереження трудового потенціалу”, що допомагає звільненому працівникові зберегти і навіть підвищити свою конкурентоспроможність на ринку праці, незважаючи на втрату роботи [9, с. 261].

Висновки з проведеного дослідження. У стратегії управління персоналом завжди наявні інструменти кадрового планування, наймання працівників, а також вивільнення персоналу. Проведене дослідження дозволило з’ясувати специфіку застосування, переваги й недоліки даунсайзингу як однієї з технологій скорочення робочих місць під впливом змін на ринку і, відповідно, потреби перегляду масштабів виробництва, організаційної структури, кількості бізнес-процесів, стратегії фінансування тощо. Для того щоб даунсайзинг пройшов успішно, необхідно потурбуватися, щоб зменшення чисельності персоналу не вплинуло негативним чином на якісні показники кадрового складу. Зокрема, зберегти трудові відносини з працівниками можна шляхом застосування сучасних форм запозиченої праці (аутстафінг, лізинг персоналу) з перспективами повернення цих працівників до штату за умови покращення ситуації. Також значні перспективи відкриває так звана цифрова зайнятість, яка дозволяє залучати до виконання окремих виробничих завдань широку Інтернет-аудиторію (без укладання трудового договору, на основі публічної оферти), що інколи приносить досить цікаві ідеї (до планетарного “мозкового штурму” часто приєднуються непрофесіонали, які пропонують нестандартні підходи до розв’язання проблем).

З іншого боку, при прийнятті рішення про внесення кардинальних змін до кількісно-якісних показників робочої сили підприємства слід керуватись не лише суто економічними міркуваннями (на цьому критерії зроблено основний акцент в технології даунсайзингу), але й оцінювати соціальні наслідки – ймовірно погіршення соціально-психологічного клімату та іміджу підприємства як роботодавця, виникнення стресових демотивуючих станів у працівників. Класичний даунсайзинг не передбачає виконання мотиваційних, антистресових або

комунікаційних функцій, тому його варто доповнювати програмою аутплейсменту, наявність якої свідчить про соціальну відповідальність роботодавця перед найманими працівниками і суспільством в цілому. Правильно організований процес даунсайзингу в жодному разі не повинен викликати негативне ставлення до праці або розчарування в обраній професії, а, навпаки, повинен мотивувати працівників до самоосвіти, підвищення кваліфікації та постійного саморозвитку.

Розроблений алгоритм дій щодо застосування технології даунсайзингу в антикризовій стратегії управління персоналом дозволить керівництву підприємства

більш обгрунтовано підходити до прийняття рішення про вибір певного інструментарію скорочення робочих місць стосовно різних трудових ситуацій та категорій працівників, що підлягають звільненню. Вивільнені завдяки даунсайзингу фінансові ресурси доцільно, крім іншого, спрямовувати на удосконалення роботи з персоналом у майбутні періоди діяльності.

Перспективи подальших досліджень полягають у необхідності опрацювання прикладних аспектів проблеми визначення економічних та соціальних ефектів від застосування технології даунсайзингу в роботі з персоналом.

Список використаних джерел:

1. Сардак О. В. Дослідження концептуальних підходів у сфері стратегічного управління персоналом. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2014. Вип. 1. С. 226–235. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2014_1_24 (дата звернення: 08.04.2020).
2. Данилко В. К., Гриценко О. І. Концепція управління персоналом в умовах подолання кризи. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія "Економічні науки"*. 2013. № 2. С. 167–174. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/31277/36935.pdf> (дата звернення: 08.04.2020).
3. Мамотенко Д. Ю. Розробка кадрової стратегії організації в сучасних умовах. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки"*. 2015. Вип. 14. Ч. 3. С. 49–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_14%283%29_13 (дата звернення: 08.04.2020).
4. Довгань Л. Є., Ведута Л. Л., Мохонько Г. А. Технології управління людськими ресурсами : навчальний посібник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 511 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25275/1/TULR_navch_posibn.pdf (дата звернення: 08.04.2020).
5. Старинець О. Г. Сутність і класифікація методів антикризового управління підприємств. *Регіональна економіка та управління*. 2017. № 3(16). С. 87–92. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/710300.pdf> (дата звернення: 08.04.2020).
6. Левкин Н. В. Рейнжиниринг и даунсайзинг: сравнительный анализ с позиции организационной культуры компании. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2006. № 4. С. 36–45. URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2006/4/4164.htm> (дата звернення: 24.03.2020).
7. Пащенко О. П. Сучасні методи управління змінами на підприємстві. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія "Економічні науки"*. 2014. № 3. С. 170–178. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2014_3_27 (дата звернення: 24.03.2020).
8. Обиденнова Т. С. Даунсайзинг у системі менеджменту персоналу на підприємствах. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28(1). С. 183–187. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_28%281%29_39 (дата звернення: 24.03.2020).
9. Хитра О. В., Поліщук Л. М. Роль аут-технологій у пристосуванні системи управління персоналом підприємства до трансформації відносин зайнятості на ринку праці. *Приазовський економічний вісник : електронний науковий журнал*. 2019. Вип. 2(13). С. 256–265. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/2_13_uk/44.pdf (дата звернення: 08.04.2020).
10. Плікус І. Й. Підприємництво та самостійна зайнятість в цифровій економіці: стан, проблеми та нові можливості. *Молодий вчений*. 2019. № 11(75). С. 591–595. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76558> (дата звернення: 24.03.2020).

References:

1. Sardak O. V. (2014) Doslidzhennja konceptualnykh pidkhodiv u sferi strategichnogo upravlinnja personalom [Research of conceptual approaches in the field of strategic personnel-management]. *Ekonomiczna strateghija i perspektivy rozvytku sfery torghivli ta poslugh* [Economic Strategy and Perspectives of Development of Trade and Services Sphere], vol. 1, pp. 226–235.
2. Danylko V. K., Ghrycenko O. I. (2013) Konceptija upravlinnja personalom v umovakh podolannja kryzy [Concept of personnel management in the conditions of overcoming the crisis]. *Visnyk Zhytomirskogo derzhavnogo tekhnologichnogo universytetu. Serija "Ekonomiczni nauky"* [Zhytomyr State Technological University Herald. Economic Sciences], no. 2, pp. 167–174.
3. Mamotenko D. Ju. (2015) Rozrobka kadrovoi strateghiji orghanizaciji v suchasnykh umovakh [Development of the HR-strategy of the organization in modern conditions]. *Naukovyy visnyk Khersonskogo derzhavnogo universytetu. Serija "Ekonomiczni nauky"* [Scientific Herald of Kherson State University. Economics Sciences], vol. 14, no. 3, pp. 49–52.
4. Dovghanj L. Je., Veduta L. L., Mokhonjko Gh. A. (2018) *Tekhnologhiji upravlinnja ljudskymy resursamy* [Human Resources Management Technologies]. Kyiv: KPI im. Ighorja Sikorsjkogho. (in Ukrainian)
5. Starynecj O. Gh. (2017) Sutnistj i klasyfikacija metodiv antykryzovogho upravlinnja pidprijemstv [The essence and classification of methods of anti-crisis management of enterprises]. *Regionaljna ekonomika ta upravlinnja* [Regional Economics and Management], no. 3(16), pp. 87–92.

6. Levkin N. V. (2006) Reinzhiniring i daunsayzing: sravnitel'nyy analiz s pozitsii organizatsionnoy kul'tury kompanii [Reengineering and downsizing: a comparative analysis from the perspective of the organizational culture of the company]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom* [Management in Russia and abroad], no. 4, pp. 36–45.
7. Pashhenko O. P. (2014) Suchasni metody upravlinnja zminamy na pidpryjemstvi [Modern methods of change management in the enterprise]. *Visnyk Zhytomyrskogo derzhavnogo tekhnologichnogo universytetu. Seriya "Ekonomichni nauky"* [Zhytomyr State Technological University Herald. Economic Sciences], no. 3, pp. 170–178.
8. Obydjennova T. S. (2018) Daunsajzyng u systemi menedzhmentu personalu na pidpryjemstvakh [Downsizing in personnel management system of enterprises]. *Prychornomorsjki ekonomichni studiji* [Black Sea Economic Studies], vol. 28(1), pp. 183–187.
9. Khytra O. V., Polishhuk L. M. (2019) Rolj aut-tekhnologij u prystosuvanni systemy upravlinnja personalom pidpryjemstva do transformaciji vidnosyn zajnjatosti na rynku praci [The role of out-technologies in the adoption of the system of personnel management of the enterprise to transformation of relationship between labor market employment]. *Pryazovskij ekonomichnyj visnyk* [Priazovsky Economic Herald] (electronic journal), vol. 2(13), pp. 256–265. Available at: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/2_13_uk/44.pdf (accessed 08 April 2020).
10. Plikus I. J. (2019) Pidpryjemnyctvo ta samostijna zajnjatistj v cyfrovij ekonomici: stan, problemy ta novi mozhlyvosti [Entrepreneurship and independent employment in the digital economy: state, problems and new opportunities]. *Molodyj vchenyj* [Young Scientist], no. 11(75), pp. 591–595.

E-mail: khytra.olena@gmail.com

УДК 656.078.12

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.23>

Черніхова О. С.

викладач,

Кременчуцький льотний коледж

Харківського національного університету внутрішніх справ

ФУНКЦІОНУВАННЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ВУЗЛІВ

У статті визначено значення функціонування транспортних вузлів, що залежать від розташування виробничих і споживчих ресурсів країни, та впливають на стійкий економічний розвиток соціально-господарського комплексу. Адже правильний розподіл, розвиток та діяльність вузлів у соціально-господарських регіонах впливають на повноту задоволення потреб економіки країни та населення в перевезеннях, прискорення обробки вантажів та доставки пасажирів. Розглянуто переваги та недоліки кожного виду транспорту, що формують вузол та проаналізовано взаємозалежність розміщення транспортних вузлів та розташування виробничо-господарських сил економічних районів країни. Визначено сутність логістичного управління транспортних вузлів у формуванні та просуванні вантажопотоків та розглянуто вплив формування транспортного вузла на ефективне функціонування інтермодальних перевезень, роботи терміналів, складів, інформаційної переробки.

Ключові слова: транспорт, транспортний вузол, логістичне управління, мультимодальне перевезення, термінал, складська переробка, вантажопотік.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УЗЛОВ

Чернихова Е.С.

В статье определено значение функционирования транспортных узлов, которые зависят от расположения производственных и потребительских ресурсов страны, и влияют на устойчивое экономическое развитие социально-хозяйственного комплекса. Ведь правильное распределение, развитие и деятельность узлов в социально-хозяйственных регионах влияют на полноту удовлетворения потребностей экономики страны и населения в перевозках, ускорения обработки грузов и доставки пассажиров. Рассмотрены преимущества и недостатки каждого вида транспорта, формирующего узел и проанализирована взаимозависимость размещения транспортных узлов и расположения производственно-хозяйственных сил экономических районов страны. Определена сущность логистического управления транспортными узлами в формировании и продвижении грузопотоков и рассмотрено влияние на формирование транспортного узла на эффективное функционирование интермодальных перевозок, работы терминалов, складов, информационная переработка.

Ключевые слова: транспорт, транспортный узел, логистическое управление, мультимодальные перевозки, терминал, складская переработка, грузопоток.

FUNCTIONING TRANSPORT AND LOGISTICS CENTERS

Chernikhova Olena

The article defines the importance of a functioning transport hubs, depending on the location of production and consumption resources of the country, and affect sustainable economic development socio-economic complex. Because the correct distribution, development and operations of nodes in a socio-economic regions affect the completeness meet the needs of the economy and population in the transportation, acceleration, handling and delivery of passengers. Transport hubs, mainly located in the settlements, carrying out of cargo handling. Therefore, in such points it is advisable to place household objects, such as terminals, warehouses, as transport costs will be the lowest due to the implementation of logistics management. The advantages and disadvantages of each mode of transport, forming a knot. Identifies the main transport hubs of Ukraine, depending on the use of modes of transport. Analyzed the interdependence of transport nodes and the location of production and economic forces of economic regions of the country. The distribution of transport hubs in the economic areas of the country, the dependence of their number to the number population. Economic zoning of the country has a significant impact on population distribution or industrial-economic centers and the location of the nodes. It defines the essence of logistics management transport hubs in the development and promotion of cargo traffic. Analysis indicates a relatively high level of interconnection between the distribution of the population, the productive forces and the formation of transport hubs, providing economic areas, points of transshipment, sorting and promotion of their distribution, which ensures swift processing of goods, the effective implementation of technological, organizational and commercial processes. The influence of the formation of a transport hub for the effective functioning of intermodal terminals, warehouses, and information processing. The functioning of transport hubs is carried out directly on the basis of logistics management, which minimizes time spent on processing traffic and vehicle servicing, reduced financial costs, accelerated terminal handling, mainly through the use of multimodal technology is the short-term storage.

Keywords: transport, transport hub, logistic management, multimodal transportation, terminal, warehouse processing, cargo flow.

Постановка проблеми. Транспортний вузол відіграє важливу роль у перевізному процесі, поєднуючи та розподіляючи транспортні потоки. Стійке функціонування транспортних вузлів здатне забезпечити стабільний економічний розвиток виробничо-господарського комплексу країни. Адже надходження та розподіл матеріальних потоків від виробників до споживачів вчасно і у повній мірі задовольняють потреби населення та виробництва. Таким чином транспортний вузол можна розглядати як один із елементів логістичної системи. Логістичне управління транспортним вузлом передбачає комплексну взаємодію технічних, технологічних, інформаційних, комерційних та правових чинників, направлених на найбільш ефективне функціонування.

Також функціонування транспортних вузлів значною мірою залежить від розташування виробничих і споживчих ресурсів країни. Правильний розподіл, розвиток та діяльність вузлів у соціально-господарських регіонах впливають на повноту задоволення потреб економіки країни та населення в перевезеннях, прискорення обробки вантажів та доставки пасажирів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що проблема розвитку та функціонування транспортних вузлів, особливостей логістичного управління в них на даний час є актуальними, особливо в контексті ефективного забезпечення господарсько-виробничого комплексу країни. Ці питання досліджувалися багатьма науковцями, зокрема Літвіною Я.В. [1], Волкановою Н.Д. [2], Димарчук В.М. [6], Яновським П.О. [3], Тимошук О.М., Мельник О.В. [8], Правдіна Н.В., Негрей В.Я. [4], Кучерук Г., Шаповал Н. [7].

Так, Літвінова Я.В. [1, с. 23] визначає транспортні вузли як структурні елементи логістичних ланцюгів, оскільки вони є основою формування технологічних схем доставки вантажів за рахунок залучення декількох видів транспорту.

Волканова Н.Д. [2, с. 221] зазначає, що роль транспортних вузлів цілком залежить від процесів глобалізації та соціально-економічних перетворень в країні.

Процес комплексної взаємодії технічної, технологічної, організаційної, економічної, інформаційної форм в транспортних вузлах висвітлив Яновський П.О. [3, с. 136]

Правдін Н.В., Негрей В.Я. [4, с. 18] визначали взаємозалежність розміщення транспортних вузлів від економічного районування країни в залежності від розташування виробничо-господарських сил.

Постановка завдання полягає у визначенні необхідності логістичного управління транспортних вузлів, аналізу взаємозалежності розміщення транспортних вузлів та виробних сил у країні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток економіки будь-якої країни цілком залежить від розвитку транспорту, адже діяльність будь-якого підприємства неможлива без здійснення перевезення, як пасажирського, так і вантажного. Іноді специфіка діяльності підприємства вимагає використання декількох видів транспорту, наприклад підвезення автомобільним транспортом до морського порту або аеропорту, вивіз автотранспортом від залізничних колій.

Взаємодіючи між собою, різні види транспорту мають на меті задоволення потреб населення та виробництва у перевезеннях. Територіально поєднуючись між собою вони складають транспортну систему. Важливим елементом цієї системи є транспортний вузол — комплекс транспортних споруд у пункті, де сходяться, перехрещуються або розгалужуються не менш як три лінії одного або двох видів магістрального транспорту [5, с. 399].

Літвінова Я.В. визначає транспортні вузли як структурні елементи логістичних ланцюгів, оскільки вони є основою формування технологічних схем доставки вантажів за рахунок залучення декількох видів транспорту. Саме у вузлах забезпечується організація процесів надходження і просування матеріалопотоків за

рахунок технічних, комерційних, організаційних форм логістичної системи [1, с. 23].

На розширення та функціонування транспортних вузлів як головних елементів, у яких здійснюється термінальна обробка вантажопотоків, особливо експортно-імпортних, вплинуло формування системи Міжнародних транспортних коридорів (МТК). У зв'язку з цим інфраструктура транспортних вузлів потребують капітальної перебудови у відповідності до європейських норм транспортно-логістичного сервісу [2, с. 221].

Транспортний вузол відіграє важливу роль у перевізному процесі, поєднуючи та розподіляючи транспортні потоки. В основному роль транспортного вузла відіграють великі міста країни. Ці міста мають історичне, туристичне, економічне або промислове значення. Так, наприклад, у стародавні часи міста будувалися на історично сформованих перехрестях доріг або ж навпаки, дороги будували поблизу населених пунктів. При туристичних перевезеннях транспортні вузли є місцем пересадки з одного маршруту на другий або ж зовсім на інший вид транспорту. Промислове місто, в свою чергу, є осередком надходження сировини від постачальників до виробників та збуту готової продукції споживачам.

Транспортні вузли, що здебільшого розміщені в населених пунктах, здійснюють перевалку вантажів. Тому в таких пунктах найдоцільніше розміщувати господарські об'єкти, наприклад, термінали, склади, оскільки транспортні витрати тут будуть найменшими за рахунок здійснення логістичного управління.

У залежності від кількості видів транспорту взаємодія буває повна (коли у вузлі стикаються усі види транспорту) та часткова (лише декілька видів). Найбільш поширеним видом транспорту, який взаємодіє у вузлах, є автомобільний. Це обумовлено маневреністю, зручністю, економічністю даного транспорту. Адже автотранспорт значною мірою не залежить від природних, географічних чи рельєфних умов, він має зручну можливість під'їзду до пунктів інших видів транспорту. Наступним за розповсюдженістю та значущістю є залізничний транспорт. Він дозволяє збільшувати пасажиро- або вантажообіг, долати більші відстані. Але, в свою чергу, головним недоліком залізничного транспортного вузла, особливо поблизу митних кордонів України, є невідповідність ширини колій європейським стандартам. Авіаційний транспорт як елемент транспортного вузла є лише в містах, які мають туристичне або економічне значення та обладнані аеропортами. Водний транспорт входить до транспортного вузла за наявності розвинутої річкової або морської інфраструктури в даному населеному пункті.

У залежності від того, місцем перехрещення декількох видів транспорту або декількох ліній одного виду транспорту є транспортний вузол, розрізняють спеціалізовані та інтегральні вузли [3, с. 138].

До інтегральних відносять вузли, що поєднують 3 і більше видів транспорту. Серед найбільших та найважливіших інтегральних транспортних вузлів можна виділити такі міста України як Київ (автомобільно-залізнично-повітряно-річковий вузол), Одеса (автомобільно-залізнично-повітряно-трубопровідно-морський вузол) Харків, Львів (вони сполучають усі види транспорту, окрім водного), Кременчук (усі види транспорту, окрім морського та повітряного), Миколаїв (усі види транспорту) та інші.

Спеціалізовані транспортні вузли є осередком декількох потоків одного виду транспорту. Серед спеціалізованих транспортних вузлів виділяються міста Умань, Знам'янка, Коростень (автомобільні транспортні вузли), Сміла, Бахмач, Ковель (залізничні транспортні вузли) та інші міста обласного та районного значення, Кременчук, Долина, Снігурівка (трубопровідні транспортні вузли, є місцем схрещення нафто- та газопроводів) тощо.

Отже, розміщення транспортного вузла здебільшого має місце у великих містах, а також у містах районного, обласного, державного та, навіть, міжнародного значення, у місцях стику важливих економічних та промислових або туристичних зв'язків.

Місцерозташування транспортних вузлів значною мірою залежить від розміщення виробничих сил або точок схрещення пасажиропотоку, тим самим відображаючи взаємозалежність в їх розвитку та розміщенні, а також відповідаючи економічному та соціальному розвитку суспільства [4, с. 14].

Економічне районування території країни значною мірою впливає на розміщення населення або промислово-економічних центрів та розташування вузлів.

У залежності від територіального поділу праці, етнічного розподілу та історичного розвитку регіонів, формування територіально-виробничих сил здійснюється територіальний розподіл регіонів України. Загально прийнятий розподіл на 9 економічних районів України, які, в залежності від географічного розташування та соціально-господарчого значення, можуть об'єднувати декілька областей [5, с. 513]:

1. Столичний (Київська, Чернігівська, Житомирська обл.).
2. Північно-Східний (Харківська, Полтавська, Сумська обл.).
3. Донецький (Донецька, Луганська обл.).
4. Придніпровський (Запорізька, Дніпропетровська обл.).
5. Центральний (Кіровоградська, Черкаська обл.).
6. Подільський (Вінницька, Хмельницька, Тернопільська обл.).
7. Карпатський (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Чернівецька обл.).
8. Північно-Західний (Волинська, Рівненська обл.).
9. Причорноморський (Одеська, Миколаївська, Херсонська обл.).

Н. В. Правдін, досліджуючи взаємодію різних видів транспорту у вузлах, запропонував виявити високу ступінь кореляційної залежності між розміщенням населення і транспортних вузлів з економічних районів за допомогою статистичних методів рангової кореляції, використовуючи формулу коефіцієнта кореляції Спірмена (1) [4, с. 14]:

$$\rho = 1 - \frac{6(\sum_{i=1}^n d^2)}{n^3 - n} \quad (1)$$

де n – кількість об'єктів (економічних районів), d – різниця рангів, що розглядаються (дані розміщено у таблиці 1).

Таким чином, провівши розрахунки отримано коефіцієнт рангової кореляції між часткою населення та часткою транспортних вузлів, який становить $\rho = 0,88$. Це свідчить про досить високий рівень взаємозв'язку між розміщенням населення, виробничих сил та формуванням транспортних вузлів, забезпечення госпо-

Таблиця 1

Залежність між розміщенням населення та транспортних вузлів за економічними районами

Економічні райони України	Частка економічних районів у загальній кількості населення, % (на 01.2020) [9]	Ранговий ряд, i	Кількість транспортних вузлів	Частка економічних районів до кількості транспортних вузлів, %	Ранговий ряд, j	$d=i-j$	$d^2=(i-j)^2$
Столичний	16,58	1	14	15,7	1	0	0
Північно-східний	12,2	4	12	13,5	3	1	1
Донецький	14,96	2	11	12,4	4	-2	4
Придніпровський	11,6	5	9	10,1	6	-1	1
Центральний	5,07	9	8	9	7	2	4
Подільський	9,16	7	7	7,9	8	-1	1
Карпатський	14,4	3	13	14,6	2	1	1
Північно-західний	5,21	8	5	5,6	9	-1	1
Причорно-морський	10,8	6	10	11,2	5	1	1

дарських районів пунктами перевалки, сортування та просування, їх розподілу, що забезпечує прискорену переробку вантажів, ефективне здійснення технологічних, організаційних і комерційних процесів.

Формування транспортного вузла забезпечує ефективне функціонування та розвиток інтермодальних перевезень, терміналів, складів, інформаційної та комунікативної переробки. Адже, саме у транспортних вузлах здійснюється надходження вантажо- або пасажиропотоків, їх обробка, взаємодія різних видів транспорту, перевалка, сортування, складування та короткочасне зберігання вантажів.

Функціонування транспортних вузлів безпосередньо здійснюється на основі логістичного управління, при якому мінімізуються витрати часу на обробку вантажопотоків та обслуговування транспортних засобів, зменшуються фінансові витрати, прискорюється термінальне обслуговування, в основному за рахунок вико-

ристання мультимодальних технологій, здійснюється короткочасне зберігання. Надходження та подальша обробка матеріальних або інформаційних потоків у логістично-транспортному вузлі здійснюється за рахунок системи управління, тим самим дозволяє пришвидшити їх просування.

Висновки. Логістичне обслуговування транспортного вузла забезпечує не лише ефективне функціонування системи взаємодії різних видів транспорту, а й оптимізує формування вантажопотоків, знижує термін обслуговування вхідних та вихідних потоків, покращує інформування вантажовласників, знижує транспортні витрати, забезпечує здійснення безперевантажувальних операцій. Завдяки використанню логістичного управління транспортним вузлом значно підвищився рівень обслуговування споживачів перевізних послуг, що дозволяє підняти на більший рівень процес переміщення та поліпшити економічний стан регіону та країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Літвінова Я.В. Удосконалення логістичного управління різними видами транспорту, складуванням та переробкою вантажів у транспортних вузлах : дисертація ... канд. техн. наук : 05.22.01. Харків, 2017. 200 с.
2. Волканова Н.Д. Сутність і призначення транспортних вузлів у контексті розроблення міжнародної торгово-транспортної стратегії України. *Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту*. 2008. № 25. С. 221–225.
3. Яновський П.О. Пасажирські перевезення : навчальний посібник. Київ : НАУ, 2012. 436 с.
4. Правдин Н.В., Негрей В.Я. Взаимодействие различных видов транспорта в узлах. Минск : «Вышэйш. Школа», 1977. 296 с.
5. Качан Є.П. Регіональна економіка : підручник. Київ : Знання, 2011. 670 с.
6. Димарчук С. М. Особливості організації транспортно-логістичних систем інтермодальних вантажоперевезень. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2003. № 469 : Логістика. С. 192–200.
7. Кучерук Г., Шаповал Н. Логістичні підходи до створення транспортних вузлів. *Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління»*. 2012. Вип. 21–22, Ч. 1. С. 33–36.
8. Тимошук О.М., Мельник О.В. Роль транспортно-логістичних центрів в сучасних логістичних технологіях транспортування. *Ефективна економіка*. 2011. №11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2290> (дата звернення: 27.03.2020).
9. Статистичні дані кількості населення України за областями. URL: <https://index.minfin.com.ua/reference/people/> (дата звернення: 10.03.2020).

References:

1. Litvinova Ya.V. (2017) *Udoskonalennia lohistychnoho upravlinnia riznymy vydamy transportu, skladuvanniam ta pererobkoiu vantazhiv u transportnykh vuzlakh* [Improvement of logistical management of different types of transport, warehousing and processing of cargoes at transport hubs] (PhD Thesis), Kharkiv: Kharkiv National Highway University.
2. Volkanova N.D. (2008) *Sutnist i pryznachennia transportnykh vuzliv u konteksti rozroblennia mizhnarodnoi torhovo-transportnoi stratehii Ukrainy* [The essence and purpose of transport hubs in the context of development of Ukraine's international trade and transport strategy]. *Science and progress of transport. Bulletin of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport*, № 25, pp. 221–225.
3. Ianovskiy P.O. (2012) *Pasazhyrski perevezennia : navchalnyi posibnyk* [Passenger transportation]. Kyiv: NAU. (in Ukrainian)
4. Pravdyn N.V., Nehrei V.Ia. (1977) *Vzaymodeistviye razlychnykh vydov transporta v uzlakh* [Interaction of different modes of transport in hubs]. Mynsk: «Vysheish. Shkola». (in Russian)
5. Kachan Ye.P. (2011) *Rehionalna ekonomika : pidruchnyk* [Regional Economics]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
6. Dymarchuk S.M. (2003) *Osoblyvosti orhanizatsii transportno-lohistychnykh system intermodalnykh vantazhoperevezen* [Features of organization of transport-logistical systems of intermodal cargo transportation]. *Bulletin of the National university "Lviv Polytechnic"*, № 469: Logistics, pp. 192–200.
7. Kucheruk H., Shapoval N. (2012) *Lohistychni pidkhody do stvorennia transportnykh vuzliv* [Logistic approaches to the creation of transport hubs]. *Collection of scientific works DETUTE. Economics and Management Series*, iss. 21–22, part 1, pp. 33–36.
8. Tymoshchuk O.M., Melnyk O.V. (2011) *Rol transportno-lohistychnykh tsentriv v suchasnykh lohistychnykh tekhnolohiiakh transportuvannia* [The role of transport and logistics centers in modern logistic transportation technologies]. *An efficient economy*, № 11.
9. Statistical data on the number of population of Ukraine by oblast. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2290> (date of access 27.03.2020).

E-mail: elenachernihova@gmail.com

УДК 339:15

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.24>

Чичуліна К.В.

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ОЦІНКА ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ СЕМЕНІВСЬКОЇ РАЙОННОЇ СПІЛКИ СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ

У статті проведено аналіз та оцінку виробничо-комерційної діяльності Семенівської районної спілки споживчих товариств у розрізі товарних груп. Визначено, що виробничо-комерційна діяльність Семенівської райспоживспілки має нестабільний характер, продаж товарів у натуральному вираженні з кожним роком зменшується. Загалом суттєві зміни відбулися у 2017 році, адже знизився продаж м'ясних виробів, риби та морепродуктів, молочних продуктів, яєць, кондитерських та хлібобулочних виробів. Але на протязі цього ж року відбувається зростання продажів олій рослинної, цукру та солі, круп та макаронних виробів, овочів та фруктів, алкогольних та безалкогольних напоїв, тютюнових виробів. У грошовому вираженні товарооборот має тенденцію до зростання по всіх товарних групах, окрім яєць, загалом вдалим роком для Семенівської райспоживспілки по продажу у натуральному вигляді є 2016 рік. Аналіз ефективності виробничо-комерційної діяльності проведено на основі економіко-математичного моделювання, а саме за допомогою таксонометричного методу. У ході роботи були запропоновані заходи щодо забезпечення ефективної виробничо-комерційної діяльності Семенівської райспоживспілки.

Ключові слова: ефективність, виробничо-комерційна діяльність, аналіз, оцінка, планування, райспоживспілка.

ОЦЕНКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННО-КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ СЕМЕНОВСКОГО РАЙОННОГО СОЮЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ

Чичулина К.В.

В статье дан анализ и оценка производственно-коммерческой деятельности Семеновского районного союза потребительских обществ в разрезе товарных групп. Определено, что производственно-коммерческая деятельность Семеновского райпотребсоюза имеет нестабильный характер, продажа товаров в натуральном выражении с каждым годом уменьшается. В общем существенные изменения произошли в 2017 году, ведь снизились продажи мясных изделий, рыбы и морепродуктов, молочных продуктов, яиц, кондитерских и хлебобулочных изделий. Но в течение этого же года происходит рост продаж масла растительного, сахара и соли, круп и макаронных изделий, овощей и фруктов, алкогольных и безалкогольных напитков, табачных изделий. В денежном выражении товарооборот имеет тенденцию к росту по всем товарным группам, кроме яиц, в общем удачным годом для Семеновского райпотребсоюза потребительских обществ по продаже в натуральном виде является 2016 год. Анализ эффективности производственно-коммерческой деятельности проведен на основе экономико-математического моделирования, а именно с помощью таксонометрических метода. В ходе работы были предложены меры по обеспечению эффективной производственно-коммерческой деятельности Семеновского райпотребсоюза.

Ключевые слова: эффективность, производственно-коммерческая деятельность, анализ, оценка, планирование, райпотребсоюз.

EVALUATION AND PROVISION OF EFFECTIVE PRODUCTION AND COMMERCIAL ACTIVITY ON THE EXAMPLE OF THE SEMENOVSKIY REGIONAL CONSUMER COMPANY

Chichulina Kseniia

The article analyzes and evaluates the production and commercial activities of the Semenovskiy regional consumer company in the context of product groups. It is determined that the production and commercial activity of the Semenovskiy regional consumer company is unstable. Sales of goods in physical terms are decreasing every year. In General, significant changes occurred in 2017, because the sale of meat products, fish and seafood, dairy products, eggs, confectionery and bakery products decreased. But during the same year, there is an increase in sales of vegetable oil, sugar and salt, cereals and pasta, vegetables and fruits, alcoholic and non-alcoholic beverages, tobacco products. In monetary terms, the turnover tends to increase for all commodity groups, except eggs. In General, a successful year for the Semenovskiy regional consumer company for sales in kind is 2016. The analysis of the efficiency of production and commercial activities was carried out on the basis of economic and mathematical modeling, namely, using the taxonomic method. In the course of work suggested the following measures to ensure effective production and commercial activities of the Semenovskiy regional consumer company: to update the composition of the personnel of the enterprise and increase its quantity; to improve the system of organization and staff motivation to search for new markets and optimize existing trade flows; undertake improvement of the system of operational planning for future job opportunities with new clients; to improve the system of logistics to optimize inventory; to accelerate and increase turnover, which will lead to a more rapid return on investment. A practical embodiment is given in the proposal and developed measures for improving production and commercial and other business processes will allow, in the first phase in 2020-2021 years, to implement the tactical improvement activities, and continue to provide development and increase of efficiency of production and commercial activities and the growth of its economic indicators, improving competitiveness in the Poltava region and Ukraine.

Keywords: efficiency, industrial and commercial activity, analysis, planning, district consumer union.

Постановка проблеми. Найважливішим етапом забезпечення виробничо-комерційної діяльності у роздрібній торгівлі є організація роздрібного продажу товарів і надання додаткових торгових послуг покупцям. Від рівня організації продажу товарів і обслуговування покупців залежить ефективність діяльності підприємства. Кожне підприємство незалежно від своїх масштабів і профілю діяльності повинно займатися внутрішнім плануванням, тобто визначенням цілей підприємства на певну перспективу, знаходженням і аналізом способів їх реалізації і ресурсного забезпечення. Планування діяльності будь-якого підприємства повинно базуватися на досягнутих показниках та враховувати досвід та аналіз виробничо-комерційної діяльності попередніх років. Актуальність представленої тематики безза-

перечна в умовах збільшення конкурентоздатності сучасних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загалом аналіз та оцінювання стану конкурентостійкості підприємств представлено в праці Андрєєвої Є.Л. [1]. Питанням економічної ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства присвячені ряд праць Уткіної Ю.М., Вертельника Р.Г. [2], Сікетіної Н.Г. [3], Тюхи І.В. [4], Бабух І.Б. [5] та інших [6]. На сьогодні є необхідність представлення загального механізму оцінки та забезпечення ефективної виробничо-комерційної діяльності організацій різних форм власності.

Постановка завдання. Метою роботи є формування рекомендацій щодо оцінки та забезпечення ефективної виробничо-комерційної діяльності на прикладі Семенівської районної спілки споживчих товариств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз виробничо-комерційної діяльності Семенівської райспоживспілки наведено у таблиці 1.

У розрізі товарних груп присутня як позитивна, так і негативна динаміка. Обсяг продажів у натуральному вираженні м'ясних виробів у 2016 році збільшився відносно до 2015 року на 2704 кг, але в 2017 році цей показник знизився і склав 20713 кг. Проте у грошовому вираженні відбувається постійне зростання роздрібного товарообороту, у 2017 році він збільшився на 416,4 тис. грн. Це пов'язано зі зростанням цін на товари.

Рибних продуктів було продано в натуральному вираженні у 2017 році 7666 кг, що більше на 745 кг у порівнянні з 2015 роком, але менше на 592 у порівнянні з 2016 роком. У грошовому вираженні відбувається щорічне зростання (58,3% у 2017 році порівняно з 2015 роком).

Продаж молочних продуктів збільшився у 2016 році на 22,4% у натуральному вираженні порівняно з 2015 роком, незначне зменшення відбулося у 2017 році (на 60 кг). У грошовому вираженні товарооборот збільшився на 196,2 тис. грн. у порівнянні з 2015 роком та на 83,4 тис. грн. порівняно з 2016 роком. Зміни в роздрібному продажі м'ясних виробів, риби та морепродуктів, молочних продуктів наведено на рисунку 1.

Обсяг роздрібного товарообороту в натуральному вираженні яєць у 2016 році збільшився на 5,1 тис. шт., у 2017 році відбулося зменшення на 1,3 тис. шт. Аналогічні зміни простежуються і в грошових показниках, а саме у

2016 році відбулося різке зростання (на 168% порівняно з 2015 роком), але вже у 2017 році зменшилося на 20,6%.

Продаж рослинних олій у 2017 році збільшився на 1240 ц, порівняно з 2015 роком та на 2510 ц, у порівнянні з 2016 роком. Аналогічна ситуація спостерігається і в грошовому вираженні: збільшення на 94 тис. грн. і 99,1 тис. грн. відповідно.

Виробництво і продаж цукру та солі по Семенівському району має тенденцію до зростання. Так у 2015 році цей натуральний показник складав 33964 кг, а вже у 2017 році – 36642 кг. Сума роздрібного товарообороту збільшилась на 65 порівняно з 2015 роком та на 48,3 порівняно з 2016 роком.

Найбільшою товарною групою серед продажів у натуральному вираженні є кондитерські та хлібобулочні вироби, їх продано у 2017 році 143700 кг, що на 30470 кг менше за 2015 рік, але в грошовому вираженні відбувається щорічне збільшення товарообороту за даною групою.

Постійне зростання продажів спостерігається у крупах та макаронних виробах: у 2015 році було продано 40340 кг (586,3 тис. грн), у 2016 році – 54280 кг (799,4 тис. грн), у 2017 році – 60520 кг (945,1 тис. грн).

Також постійно збільшувався обсяг продажу овочів та фруктів: у 2015 році було продано 10460 кг (229,9 тис. грн), у 2016 році – 13848 кг (331,1 тис. грн), у 2017 році – 20050 кг (390,4 тис. грн). Динаміка роздрібного продажу хлібобулочних, макаронних виробів, круп, овочів та фруктів наведено на рисунку 2.

Таблиця 1

Аналіз виробничо-комерційної діяльності Семенівської райспоживспілки за 2015-2017 роки

Назва товарних груп	Одиниці виміру	Обсяг роздрібного продажу (у натуральному вираженні)			Роздрібний товарооборот, ис.грн.		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7	8
М'ясні вироби	кг	20018	22722	20713	984,5	1268,9	1400,9
Риба і морепродукти	кг	6921	8258	7666	336,3	449,1	532,5
Молочні продукти	кг	3970	4860	4800	455,8	543,7	718,9
Яйця	тис. шт	4,6	9,7	8,4	7,6	20,4	16,2
Олії рослинні	ц	6090	4820	7330	170,5	165,4	264,5
Цукор та сіль	кг	33964	36606	36642	193,6	210,3	258,6
Кондитерські та хлібобулочні вироби	кг	174170	161660	143700	3065,7	3637,1	3891,9
Крупи та макаронні вироби	кг	40340	54280	60520	586,3	799,4	945,1
Овочі та фрукти	кг	10460	13848	20050	229,9	331,1	390,4
Алкогільні напої	дал	5746,1	1634	1691,3	1837,5	690,5	837,6
Безалкогольні напої	дал	11784,4	12140,2	15389	599,1	1059,8	1307,1
Тютюнові вироби	тис.шт	1273,2	434,8	526,3	921,7	339,3	432,5
Інші продовольчі товари	-	-	-	-	710,5	763,4	815,6
Всього продовольчих товарів					10099	10278,4	11811,8
Товари текстильні та галантерея	-	-	-	-	122,4	148,5	108,6
Одяг та взуття	-	-	-	-	55,7	110,3	125,0
Товари парфумерно-косметичні	-	-	-	-	173,4	174,2	225,4
Канцелярські товари	-	-	-	-	43,4	28,2	44,7
Будівельні матеріали	-	-	-	-	471,9	622,0	687,1
Інші непродовольчі товари	-	-	-	-	139,2	155,7	188,9
Всього непродовольчих товарів					1006,0	1238,9	1379,7
Всього торгової мережі					11105,0	11517,3	13191,5
Товарооборот ресторанного господарства					1886,3	2251,7	2780,3
ВСЬОГО					12991,3	13769,0	15971,8

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності спілки

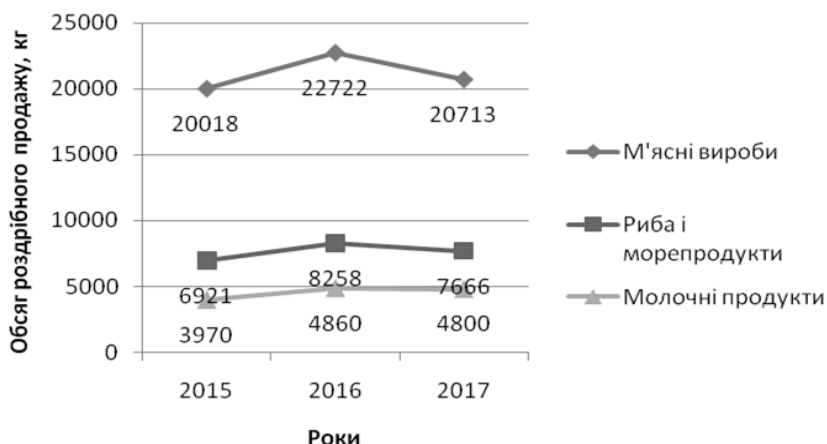


Рис. 1. Динаміка роздрібного продажу м'ясних виробів, риби, молочних продуктів Семенівської райспоживспілки за 2015-2017 роки

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності спілки

Продаж алкогольних напоїв зменшився у натуральному вираженні у 2017 році на 70,6% порівняно з 2015 роком, що є досить суттєвим. Товарооборот у грошовому вираженні також зменшився у 2017 році порівняно з 2015 роком на 54,4%.

Обсяг роздрібного продажу безалкогольних напоїв у натуральному вираженні збільшився у 2017 році на 3604,6 дал, порівняно з 2015 роком та на 3248,8 дал порівняно з 2016 роком. Роздрібний товарооборот також збільшився у 2017 році на 708 тис. грн порівняно з 2015 роком та на 247,3 тис. грн порівняно з 2016 роком. Динаміка роздрібного продажу алкогольних і безалкогольних напоїв наведена на рисунку 3.

Виходячи з проведеного аналізу, можна відмітити, що продаж тютюнових виробів у 2017 році зменшився на 58,7% порівняно з 2015 роком, але порівняно з 2016 роком відбулося збільшення на 21% у натуральному вираженні. Загалом сума роздрібного товарообороту продовольчих товарів склав у 2017 році 11811,8 тис. грн, що на 1712,8 тис. грн. (17%) більше за 2015 рік та на

1533,4 тис. грн. (14,9%) більше за 2016 рік. Зміна роздрібного товарообороту наведено на рисунку 4.

Аналізуючи продаж текстильних товарів та галантереї, можна сказати, що у 2017 році даний показник зменшився на 13,8 тис. грн у порівнянні з 2015 роком та на 39,9 тис. грн. порівняно з 2016 роком.

Позитивна тенденція роздрібного товарообороту спостерігається по продажу одягу та взуття, тобто відбулося збільшення на 124% відносно 2015 року та на 13,3% відносно 2016 року. При аналізі продажу парфумерно-косметичних товарів, можна сказати, що їх продаж збільшився на 30% і 29,3% відповідно. Динаміка роздрібного товарообороту текстильних товарів та галантереї, одягу та взуття представлено на рисунку 5.

Виходячи з таблиці 1, відмітимо, що товарооборот по продажу канцелярських товарів складав у 2015 році 43,4 тис. грн., у 2016 році відбулося зменшення до 28,2 тис. грн., але у 2017 році відбулося збільшення до 44,7 тис. грн.

Проаналізувавши продаж будівельних матеріалів, визначено, що даний показник збільшився у

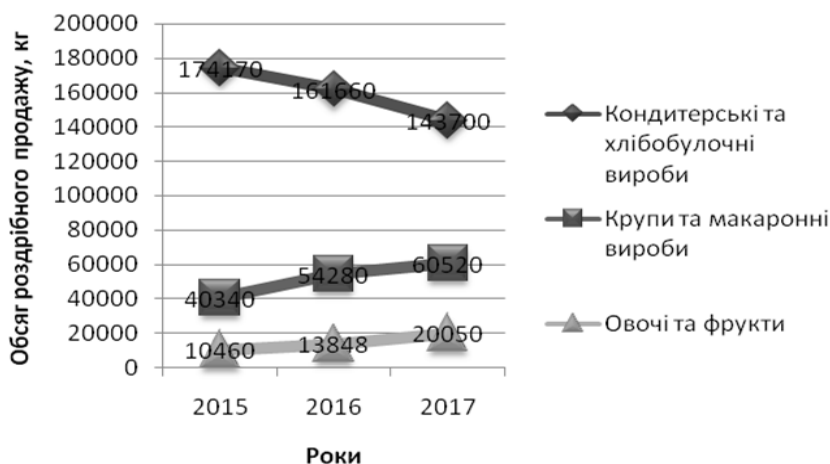


Рис. 2. Динаміка роздрібного продажу овочів та фруктів, круп та макаронних виробів, кондитерських та хлібобулочних виробів Семенівської райспоживспілки за 2015-2017 роки

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності спілки

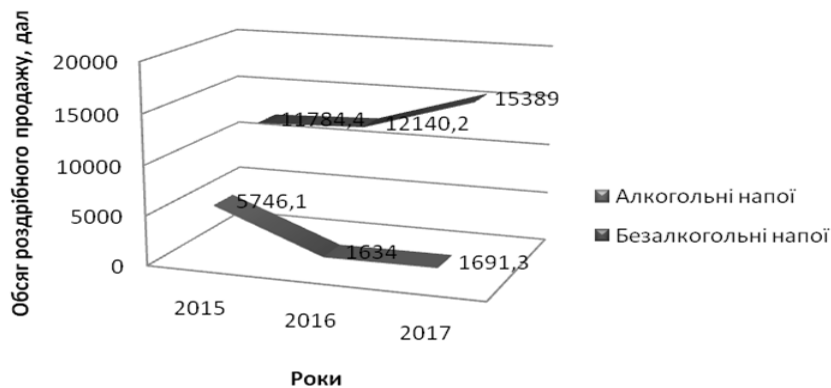


Рис. 3. Динаміка роздрібного продажу алкогільних і безалкогільних напоїв Семенівської райспоживспілки за 2015-2017 роки

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності спілки

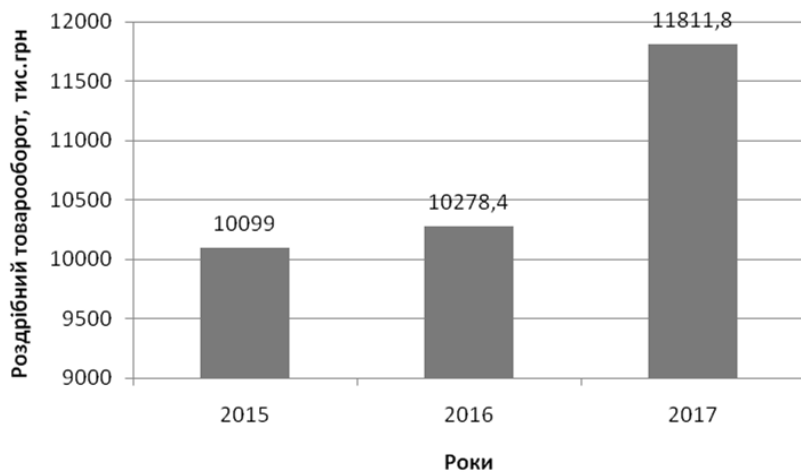


Рис. 4. Динаміка роздрібного товарообороту Семенівської райспоживспілки за 2015-2017 роки

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності спілки

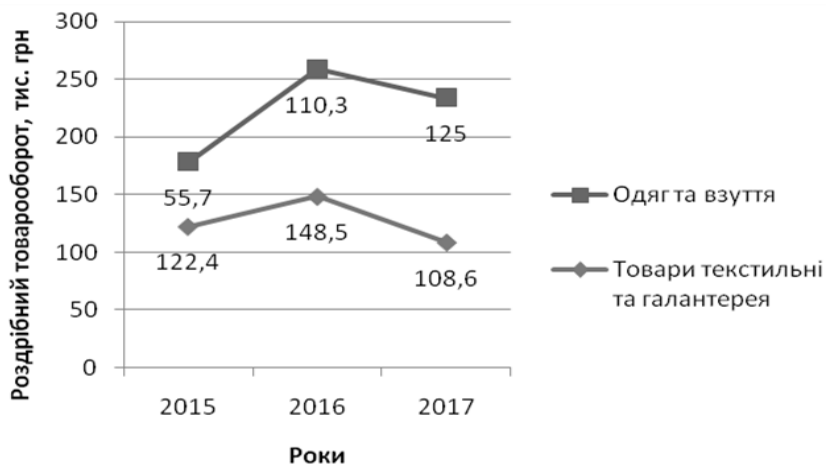


Рис. 5. Динаміка роздрібного товарообороту одягу та взуття, текстилю та галантереї Семенівської райспоживспілки за 2015-2017 роки

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності спілки

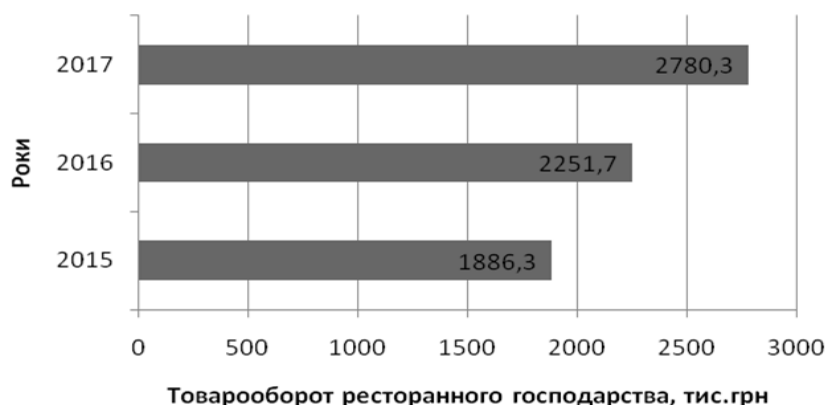


Рис. 6. Динаміка товарообороту ресторанного господарства Семенівської райспоживспілки за 2015-2017 роки

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності спілки

2017 році на 215,2 тис. грн. у порівнянні з 2015 році та на 65,1 тис. грн. порівняно з 2016 роком. Загалом роздрібний товарооборот непродовольчих товарів у грошовому вираженні протягом 2015-2017 років має тенденцію до збільшення.

Товарооборот ресторанного господарства має тенденцію до збільшення. У 2017 році це показник склав 2780,3 тис. грн, що більше за 2015 рік на 894 тис. грн (47,4%) та в порівнянні з 2016 роком збільшення на 528,6 тис. грн (23,5%). Динаміка даного показника наведено на рисунку 6. Отже, загальний роздрібний товарооборот у 2017 році складає 15971,8 тис. грн., що більше на 2980,5 тис. грн. (22,9%)

відносно 2015 року та на 2202,8 тис. грн (16%). З вищевикладеного можна відмітити, що виробничо-комерційна діяльність Семенівської райспоживспілки має нестабільний характер.

Продаж товарів у натуральному вираженні з кожним роком зменшується. Загалом суттєві зміни відбулися у 2017 році, адже знизився продаж м'ясних виробів, риби та морепродуктів, молочних продуктів, яєць, кондитерських та хлібобулочних виробів. Але на протязі цього ж року відбувається зростання продажів олії рослинної, цукру та солі, круп та макаронних виробів, овочів та фруктів, алкогольних та безалкогольних напоїв, тютюнових виробів.

Таблиця 2

Перелік показників стимуляторів та дестимуляторів виробничо-комерційної діяльності

Показник	Стимулятори, (+)	Дестимулятори, (-)
1	2	3
М'ясні вироби	+	
Риба і морепродукти	+	
Молочні продукти	+	
Яйця	+	
Олії рослинні	+	
Цукор та сіль	+	
Кондитерські та хлібобулочні вироби	+	
Крупи та макаронні вироби	+	
Овочі та фрукти	+	
Алкогольні напої	+	
Безалкогольні напої	+	
Тютюнові вироби	+	
Інші продовольчі товари	+	
Товари текстильні та галантерея	+	
Одяг та взуття	+	
Товари парфумерно-косметичні	+	
Канцелярські товари	+	
Будівельні матеріали	+	
Інші непродовольчі товари	+	
Товарооборот ресторанного господарства	+	
Запаси		-
Кредиторська заборгованість за товари		-

Джерело: сформовано автором на основі [1]

У грошовому вираженні товарообіг має тенденцію до зростання по всіх товарних групах, окрім яєць. Загалом найбільший комерційний результат для Семенівської районної спілки споживчих товариств по продажу товарів у натуральному вигляді простежується у 2016 році.

Продаж непродовольчих товарів у грошовому вираженні з кожним роком зростає, що є позитивним для підприємства. Отже, виробничо-комерційна діяльність Семенівської районної спілки споживчих товариств має нестабільний характер, що прослідковується в структурі продажу різних товарних груп.

Для проведення аналізу оптимальної виробничо-комерційної діяльності використовуємо таксонометричний аналіз. Порядок здійснення оцінювання оптимальної виробничо-комерційної діяльності за даним методом можна поділити на етапи [1]: 1. Вибір і обґрунтування методів оцінювання – таксономічного показника(за критерієм встановлених еталонів). 2. Визначення еталонних значень і критеріїв для оцінювання виробничо-комерційної діяльності. 3. Оцінювання ефективності виробничо-комерційної діяльності за узагальнюючими таксономічними показниками рівня розвитку встановлених еталонів. 4. Визначення інтегрального показника ефективності вироб-

ничо-комерційної діяльності та порівняльна динаміка узагальнюючих показників (товарних груп). 5. Інтерпретація та аналіз результатів оцінювання. Перелік показників стимуляторів та дестимуляторів виробничо-комерційної діяльності наведено в таблиці 2.

Побудова таксономічного показника починається з отримання матриці спостережень. Таксономічний аналіз передбачає наступний порядок розрахунку:

1) визначення середнього арифметичного значення показника здійснюється за формулою:

$$\bar{x}_i = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}, \tag{1}$$

де x_i – i -ий показник; n – кількість спостережень, років.

2) визначення стандартизованого Z-значення показника здійснюється за формулою:

$$Z_i = \frac{x_i}{\bar{x}_i}. \tag{2}$$

Розрахунок середнього значення та стандартизація показників наведено у таблиці 3. Після стандартизації, наступним кроком є формування вектору-еталону, за дотримання наступної умови:

Таблиця 3

Стандартизовані показники оцінювання виробничо-комерційної діяльності Семенівської райспоживспілки

№ з/п	Показник	Найменування показника, тис.грн.	Роки			Середнє значення	Стандартизоване значення		
			2015	2016	2017		Z2015	Z2016	Z2017
1	С	М'ясні вироби	984,5	1268,9	1400,9	1218,1	0,808	1,042	1,150
2	С	Риба і морепродукти	336,3	449,1	532,5	439,3	0,766	1,022	1,212
3	С	Молочні продукти	455,8	543,7	718,9	572,8	0,796	0,949	1,255
4	С	Яйця	7,6	20,4	16,2	14,7	0,516	1,385	1,100
5	С	Олій рослинні	170,5	165,4	264,5	200,1	0,852	0,826	1,322
6	С	Цукор та сіль	193,6	210,3	258,6	220,8	0,877	0,952	1,171
7	С	Кондитерські та хлібобулочні вироби	3065,7	3637,1	3891,9	3531,6	0,868	1,030	1,102
8	С	Круп,макаронні вироби	586,3	799,4	945,1	776,9	0,755	1,029	1,216
9	С	Овочі та фрукти	229,9	331,1	390,4	317,1	0,725	1,044	1,231
10	С	Алкогольні напої	1837,5	690,5	837,6	1121,9	1,638	0,615	0,747
11	С	Безалкогольні напої	599,1	1059,8	1307,1	988,7	0,606	1,072	1,322
12	С	Тютюнові вироби	921,7	339,3	432,5	564,5	1,633	0,601	0,766
13	С	Інші продовольчі товари	710,5	763,4	815,6	763,2	0,931	1,000	1,069
14	С	Текстиль та галантерея	122,4	148,5	108,6	126,5	0,968	1,174	0,858
15	С	Одяг та взуття	55,7	110,3	125,0	97,0	0,574	1,137	1,289
16	С	Товари парфумерно-косметичні	173,4	174,2	225,4	191,0	0,908	0,912	1,180
17	С	Канцелярські товари	43,4	28,2	44,7	38,8	1,120	0,727	1,153
18	С	Будівельні матеріали	471,9	622,0	687,1	593,7	0,795	1,048	1,157
19	С	Інші непродовольчі товари	139,2	155,7	188,9	161,3	0,863	0,965	1,171
20	С	Товарооборот ресторанного господарства	1886,3	2251,7	2780,3	2306,1	0,818	0,976	1,206
21	Д	Запаси	1140,0	1327,0	1681,0	1382,7	0,824	0,960	1,216
22	Д	Кредиторська заборгованість за товари	421,0	575,0	537,0	511,0	0,824	1,125	1,051

Джерело: власні дослідження автора

$$\begin{cases} x_{0i} = \max x_{ij} - \text{якщо показник } j \text{ є стимулятором;} \\ x_{0i} = \min x_{ij} - \text{якщо показник } j \text{ є дестимулятором.} \end{cases}$$

Таким чином вектор-еталон Z_{0i} має наступні координати:

$Z_{0i} =$	1,150
	1,212
	1,255
	1,385
	1,322
	1,171
	1,102
	1,216
	1,231
	1,638
	1,322
	1,633
	1,069
	1,174
	1,289
	1,180
	1,153
	1,157
	1,171
	1,206
	0,824
	0,824

Встановлення еталонних точок дає змогу визначити необхідні критерії для розрахунку інтегрального показника ефективності використання виробничого потенціалу райспоживспілки.

Далі здійснюється визначення відстані кожного об'єкта від еталонної точки. Мірою відстані обирається евклідова відстань, що розраховується за формулою:

$$C_{i0} = \sqrt{\sum_{j=1}^n (Z_{ij} - Z_{0j})^2}, \quad (3)$$

де Z_{ij} – стандартизоване значення показника підприємства ;

Z_{0j} – стандартизоване значення показника у векторі-еталоні.

Наступним етапом є розрахунок середньої відстані між об'єктами, що здійснюється за формулою:

$$\bar{C}_0 = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n C_{i0}. \quad (4)$$

Далі здійснюється розрахунок стандартного відхилення (σ_0), максимально можливого відхилення від

еталона (C_0), зведеного динамічного показника рівня розвитку (d_i) за формулами:

$$\sigma_0 = \sqrt{\frac{\sum (C_{i0} - \bar{C}_0)^2}{n}}, \quad (5)$$

$$C_0 = \bar{C}_0 + 2 \times \sigma_0, \quad (6)$$

$$d_i = \frac{C_{i0}}{C_0}. \quad (7)$$

Аналіз ефективності виробничо-комерційної діяльності дослідної райспоживспілки за узагальнюючими таксономічними показниками рівня розвитку встановлених еталонів здійснюється через визначення таксономічного (інтегрального) показника K_i за формулою:

$$K_i = 1 - d_i. \quad (8)$$

Отже, таксономічний показник K_i можна інтерпретувати. Зокрема, значення цього показника близькі до 1 та відповідають більшим значенням показників. Це є позитивною тенденцією, що впливає на рівень аналізованих об'єктів, а значення, близькі до 0, – більшим значенням показників, що негативно впливають на рівень об'єктів.

Розрахунок таксономічного показника ефективності виробничо-комерційної діяльності наведено в таблиці 4.

Наступним кроком є якісна характеристика показників виробничо-комерційної діяльності, що дозволяє визначити рівень та можливі резерви розвитку. З цією метою застосовується шкала Харрінгтона [7]. Дана шкала оснований на припущенні про нерівномірність розподілу критерію і склад діапазонів зміни. Зміна повинна відбуватися таким чином, щоб імовірність попадання критерію в кожен з них була однаковою.

За досліджуваній період (з 2015 по 2017 роки) найвище значення таксономічного показника оцінювання ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства спостерігається у 2017 році, найнижче – у 2015 році.

Отже, можна зробити висновки, що у 2015 році ефективність виробничо-комерційної діяльності Семенівської райспоживспілки становить 0,19 тобто знаходиться у межах від 0 до 0,36 та за шкалою Харрінгтона [7] має низький рівень комплексного показника.

У 2016 році значення комплексного показника збільшилося порівняно з 2015 роком і відповідно становить 0,244, що за шкалою Харрінгтона має низький рівень комплексного показника. У 2017 році значення комплексного показника ефективності виробничо-

Таблиця 4

Оцінювання ефективності виробничо-комерційної діяльності Семенівської райспоживспілки

Найменування показника	Роки		
	2015	2016	2017
1	2	3	4
Відстань від еталонної точки (Евклідова відстань) C_{i0}	0,650	0,458	0,366
Середня відстань між об'єктами C_0		0,491	
Стандартне відхилення відстані S_0		0,222	
Максимально можливе відхилення C_0		2,360	
Динамічний показник рівня d_i	0,810	0,756	0,589
Таксономічний показник оцінки K_i	0,190	0,244	0,411

Джерело: сформовано автором на основі [7]



Рис. 7. Основні заходи щодо забезпечення ефективної виробничо-комерційної діяльності Семенівської райспоживспілки

Джерело: власні дослідження автора

комерційної діяльності зросло порівняно з 2016 роком і становить 0,411, тобто за шкалою Харрінгтона, даний показник знаходиться на задовільному рівні. Отже, можна сказати, що виробничо-комерційна діяльність Семенівської районної спілки споживчих товариств була найефективнішою у 2017 році, про що свідчить таксонометричний аналіз.

На основі проведеного аналізу результатів діяльності Семенівської районної спілки споживчих товариств та враховуючи досвід передових підприємств у розвинутих країнах світу і використання ними для свого розвитку сучасних процедур та інструментів для забезпечення діяльності (бізнес-процесів) можна визначити, що всі споживчі товариства, які входять до складу Семенівської райспоживспілки мають поступово перейти на світові стандарти господарювання, а також реалізувати такі основні завдання щодо прогресу виробничо-комерційної діяльності,

Пронуюються наступні стратегічні заходи, які рекомендовано впровадити в 2020 році: оскільки відбулося скорочення середньооблікової чисельності працівників і через це зменшився обсяг виробництва, існує необхідність оновлення складу персоналу Семенівської райспоживспілки та збільшення його кількості, що в подальшому сприятиме задоволенню

попиту; вдосконалити систему організації діяльності та мотивації персоналу; здійснити пошук нових ринків збуту та оптимізацію вже існуючих торговельних потоків; провести вдосконалення системи оперативного планування для подальшої можливості роботи з новими клієнтами; здійснити удосконалення системи матеріально-технічного забезпечення з метою оптимізації виробничих запасів; пришвидшити та збільшити товарооборот, що призведе до пришвидшення повернення вкладених коштів.

Основні заходи для здійснення ефективної виробничо-комерційної діяльності наведено на рисунку 7.

Висновки з проведеного дослідження. В проведеної роботі було здійснено ґрунтовний аналіз та оцінку виробничо-комерційної діяльності Семенівської районної спілки споживчих товариств і виявлено її нестабільний стан. Отримані значення, які підтверджують нестабільну динаміку продажу товарів. Радикальні зміни виявлені у 2017 році. Зокрема, знижено показники продажу м'ясних виробів, риби та морепродуктів, молочних продуктів, яєць, кондитерських та хлібобулочних виробів. І поряд з цим отримана позитивна динаміка продажу олії рослинної, цукру та солі, круп та макаронних виробів, овочів та фруктів, алкогольних та безалкогольних напоїв, тютюнових виробів саме у

2017 році. Виявлено, що 2016 рік є успішним роком для Семенівської районної спілки споживчих товариств аналізуючи показники продажу. Представлено аналіз ефективності виробничо-комерційної діяльності на основі економіко-математичного моделювання на основі таксонометричного методу.

Детально представлені заходи щодо забезпечення ефективної виробничо-комерційної діяльності Семенівської райспоживспілки: оновити склад персоналу підприємства та збільшити його кількість; вдосконалити систему організації діяльності та мотивації персоналу; здійснити пошук нових ринків збуту та оптимізувати вже існуючі торговельні потоки; провести вдосконалення системи оперативного плану-

вання для подальшої можливості роботи з новими клієнтами; здійснити удосконалення системи матеріально-технічного забезпечення з метою оптимізації виробничих запасів; пришвидшити та збільшити товарооборот, що призведе до швидшого повернення вкладених коштів.

Виконання запропонованих стратегічних та оперативно-тактичних заходів щодо удосконалення виробничо-комерційної діяльності Семенівської районної спілки споживчих товариств має забезпечити покращення її стану, економічного зростання і перехід на сучасні стандарти господарювання, а в кінцевому підсумку до забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності у Полтавській області та Україні.

Список використаних джерел:

1. Андреева Є.Л. Аналіз та оцінювання стану конкурентоспособності підприємств машинобудування. URL: <https://economic-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=1163> (дата звернення: 01.04.2020).
2. Уткіна Ю.М., Вертельник Р.Г. Чинники забезпечення економічної ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства. URL: <http://vetp.kart.edu.ua/index.php/ua/14-назва/26-347-71-334-716> (дата звернення: 02.04.2020).
3. Сікетіна Н.Г. Формування ефективності виробничо-комерційної діяльності промислового підприємства. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UEy7Julqd-sJ:repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/31499/3/Sikietina_Formuvannia_efekt_vyrobnycho_2006.pdf+&cd=5&hl=ru&ct=clnk&gl=ua&client=firefox-b-d (дата звернення: 01.04.2020).
4. Тюха І.В. Ефективність комерційної діяльності підприємств харчової промисловості – суб'єктів ЗЕД. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1320> (дата звернення: 01.04.2020).
5. Бабух І.Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:x8KDJ1hgOXkJ:irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe (дата звернення: 02.04.2020).
6. Янчева Л.М., Лисак Г.Г., Круглова О.А. Теоретико-практичні аспекти управління комерційною діяльністю. Харків : Видавництво Іванченка І.С., 2016. 210 с.
7. Коваль Л.В. Оцінювання якості економічного потенціалу підприємства таксономічним методом. URL: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/cgiirbis_64 (дата звернення: 09.04.2020).

References:

1. Andrieieva Ye.L. Analiz ta otsiniuvannia stanu konkurentostiikosti pidpriemstv mashynobuduvannia [Analysis and evaluation of engineering companies competitiveness]. Retrieved from: <https://economic-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=1163> (accessed 01 April 2020).
2. Utkina Yu.M., Vertelnyk R.H. Chynnyky zabezpechennia ekonomichnoi efektyvnosti vyrobnycho-komertsiiinoi diialnosti pidpriemstva [Factors of economic efficiency of commercial and production activity of the enterprise]. Retrieved from: <http://vetp.kart.edu.ua/index.php/ua/14-назва/26-347-71-334-716> (accessed 02 April 2020).
3. Sikietina N.H. Formuvannia efektyvnosti vyrobnycho-komertsiiinoi diialnosti promyslovoho pidpriemstva [Formation of efficiency of industrial-commercial activity of industrial enterprise]. Retrieved from: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UEy7Julqd-sJ:repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/31499/3/Sikietina_Formuvannia_efekt_vyrobnycho_2006.pdf+&cd=5&hl=ru&ct=clnk&gl=ua&client=firefox-b-d (accessed 01 April 2020).
4. Tiukha I.V. Efektyvnist komertsiiinoi diialnosti pidpriemstv kharchovoi promyslovosti – subiektiv ZED [Efficiency of commercial activity of enterprises of food industry – subjects of foreign economic activity]. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1320> (accessed 01 April 2020).
5. Babukh I.B. Teoretychni pidkhody do analizu komertsiiinoi diialnosti ta upravlinnia neiu [Theoretical approaches to the analysis of commercial activity and its management]. Retrieved from: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:x8KDJ1hgOXkJ:irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe (accessed 02 April 2020).
6. Yancheva L.M., Lysak H.H., Kruhlova O.A. Teoretyko-praktychni aspekty upravlinnia komertsiiinoiu diialnistiu [Theoretical and practical aspects of the management of commercial activity]. Kharkiv: Vydavnytstvo Ivanchenka I.S. (in Ukrainian)
7. Koval L.V. Otsiniuvannia yakosti ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva taksonomichnym metodom [Assessment of the quality of the economic potential of an enterprise by taxonomic method]. Retrieved from: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/cgiirbis_64 (accessed 09 April 2020).

E-mail: Chichulinak@ukr.net

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 338.486.2:330.341

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.25>

Білецька І.М.

доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту,
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

УЗГОДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ
ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ СУЧАСНИМИ ТЕНДЕНЦІЯМИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ

У статті розглянуто питання актуальності переходу підприємств туризму на інноваційний шлях їх функціонування та розвитку, ідентифіковано виклики функціонування та розвитку підприємств туризму України, пов'язані з розвитком процесів глобалізації. У зв'язку з необхідністю формування стратегії протидії глобальним викликам визначено етапи узгодження системи управління інноваційним розвитком туристичних підприємств із сучасними тенденціями глобалізації та функціонування світового туризму, зокрема діагностичний, апробаційний та постановочний. Охарактеризовано завдання організації системи управління інноваційним розвитком туристичних підприємств у межах їх стратегічної орієнтації на розроблення ефективних заходів стосовно мінімізації ризиків глобалізації світового туризму. Ідентифіковано тенденції інноваційної модернізації та активізації темпів поліпшення якості надаваних туристичних послуг із метою зміцнення конкурентних переваг підприємств як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. Узгоджено аспекти підвищення рівня мобільності туристів у міжнародному вимірі та напрямів інноваційного розвитку підприємств туризму та диференційовано пріоритетні напрями узгодження управління інноваційним розвитком туристичних підприємств із процесами глобалізації світового туризму залежно від їхньої спеціалізації.

Ключові слова: підприємства туризму, інноваційні засади розвитку, світовий ринок туризму, глобалізація, управління, тенденція.

СОГЛАСОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ
ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ С СОВРЕМЕННЫМИ ТЕНДЕНЦИЯМИ
ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО ТУРИЗМА

Билецкая И.М.

В статье рассмотрены вопросы актуальности перехода предприятий туризма на инновационный путь их функционирования и развития, а также идентифицированы вызовы функционирования и развития предприятий туризма Украины, связанные с развитием процессов глобализации. В связи с необходимостью формирования стратегии противодействия глобальным вызовам определены этапы согласования системы управления инновационным развитием туристических предприятий с современными тенденциями глобализации и функционирования мирового туризма, в частности диагностический, апробационный и постановочный. Охарактеризованы задачи организации системы управления инновационным развитием туристических предприятий в пределах их стратегической ориентации на разработку эффективных мер по минимизации рисков глобализации мирового туризма. Идентифицированы тенденции инновационной модернизации и активизации темпов улучшения качества предоставляемых туристических услуг с целью укрепления конкурентных преимуществ предприятий как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Согласованы аспекты повышения уровня мобильности туристов в международном измерении направлений инновационного развития предприятий туризма и дифференцированы приоритетные направления согласования управления инновационным развитием туристических предприятий с процессами глобализации мирового туризма в зависимости от их специализации.

Ключевые слова: предприятия туризма, инновационные основы развития, мировой рынок туризма, глобализация, управление, тенденция.

APPROVAL OF INNOVATION DEVELOPMENT MANAGEMENT OF TOURIST ENTERPRISES WITH MODERN TRENDS OF GLOBALIZATION AND FUNCTIONING OF TRAVELING

Biletska Iryna

The article deals with the relevance of the transition of tourism enterprises to the innovative way of their functioning and development. Challenges of functioning and development of tourism enterprises of Ukraine related to the development of globalization processes have been identified. Key to such challenges is the need for innovative technical and technological modernization and automation of business processes of tourism enterprises; harmonization of domestic and foreign standards of quality of customer service in the process of providing tourist services; strengthening the competitive advantages of tourism enterprises in the domestic market and finding effective ways of entering the foreign market of tourism services; deepening the existing disparity between the pace of innovation activity of domestic and foreign tourism enterprises; strengthening the electronic component of customer service and accelerating the pace of IT implementation. The research uses the methods of strategic management (for development of strategy of innovative development of tourism enterprises) and systematic approach (in substantiation of elements and means of organizational-economic). The tasks of organizing a system for managing the innovative development of tourism enterprises within their strategic orientation to develop effective measures to minimize the risks of globalization of tourism are characterized. The tendencies of innovative modernization and activation of the rates of improvement of quality of tourist services rendered have been identified in order to strengthen the competitive advantages of enterprises both in the domestic and foreign markets. Aspects of increase of the level of tourist mobility in the international dimension and directions of innovative development of tourism enterprises were agreed. Priority directions of coordination of management of innovative development of tourist enterprises with the processes of globalization of world tourism depending on their specialization are differentiated, including for motels, hotels, private residences and sanatoriums.

Keywords: tourism enterprises, innovative principles of development, world tourism market, globalization.

Постановка проблеми. Масштабні процеси лібералізації економіки та розвитку науково-технічного прогресу цілеспрямовано впливають на параметри функціонування галузі світового туризму, що формалізуються у наростаючій глобалізації, посиленні конкурентної боротьби на ринку надання туристичних послуг, активізації комунікаційних відносин та обміну інформаційними даними між суб'єктами туристичної галузі, поглибленні спеціалізації підприємств туризму та сегментації світового туристичного ринку. Такі структурні зміни формують якісно новий рівень становлення процесів інноваційного розвитку туристичних підприємств, що трансформується в появі принципово відмінних від існуючих аналогів на ринку туристичних продуктів, поглибленні диференціації потреб і запитів потенційних клієнтів з урахуванням менталітету, національних і культурно-етнічних особливостей останніх, поліпшенні бізнес-процесів функціонування галузі світового туризму, активізації міжнародної вертикально-горизонтальної інтеграції туристичних підприємств. З огляду на це, об'єктивно зумовлюється доцільність розроблення дієвих організаційно-економічних заходів щодо узгодження параметрів системи управління інноваційним розвитком туристичних підприємств із сучасними тенденціями глобалізації та функціонування світового туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні умови та засади інноваційно-технологічної діяльності як підприємств туризму, так і вітчизняної туристичної галузі достатньо глибоко вивчено у працях таких учених, як: Т. Васильців, А. Шехлович [1], Ю. Мігущенко [2], І. Орлик [3], О. Власок [4], Р. Лупак [5], А. Голод [6], О. Мельниченко [7], А. Охріменко [8], А. Димчук [9] та ін.

Разом із тим сьогодні характерні нові тенденції, чинники та умови функціонування і розвитку туристичних підприємств, зумовлені глобалізаційними процесами. Вони недостатньо вивчені та потребують нових підходів до опрацювання.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування методико-прикладних засад узгодження управління інноваційним розвитком туристичних підприємств із сучасними тенденціями глобалізації та функціонування світового туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наростаючі процеси глобалізації світового туризму посилюють стратегічну важливість і роль цієї галузі в аспекті ефективного розвитку національної економіки, диверсифікації ризиків її функціонування, створення нових робочих місць, підвищення рівня зайнятості населення, раціонального використання природно-ресурсного потенціалу держави та переходу на засади постіндустріального типу розвитку. Очевидно, що глобалізація світового туризму формує низку викликів для інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств, ключовими серед яких доцільно виділити: 1) потребу в інноваційній техніко-технологічній модернізації й автоматизації бізнес-процесів туристичних підприємств; 2) гармонізацію вітчизняних і зарубіжних стандартів якості обслуговування клієнтів у процесі надання туристичних послуг; 3) зміцнення конкурентних переваг підприємств туризму на внутрішньому ринку та пошук ефективних шляхів виходу на зовнішній ринок туристичних послуг; 4) поглиблення наявного диспаритету між темпами інноваційної активності вітчизняних і зарубіжних туристичних підприємств; 5) посилення електронного складника обслуговування клієнтів і активізація темпів упровадження інформаційних технологій у бізнес-процеси туристичних підприємств; 6) активізацію розбудови мережі об'єктів соціально-економічної та дорожньо-транспортної інфраструктури; 7) узгодження соціальних, культурних, релігійних та етнічних детермінант інноваційного розвитку підприємств туристичної галузі.

Налагодження ефективної системи управління інноваційним розвитком туристичних підприємств передбачає перехід на якісно нові засади господа-

рювання, ведення туристичного бізнесу та обслуговування клієнтів, що потребує не лише залучення додаткових джерел фінансування процесів реалізації інноваційних проєктів, удосконалення їх техніко-технологічної підтримки, а й зміни концептуальної парадигми управління інноваціями туристичних підприємств.

Процес узгодження управління інноваційним розвитком туристичних підприємств має бути структурованим і послідовним, що передбачає доцільність дотримання його в межах чітко визначеної етапності дій, яку представлено на рис. 1.

Організація системи управління інноваційним розвитком туристичних підприємств потребує дотримання стратегічної орієнтації на розроблення ефективних заходів стосовно мінімізації ризиків глобалізації світового туризму, що передбачає: 1) реалізацію превентивних механізмів подолання дестабілізуючого впливу трансформацій на процеси функціонування вітчизняних туристичних підприємств на засадах вироблення цілеспрямованої протидії загрозам внутрішнього та зовнішнього характеру; 2) мінімізацію ймовірності зриву реалізації спільних міжнародних інноваційно-інвестиційних проєктів туристичних підприємств шляхом запровадження практики страхування їхніх потенційних ризиків з урахуванням регіонально-галузевої специфіки останніх; 3) імплементацію комплексу заходів щодо забезпечення належного рівня економічної безпеки туристичних підприємств у розрізі її функціональних складників (фінансового, ринкового, кадрового, матеріально-технічного, екологічного, інформаційного, правового тощо); 4) формування та розвиток адаптивних властивостей підприємств туризму в процесі взаємодії з чинниками зовнішньоринкового середовища; 5) гармонізацію інституційного базису регулювання діяльності підприємств туристичної галузі в умовах глобалізації та лібералізації світового ринку надання туристичних послуг; 6) налагодження ефективної транснаціональної консультативної підтримки координації процесу інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на засадах посилення участі останніх у міжнародних інноваційно-грантових проєктах, конференціях, виставках, симпозіумах тощо; 7) перехід до практики оперативного реагування підприємствами на випередження глобалізаційним викликом шляхом урахування параметрів прогностичних сценаріїв інноваційного розвитку галузі світового туризму.

Характерною тенденцією глобалізації світового туризму є системне поглиблення спеціалізації туристичного ринку, що зумовлюється регіональною специфікою, наявним природно-ресурсним потенціалом конкретної держави та наближеністю підприємства до потенційних споживачів туристичних послуг. У зв'язку із цим перед вітчизняними туристичними підприємствами постають виклики пошуку своєї унікальної ніші на ринку надання туристичних послуг, що, з одного боку, потребує мобілізації ресурсного забезпечення, а з іншого – орієнтації на ефективне використання



Рис. 1. Етапи узгодження системи управління інноваційним розвитком туристичних підприємств із сучасними тенденціями глобалізації та функціонування світового туризму

Джерело: авторська розробка

наявних конкурентних переваг на засадах реалізації системних інновацій. У цьому аспекті вдосконалення управління інноваційним розвитком туристичних підприємств в умовах глобалізації передбачає: 1) перегляд традиційних усталених підходів до аналізу та планування інноваційної діяльності підприємств на засадах моделювання зовнішньоекономічних ризиків ведення туристичної діяльності, ідентифікацію перспективних нішових сегментів туристичного ринку, визначення пріоритетних інноваційних туристичних продуктів, що наділені унікальними споживчими властивостями, поряд з аналогами основних конкурентів на туристичному ринку; 2) узгодження стратегічних, тактичних та оперативних цілей інноваційного розвитку туристичних підприємств шляхом визначення чітких джерел і механізмів їх досягнення, встановлення чітких строків реалізації коротко-, середньо- та довгострокових інноваційних проєктів, моделювання прогностичних параметрів потенційних зовнішньоекономічних загроз становлення процесів інноваційної модернізації підприємств туризму; 3) оптимізацію використання наявного ресурсного забезпечення на засадах мобілізації сильних конкурентних переваг туристичного підприємства, мінімізації слабких сторін останнього та усунення так званих «вузьких місць» бізнес-процесів з урахуванням наявної кон'юнктури світового туристичного ринку, сформованих традицій господарювання підприємства.

Очевидно, що тенденція стосовно підвищення рівня мобільності туристів потребує реструктуризації існуючих підходів до управління інноваційним

розвитком туристичних підприємств і передбачає реалізацію таких пріоритетних заходів: формування механізмів поліпшення транспортної доступності об'єктів, на яких безпосередньо надаються туристичні послуги, на засадах участі в інноваційних проєктах розбудови дорожньо-транспортної інфраструктури, диверсифікації видів транспортного сполучення туристичних підприємств, підвищення оперативності та комфортності перевезень туристів, поширення практики впровадження системного трансферту клієнтів на всіх етапах споживання туристичного продукту (у тому числі для потенційних іноземних туристів), налагодження співпраці з міжнародними транспортними компаніями в сегменті організації пасажирських перевезень іноземних туристів; управління розвитком адаптивних властивостей інноваційних бізнес-процесів туристичного підприємства шляхом забезпечення гнучкості останніх, приведення їх у відповідність до етнічних, культурних і релігійних особливостей іноземних туристів, диверсифікації спектра надання туристичних послуг з урахуванням специфіки національних інтересів потенційних клієнтів, одночасного збереження автентичності та гармонійного поєднання багатокультурних складових елементів у структурі туристичного продукту, що стратегічно орієнтований на задоволення потреб і вимог іноземного туриста.

Процеси глобалізації світового туризму супроводжуються невинними темпами впровадження досягнень науково-технічного прогресу, автоматизацією процесів обслуговування клієнтів, миттєвим поширенням інформаційних даних у міжнародному просторі світового туристичного бізнесу. У цьому контексті узгодження управління інноваційним розвитком туристичних підприємств із процесами глобалізації світового туризму потребує забезпечення стратегічної орієнтації на таке:

1) реалізацію інструментів обробки, аналізування та систематизації глобальних інформаційних даних світового туризму на засадах ідентифікації пріоритетної інформації інноваційного характеру, виявлення недостовірних інформаційних даних, імплементації механізмів комерціалізації інформації в умовах лібералізації світового туристичного ринку, автоматизації процесів зберігання та захисту інформаційних систем туристичного підприємства від несанкціонованого втручання, налагодження оперативного обміну даними між суб'єктами міжнародного туристичного бізнесу;

2) використання пріоритетних механізмів рекламування й популяризації інноваційних продуктів туристичного підприємства на міжнародному рівні шляхом використання ресурсних потужностей мережі Інтернет, посилення інтеграційних процесів підприємства щодо участі в міжнародних туристичних асоціаціях із метою підвищення рівня представленості його інноваційних продуктів на світовому туристичному ринку, диверсифікації інструментів і засобів рекламування інноваційних конкурентних переваг підприємства для пріоритетного сегмента цільової аудиторії потенційних споживачів туристичних послуг, організації системної роботи з наявною клієнтською базою підприємства на засадах

використання можливостей сучасних комп'ютерно-інформаційних технологій;

3) реалізацію механізмів електронної комерціалізації інноваційних продуктів туристичних підприємств на засадах підвищення рівня представленості послуг підприємства на популярних міжнародних туристичних сайтах, забезпечення можливостей здійснення безготівкових розрахунків за придбання туристичного продукту, поширення практики Інтернет-бронювання туристичної послуги, використання гнучких дисконтних знижок та акцій для постійних клієнтів, забезпечення можливості укладення договорів купівлі-продажу туристичного продукту у форматі електронного договору.

Очевидно, що набір пріоритетних напрямів узгодження управління інноваційним розвитком підприємств із глобалізацією та сучасними тенденціями функціонування світового туризму доцільно диференціювати залежно від їх спеціалізації.

Стратегічно важливим атрибутом управління інноваційним розвитком туристичних підприємств у контексті наростаючих глобалізаційних процесів є гарантування безпечних умов для відпочинку туристів, з огляду на актуалізацію міжнародних безпекових викликів, зумовлених проблемами незаконної міграції населення, зростанням кількості біженців у світовому масштабі, наявністю так званих «заморожених» військових конфліктів, посиленням ризиків виникнення терористичних атак.

Таким чином, реалізація запропонованих інструментів узгодження управління інноваційним розвитком туристичних підприємств в умовах глобалізації формує передумови для підвищення ефективності реалізації їхнього ресурсного потенціалу в контексті посилення конкурентної боротьби на світовому туристичному ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Наростаючі виклики глобалізації світового туризму об'єктивно вимагають своєчасного розроблення адекватних механізмів та інструментів стосовно вдосконалення системи управління інноваційним розвитком туристичних підприємств, що передбачає забезпечення їхньої стратегічної спрямованості на реалізацію таких заходів, як: організація міжнародних маркетингових досліджень із метою визначення перспективних запитів іноземних туристів, узгодження вітчизняних і міжнародних стандартів ведення туристичної діяльності, імплементація норм і вимог міжнародних технічних регламентів стосовно реалізації інноваційних проєктів у туризмі, формування механізму моніторингу дотримання прийнятих міжнародних стандартів якості надаваних туристичних послуг, моделювання зовнішньоекономічних ризиків ведення туристичної діяльності, поширення практики застосування технології франчайзингу надання туристичних послуг, диверсифікація підходів до задоволення інтересів клієнтів з урахуванням їхніх культурних, етнічних і релігійних особливостей, налагодження ефективних комунікацій стосовно міжнародного обміну досвідом у сфері інноваційної діяльності, формування механізмів поліпшення транспортної доступності мережі об'єктів надання туристичних послуг, управління розвитком адаптивних властивостей інноваційних бізнес-процесів туристичного підприємства відповідно до глобалізаційних викликів.

Список використаних джерел:

1. Васильців Т.Г., Шехлович А.М., Васильців В.В. Фінансово-економічні інструменти стимулювання розвитку ІТ-сфери України. *Економічний дискурс*. 2017. № 4. С. 128–136.
2. Мігущенко Ю.В. Механізми розвитку туристичної галузі в умовах тимчасової окупації частини території України: регіональний аспект : аналітична записка. URL: http://lv.niss.gov.ua/public/File/1/AZ_Mihushchenko_2016.pdf
3. Орлик І.О., Васильців Т.Г., Рудик С.А. Механізми та засоби активізації інноваційного розвитку підприємств роздрібної торгівлі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 1. С. 102–109.
4. System transformations of the national economy: challenges and expectations : collective monograph / edited by O. Vlasniuk and other. Bydgoszcz, Poland : University of Economy Publishing House, 2016. Vol. 1. 357 p.
5. Лупак Р.Л. Оцінювання формування конкурентних переваг туристичних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 3. С. 189–194.
6. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 340 с.
7. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : НУЦЗУ, 2017. 153 с.
8. Охрімченко А.Г. Проблеми конкурентоспроможності туристичної галузі України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 5. С. 42–47.
9. Димчук А.В. Формування туристичної політики держави в умовах динамічних змін ринкового середовища. *Економіка та держава*. 2010. № 12. С. 44–45.

References:

1. Vasylytsiv T. G., Shehlovych A. M., Vasylytsiv V. V. (2017) Finansovo-ekonomichni instrument stymulivannia rozvytku IT-sphery Ukrainy [Financial and economic instruments of stimulation of development of IT-sphere of Ukraine]. *Economic discourse*, no. 4, pp. 128–136. (in Ukrainian)
2. Mihushchenko Yu. V. (2017) Mehanizmy rozvytku turystychnoi galuzi v umovah tymchasovoi okupaciyi terytoriyi Ukrainy: regionalnyi aspekt [Mechanisms of the development of the tourism industry in conditions of temporary occupation of part of the territory of Ukraine: the regional aspect]. Available at: http://lv.niss.gov.ua/public/File/1/AZ_Mihushchenko_2016.pdf (accessed 10 May 2019). (in Ukrainian)
3. Orlyk I. O., Vasylytsiv T. G., Rudyk S. A. (2016) Mehanizmy ta zasoby aktyvizaciyi innovaciyynogo rozvytku pidpryemstv rozdribnoyi torgivli [Mechanisms and means of intensification of the innovative development of enterprises of retail trade]. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic sciences*, no. 1, pp. 102–109. (in Ukrainian)
4. Vlasniuk O. (2018). System transformations of the national economy: challenges and expectations, University of Economy Publishing House, Bydgoszcz, Poland. (in English)
5. Lupak R. L. (2016) Otsynuyvannia formuvannia konkurentnyh perevag turystychnykh pidpryemstv [Assessment of formation of competitive advantages of tourist enterprises]. *Bulletin of the Khmelnytsky National University*, vol. 3, pp. 189-194. (in Ukrainian)
6. Holod A. (2017) Bezpeka rehionalnykh turystychnykh system: teoriya, metodolohiya ta problemy harantuvannya [Security of Regional Tourist Systems: Theory, Methodology and Guarantee Problems]. Lviv: LDUFK. (in Ukrainian)
7. Melnychenko O. A., Shvedun V. O. (2017) Osoblyvosti rozvytku industriyi turyzmu v Ukraini [Features of the development of the tourism industry in Ukraine]. Kharkiv: NUTSZU. (in Ukrainian)
8. Okhrimenko A. H. (2011) Problemy konkurentospromozhnosti turystychnoyi galuzi Ukrainy [Problems of Competitiveness of the Tourist Industry of Ukraine]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 5, pp. 42–47. (in Ukrainian)
9. Dymchuk A. V. (2010) Formuvannia turystychnoyi polityky derzhavy v umovah dynamichnykh zmin rynkovogo seredovyshcha [Formation of the tourist policy of the state in conditions of dynamic changes in the market environment]. *Ekonomika ta derzhava*, vol. 12, pp. 44-45. (in Ukrainian)

E-mail: tgvas77@ukr.net

УДК 338.48:640.41

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.26>**Мендела І.Я.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанної
та курортної справи факультету туризму,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

Жумбей М.М.

кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри іноземних мов та країнознавства факультету туризму,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

Румянцева І.Б.

асистент кафедри готельно-ресторанної
та курортної справи факультету туризму,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток готельного бізнесу неможливий без інноваційної діяльності, тому сучасний характер діяльності готельного бізнесу передбачає прогресивні процеси і зміни. Ступінь підприємливості визначає напрям та перспективи його розвитку, а готельний ринок пропонує на ринку масу інновацій, і в цьому контексті виникає питання щодо мотиваційного механізму креативних чи корисливих аспектів. В умовах конкурентного ринку готельний бізнес характеризується інтенсифікацією інноваційного процесу, а тому розроблення та застосування нових технологій дасть змогу ефективніше використовувати ресурси, підвищити ефективність роботи готельного підприємства, створювати нові чи займати наявні ринкові сегменти, підвищити рівень конкурентоспроможності тощо. Для запровадження готельним підприємством інноваційної діяльності необхідно вдосконалювати принципи процесу стратегічного планування інноваційної стратегії, так як інноваційні стратегії готельних підприємств сприятимуть розвитку інноваційного потенціалу підприємства готельного бізнесу. Впровадження інновацій сприятиме розвитку інноваційної діяльності готельного бізнесу, що, своєю чергою, підніматиме конкурентоспроможність як закладу в цілому, так і готельних послуг зокрема. Справжня необхідність використання інноваційних стратегій у діяльності готельного підприємства диктується сучасними вимогами. Вказана стратегія поєднуватиме в собі інноваційні технології надання готельних послуг, маркетингові інструменти комунікації із цільовою аудиторією, просування бренду готелю, систему управління готелем тощо. Кожна інноваційна стратегія повинна відповідати загальній стратегії розвитку готелю і передбачати готовність ринку до прийняття нововведень.

Ключові слова: інновація, інноваційний процес, конкурентоспроможність, інноваційна стратегія, інноваційний потенціал, нововведення.

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Мендела И.Я., Жумбей М.М., Румянцева И.Б.

Развитие гостиничного бизнеса невозможно без инновационной деятельности, поэтому современный характер деятельности гостиничного бизнеса предполагает прогрессивные процессы и изменения. Степень предприимчивости определяет направление и перспективы его развития, а гостиничный рынок предлагает на рынке массу инноваций, и в этом контексте возникает вопрос о мотивационном механизме креативных или корыстных аспектов. В условиях конкурентного рынка гостиничный бизнес характеризуется интенсификацией инновационного процесса, поэтому разработка и применение новых технологий позволят эффективнее использовать ресурсы, повысит эффективность работы гостиничного предприятия, создавать новые или занимать имеющиеся рыночные сегменты, повысит уровень конкурентоспособности и тому подобное. Для введения гостиничным предприятием инновационной деятельности необходимо совершенствовать принципы процесса стратегического планирования инновационной стратегии, так как инновационные стратегии гостиничных предприятий будут способствовать развитию инновационного потенциала предприятия гостиничного бизнеса. Внедрение инноваций будет способствовать развитию инновационной деятельности гостиничного бизнеса, что, в свою очередь, будет поднимать конкурентоспособность как учреждения в целом, так и услуг в частности. Необходимость использования инновационных стратегий в деятельности гостиничного предприятия

диктується сучасними вимогами. Вказана стратегія буде поєднувати в собі інноваційні технології надання готельних послуг, маркетингові інструменти комунікації з цільовою аудиторією, просування бренду готелю, систему управління готелем і тому подібне. Кожна інноваційна стратегія повинна відповідати загальній стратегії розвитку підприємства і передбачувати готовність ринку до прийняття нововведень.

Ключові слова: інновація, інноваційний процес, конкурентоспроможність, інноваційна стратегія, інноваційний потенціал, нововведення.

INNOVATIVE STRATEGIES OF HOTEL ENTERPRISES

Mendela Iryna, Zhumbei Marianna, Rumiantseva Iryna

Hotel business development is not possible without innovation. The modern nature of the activity of hotel business involves progressive processes and changes. The degree of entrepreneurship determines the direction and prospects of its development. The hotel market offers a lot of innovations and, accordingly, in this context the question concerning the motivational mechanism of creative or self-serving aspects arises. In the context of the competitive market the hotel business is characterized by an intensification of the innovation process. The development and application of new technologies enables a more efficient usage of resources, increases the effectiveness of the hotel enterprise work, allows to create new or occupy existing market segments, increases the level of competitiveness, etc. In order to introduce innovations into the hotel business, it is essential to improve the principles of the strategic planning process of the innovative strategy. The main types of innovative strategies in the hotel business are: to take into account all modern needs of consumers of hotel services; to create favorable conditions for attracting investments for the construction of new or the renovation of old hotels; to increase the attractiveness and accessibility of hotel services; to provide competitive advantages to the hotel business, etc. Innovative strategies of hotel enterprises will contribute to the development of the innovative potential of the hotel business enterprise; will be the factor in the emergence of the international hotel operators in the Ukrainian market as well as the instrument for survival and promotion of the hotel business. The introduction of innovations will predict the innovative activity of the hotel business, which, in its turn, will increase the competitiveness of the institution in general and the hotel services in particular. The real need to use innovative strategies in the hotel business is dictated by modern requirements. The indicated strategies will combine innovative technologies for providing hotel services, marketing tools of communication with the target audience, promotion of the hotel brand as well as the hotel management system, etc. Each innovative strategy must be consistent with the general hotel development strategy and anticipate the readiness of the market to accept innovations. The innovative approach of the hotel enterprise is reduced not only to the usage of innovations in its activity, but to the application of a set of innovative strategies.

Keywords: innovation, innovation process, competitiveness, innovative strategy, innovative potential, improvement.

Постановка проблеми. Досягнення конкурентних переваг на ринку готельного бізнесу на основі створення унікальної послуги повинне забезпечуватися інноваційними способами. Інноваційність у підприємницькій діяльності набуває дедалі більших масштабів. Інноваційна орієнтація підприємства проявляється у здатності продукувати оригінальні послуги на ринку, пов'язані з інноваційною діяльністю.

Інновації стають тотальними за ступенем впливу і поширення в процесі здійснення підприємницької діяльності. Інноваційний процес є всеохоплюючим, і для технологічного інноваційного розвитку готельного бізнесу необхідно вибирати стратегію чи їх набір, щоб удало представляти на ринку «надмірність інновацій». Завжди удало підібрана інноваційна стратегія сприятиме розвитку потенціалу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інноваційних стратегій займалися багато українських учених. О.І. Ковтуном [3] запропоновано парадигму стратегії сучасного підприємства та її інноваційний складник. Ю.І. Ключ та О.П. Пархоменко [2] розглядали стратегії інноваційного розвитку підприємства. Л.С. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко [1] навели класифікацію базових і конкурентних стратегій. С.М. Журавльова [4] проаналізувала стратегії інноваційної діяльності готельного господарства, проте сьогодні вони є дещо загальними.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз інноваційних стратегій на підприємствах готель-

ного бізнесу, використання яких дасть змогу бути конкурентоспроможним на ринку. При цьому найбільш ефективною інноваційною політикою готельного підприємства буде за одночасного впровадження різних типів інноваційних стратегій.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економіці інноваційність є її провідним атрибутом. Конкурентні переваги на ринку готельного бізнесу на основі створення нового продукту повинні впроваджуватися інноваційними способами. Сьогодні успіх готельного бізнесу багато в чому залежить від використання інноваційних технологій у сфері готельних послуг. Саме інноваційна орієнтація підприємства є головною умовою підвищення конкурентоспроможності та сприяє вдосконаленню якості обслуговування.

Вибір стратегії бізнесу здійснює керівництво підприємства на основі аналізу ключових чинників, що характеризують його стан і стан портфеля продукції [4]. У сучасних умовах дедалі частіше постає питання вибору стратегії інноваційного розвитку підприємства готельного бізнесу. Інноваційна стратегія є одним із засобів досягнення цілей організації і характеризується новизною, передусім для організації, а часто й для галузі, ринку, споживачів [2, с. 54]. Безперечно, що для успішного розвитку необхідно сформулювати стратегію інноваційного розвитку підприємства готельного бізнесу. Інноваційна стратегія має орієнтуватися на передбачення глобальних змін в економічній ситуації на підприємстві та навколо нього, а також стосуватися

прийняття рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства за рахунок інновацій [3, с. 46–47].

Розглянемо види таких інноваційних стратегій у готельному бізнесі:

- аутсорсинг-стратегія (готельне підприємство окремі бізнес-процеси та функції управління передає іншим компаніям);

- бечмаркінг-стратегія (готельним підприємством досліджується практика прямих конкурентів та представників з інших сфер і в процесі аналізу конкурентоспроможності дасть змогу виявити найбільш удачу продукцію для готелю);

- the blue way-стратегія (готельне підприємство активно опановує екологічні та енергоефективні технології);

- стратегія «тільки для жінок» (готель приймає всіх, але, наприклад, окремий поверх чи SPA-салон – це територія, відвідування якої дозволено лише жінкам);

- бренд-стратегія (зусилля адміністрації готелю спрямовуються на створення життєздатної і надійної стратегії, яка допоможе розвиватися, розширюватися і бути успішним на ринку);

- бізнес-стратегія (денні готелі пропонують бізнес-туристам номери на декілька годин);

- прекаріат-стратегія (готелем упроваджуються вкрай сумнівні інновації на ринку готельних послуг, проте не виключено, що в майбутньому вони стануть успішними);

- ритейл-стратегія (вміння персоналу готелю продати споживачу готельних послуг якомога більше додаткових послуг);

- different-стратегія (готель надає послуги, які принципово відрізняються від послуг конкурентів);

- конкурентна стратегія (дасть змогу керівництву готелю успішно досягати поставлених цілей порівняно з конкурентами);

- innovation-стратегія (наприклад, відомі капсульні готелі чи Bubble hotel тощо);

- семплінг-стратегія (безкоштовна роздача продукту готельного підприємства для забезпечення зворотного зв'язку);

- реінжиніринг-стратегія (дасть змогу змінювати діяльність чи дії готелю задля досягнення змін);

- диверсифікована стратегія (готель розширяє свою діяльність у нові сфери бізнесу).

У подальшому від вибраної інноваційної стратегії залежать стратегія ціноутворення та успіх готелю.

Сьогодні готельний бізнес невинно розвивається. Лідерами є міста Київ, Одеса, Львів та курорт Буко-

вель. Упровадження в діяльність інноваційних стратегій дасть змогу готельним підприємствам вийти на новий якісний рівень розвитку.

Указані інноваційні стратегії в готельному бізнесі будуть:

- урахувати всі сучасні потреби споживачів готельних послуг;

- створювати сприятливі умови щодо залучення інвестицій для будівництва нових чи реконструкції старих готелів;

- чинником появи міжнародних готельних операторів на ринку України;

- підвищувати привабливість та доступність готельних послуг;

- забезпечувати конкурентні переваги готельному підприємству;

- інструментом виживання та просування готельного бізнесу тощо.

Для успішного та стабільного розвитку готельного підприємства необхідно впроваджувати інновації в діяльність. Стратегія конкуренції компанії містить у собі підходи до бізнесу й ініціативи для залучення клієнтів, ведення конкурентної боротьби та зміцнення своєї позиції на ринку [1, с. 279]. Стратегії інновацій містять конкурентні переваги за правильного їх використання та в поєднанні із загальною стратегією підприємства. Нині в Україні підприємства готельного бізнесу, що надають конкурентоспроможні послуги, постійно вдосконалюють підходи до ведення бізнесу та розробляють інноваційні стратегії. Успішна інноваційна стратегія призведе до успіху підприємства готельного бізнесу й отримання ним очікуваного розміру прибутку.

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток ринку готельних послуг вимагає наявності у готельного підприємства інноваційного складника. Найбільш ефективною інноваційною політикою буде в разі одночасного використання декількох інноваційних стратегій у діяльності. Їх наявність забезпечить підприємство конкурентними перевагами, а також потреби споживачів готельних послуг. Для нових проєктів необхідно застосовувати нові, досконаліші стратегії, які сприятимуть залученню якомога більшої кількості споживачів, максимальній кількості продажів, формуванню позитивного іміджу готельного підприємства. Якщо в минулому було достатньо технологічних інновацій, то тепер потрібно застосовувати принципи процесу стратегічного планування інноваційної стратегії. Кожна інноваційна стратегія повинна відповідати загальній стратегії готельного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Довгань Л.С., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління : навчальний посібник ; 2-е вид. Київ : Центр навч. л-ри, 2011. 440 с.
2. Ключ Ю.І., Пархоменко О.П. Аналіз вибору стратегії інноваційного розвитку підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2014. № 1(208). С. 54–58.
3. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади. *Економіка України*. 2013. № 4(617). С. 44–56.
4. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_2_15 (дата звернення: 02.04.2020).

References:

1. Dovgan` L.Ye., Karakaj Yu.V., Artemenko L.P. (2011) Stratehichne upravlinnia [Strategic management]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury. (in Ukrainian)

2. Klius Yu.I., Parkhomenko O.P. (2014) Analiz vyboru stratehii innovatsiinoho rozvytku pidpriumstva [Analysis of choice of strategy of innovative development of the enterprise]. *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia*, no. 1(208), pp. 54–58.

3. Kovtun O.I. (2013) Innovatsiini stratehii pidpriumstv: teoretyko-metodolohichni zasady [Enterprise innovation strategies: theoretical and methodological foundations]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 4(617), pp. 44–56.

4. Zhuravljova S.M. Stratehiia innovatsiinoi diialnosti na pidpriumstvakh hotelnoho hospodarstva [Innovation strategy at the hotel enterprises]. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_2_15 (accessed 02 March 2020).

E-mail: mendela_i@ukr.net

E-mail: marja-iva@ukr.net

E-mail: rumjantseva@ukr.net

УДК 631.11:64:631.1:330.341.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.27>

Осадчук І.В.

кандидат сільськогосподарських наук,
доцент кафедри менеджменту організації,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

Кириченко Н.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту організації,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

Боліла С.Ю.

кандидат сільськогосподарських наук,
доцент кафедри менеджменту організації,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КРАФТОВОГО ОРГАНІЧНОГО СІМЕЙНОГО ФЕРМЕРСТВА ЯК НАПРЯМУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ СІМЕЙНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

У статті визначено правові засади розвитку крафтового органічного сімейного фермерства як напрямку інноваційної діяльності вітчизняних сімейних фермерських господарств, а саме правові засади створення і функціонування цих господарств та ведення крафтового органічного виробництва в Україні. Доведено, що органічне виробництво в Україні має достатню законодавчу базу, яка й надалі вдосконалюватиметься та визначено особливості крафтового органічного виробництва. Досліджено проблеми становлення і розвитку вітчизняного сімейного фермерства. Акцентовано увагу на тому, що, незважаючи на велику кількість викликів, які стоять перед ними, голови сімейних фермерських господарств повинні розвивати власні лідерські здібності, постійно вдосконалювати свої знання та вміння з управління, маркетингу, налагодження органічного виробництва, розведення тварин, переробки продукції тощо, сформуванню глибоке переконання в тому, що в кожному з нас закладене все необхідне для того, щоб жити, розвиватися, вдосконалюватися, допомагати собі самому та іншим справлятися з проблемами.

Ключові слова: сімейне фермерство, органічне виробництво, крафт, крафтові продукти, сімейне фермерське господарство.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КРАФТОВОГО ОРГАНИЧЕСКОГО СЕМЕЙНОГО ФЕРМЕРСТВА КАК НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СЕМЕЙНЫХ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ

Осадчук И.В., Кириченко Н.В., Болелая С.Ю.

В статье определены правовые основы развития крафтового органического семейного фермерства как направления инновационной деятельности отечественных семейных фермерских хозяйств, а именно правовые основы создания и функционирования этих хозяйств и ведения крафтового органического производства в Укра-

ине. Доказано, что органическое производство в Украине имеет достаточную законодательную базу, которая и в дальнейшем будет совершенствоваться, а также определены особенности крафтового органического производства. Исследованы проблемы становления и развития отечественного семейного фермерства. Акцентировано внимание на том, что, несмотря на большое количество вызовов, которые стоят перед ними, председатели семейных фермерских хозяйств должны развивать собственные лидерские способности, постоянно совершенствовать свои знания и умения по управлению, маркетингу, налаживанию органического производства, разведению животных, переработке продукции и т. п., сформировать глубокое убеждение в том, что в каждом из нас заложено все необходимое для того, чтобы жить, развиваться, совершенствоваться, помогать себе самому и другим справляться с проблемами.

Ключевые слова: семейное фермерство, органическое производство, крафт, крафтовые продукты, семейное фермерское хозяйство.

THEORETICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF CRAFT ORGANIC FAMILY FARMING AS A DIRECTION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF DOMESTIC FAMILY FARMS

Osadchuk Irina, Kirichenko Natalya, Bolila Svitlana

With the growing scale and dynamism of changes in the agricultural business in Ukraine, villagers - owners of private farms are actually already faced with a choice about how to run their farms in the future: as not a commodity personal peasant or family farm. Every choice in favor of family farming, even the creation a family farm without a legal entity status, means turning a peasant into a full-fledged player of the agrarian market with all: paying taxes, which are much higher than those he pays as a private farm owner; the need to master new approaches and skills of managing their own farm; participation in a competitive struggle, the victory of which is possible if he finds his "market niche", including the production of Kraft organic farming. The article describes the legal basis for the development of Kraft organic family farming as a direction of innovation domestic family farms, namely, the legal basis for the creation and operation of these farms and Kraft organic production in Ukraine. It has been proved that organic production in Ukraine has sufficient legal framework, which will continue to be improved. The peculiarities of Kraft organic production have been identified. It was found that on the way of development of domestic Kraft organic family farming there are many different problems of psychological, economic, social and managerial nature. It is noted that all problems of family farms should be solved, based on the need to create conditions for their health, resource, village savings and cultural support functions. It is emphasized that despite the large number of challenges they face, the chairmen of family farms should, firstly, develop their own leadership skills, and secondly, constantly improve their knowledge and skills in management, marketing, establishment of organic production, animal breeding, processing of products, etc, and thirdly - to form a deep belief that each of us has everything necessary to live, develop, improve, help ourselves and others to cope with problems. It is noted that, provided that these requirements are met, family farms will become an integral part of the system to ensure the success of Ukraine, its transformation into a strong state with a high level of food security and national culture.

Keywords: family farming, organic production, Kraft, Kraft products, family farming.

Постановка проблеми. Поліпшення рівня життя сільського населення України, піднесення соціально-економічного розвитку громад та створення соціально спрямованої економіки неможливе без розвитку вітчизняного сімейного фермерства. За кордоном вчені давно працюють над тим, щоб поставити сімейні фермерські господарства (СФГ) у центр сільськогосподарської, екологічної та соціальної політики держав, виявивши прогалини і визначивши нові можливості, сприяти їх просуванню шляхом більш рівноправного і збалансованого розвитку [1], а ООН оголосила 2019–2028 рр. десятиліттям сімейних фермерських господарств [2]. Однак в Україні ця робота тільки розпочинається, хоча законодавчо вже врегульовано значну кількість процесів, пов'язаних зі створенням та функціонуванням СФГ, і фактично потенційні господарства такого типу існують давно як особисті селянські господарства (ОСГ). Саме тому СФГ потребують посиленої уваги науковців, держави, суспільства, самого сімейного фермера у тому числі й до проблем вибору методів підвищення ефективності їхньої діяльності за рахунок розвитку різноманітних напрямів інноваційної діяльності, наприклад шляхом упровадження крафтового органічного виробництва продукції, адже у перспективі саме такі господарства будуть економічною та соціальною

опорою суспільства. Ці обставини і визначають актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Правові, економічні та соціальні питання започаткування та організації діяльності фермерських господарств, зокрема і СФГ, в Україні досліджували: Ю.Є. Кирилов [15], А.П. Гетьман, В. Єрмоленко, М.С. Волинська, В. Жушман, І. Беззуб [13], В.М. Єрмоленко, А. Статівка, В.І. Семчик, Н.І. Титова, М.В. Шульга та ін. Вони вказують на наявність великої кількості проблем цих господарств. Так, Ю.Є. Кирилов у монографії «Розвиток фермерства та ОСГ України в системі світового сільського господарства» наводить детальну систематизацію проблем фермерських господарств [15]. Однак із прийняттям законів України, що регулюють створення і діяльність СФГ, з'явилося багато опублікованих результатів досліджень, в яких можна знайти інформацію щодо проблем становлення і розвитку сімейного фермерства в Україні. Нині проблеми СФГ вивчають: С.Ю. Боліла, І. Кириленко, С.Ф. Домбровський, О. Бородіна, Л.С. Тараненко, В. Івченко, М. Назаренко, П. Гайдучкий та ін. Не залишаються поза увагою дослідників і питання органічного виробництва. Однак теоретичні аспекти започаткування і здійснення крафтового органічного виробництва в СФГ вивчено недостатньо.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у вивченні теоретичних аспектів створення і функціонування сімейних фермерських господарств на основі крафтового органічного виробництва. Завдання дослідження: дослідити правові засади створення і функціонування сімейних фермерських господарств та ведення крафтового органічного виробництва в Україні й охарактеризувати проблеми розвитку вітчизняного крафтового органічного сімейного фермерства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У формуванні та розвитку нашої держави в усі історичні часи вирішальну роль відігравало селянство, оскільки воно фактично вирішувало проблему забезпечення населення тим продовольством, яке не могли в достатній кількості виробити фільварки в часи Середньовіччя та колективні господарства в радянські часи.

Індивідуальне селянське господарство завжди визначало спосіб життя сільських жителів, хоча й називалося в різні історичні часи по-різному. Сьогодні на його основі сформувалися і мирно співіснують різні форми господарювання на селі, основою функціонування яких є земельні угіддя, придатні для виробництва продукції сільського господарства. Вони спеціалізуються на виробництві та переробці сільськогосподарської продукції, наданні різноманітних послуг населенню, організації молокозаготівельних пунктів тощо.

Найбільш поширеною малою формою господарювання на селі сьогодні є ОСГ, а найбільш перспективною – СФГ зі статусом та без статусу юридичної особи. Разом з іншими суб'єктами господарювання на селі вони вступають у відносини з державою, громадами, учасниками аграрного ринку і, задовольняючи потреби населення у тих продуктах, виробництво яких мало цікавить великі сільськогосподарські підприємства, агрохолдинги через високу трудомісткість, вибірковий попит, здійснюють значний внесок не лише у забезпечення продовольчої безпеки, а й у вирішення багатьох інших проблем нашої держави.

Розвиток сімейного фермерства в Україні прискорюється. Так, на законодавчому рівні вже прийнято два закони, які регулюють створення і функціонування СФГ. Тож нині у законодавстві України визначено, що «фермерське господарство є формою підприємницької діяльності громадян, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, здійснювати її переробку та реалізацію з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм у власність та/або користування, у тому числі в оренду, для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва, особистого селянського господарства, відповідно до закону» і дозволено створювати СФГ [3].

Статтю 1 Закону України «Про фермерське господарство» [4] було доповнено ч. 5 Закону «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» такого змісту: «Фермерське господарство, зареєстроване як юридична особа, має статус сімейного фермерського господарства за умови, що в його підприємницькій діяльності використовується праця членів такого господарства, якими є виключно члени однієї сім'ї, відповідно до ст. 3 Сімейного кодексу України» [3]. Тобто з 2016 р. громадяни України, які мають ОСГ, де є виробництво товарної продукції, її переробка та реалізація

з метою отримання прибутку, в майбутньому стануть фізичними особами – підприємцями, які самостійно або спільно з членами своїх сімей на підставі відповідного договору організували (за умови використання праці членів сім'ї такого господарства) СФГ без статусу юридичної особи.

Однак конкуренція на світовому і вітчизняному аграрному ринку загострюється. Тим паче що в Україні у разі зняття мораторію на продаж землі можуть з'явитися нові «гравці», а умови «гри» поки що незрозумілі. У цих умовах зміна статусу ОСГ на СФГ сама по собі не здатна забезпечити зростання його конкурентоспроможності. Тим більше що будь-яка особа-підприємець має сплачувати єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Для того щоб сімейне фермерство успішно розвивалося, важливо, щоб селяни, які займаються виробництвом товарної продукції, її переробкою та реалізацією, зрозуміли, що СФГ мають низку переваг над звичними для них ОСГ. Саме з метою створення декількох таких переваг у 2018 р. було прийнято ще один Закон України, яким вносяться зміни до Податкового кодексу України та законів України «Про фермерське господарство», «Про державну підтримку сільського господарства України», «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань», а саме Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» [5]. Цей Закон містить уточнення положень щодо створення та діяльності СФГ без набуття статусу юридичної особи; «спрямований на отримання офіційного статусу сільським населенням, яке працює на своїй землі, що дасть змогу легально продавати свою продукцію й отримати соціальний захист та право на пенсію» за рахунок установлення державної допомоги по сплаті єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (від 10% до 90% мінімального страхового внеску) для кожного з членів фермерського господарства протягом 10 років за рахунок коштів державного бюджету України через механізм доплати на користь застрахованих осіб – членів СФГ єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування; «дасть змогу створити умови для започаткування сімейних фермерських господарств та детінізації підприємницької діяльності в аграрній сфері, що позитивно вплине на зростання надходжень до місцевих бюджетів від сплати податків», а саме єдиного податку четвертої групи фізичних осіб – підприємців, які організували фермерське господарство (за дотримання певних умов); сприятиме створенню нових робочих місць на селі [6].

Однак, на нашу думку, формування у селян розуміння переваг нової для них форми господарювання – СФГ – має відбуватися шляхом розширення необхідної законодавчої бази щодо підтримки діяльності цих господарств через дотації, спрощене і дешеве кредитування, вдосконалення уже існуючої спрощеної системи оподаткування з урахуванням регіону розташування (наприклад, слід урахувати, що Херсонщина є зоною ризикового землеробства) та особливостей сільськогосподарського виробництва (наприклад, необхідність

тримати землю в сівозміні під чорним паром), проведення навчання селян із залученням науковців і організацію їх консультивання експертами-дорадниками, поширення інформації про досвід передових СФГ через соціальні мережі тощо.

Передовими мають шанс стати ті СФГ, що реагують на запити споживачів. А сьогодні споживач піклується про своє здоров'я і хоче бачити на своєму столі органічну продукцію, тобто сільськогосподарську продукцію, у тому числі харчові продукти, отримані в результаті органічного виробництва, яке є сертифікованою діяльністю, пов'язаною з виробництвом сільськогосподарської продукції, яка провадиться з дотриманням вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції.

Нині вітчизняні СФГ уже мають можливість виробляти і продавати таку продукцію. Допоможуть їм у цьому реєстри операторів органічного ринку, органів сертифікації, що мають право на проведення сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції, органічного насіння і садивного матеріалу, з яких можна отримувати актуальну та достовірну інформацію. Ці реєстри створено згідно із Законом України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», який був розроблений Міністерством аграрної політики та продовольства України спільно з компаніями органічного сектору з метою вдосконалення правових засад органічного виробництва в країні та їх адаптації до відповідного законодавства Європейського Союзу, прийнятий 10 липня 2018 р. і набрав чинності 02 серпня 2019 р. [7]. Цей Закон також установлює вимоги до виробництва органічної продукції за галузями, її обігу, маркування та реалізації, механізм сертифікації органічного виробництва [8]. І це ще не все, адже продовжується робота над розробленням нормативно-правових актів, прийняття яких передбачено цим Законом [9]. Так, Наказом Міністерства аграрної політики та продовольства України № 67 від 22.02.2019 «Про затвердження державного логотипа для органічної продукції» затверджено такий логотип [10], Наказом Державної регуляторної служби України від 27.11.2019 «Про затвердження Переліку речовин (інгредієнтів, компонентів), що дозволяється використовувати у процесі органічного виробництва та які дозволені до використання у гранично допустимих кількостях» затверджено відповідний перелік [11].

Однак ще більш привабливим для СФГ виглядає крафтове органічне виробництво. Український крафт – це дрібне вітчизняне виробництво (без використання технологій, характерних для масового промислового виробництва) на малих потужностях із метою дати споживачам більше вибору, об'єднати й традиційні рецепти, й інноваційні підходи до виробництва, аби ці продуктами ставали потім справжніми «фішками» та «ноу-хау», що характерні саме для певної території [12].

Про те, де купити «крафтове пиво», знає багато людей, а от про те, де можна придбати крафтові чаї, мед, молочні продукти тощо – тільки ті, хто доклав багато зусиль до пошуку виробників такої продукції і готовий платити за неї більше, ніж за продукти масового виробництва.

За даними Директорату безпеки та якості харчової продукції Міністерства розвитку економіки, тор-

гівлі та сільського господарства України [13], найближчим часом будуть затверджені зміни до законодавства щодо вимог якості і безпечності виробництва крафтових продуктів.

У країнах світу діє понад 570 млн фермерських господарств, із них понад 500 млн сімейних фермерських господарств. Вони виробляють 56% сільськогосподарської товарної продукції. У США сімейні фермерські господарства обробляють 78% сільськогосподарських угідь, виробляючи понад 84% усієї сільськогосподарської продукції [14]. В Україні важливу роль у забезпеченні держави продовольством відіграють ОСГ, які є потенційними СФГ.

Причин економічної неконкурентоспроможності як потенційних сімейних ФГ, якими є ОСГ, так і новостворених СФГ без статусу юридичної особи дуже багато. Це і проблеми сільськогосподарського виробництва в цілому, і кліматичні регіональні проблеми, і проблеми співпраці власників ОСГ та фермерів із місцевими органами самоврядування, і власне проблеми майбутніх сімейних фермерів, пов'язаних із нестачею у них юридичних, економічних, управлінських, маркетингових, психологічних знань і вмій, незнанням особливостей органічного виробництва, розведення тварин, переробки продукції тощо, без яких ефективна діяльність СФГ просто неможлива. Наприклад, навіть на стадії створення СФГ виникає як мінімум три групи проблем: психологічні (наприклад, відсутність мотивів для такого переходу), економічні (наприклад, пов'язані зі сплатою податків, що викличе зменшення доходів власника та членів господарства), юридичні, що можуть бути зумовлені складною для більшості селян процедурою реєстрації (і тут велике значення мають зручність і прозорість виконання процедур, пов'язаних зі зміною статусу ОСГ на СФГ, та усвідомлення людиною пов'язаних із цим прав і обов'язків).

Окрім того, психологічною проблемою може бути відсутність лідерських здібностей, адже, як указують дослідники, голова СФГ має бути лідером, «професіоналом щонайменше в одній сільськогосподарській галузі та знати основи управління; патріотично налаштованою та соціально відповідальною особистістю; орієнтованим на дотримання юридичних норм, знати основи договірної права, відповідну законодавчу базу України, а також цінувати неформальні відносини; людиною, що без страху виявляє ініціативу, не є ризикобом; людиною з «романтичним практицизмом», а не «неорганізованим мрійником», який покладається лише на допомогу держави та інших людей» [16]. Тож, незважаючи на велику кількість викликів, які стоять перед ними, голови сімейних фермерських господарств повинні розвивати власні лідерські здібності й сформулювати глибоке переконання в тому, що в кожному з нас закладено все необхідне для того, щоб жити, розвиватися, вдосконалюватися, допомагати собі самому та іншим справлятися з проблемами.

Не можна не згадати й про проблеми соціального характеру, які можуть виникати на підґрунті зіткнення в ментальності українців двох складників національного характеру, а саме «хліборобської», якій властиві толерантність, мрійливість, м'якість, поблажливість, чуйність, милосердя, та «козацької», що вирізняється рішучістю, наполегливістю, справедливістю, вірністю слову, практичністю.

Стосовно проблем функціонування СФГ, то тут варто звернутися до світового досвіду господарювання, який свідчить про те, що не може сільське господарство у цілому розвиватися без підтримки держави, а що вже казати про сімейне фермерство. СФГ не витримають конкуренції і значна кількість їхніх членів залишиться без роботи і засобів для життя. Загостриться проблема безробіття сільського населення, адже сучасне велике виробництво не потребує значної кількості людських ресурсів. Переселення ж сільського населення країни в міста теж не кращий вихід.

Жодне СФГ не зможе функціонувати без фінансових ресурсів, тож держава повинна подбати про дешеві кредити для сімейних фермерів, про дотації, а самі фермери – про отримання грантів, заснування кредитних спілок, вихід на краудфандингові платформи, які в 90-х роках ХХ ст. виглядали б як акумулювання коштів від членів сім'ї та друзів, а сьогодні – як інвестування та пожертвування. У межах першої моделі Л.В. Єлисеєва пропонує виділяти такі дві бізнес-моделі, як «Благодійна» та «Винагородна», а в межах другої – три, а саме Equity-based, Lending-based, Royalty-based [17].

Важливим кроком у поширенні краудфандингу в Україні може стати прийняття закону, спрямованого на зменшення регулювання малого бізнесу загалом і на селі зокрема, а також узаконення краудінвестингу, подібного до Закону The Jumpstart Our Business Startups, що успішно реалізується у США, а також створення національних краудфандингових платформ [16].

Однак якщо СФГ зосередиться на крафтовому органічному виробництві, перед ним постане ще низка проблем: відсутність детальних правил крафтового органічного виробництва та обігу такої продукції, порядку сертифікації крафтового органічного виробництва та/або обігу такої продукції, порядку, періодичності декларування та подання зведених матеріалів щодо обсягів крафтової органічної продукції, яка вводиться в обіг органами сертифікації, центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної аграрної політики, та центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування та

реалізацію державної аграрної політики (перелік складено на основі [12]).

Висновки з проведеного дослідження. В Україні є певні передумови для розвитку різноманітних напрямів інноваційної діяльності сімейних фермерських господарств. Наприклад, для їх розвитку шляхом упродовження органічного виробництва продукції створено правові засади функціонування СФГ та ведення органічного виробництва. Однак робота над розробленням нормативно-правових актів у цих напрямках ще продовжується. При цьому беруться до уваги вимоги законодавства ЄС, а також найкращі світові практики у сфері безпечності харчових продуктів. Стосовно розвитку крафтового органічного сімейного фермерства слід зазначити, що в Україні лише готуються зміни до законодавства щодо вимог до якості та безпечності виробництва крафтових продуктів.

На шляху розвитку вітчизняного крафтового органічного сімейного фермерства виникає безліч різноманітних проблем психологічного, економічного, соціального, управлінського характеру тощо. Всі проблеми СФГ слід вирішувати виходячи з необхідності створення належних умов для виконання ними здоров'я-, ресурсо-, селозбережувальної та культуропідтримуючої функцій.

Зважаючи на те, що СФГ є інструментом політики підвищення зайнятості сільського населення, економічною основою розвитку сільської громади, а також невід'ємним складником системи забезпечення населення продовольством, регулювання діяльності СФГ не має бути ідентичним регулюванню інших видів підприємництва. І тільки за умови дотримання цих вимог СФГ стануть невід'ємною частиною системи забезпечення досягнення успіху України, перетворення її на сильну державу з високим рівнем продовольчої безпеки та національної культури.

Подальші дослідження буде спрямовано на аналіз стану розвитку крафтового органічного виробництва в Україні та в Херсонській області, на оцінку рівня безробіття в Херсонській області та визначення перспектив вирішення проблеми зайнятості сільського населення за рахунок розвитку сімейного фермерства.

Список використаних джерел:

1. Збарська А.В. Сімейна ферма як вид малого бізнесу і форма господарювання на селі: перспективи розвитку. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2014. № 4(28). С. 45–53.
2. Десятилетие семейных фермерских хозяйств организации объединенных наций 2019–2028. Глобальный план действий. URL: <http://www.fao.org/3/ca4672ru/ca4672ru.pdf> (дата звернення: 16.01.2020).
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» № 1067-VIII від 31.03.2016. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1067-19> (дата звернення: 03.03.2020).
4. Закон України «Про фермерське господарство». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2003. № 45. Ст. 363. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15> (дата звернення: 02.02.2020).
5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо стимулювання утворення та діяльності сімейних фермерських господарств. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2018. № 37. Ст. 276. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2497-19> (дата звернення: 02.02.2020).
6. Можна буде створити сімейне фермерське господарство без статусу юрособи. URL: <https://ua.112.ua/suspilstvo/poroshenko-pidrysav-zakon-pro-simeini-fermerski-hospodarstva-457761.html> (дата звернення: 02.02.2019).
7. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції». *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2018. № 36. Ст. 275 (зі змінами, внесеними згідно із Законом № 2740-VIII від 06.06.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19> (дата звернення: 02.03.2020).
8. В Україні з 2 серпня вводиться в дію закон, яким запроваджуються нові вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування продукції. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2752845-v-ukraini-vstupiv-v-silu-organichniy-zakon.html> (дата звернення: 03.08.2019).

9. Органічне виробництво в Україні. Інформаційно-аналітичний портал АПК України. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini> (дата звернення: 03.02.2020).
10. Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України № 67 від 22.02.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0261-19#n9> (дата звернення: 03.02.2020).
11. Наказ Державної регуляторної служби України від 27.11.2019 «Про затвердження Переліку речовин (інгредієнтів, компонентів), що дозволяється використовувати у процесі органічного виробництва та які дозволені до використання у гранично допустимих кількостях». URL: http://www.drs.gov.ua/analysis_projects/nakaz-pro-zatverdzhennya-pereliku-rechovyn-ingrediyentiv-komponentiv-shho-dozvolyayetsya-vykorystovuvaty-u-protsesi-organichnogo-vyrobnystva-ta-yaki-dozvoleni-vykorystannya-u-granychno-dopustymyh-2/ (дата звернення: 03.03.2020).
12. Глотова І. Minecraft для фермера: абетка розвитку дрібнооптового виробництва харчів. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/minesraft-dla-fermera-abetka-rozvitku-dribnooptovogo-virobnictva-harciv> (дата звернення: 25.10.2019).
13. Мороз М. Зміни до законодавства щодо вимог якості і безпечності виробництва крафтових харчових продуктів готові і найближчим часом будуть затверджені. *Круглий стіл «Крафтове виробництво: бути чи не бути? Пошук шляхів вирішення проблемних питань для МСБ у сфері виробництва харчових продуктів»*. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2788688-v-ukraini-zminat-zakonodavstvo-sodo-kraftovogo-virobnictva-harcovih-produktiv.html> (дата звернення: 03.02.2020).
14. Беззуб І. Перспективи розвитку сімейних фермерських господарств в Україні. *Центр досліджень соціальних комунікацій*. URL: <https://goo.gl/nmVo9S> (дата звернення: 03.03.2020).
15. Кирилов Ю.Є., Осадчук І.В. Розвиток фермерства та ОСГ України в системі світового сільського господарства : монографія. Херсон : Гринь Д.С., 2011. 300 с.
16. Осадчук І.В., Боліла С.Ю. Успішний розвиток сімейних фермерських господарств без статусу юридичної особи в українських реаліях. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/96.pdf (дата звернення: 03.04.2020).
17. Єлисеєва Л.В. Експонентний розвиток краудфандингу як інструмент активізації інноваційної діяльності. *Економіка та суспільство*. 2017. № 8. С. 5. URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal-8/15-stati-8/661-eliseeva-l-v> (дата звернення: 03.02.2020).

References:

1. Zbarska, A.V. (2014) "A family farm as a type of small business and a form of rural management: prospects for development", *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnogo universytetu (ekonomichni nauky)*, № 4(28), pp. 45–53. (in Ukrainian)
2. United Nations Decade of Family Farms 2019-2028 (2019) "Global Plan of Action". Available at: <http://www.fao.org/3/ca4672ru/ca4672ru.pdf> (accessed 16 January 2020).
3. The Verkhovna Rada of Ukraine (2016) The Law of Ukraine "On Amendments to the Law of Ukraine "On Farming" on Encouraging the Creation and Operation of Family Farms" № 1067–VIII from 31.03.2016. Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1067-19> (accessed 13 March 2020).
4. The Verkhovna Rada of Ukraine (2013) The Law of Ukraine "About the farm", № 45. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15> (accessed 02 February 2020).
5. The Verkhovna Rada of Ukraine (2018) The Law of Ukraine "On Amendments to the Tax Code of Ukraine and Some Laws of Ukraine on Encouraging the Establishment and Activity of Family Farms", № 37. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2497-19> (accessed 02 February 2020).
6. Ukrainian Business Resource (2018) "It will be possible to create a family farm without legal personality". Available at: <https://ua.112.ua/suspilstvo/poroshenko-pidpysav-zakon-pro-simeini-fermerski-hospodarstva-457761.html> (accessed 02 February 2019).
7. The Verkhovna Rada of Ukraine (2018) The Law of Ukraine "On the basic principles and requirements for organic production, circulation and labeling of organic products" № 36, with changes in The Law of Ukraine, № 2740–VIII from 06.06.2019, № 28. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19> (accessed 02 March 2020).
8. Ukrainian Business Resource, Ukrinform (2019) "A law introducing new requirements for organic production, circulation and labeling of products is being implemented in Ukraine since August 2". Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2752845-v-ukraini-vstupiv-v-silu-organichnij-zakon.html> (accessed 03 February 2020).
9. Ukrainian Business Resource, Information-analytical portal AIC of Ukraine (2019) "Organic production in Ukraine". Available at: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini> (accessed 03 February 2020).
10. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2019) "Order of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine" № 67. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0261-19#n9> (accessed 03 February 2020).
11. State Regulatory Service of Ukraine (2019) Order "On Approval of the List of Substances (Ingredients, Components) Permitted for Use in Organic Production and Permitted for Use in Maximum Acceptable Quantities". Available at: http://www.drs.gov.ua/analysis_projects/nakaz-pro-zatverdzhennya-pereliku-rechovyn-ingrediyentiv-komponentiv-shho-dozvolyayetsya-vykorystovuvaty-u-protsesi-organichnogo-vyrobnystva-ta-yaki-dozvoleni-vykorystannya-u-granychno-dopustymyh-2 (accessed 03 March 2020).
12. Ukrainian Business Resource, Agravery.com (2019) "Minesraft for the farmer: the alphabet of the development of small-scale production of food". Available at: <https://agravery.com/uk/posts/show/minesraft-dla-fermera-abetka-rozvitku-dribnooptovogo-virobnictva-harciv> (accessed 25 October 2019).

13. Ukrainian Business Resource, Ukrinform (2019) “Amendments to the legislation on quality and safety requirements for the production of craft food are ready and will be approved in the near future. Roundtable “Craft production: to be or not to be? Finding Ways to Solve Problems for SMEs in Food Production”. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2788688-v-ukraini-zminat-zakonodavstvo-sodo-kraftovogo-virobnictva-harcovih-produktiv.html> (accessed 03 February 2020).

14. Social Communication Research Center, Bezzub I. (2019) “Prospects for the development of family farms in Ukraine”. Available at: <https://goo.gl/nmVo9S> (accessed 03 March 2020).

15. Kyrylov, Yu.Ye., Osadchuk, I.V. (2011) *Rozvytok fermerstva ta OSH Ukrainy v systemi svitovoho silskoho hospodarstva* [Development of agriculture and farmland of Ukraine in the system of world agriculture], Kherson: Grin D.S., 300 p. (in Ukrainian)

16. Osadchuk, I.V., Bolila S.Yu. (2017) “Successful development of family farms without legal personality in Ukrainian realities”, *Economy and Society*, № 9, pp. 560–565. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/96.pdf (accessed 03 April 2020). (in Ukrainian)

17. Yeliseeva, L.V. (2017) “Exponential development of crowdfunding as a tool for stimulating innovation”, *Economy and Society*, № 8. Available at: <http://economyandsociety.in.ua/journal-8/15-stati-8/661-eliseeva-l-v> (accessed 03 February 2020). (in Ukrainian)

E-mail: aurelya831@gmail.com

БІЗНЕС ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ

УДК 330.3(339.9)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.28>

Боднарюк І.Л.

кандидат економічних наук, доцент,
викладач циклової комісії управління і адміністрування,
Технічний коледж
Національного університету водного господарства
та природокористування

ФІНАНСОВА ІНКЛЮЗІЯ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У статті обґрунтовано теоретичні та науково-методичні засади фінансової інклюзії (включеності). Визначено суть фінансової інклюзії та її складників: доступності фінансових послуг, фінансової грамотності, інституту захисту прав споживача фінансових послуг. Установлено взаємозв'язок складників фінансової інклюзії та компонентів фінансової поведінки. Проведено рейтинговий аналіз рівня розвитку фінансового ринку як компонента індексу глобальної конкурентоспроможності та подано оцінку складників фінансової інклюзії в окремих країнах світу. Досліджено рівень сукупної фінансової інклюзії країн світу та України зокрема, окреслено напрями підвищення рівня фінансової інклюзії як стратегічної цілі центрального банку країни з метою стимулювання економічного зростання в країні та зменшення соціальної нерівності у суспільстві. Робота над підвищенням рівня фінансової інклюзії та фінансової грамотності є довгостроковою, тому вимагає координації та взаємодії різних стейкхолдерів та партнерів для досягнення поставлених цілей.

Ключові слова: фінансова інклюзія, доступність фінансових послуг, фінансова грамотність, доступність фінансових послуг, індекс глобальної конкурентоспроможності, зменшення соціальної нерівності.

ФІНАНСОВАЯ ИНКЛЮЗИЯ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Боднарюк И.Л.

В статье обоснованы теоретические и научно-методические основы финансовой инклюзии (включенности). Определена суть финансовой инклюзии и ее составляющих: доступности финансовых услуг, финансовой грамотности, института защиты прав потребителя финансовых услуг. Установлена взаимосвязь составляющих финансовой инклюзии и компонентов финансового поведения. Проведен рейтинговый анализ уровня развития финансового рынка за критерием индекса глобальной конкурентоспособности и дана оценка составляющих финансовой инклюзии в отдельных странах мира, исследован уровень совокупной финансовой инклюзии стран мира и Украины в частности. Очерчены направления повышения уровня финансовой инклюзии как стратегической цели центрального банка с целью стимулирования экономического роста в стране и уменьшения социального неравенства в обществе. Работа по повышению финансовой доступности и финансовой грамотности носит долгосрочный характер, поэтому требует координации и взаимодействия различных заинтересованных сторон и партнеров для достижения своих целей.

Ключевые слова: финансовая инклюзия, доступность финансовых услуг, финансовая грамотность, доступность финансовых услуг, индекс глобальной конкурентоспособности, уменьшение социального неравенства.

FINANCIAL INCLUSION: STATUS AND PROSPECTS

Bodnariuk Iryna

The article reviews the theoretical background and scientific and methodological principles of financial inclusion. The author defines the essence of financial inclusion as well as its elements: access to financial services, financial literacy and rights protection of financial services consumers. The research established the correlation between the components of financial inclusion and financial behaviour. The research findings include the rating analysis of the level of financial market development as a component of the Global Competitiveness Index and the assessment of financial inclusion components in selected countries. Another focus of the article is the level of financial inclusion across the globe and in Ukraine, in particular. The author provides directions on how to increase the level of financial inclusion, which is a strategic goal of the central bank, to stimulate the economic growth and reduce social inequality. The study has found that low levels of financial literacy and inclusion require the development and implementation of measures at macro and microeconomic levels to ensure the effective functioning of financial services market as well as the involvement of general public and business in active financial services use. Therefore, the objective will be achieved through the formation and development of a system to protect the rights of financial services consumers, the National Strategy, measures to raise the financial literacy of Ukrainians and the

cashless economy development. Increasing financial inclusion and financial literacy entitles a long-term commitment, and therefore requires coordination and interaction between different stakeholders and partners to achieve the above mentioned strategic goals. Using the methods of evaluation and synthesis, cognition from abstract to concrete help us to learn the nature and components of financial inclusion. The methods of abstraction and comparison, of mathematical statistics were used in the estimation of quantitative indicators characterizing financial inclusion and literacy, efficiency of functioning of the financial services market.

Keywords: financial inclusion, access to financial services, financial literacy, the Global Competitiveness Index, social inequality reduction.

Постановка проблеми. В Україні понад третина населення лишається за межами фінансової системи. Це свідчить про його відокремленість від економіки держави та суспільства загалом, нижчий рівень ефективності управління коштами та фінансової безпеки.

Національний банк України визначив фінансову інклюзію однією зі своїх стратегічних цілей. Фінансова інклюзія – створення умов для залучення усіх сегментів населення та бізнесу до користування різноманітними фінансовими послугами, які доступні за інфраструктурою та ціною, офіційно врегульовані та відповідають потребам населення з метою стимулювання економічного зростання країни та зменшення соціальної нерівності у суспільстві. Реалізація цілі досягатиметься через формування та розвиток системи захисту прав споживачів, Національну стратегію та заходи з підвищення фінансової грамотності українців і розвиток безготівкової економіки.

Робота над підвищенням рівня фінансової інклюзії та фінансової грамотності є довгостроковою, тому вимагає координації та взаємодії різних стейкхолдерів та партнерів для досягнення поставлених цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, що досліджуються в роботі, привертало увагу вітчизняних науковців, зокрема В. Адамик, Л. Бережної [1], О. Снитюк [1], М. Відякіна [2], Л. Дудинець [3], О. Верней [3], Т. Калашнікової, Д. Лебідь, М. Лизогуб, С. Науменкової [4], О. Пахненко [7], G. Llanto [9], M. Rosellon [9] та ін.

Постановка завдання. Низький рівень фінансової грамотності та інклюзивності вимагає розроблення й запровадження заходів на макро- та мікроекономічних рівнях для забезпечення ефективного функціонування ринку фінансових послуг і включеності населення та бізнесу до активного користування фінансовими послугами.

Виклад основного матеріалу дослідження. За визначенням Міжнародної мережі з фінансової освіти (INFE) Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСБ) фінансова інклюзія є процесом просування доступного, вчасного та повноцінного доступу до широкого спектру фінансових продуктів і послуг, поширення їх використання серед усіх прошарків суспільства через запровадження існуючих та інноваційних підходів включно з фінансовою обізнаністю та освітою з метою просування як фінансового добробуту, так і економічної та соціальної інклюзії [5].

Водночас Національний банк України під фінансовою інклюзією розуміє створення умов для залучення усіх сегментів населення та бізнесу до користування різноманітними фінансовими послугами, які доступні за інфраструктурою та ціною, офіційно врегульовані й відповідають потребам населення з метою стимулювання економічного зростання країни та зменшення соціальної нерівності у суспільстві [1]. Узагальнено

трактування фінансової інклюзії навів М. Відякін, директор Департаменту стратегії та реформування Національного банку. На його думку, фінінклюзія – це можливість, здатність та рівень залучення різних верств населення до фінансових послуг [2]. У дослідженні Л.А. Дудинець фінансова інклюзивність розглядається як «характеристика включення населення в офіційний фінансовий обіг, у т. ч. в частині доступу до послуг офіційно зареєстрованих фінансових установ» [3, с. 11]. На думку С.В. Науменкової, розкриття економічного змісту поняття «фінансова інклюзивність» пов'язане з такими поняттями, як «фінансове охоплення» і «фінансове виключення». Фінансове охоплення (financial inclusion) – доступ споживачів до базових фінансових послуг, що базується на відсутності різного роду перешкод (цінових і нецінових) щодо їх отримання [4].

Отже, виходячи з наведених визначень, стає очевидним, що головна ідея фінансової інклюзії – це користування фінансовими послугами для підвищення добробуту населення.

Віддаючи належне різноманітним дослідженням Світового банку, Агенції США з міжнародного розвитку (USAID) та Національного банку України, стає зрозумілим, що запорука формування стійкої фінансової інклюзії знаходиться у трьох площинах: доступність фінансових послуг, тобто можливість користувача дійсно скористатися послугою через контакт із фінансовим посередником; фінансова грамотність, тобто здатність споживача здійснити усвідомлений вибір послуги, повністю розуміючи вигоди та ризики від користування нею; захист прав користувача – гарантія безпечного, прогнозованого та якісного надання послуги, яка забезпечена третьою стороною. Організація Об'єднаних Націй і Світовий банк визначають фінансову інклюзивність як «доступ до широкого кола фінансових продуктів та послуг, які є доступними або надаються за розумною ціною, корисні та здатні задовольнити потреби домашніх господарств та підприємств, а також які надаються відповідально і стабільно» [6]. Комплексний підхід Центру з фінансової інклюзивності (Center for Financial Inclusion – CFI) визначає фінансову інклюзивність як «стан, за якого кожен, хто може використовувати фінансові послуги, має доступ до повного набору якісних фінансових послуг, наданих за доступними цінами, зручним способом, із повагою та гідністю» [4]. Тобто тут до уваги береться і соціальний складник досліджуваної категорії.

Таким чином, фінансова інклюзія – створення умов для залучення усіх сегментів населення та бізнесу до користування різноманітними фінансовими послугами, які доступні за інфраструктурою та ціною, офіційно врегульовані та відповідають потребам населення з метою стимулювання економічного зростання країни та зменшення соціальної нерівності у суспільстві.



Рис. 1. Взаємозв'язок складників фінансової інклюзії та компонентів фінансової поведінки [3]

Національна стратегія фінансової інклюзивності вказує на чотири компоненти фінансового включення, а саме: доступність; якість; використання; добробут (рис. 1).

Спільними елементами цих визначень є «універсальний доступ» до «широкого спектра фінансових послуг» за «розумною ціною».

Згідно з дослідженнями зарубіжних науковців, вплив на доступ до фінансових послуг мають такі чинники: місце проживання (більшість комерційних банків працює тільки в комерційних приміщеннях, і ці банки відкривають свої філії у прибуткових районах, населення в сільській місцевості має ускладнений доступ до фінансових послуг); обмежені знання про фінансові послуги і низький рівень фінансової грамотності (неповна базова освіта та низький рівень фінансової грамотності є основними перешкодами для доступу до різних фінансових послуг для окремих осіб); рівень доходів населення (фінансова спроможність людей завжди відіграє ключову роль у доступі до доступних фінансових послуг); відсутність юридичної ідентичності (економічні та політичні мігранти не мають доступу до фінансових послуг через відсутність юридичної ідентичності) [9].

Ми вважаємо, що перелік чинників фінансової інклюзивності слід доповнити таким важливим чинником, як рівень довіри до фінансових інститутів. Цей чинник є особливо актуальним для України, де сьогодні спостерігається криза довіри, внаслідок чого поширюється тенденція зберігання заощаджень населення поза банківською системою. Згідно з даними опитування, проведеного українською компанією InMind, тільки 11% респондентів зберігає в банках більшу частку власних заощаджень, 7% – половину заощаджень, 49% – лише незначну частку. Таким чином, третина (33%) опитаних респондентів, що мають заощадження, не довіряє комерційним банкам і зберігає власні кошти поза банками [8].

Важливість і складність питання фінансової інклюзивності зумовили виникнення багатьох підходів до оцінки її рівня. Сформувалися нові міжнародні та регіональні організації та структури, діяльність яких спрямована на сприяння підвищенню рівня фінансової інклюзивності: Альянс із фінансової інклюзивності, Центр із фінансової інклюзивності, Глобальне партнерство за фінансову доступність, Microfinance Information Exchange, Finscore тощо [7, с. 172]. Найбільш комплексні дослідження фінансової інклюзивності та змін її

рівня за широким переліком показників регулярно проводять Світовий банк (база даних Global Findex), Міжнародний валютний фонд (Огляд фінансового доступу – Financial Access Survey (FAS)) та Альянс із фінансової інклюзивності (Alliance for Financial Inclusion – AFI).

Експертну оцінку складників фінансової інклюзії в окремих країнах світу за 2018 р. представлено на рис. 2. За критерієм «знання фінансової інклюзії» трійку лідерів посідають Гонконг, Китай (5,8), Корея (5,4) та третє місце ділять Норвегія та Канада (5,2). Трійка країн-лузерів за категорією «знання фінансової інклюзії» – Малайзія (3,6), Білорусь (3,8) та Таїланд (3,9).

За критерієм «ставлення до фінансової інклюзії» перші держави: Нова Зеландія (3,7), Норвегія (3,6), Угорщина і Канада (3,5); менш позитивне ставлення до інклюзії в Гонконгу, Китаї (2,7), Йорданії (2,6), Україні (2,4).

За третім критерієм оцінки фінансової інклюзії – «поведінка» лідерами є Франція (6,7), Фінляндія (6,3), Канада і Нідерланди (6,2). Аутсайдерами рейтингу є: Хорватія, Україна, Туреччина (4,8), Польща (4,4) та Угорщина (4,3). Загалом за сукупною величиною балів за трьома критеріями лідирують Франція та Фінляндія (14,8), Норвегія та Канада (14,6) і Гонконг, Китай (14,5). Менш лояльними до інклюзії за загальною кількістю балів є Білорусь (11,7), Польща (11,6) та Україна (11,3) (рис. 3).

Досліджено, що за показником розвитку фінансового ринку рейтингова позиція України впродовж 2014–2018 рр. була такою: у 2014–2016 рр. країна посідала 122-е та 121-е місце серед 144 та 140 країн відповідно; у 2016–2017 рр. опустилася на 130-е місце серед 138 країн; у 2017–2018 рр. була 120-ю серед 137 країн. Географічними сусідами України (120-е місце) за показником розвитку фінансового ринку в 2018 р. були Зімбабве (119-е місце) та Аргентина (121-е місце). Така ситуація викликає занепокоєння і потребує рішучих кроків держави на законодавчому рівні щодо підвищення надійності функціонування фінансових посередників та стимулювання і залучення населення країни до здійснення ними операцій на фінансовому ринку, адже розвинений та надійний фінансовий ринок – запорука ефективного розвитку економіки країни.

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнюючи результати дослідження, ми дійшли таких висновків: фінансові послуги є другорядними по відношенню до життєвих потреб; невисокий рівень доходів негативно впливає на платоспроможність населення та рівень заощадження коштів, за рахунок яких і мають здійснюватися фінансові послуги; негативним є те, що більша частина респондентів надає перевагу використанню готівкових коштів; на низькому рівні є готовність опитуваних страхувати життя, зокрема як альтернативного пенсійного забезпечення та майно, що зумовлено низьким рівнем обізнаності у цій сфері, довіри та платоспроможності.

Сприятливе середовище для фінансового сектору будь-якої країни здебільшого ґрунтується на двох головних компонентах: достатності законодавчої, регуляторної та наглядової бази фінансових ринків і рівні довіри населення до фінансових установ та ринкової практики.

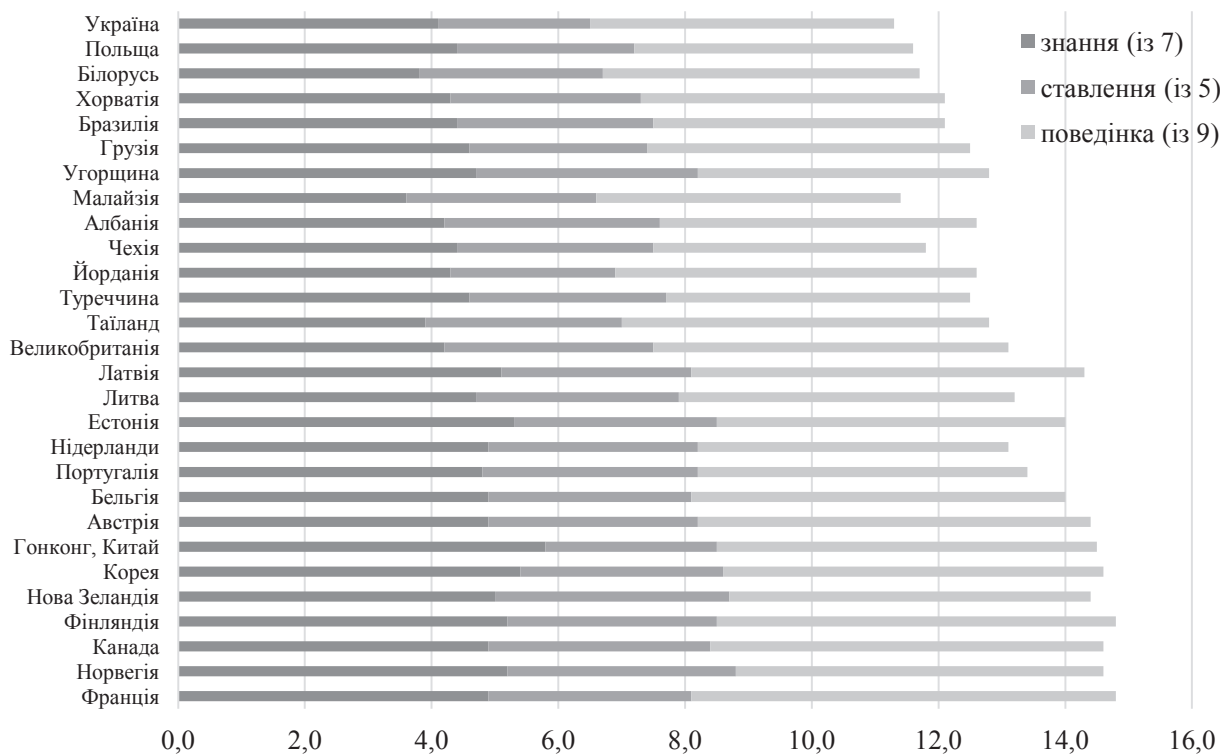


Рис. 2. Експертна оцінка складників фінансової інклюзії за 2018 р. [6]

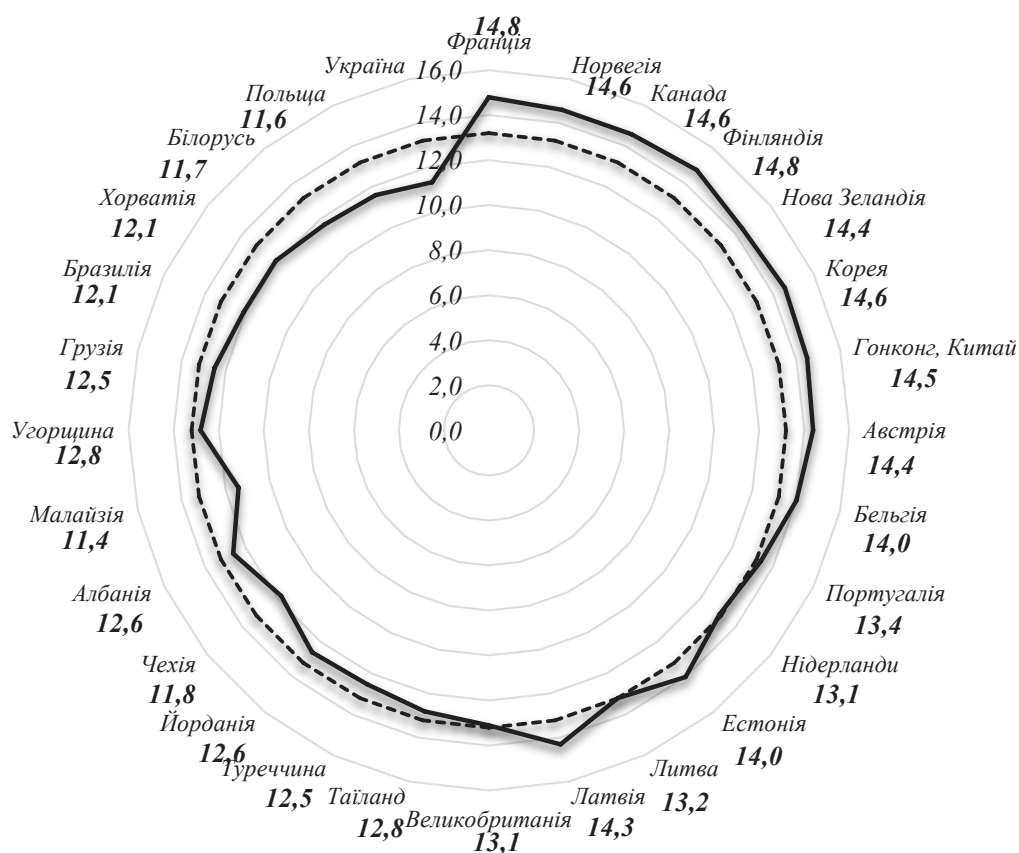


Рис. 3. Сукупна експертна оцінка фінансової інклюзії за 2018 р. [6]

Низький рівень фінансової інклюзивності в Україні пов'язаний із наявними проблемами щодо захисту прав споживачів і фінансової грамотності людей. Дослідження вказують, що наявна система захисту прав споживачів на ринках фінансових послуг не повною мірою відповідає загальним принципам організації економічного співробітництва та розвитку і призводить до зростання недовіри до фінансових інститутів із боку населення та, як наслідок, до низького рівня

фінансової інклюзії. Вирішення питань захисту прав споживачів безпосередньо пов'язано з підвищенням рівня фінансової інклюзивності в Україні. По-друге, варто підвищувати рівень фінансової освіти і фінансової грамотності населення. Така вкрай сумна ситуація зі знаннями, поведінкою та ставленням до фінансової інклюзії в Україні свідчить про актуальність даної тематики та вимагає більш глибокого дослідження й уваги до цієї проблеми.

Список використаних джерел:

1. Бережна Л.В., Снитюк О.І. Шлях до стійкої фінансової інклюзії в Україні: аналіз актуальних проблем. *Облік і фінанси*. 2019. № 2. С. 71–80. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> (дата звернення: 31.01.2020).
2. Відякін М. Фінінклюзія: що це таке і чому це важливо для всіх українок та українців? URL: <https://hromadske.radio/podcasts/rankova-hvylya/fininklyuziya-shcho-ce-take-i-chomu-ce-vazhlyvo-dlya-vsikh-ukrayinok-ta-ukrayinciv> (дата звернення: 18.02.2020).
3. Дудинець Л.А., Верней О.С. Фінансова інклюзивність та її детермінанти. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2018. Вип. 2. С. 8–13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2018_2_4 (дата звернення: 31.01.2020).
4. Науменкова С. Фінансова інклюзивність та проблеми забезпечення доступу населення до базових фінансових послуг в Україні. *Вісник Національного банку України*. 2014. № 11. С. 31–37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu_2014_11_15 (дата звернення: 31.01.2020).
5. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://bank.gov.ua/Statist/index.htm> (дата звернення: 10.03.2020).
6. Офіційний сайт Світового банку в Україні. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BN.FIN.TOTL.CD> (дата звернення: 10.03.2020).
7. Пахненко О.М. Аналіз підходів до оцінювання рівня фінансової інклюзивності. *Проблеми і перспективи розвитку фінансово-кредитної системи України*: збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Суми, 23 листопада 2017 р. Суми, 2017. С. 170–174.
8. Стабілізація банківської системи шляхом підвищення довіри до банків та забезпечення прозорості діяльності НБУ. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/dovira_do_bankiv-8d9b8.pdf (дата звернення: 10.03.2020).
9. Llanto Gilberto M., Rosellon Maureen Ane D. What Determines Financial Inclusion in the Philippines? Evidence from a National Baseline Survey. Discussion Papers DP 2017-38, Philippine Institute for Development Studies. 2017.

References:

1. Berezhna L.V., Snytiuk O.I. Shliakh do stiikoi finansovoi inkluzii v Ukraini: analiz aktualnykh problem. *Oblik i finansy*. 2019. # 2. S. 71–80. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> (accessed 31 January 2020).
2. Vidiakin M. Fininklyuziia: shcho tse take i chomu tse vazhlyvo dlia vsikh ukrainok ta ukraintiv? URL: <https://hromadske.radio/podcasts/rankova-hvylya/fininklyuziya-shcho-ce-take-i-chomu-ce-vazhlyvo-dlya-vsikh-ukrayinok-ta-ukrayinciv> (accessed 18 February 2020).
3. Dudynets L.A., Vernei O.Ye. Finansova inkluzyvniest ta yii determinanty. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*. 2018. Vyp. 2. S. 8–13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2018_2_4 (accessed 31 January 2020).
4. Naumenkova S. Finansova inkluzyvniest ta problemy zabezpechennia dostupu naselennia do bazovykh finansovykh posluh v Ukraini. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy*. 2014. # 11. S. 31–37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu_2014_11_15 (accessed 31 January 2020).
5. Ofitsiynyi sait Natsionalnoho banku Ukrainy. URL: <http://bank.gov.ua/Statist/index.htm> (accessed 10 March 2020).
6. Ofitsiynyi sait Svitovyi bank v Ukraini. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BN.FIN.TOTL.CD> (accessed 10 March 2020).
7. Pakhnenko O.M. Analiz pidkhodiv do otsiniuvannia rivnia finansovoi inkluzyvniosti. *Problemy i perspektyvy rozvytku finansovo-kredytnoi systemy Ukrainy: zbirnyk materialiv II Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, m. Sumy, 23 lystopada 2017 r. Sumy, 2017. S. 170–174. (in Ukrainian)
8. Stabilizatsiia bankivskoi systemy shliakhom pidvyshchennia doviry do bankiv ta zabezpechennia prozorosti diialnosti NBU. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/dovira_do_bankiv-8d9b8.pdf (accessed 10 March 2020).
9. Llanto Gilberto M., Rosellon Maureen Ane D. What Determines Financial Inclusion in the Philippines? Evidence from a National Baseline Survey. Discussion Papers DP 2017-38, Philippine Institute for Development Studies. 2017.

E-mail: ira.bodnaryuk@gmail.com

УДК 339.138:658.87

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.29>

Бугріменко Р.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі
імені І.Г. Березного,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОДІЇ ІЗ СУБ'ЄКТАМИ ІНФРАСТРУКТУРИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто та обґрунтовано теоретичні основи розроблення стратегії маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібною торгівлі шляхом синтезу альтернативних варіантів стратегій, що формують ефективність стратегій раннього попередження неефективного функціонування підприємств роздрібною торгівлі, виходячи з характеру й параметрів інфраструктурних взаємодій у сфері роздрібною торгівлі. Систематизовано основні форми електронного бізнесу та інструменти їх упровадження та згруповано сервіси мережевої взаємодії та визначено їхні переваги функціонування у сфері роздрібною торгівлі. Сформовано механізм удосконалення ланцюжка цінностей у сфері роздрібною торгівлі з метою розроблення та вдосконалення стратегії маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібною торгівлі. Представлено авторську розробку концептуальних основ маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібною торгівлі.

Ключові слова: інфраструктурний маркетинг, роздрібна торгівля, стратегія маркетингу взаємодії із суб'єктами, інфраструктура роздрібною торгівлі, електронна торгівля.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С СУБЪЕКТАМИ ИНФРАСТРУКТУРЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Бугріменко Р.М.

В статье рассмотрены и обоснованы теоретические основы разработки стратегии маркетинга взаимодействия с субъектами инфраструктуры розничной торговли путем синтеза альтернативных вариантов стратегий, формирующих эффективность стратегий раннего предупреждения неэффективного функционирования предприятий розничной торговли, исходя из характера и параметров инфраструктурных взаимодействий в сфере розничной торговли. Систематизированы основные формы электронного бизнеса и инструменты их внедрения и сгруппированы сервисы сетевого взаимодействия и определены их преимущества функционирования в сфере розничной торговли. Сформирован механизм совершенствования цепочки ценностей в сфере розничной торговли с целью разработки и совершенствования стратегии маркетинга взаимодействия с субъектами инфраструктуры розничной торговли. Представлена авторская разработка концептуальных основ маркетинга взаимодействия с субъектами инфраструктуры розничной торговли.

Ключевые слова: инфраструктурный маркетинг, розничная торговля, стратегия маркетинга взаимодействия с субъектами, инфраструктура розничной торговли, электронная торговля.

THEORETICAL BASIS OF DEVELOPING MARKETING STRATEGY FOR INTERACTION WITH RETAIL TRADE ENTITIES

Buhrimenko Roman

Of all retail businesses, only online retailers have been able to keep their business scale relatively stable. Nowadays, a network business in retail is such a form of market interaction that is actively developing, but also in crisis conditions it needs new, modern tools, methods and technologies developed within the framework of marketing management, which ensures market stability of business in a competitive environment. This makes it important to look for specific areas for improving marketing management of online business in retail with the ability to further identify the conditions and parameters that ensure the stability of online forms of trade organization, namely to consider the conditions of infrastructural development of retail. The article discusses and substantiates the theoretical bases for developing a marketing strategy for interaction with retail infrastructure entities by synthesizing alternative strategies that shape the effectiveness of early warning strategies for the inefficient functioning of retail businesses based on the nature and parameters of the interfaces and parameters. The basic forms of e-business and their implementation tools have been systematized. Networking services are grouped together and their benefits of functioning in retail are defined. A mechanism has been developed to improve the value chain in the retail sector with the aim of developing and refining a marketing strategy for interaction with the entities of the retail trade infrastructure. It is suggested that elements of this mechanism include such marketing tools as: an approach that allows, through external and internal analysis, to identify all cost elements and cost drivers of retail infrastructure; formation of a system of accounting of expenses by their types, stages of the trading process and separate «links» of retail processes; deter-

mination of competitive advantages, ways and directions of their increase on the basis of cost reduction and diversification of goods; initiating a strategic competitiveness management process based on empowerment plans; formation of mechanisms of management of resources of the enterprise of retail trade.

Keywords: infrastructure marketing, retail trade, marketing strategy of interaction with subjects, retail infrastructure, e-commerce.

Постановка проблеми. Маркетинг є однією з бізнес-функцій, на яку найбільшою мірою впливають сучасні інформаційні технології. Підприємства роздрібно торгівлі можуть використовувати Інтернет для надання постійної інформації, обслуговування та підтримки, створюючи позитивну взаємодію зі споживачами, яка може служити основою для довгострокових відносин і заохочувати довгострокове співробітництво на взаємовигідних умовах та розроблення стратегії маркетингу взаємодії з суб'єктами інфраструктури роздрібно торгівлі.

В індустріальну епоху терміни «маркетинг» та «маркетинговий інструментарій» було придумано для позначення необхідності ідентифікації та процесу задоволення потреб споживачів товарів та характеристики взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібно торгівлі. У цій системі виробники/продавці не мали прямої взаємодії зі споживачами, що призводило до проблем для виробників у розумінні потреб клієнтів. Щоб уникнути цієї проблеми, маркетологи використовують різні інструменти, такі як реклама, прямий маркетинг та електронна комерція, для подальшого розроблення стратегії маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібно торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широкі можливості сучасних технологій взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібно торгівлі, у тому числі й електронних технологій, інформації сприяють масштабному розвитку і світовому визнанню сучасної електронної торгівлі. Зміст електронної торгівлі, її роль і місце в економічній структурі суспільства досліджують такі вітчизняні та зарубіжні автори, як Н. Герасценко, І. Філатов, А. Кантарович, В. Пономаренко, Н. Куденко, Л. Балабанова, В. Афанасьєва, Р. Меджидов, Р. Глэсс [7], Б. Лейкер [7].

Однак низка питань щодо ефективності та раціональності використання маркетингового інструментарію мережевої взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібно торгівлі, у тому числі й на ринку електронної торгівлі, потребує подальшого вивчення. Актуальність проблеми, недостатня розробленість окремих її аспектів і практична значимість визначили постановку мети й завдань дослідження.

Постановка завдання. Основою метою дослідження є визначення ефективного складу комплексу маркетингового інструментарію мережевої взаємодії підприємств роздрібно торгівлі зі споживачами товарів та особливостей використання кожного інструменту маркетингу для подальшого розроблення стратегії маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібно торгівлі на основі механізму вдосконалення ланцюжка цінностей у сфері роздрібно торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Роздрібно торгівля створює можливості з мінімальними капітальними витратами розширювати також ринок електронних продажів як на національному рівні, так і на міжнародному рівні, швидко знаходити покупців і споживачів, постачальників і ділових партнерів, використовуючи можливості взаємодії.

Електронна торгівля – це процес купівлі та продажу або обміну продуктами, послугами та інформацією через комп'ютерні мережі, включаючи Інтернет. Електронна торгівля може приймати різні форми залежно від ступеня цифровізації продаваного продукту/послуги з доставки, процесу та агента з доставки або посередника.

У традиційній торгівлі всі вимірювання продукту, агента і процесу є фізичними, а в електронній торгівлі всі вимірювання є цифровими, тобто чистою електронною торгівлею, коли клієнти отримують товари або послуги у цифровому форматі.

Результатом наукового дослідження є визначення специфічних характеристик електронної торгівлі в маркетингу, яка забезпечує багато потенційних переваг для споживачів і компаній, а саме: дає змогу клієнтам здійснювати покупки або інші операції цілодобово, цілий рік, у будь-якій частині світу; надає клієнтам більше можливостей вибору, більш широкий спектр вибору і модулів пошуку, при цьому споживач вибирає товар із масивної бази постачальників і з великої кількості товарів; створює умови швидкої доставки, особливо у разі створення цифрованих продуктів, таких як музика і книги; дає можливість брати участь у віртуальних аукціонах; дає змогу клієнтам взаємодіяти з іншими клієнтами в електронних спільнотах і обмінюватися ідеями, а також обмінюватися досвідом; дає змогу клієнтам отримувати детальну та актуальну інформацію протягом декількох секунд; полегшує конкуренцію, що призводить до суттєвих знижок; скорочує час між витратами капіталу й отриманням продуктів і послуг; знижує витрати на створення, обробку, поширення, зберігання та вилучення паперової інформації; підвищує імідж та якість обслуговування клієнтів [1].

Інтернет-бізнес можна охарактеризувати як середовище, яке дає змогу компаніям і споживачам на ринку електронної торгівлі ефективно взаємодіяти: збільшувати виручку за рахунок створення нових каналів надходження доходів і збільшувати обсяг продажів; знижувати витрати за рахунок зниження витрат на проведення операцій і накладних витрат; поліпшувати умови для інвестицій; забезпечувати безперервність бізнесу (сім днів на тиждень, 24 години на добу) [2, с. 3–15].

Основною моделлю інтернет-бізнесу є форми чистого електронного бізнесу, основні характеристики яких представимо в табл. 1.

Пропонується авторська розробка концептуальних основ маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібно торгівлі з упровадженням маркетингового інструментарію мережевої взаємодії споживачів і компаній на ринку електронної торгівлі, яка є частиною зростаючого ринку використання мережевих і цифрових технологій (рис. 1).

Із усіх господарюючих суб'єктів, що здійснюють діяльність у сфері роздрібно торгівлі, тільки мережні торговельні структури змогли втримати масштаби свого бізнесу на відносно стабільному рівні. У цей час

Таблиця 1

Основні форми електронного бізнесу залежно від ступеня взаємодії з компаніями і споживачами у сфері роздрібно́ї торгівлі

Найменування	Зміст	Головні інструменти
B2B «бізнес-бізнес»	Взаємодія між підприємствами роздрібно́ї торгівлі: організація поставок, обмін документацією, замовлення, фінансові потоки, координація, спільна діяльність.	1. Корпоративний сайт (інформаційна сторінка з переліком, проєктні товари та послуги, заходи, пропозиції щодо співпраці). 2. Інтернет-інкубатор (компанія спеціалізується на створенні стартапів із метою їх подальшого продажу). 3. Інтернет-маркетинг є важливим інструментом для ефективного Інтернет-бізнесу. Більш автоматизований маркетинг за рахунок використання баз даних.
B2C «бізнес-клієнт»	Це відносини продавця і покупця, які включають придбання клієнтом будь-якого продукту або послуги, отримання консультацій, оформлення страхування в інфраструктурі роздрібно́ї торгівлі.	1. Web-showcase. Розроблений web-дизайн означає прейскурант торгової компанії, який не містить бізнес-логіки торгового процесу. 2. Інтернет-магазин також включає в себе вебвітрини, всю необхідну бізнес-логіку для управління процесом Інтернет-торгівлі (бек-офіс). 3. Система Інтернет-торгівлі (ОТС) – це Інтернет-магазин, бек-офіс якого повністю (в режимі реального часу) інтегрований у бізнес-процеси торгової компанії, а також внутрішня автоматизація документообігу компанії.
C2C модель «клієнт-клієнт»	Відображає ділові відносини, що виникають між фізичними особами на онлайн-аукціонах і біржах.	1. Інтернет-ринок – торгова площадка, через яку компанії ведуть торгівлю товарами і послугами. Власник отримує комісію або в кожній угоді є продавцем або покупцем, скорочення витрат. 2. Інтернет-аукціон – торгова вітрина, де продавці виставляють на продаж належні їм товари, а покупці подають заявки на покупку цих товарів «бізнес-уряду».

мережний бізнес у роздрібно́ї торгівлі є такою формою ринкової взаємодії, що активно розвивається, але і йому в кризових умовах необхідні нові, сучасні інструменти, методи й технології, котрі розробляються в рамках маркетингового управління, що забезпечує ринкову стабільність бізнесу в конкурентному середовищі.

Це зумовлює значимість пошуку конкретних напрямів удосконалювання маркетингового управління мережним бізнесом у роздрібно́ї торгівлі з можливістю надалі виявити умови й параметри, що забезпечують стабільність мережних форм організації торгівлі.

У результаті проведеного оцінювання впливу чинників за визначеними показниками на основі даних офіційного сайту Державної служби статистики України, офіційного сайту Головного управління статистики в Харківській області та власних обстежень визначено, що за період 2014–2017 рр. макроекономічна ситуація в Україні зазнала значних коливань.

Про це свідчить динаміка ВВП, яка варіюється від зростання у 2015 р. майже на 27% порівняно з 2014 р. до уповільнення темпів приросту в 2016 р. на 6% та їх подальшого відновлення у 2017 р. на 5%. Така ситуація є прямим відображенням впливу політичних та соціальних чинників, які мали місце в державі у цей період. Динаміка доходів населення також характеризується позитивною тенденцією, хоча й не має стійкого характеру в період, що аналізується [3–5].

У табл. 2 представлено показники оцінки діяльності підприємств роздрібно́ї торгівлі м. Харків за відповідними параметрами фінансової діяльності, отриманими на основі фінансової звітності, такими як сумарна торговельна площа, товарообіг, чистий дохід, за період 2015–2017 рр.

Серед маркетингових інструментів мережевої взаємодії передбачено низку сервісів для обслуговування клієнтів у системі Інтернет із метою успішного розвитку електронної торгівлі, які систематизовано в табл. 3 [6].

Серед етапів формування та розвитку стосунків із постачальниками необхідно виділити такі:

- 1) попередня (передконтрактна) оцінка постачальника, коли підприємство роздрібно́ї торгівлі проводить попереднє дослідження можливостей і здібностей постачальників і здійснює первинний вибір;
- 2) проведення конкурсів постачальників (за необхідності);
- 3) підготовка необхідної документації та первісна оцінка можливостей постачальника;
- 4) укладення контракту;
- 5) коректування умов роботи з постачальником під час набуття досвіду в результаті контролю над його діяльністю (переоцінка);
- 6) реабілітація або відновлення стосунків із постачальником, відповідно, за наявності істотних порушень у ланцюжку постачань або розриву контракту [6].

Таким чином, можна з упевненістю стверджувати, що добре розроблена, диференційована і чітко сформульована цифрова бізнес-модель, заснована на маркетинговому інструментарії, а також на електронних процесах створення вартості, є центральним пунктом бізнес-стратегії і водночас джерелом конкурентної переваги у більш складному і динамічному навколишньому світі [7, с. 91].

Проведені дослідження щодо розроблення та вдосконалення стратегії маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібно́ї торгівлі дали змогу дійти висновку, що залежно від якості організації роботи, наприклад із постачальниками, а також значущості постачальника для забезпечення конкурентоспроможності ритейлера необхідно сформулювати механізм удосконалення ланцюжка цінностей у сфері роздрібно́ї торгівлі. Пропонується до елементів цього механізму обов'язково включити такі інструменти маркетингу, як: підхід, який дає змогу на основі зовнішнього та внутрішнього аналізу виявити всі «ланки», елементи витрат і витратоутворюючі чинники й ефективність викорис-

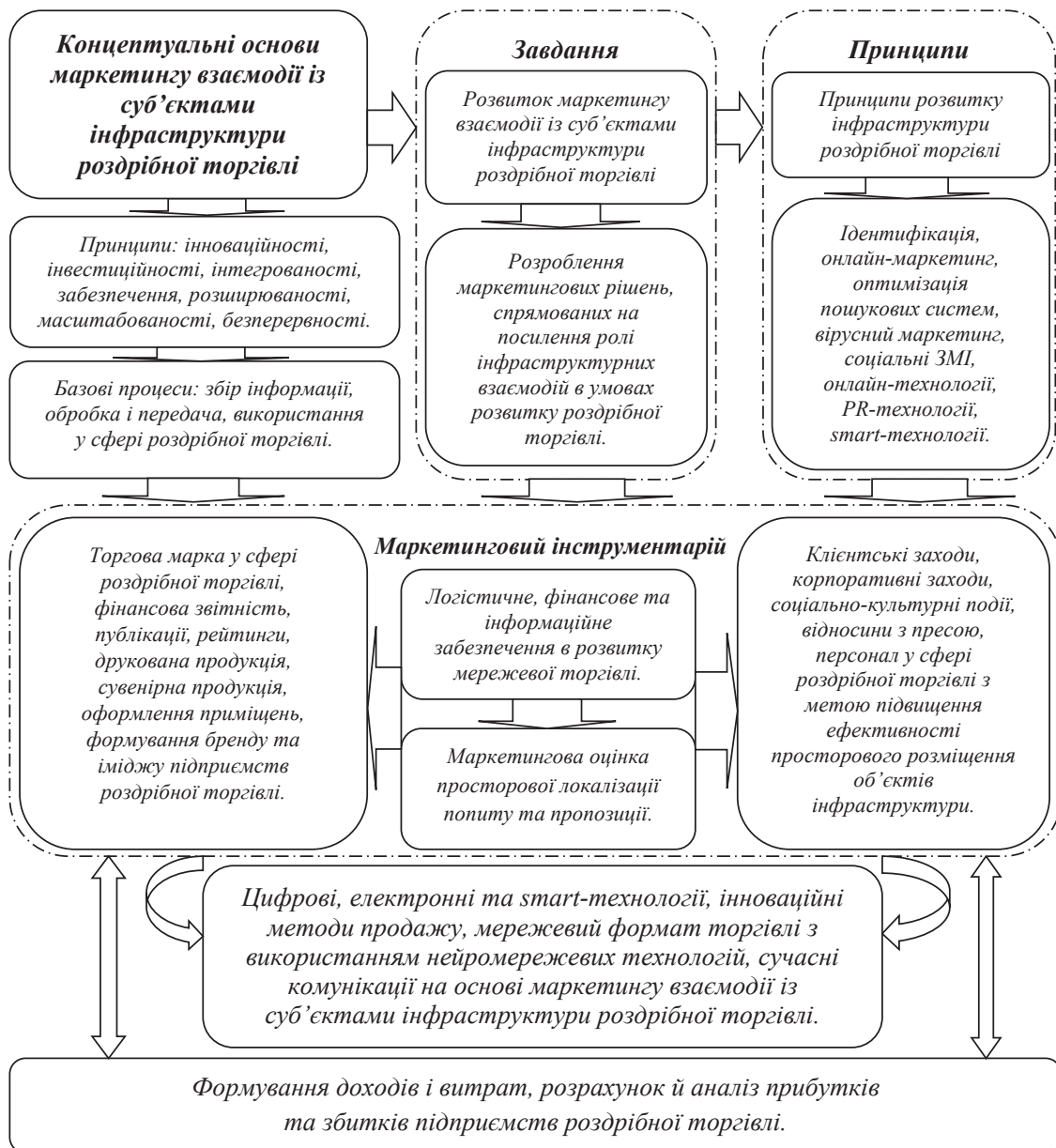


Рис. 1. Концептуальні основи маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібно́ї торгівлі

тання внутрішніх та зовнішніх ресурсів інфраструктури роздрібно́ї торгівлі; формування системи обліку витрат за їх видами, стадіями торговельного процесу й окремими «ланками» процесів роздрібно́ї торгівлі; визначення конкурентних переваг, шляхів і напрямів їх підвищення (або створення нових) на основі зниження витрат і диверсифікації товарів/постачальників; ініціація стратегічного процесу управління конкурентоспроможністю на основі планів, які враховують розширення можливостей; формування механізмів управління ресурсами підприємства роздрібно́ї торгівлі, вдосконалення підходів до роботи зі споживачами та поліпшення внутрішнього середовища.

Сформований механізм сприятиме вдосконаленню торговельних процесів у сфері роздрібно́ї торгівлі. При цьому за групами постачальників об'єктивно виникне необхідність використовувати різні варіанти стратегії

розвитку стосунків із метою мінімізації витрат і оптимізації номенклатури товарів. У зв'язку із цим виникають додаткові вимоги до процедур управління розвитком внутрішнього середовища, що й планується зробити в подальших дослідженнях.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумком наукового дослідження є такі висновки: визначено специфічні характеристики електронної торгівлі в маркетингу, потенційні переваги для споживачів і компаній; визначено характеристики Інтернет-бізнесу для ефективної взаємодії серед компаній та споживачів на ринку електронної торгівлі у сфері роздрібно́ї торгівлі; систематизовано основні форми електронного бізнесу та їх інструменти впровадження; згруповано сервіси мережевої взаємодії та визначено їхні переваги функціонування у сфері роздрібно́ї торгівлі; представлено показники оцінки діяльності підприємств роздрібно́ї

Таблиця 2

**Оцінка діяльності підприємств роздрібної торгівлі м. Харків
за відповідними параметрами фінансової діяльності за період 2015–2017 рр.**

№ з/п	Назва підприємства	Кількість об'єктів інфраструктури			Сумарна торговельна площа, тис кв. м				Товарообіг, млн грн				Чистий дохід, млн грн			
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	Абс. відх. від базиса, тис кв. м	2015	2016	2017	Абс. відх. від базиса, млн грн	2015	2016	2017	Абс. відх. від базиса, млн грн
1	ТОВ Фірма «Посад»	55	63	73	9,8	11,2	12,3	2,4	691	934	1328	638	681	917	1307	626
2	СУАП «Європоль»	1	1	1	4,4	4,4	4,4	-	57	411	474	417	57	406	469	412
3	ТОВ «Восторг»	3	3	3	9,2	9,2	10,0	0,8	390	460	553	163	390	456	548	158
4	ТОВ «Сучасний модерн»	1	1	2	4,1	4,0	6,3	2,3	561	497	626	65	651	492	620	-30
5	ТОВ «РеспектПлюс»	1	1	1	1,9	1,9	1,9	-	229	259	305	76	226	256	301	76
6	ТОВ «Укр-Трейд»	2	2	2	2,9	2,9	2,9	-	386	485	524	138	386	482	521	135
7	ТОВ «Віал-Маркет»	10	10	10	5,2	5,2	5,2	-	414	491	522	108	414	490	521	107
8	ТОВ «Торгова компанія «Мега-Трейд»	2	2	2	10,7	10,7	10,7	-	401	474	538	138	401	472	536	135
9	ТОВ «Альфа-Продукт»	3	4	4	5,3	8,8	8,8	3,5	297	394	576	279	297	392	573	276
10	ТОВ «Компанія «Гранд-маркет»	1	2	2	10,1	10,4	10,4	0,3	150	294	501	351	150	293	499	349
	Всього по групі ВСП				63,8	68,9	73,0	9,3	3576	4700	5949	2372	3653	4656	5897	2244

Таблиця 3

Сервіси мережевої взаємодії зі споживачами товарів на ринку електронної торгівлі

Найменування	Характеристика	Переваги
Hotjar	Аналітичний інструмент «все-в-одному», що використовує теплові карти для відвідувачів сайту.	Теплові карти дають змогу переглядати поведінку відвідувачів під час прокручування, клацання і переміщення, тобто можна відстежити поведінку клієнтів для поліпшення користувацького досвіду і роботи сайту.
Google Analytics	Дає змогу відстежувати трафік вебсайту для вимірювання конверсій у діяльності Інтернет-магазинів.	Ефективне і своєчасне вимірювання онлайн-продажів і контроль історії транзакцій, відстеження та аналіз призначених для користувача даних за допомогою моніторингу електронної комерції.
MailChimp	Інформаційний ресурс, який пропонує простий у використанні спосіб повідомити клієнтам про те, що відбувається в електронному бізнесі, про виробництво та впровадження нових товарів.	Автоматизація маркетингу, яка дає змогу проводити моніторинг онлайн-дій споживача товарів у системі мережевої взаємодії з компанією. Інтеграція Instagram, Facebook дає змогу розширити модуль пошуку потенційних споживачів.
Unboxd	Оптимізує пошук на сайті, надаючи клієнтам більш персоналізований досвід.	Дає змогу побачити звіт про переваги споживачів, про результати пошуку потрібних товарів і продуктів.
Zendesk	Програмне забезпечення для обслуговування клієнтів, є лідером у наданні обслуговування клієнтів через чат, телефон та електронну пошту.	Збирає дані про взаємодію з клієнтами і стежить за тим, щоб електронна торгівля була результативною.
Optimizely	Програмне забезпечення для тестування різних макетів і контентів.	Візуальний редактор, який простий у навігації й оновленні будь-якого онлайн-контенту і дає змогу експериментувати з різними поведінковими цілями споживачів.

торгівлі м. Харків за відповідними параметрами фінансової діяльності, отриманими на основі фінансової звітності, такими як сумарна торговельна площа, товарообіг, чистий дохід, за період 2015–2017 рр.; розроблено концептуальні основи маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібної торгівлі.

Проведені дослідження дали змогу сформулювати механізм удосконалення ланцюжка цінностей у сфері роздрібної торгівлі з метою розроблення та вдоско-

налення стратегії маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібної торгівлі.

У подальших наукових дослідженнях основними напрямками моніторингу та оцінки виступатимуть результати впровадження стратегії маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібної торгівлі, формування та розвиток маркетингових технологій в організації електронної торгівлі у сфері роздрібної торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса / А.Л. Денисова и др. Тамбов : ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. 88 с.
2. Пестунов М.А. Оценка эффективности институционального механизма Российского рынка электронной торговли. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2013. № 8(299). С. 5–13.
3. Економічна статистика / Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 02.04.2020).
4. Національні рахунки / Головне управління статистики у Харківській області. URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/natsionalni-rakhunky-stat> (дата звернення: 02.04.2020).
5. Бугріменко Р.М. Особливості формування нового ринкового простору на вітчизняному споживчому ринку. *Бізнес Інформ*. 2019. № 1. С. 241–248.
6. Чорна М.В. Стратегія взаємодії підприємств роздрібної торгівлі з постачальниками. *Ефективна економіка*. 2010. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=337> (дата звернення: 04.04.2020).
7. Глэсс Р., Лейкерт Б. Торговля 4.0. Цифровая революция в торговле: стратегии, технологии, трансформация / пер. с нем. Москва : Альпина Паблшер, 2017. 346 с.

References:

1. Denisova A.L., Molotkova N.V., Blum M.A., Ulyakhin T.M., Guskov A.V. (2012) Elektronnaya kommerctsiya: osnovy organizaczii i vedeniya biznesa [E-commerce: the basics of organizing and conducting business]. Tambov : FSBEI HPE «TSTU», p. 88.
2. Pestunov M.A. (2013) Ocenka effektivnosti institucionalnogo mehanizma Rossijskogo rynka elektronnoj trgovli [Evaluation of the effectiveness of the institutional mechanism of the Russian electronic commerce market]. *Bulletin of the Chelyabinsk State University*, no. 8(299), p. 5–13.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy : Uriadovi portal [State Statistics Service of Ukraine. Government portal]. Ekonomichna statystyka [Economic statistics]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 02.04.2020).
4. Holovne upravlinnia statystyky u Kharkivskii oblasti [Main Department of Statistics in Kharkiv Oblast]. Natsionalni rakhunky [National accounts]. Available at: <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/natsionalni-rakhunky-stat> (accessed: 02.04.2020).
5. Buhrimenko R.M. (2019) Osoblyvosti formuvannia novoho rynkovoho prostoru na vitchyznianomu spozhyvchomu rynku [The particular form of the new market space on the lively live market]. *Biznes Inform*, no. 1, p. 241–248.
6. Chorna, M.V. (2010) Stratehiia vzaiemodii pidpriemstv rozdribnoi torhivli z postachalnykamy [Strategy of interaction of retail trade enterprises with suppliers]. *Efektivna ekonomika* (electronic journal), no. 10. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=337> (accessed: 04.04.2020).
7. Glass R., Leikert B. Torghovlja 4.0. Cyfrovaja revoljucyja v torghovle [Trade 4.0. Digital revolution in trade: strategies, technologies, transformation]. Moscow: Alpina Publisher, p. 346.

E-mail: bugrimenkorm@gmail.com

УДК 338

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.30>

Дубинська О.С.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, оподаткування та економічної безпеки,
Донбаська державна машинобудівна академія

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ТА ПРАКТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті дано аналіз теоретичних та практичних підходів до оцінки рівня фінансово-економічної безпеки. Узагальнення підходів до трактування фінансової безпеки підприємства дало змогу виокремити статичний, ресурсний, функціональний, комплексний підходи. Дослідження сутності поняття «економічна безпека підприємства» дало змогу визначити такі підходи до розуміння її сутності, як стан виробничих відносин і організаційних зв'язків, за яких забезпечуються стабільність функціонування та прогресивний розвиток підприємства, і забезпечення умов збереження майна та комерційної таємниці. Запропоновано сутність фінансово-економічної безпеки підприємства розглядати через призму комплексного підходу, який об'єднує у собі статичний та системний підходи. Визначено, що підходами до оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства є індикаторний, ресурсно-функціональний, програмно-цільовий та ризиковий. Досліджено, що набір показників оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства залежить від об'єктів захисту підприємства, виду його діяльності та сектору підприємництва.

Ключові слова: фінансова безпека підприємства, економічна безпека підприємства, фінансово-економічна безпека підприємства, рівень фінансово-економічної безпеки підприємства, рентабельність, платоспроможність.

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Дубинская Е.С.

В статье дан анализ теоретических и практических подходов к оценке уровня финансово-экономической безопасности. Обобщение подходов к трактовке понятия «финансовая безопасность предприятия» позволило выделить статический, ресурсный, функциональный, комплексный подходы. Исследование сущности понятия «экономическая безопасность предприятия» позволило определить такие подходы к пониманию ее сущности, как состояние производственных отношений и организационных связей, при которых обеспечиваются стабильность функционирования и прогрессивное развитие предприятия, и обеспечение условий сохранности имущества и коммерческой тайны. Предложено сущность финансово-экономической безопасности предприятия рассматривать через призму комплексного подхода, который объединяет в себе статический и системный подходы. Определено, что подходами к оценке уровня финансово-экономической безопасности предприятия являются: индикаторный, ресурсно-функциональный, программно-целевой и рискованный. Доказано, что набор показателей оценки уровня финансово-экономической безопасности предприятия зависит от объектов защиты предприятия, вида его деятельности и сектора предпринимательства.

Ключевые слова: финансовая безопасность предприятия, экономическая безопасность предприятия, финансово-экономическая безопасность предприятия, уровень финансово-экономической безопасности предприятия, рентабельность, платежеспособность.

RESEARCH OF THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACHES OF ASSESSMENT OF THE LEVEL OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

Dubynska Olena

The article is devoted to the study of theoretical and practical approaches to assessing of the level of financial and economic security. Generalization of approaches to the interpretation of the concept of "financial security of the enterprise" allowed to distinguish the following approaches: static, resource, functional, complex. The study of the essence of the concept of "economic security of the enterprise" allowed us to identify such approaches to understanding its essence, as the state of industrial relations and organizational relationships, which ensure the stability of the functioning and progressive development of the enterprise, and ensure the conditions of preservation of property and trade secrets. It is suggested to consider the essence of financial and economic security of the enterprise through the lens of a comprehensive approach that combines both a static approach (ie financial and economic security is considered as a state of ensuring the protection of the financial and economic interests of the enterprise) and a systematic approach (under which financial and economic security - it is a system of diagnostic, instrumental and control measures of a financial and economic nature). It is determined that approaches to assessing the level of financial and economic security of an

enterprise are: indicator (consists in establishing the level of financial and economic security as a result of comparing the actual indicators of the enterprise with indicators), resource-functional (involves determining the level of financial and economic security by evaluating the effectiveness use of financial resources), program-targeted (based on the integration of indicators that determine the level of financial and economic security based on methods of expert assessment), risky (consists in identifying the risks that affect the financial and economic security of the enterprise. It is researched that the set of indicators of estimation of the level of financial and economic security of the enterprise depends on the objects of protection of the enterprise, type of its activity and sector of enterprise.

Keywords: financial security of the enterprise, economic security of the enterprise, financial and economic security of the enterprise, level of financial and economic security of the enterprise, profitability, solvency.

Постановка проблеми. Діяльність підприємства знаходиться під постійним впливом як зовнішніх, так і внутрішніх чинників, що призводить до певних трансформацій усіх аспектів його господарювання. Особливу роль у процесі ведення господарської діяльності підприємства відіграє фінансово-економічна безпека, метою якої є гарантування стабільності, прибутковості та функціонування підприємства, тобто створення необхідних умов, що забезпечують постійне зростання суб'єкта підприємства. Ефективність функціонування системи фінансово-економічної безпеки підприємства забезпечується її завданнями, серед яких: забезпечення ефективного використання економічних ресурсів, запобігання негативному впливу різноманітних чинників середовища функціонування, забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності, гарантування захисту інформації, охорони комерційної таємниці, досягнення безпеки та розвитку персоналу, захист інтелектуальної власності, матеріальних та фінансових інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних засад та практичних рекомендацій щодо оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства знаходять своє відображення у працях видатних науковців, серед яких: Н.А. Дехтяр, О.В. Дейнека [2], Л.В. Гнилицька [3], Г.В. Соломіна [4], О.В. Орлик [5], В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко [6], О.М. Губарик, І.К. Перехрест [7], Т.Г. Васильців, В.І. Волошин, О.Р. Бойкевич, В.В. Каркавчук [8], А.М. Вергун, М.М. Савченко, І.О. Тарасенко [9]. Зважаючи на вагомий науковий внесок у вибрану тематику дослідження, постійні трансформаційні процеси макроекономічного рівня та підвищений рівень ризиковості підприємницької діяльності зумовлюють актуальність аналізу питань оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних та практичних підходів до оцінки рівня фінансово-економічної безпеки.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- уточнити сутність понять «фінансова безпека підприємства», «економічна безпека підприємства» та «фінансово-економічна безпека підприємства»;
- дослідити теоретичний базис оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства;
- визначити набір показників оцінки фінансово-економічної безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними PwC, у 2018 р. 48% українських підприємств постраждали від економічних злочинів та шахрайства, що на 5% перевищує показник 2016 р. Серед найпоширеніших економічних злочинів та шахрайств виділено такі, як хабарництво та корупція (23%), кіберзлочини (16%), незаконне привласнення майна (10%), шахрайство у сфері закупівель (10%), шахрайство у сфері оподаткування (7%). При цьому 12% респондентів опитування зазначили, що розміри їхніх фінансових збитків сягають від 1 до 50 млн дол. США [1] (рис. 1).

Для визначення сутності поняття «фінансово-економічна безпека підприємства» доцільно уточнити сутність основних його складників – фінансової та економічної безпеки підприємства. Визначення поняття «фінансова безпека підприємства» у науковій літературі визначається з позиції статичного, ресурсного, функціонального та комплексного підходів (рис. 2).

Тлумачення поняття «економічна безпека підприємства» розглядається науковцями за такими підходами:

- стан виробничих відносин і організаційних зв'язків, за яких забезпечуються стабільність функціонування та прогресивний розвиток підприємства;

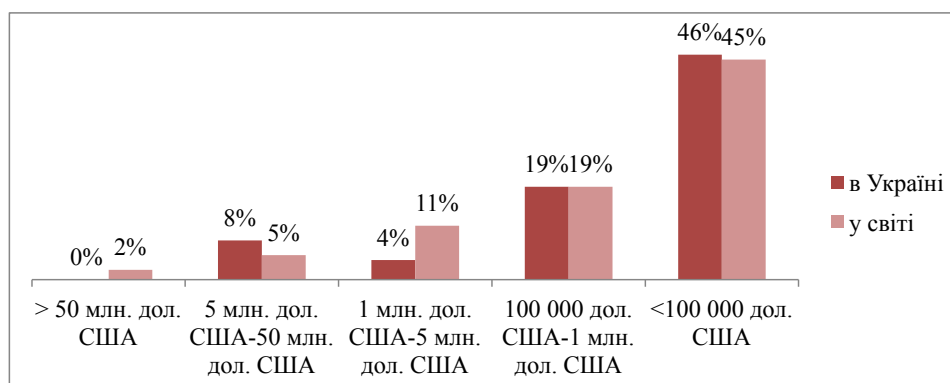


Рис. 1. Фінансові збитки підприємств унаслідок економічних злочинів та шахрайств у 2018 р.

Джерело: побудовано автором на основі [1]

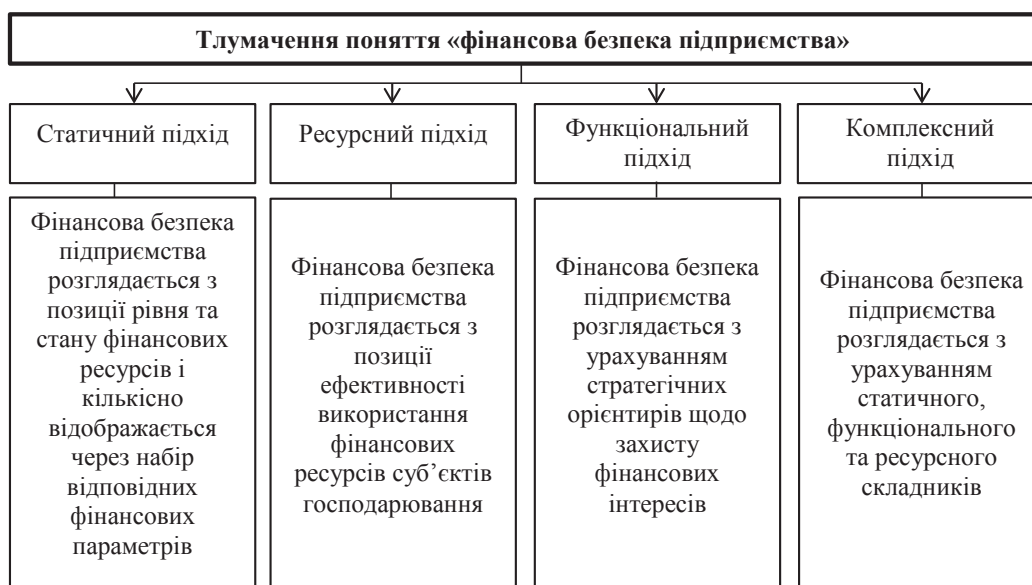


Рис. 2. Узагальнення підходів до визначення поняття «фінансова безпека підприємства» у науковій літературі

Джерело: сформовано автором на основі [2]

– забезпечення умов збереження майна та комерційної таємниці [3].

Як зазначають науковці О.М. Губарик, І.К. Перехрест [7], О.В. Орлик [5], фінансова безпека є основним складником економічної безпеки підприємства та впливає абсолютно на всі сфери діяльності підприємства.

Положення наукової дискусії щодо визначення поняття «фінансово-економічна безпека підприємства» наведено в табл. 1.

На нашу думку, фінансово-економічну безпеку підприємства доцільно розглядати через призму комплексного підходу, який об'єднує у собі статичний підхід (тобто фінансово-економічна безпека розглядається як стан забезпечення захищеності фінансово-економіч-

них інтересів підприємства) та системний підхід (за якого фінансово-економічна безпека – це система діагностичних, інструментальних та контрольних заходів фінансово-економічного характеру).

Змістовний набір показників оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства визначається об'єктами (ресурсами) захисту. Н.А. Дехтяр та О.В. Дейнека зазначають, що складниками економічної безпеки підприємства є матеріально-сировинний, техніко-технологічний, кадровий, інформаційний, зовнішньоекономічний, ринковий. Фінансова безпека підприємства складається з бюджетної, банківської, страхової, інвестиційної, фондової, грошово-кредитної, валютної [2].

Таблиця 1

Підходи науковців до визначення поняття «фінансово-економічна безпека підприємства»

№ з/п	Автори	Визначення
1	Н.А. Дехтяр, О.В. Дейнека [2]	Фінансово-економічна безпека підприємства – це такий фінансово-економічний стан, який сприяє забезпеченню захищеності його фінансово-економічних інтересів від негативних чинників внутрішнього і зовнішнього середовища та створення необхідних фінансово-економічних умов для безперервної успішної діяльності та стійкого розвитку підприємства
2	В.В. Вітлінський [6]	Фінансово-економічна безпека підприємництва розглядається як універсальна та комплексна категорія, в основі якої закладено систему захисту консолідованої сукупності суб'єктів підприємницької діяльності, а також від неефективно функціонуючої державної політики з метою підвищення результативності діяльності підприємницького сектору, максимізації його прибутку, захисту інтересів національних, регіональних та галузевих виробників в умовах високодинамічних змін ринкового середовища
3	Г.В. Соломіна [4, с. 21]	Фінансово-економічна система підприємства – це система заходів, рішень, дій у сфері безпеки, які створюють сприятливі умови для досягнення цілей бізнесу, тобто політика безпеки дає змогу виконувати виробничу програму, підвищувати ефективність виробництва, збільшувати власність, одержувати прибуток
4	Т.Г. Васильців, В.І. Волошин, О.Р. Бойкевич, В.В. Каркавчук [8]	Фінансово-економічна безпека підприємства – це здатність суб'єкта підприємництва здійснювати свою господарську, зокрема й фінансову, діяльність, ефективно і стабільно шляхом використання сукупності взаємопов'язаних діагностичних, інструментальних та контрольних заходів фінансового характеру, що мають оптимізувати використання фінансових ресурсів, забезпечити належний їхній рівень та нівелювати вплив ризиків внутрішнього і зовнішнього середовища

Джерело: згруповано автором

Підходами до оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства є: індикаторний (полягає у встановленні рівня фінансово-економічної безпеки в результаті порівняння фактичних показників діяльності підприємства з індикаторами), ресурсно-функціональний (передбачає визначення рівня фінансово-економічної безпеки за допомогою оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів), програмно-цільовий (ґрунтується на інтегруванні показників, які визначають рівень фінансово-економічної безпеки на основі методів експертних оцінок), ризиковий (полягає у визначенні ризиків, що впливають на фінансово-економічну безпеку підприємства) [2; 4; 9, с. 24]. При цьому модель оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства складається з таких складників: фінансового, ринкове середовище, вплив контрагентів, інтелектуального [9, с. 25].

З урахуванням підходів до тлумачення поняття «фінансово-економічна безпека підприємства» та об'єктів її захисту можна сформувати набір показників оцінки її рівня (табл. 2).

Показники оцінки рівня фінансово-економічної безпеки формуються залежно від виду діяльності підприємства та сектору [4]. Характеристику показників рівня фінансово-економічної безпеки підприємства за секторами підприємства наведено в табл. 3.

Залежно від виду діяльності показниками оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства є:

- промисловість – оборотність запасів, фондівіддача, інноваційна активність, конкурентоспроможність

продукції, рівень захисту корпоративних прав, екологічність діяльності;

- сільське господарство – показники продуктивності праці, страхування, рівень ресурсного забезпечення;

- будівництво – показники доступу до джерел фінансування, ефективності інвестиційної діяльності;

- торгівля – показники товарообороту, оборотності запасів, ринкової частки;

- транспорт і зв'язок – ліквідність, ефективність інвестиційної діяльності, захищеність інформації [4].

Висновки з проведеного дослідження. У сучасних умовах господарювання забезпечення фінансово-економічної безпеки займає ключову позицію у процесі управління підприємством. За результатами проведеного дослідження сутності поняття «фінансово-економічна безпека підприємства» запропоновано розглядати її через призму комплексного підходу, який об'єднує у собі статичний підхід (тобто фінансово-економічна безпека розглядається як стан забезпечення захищеності фінансово-економічних інтересів підприємства) та системний підхід (за якого фінансово-економічна безпека – це система діагностичних, інструментальних та контрольних заходів фінансово-економічного характеру).

Досягти фінансово-економічної захищеності підприємства можливо завдяки формуванню ефективного набору показників оцінки рівня фінансово-економічної безпеки. Дослідженням встановлено, що підходами до оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприєм-

Таблиця 2

Показники оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства

№ з/п	Підхід	Показники
1	Індикаторний	темпи зростання прибутку, обсягів продажів, коефіцієнта зростання прибутку, коефіцієнта покриття, коефіцієнта автономії, рівня фінансового левериджу (коефіцієнт заборгованості), рентабельності активів, рентабельності власного капіталу, середньозваженої вартості капіталу, показника розвитку підприємства
2	Функціонально-ресурсний	показники рівня забезпеченості фінансової стійкості та незалежності, високої ефективності діяльності підприємства, технологічної незалежності та досягнення високої конкурентної спроможності його технологічного потенціалу, високої ефективності діяльності менеджменту на всіх рівнях управління підприємством, показники забезпеченості збалансованості, стійкості, стабільності функціонування підприємства відповідно до його стратегічних цілей
3	Програмно-цільовий	формується залежно від методу експертних оцінок
4	Ризиковий	фінансовий, бухгалтерський, кадровий, політичний, інфляційний та інші види ризику

Джерело: сформовано автором на основі [4; 7, с. 574; 9]

Таблиця 3

Показники рівня фінансово-економічної безпеки підприємства за секторами підприємства

Сектор підприємництва	Пріоритетні функціональні складники	Пріоритетні індикатори рівня безпеки	Особливості оцінки
Сектор великого підприємництва	Інноваційно-інвестиційний, продуктовий, силовий, інституційно-правовий, інформаційний, маркетинговий	Економічна ефективність інвестицій, фінансова стійкість, дохід на одиницю ресурсного забезпечення, ринкова частка, вартість підприємства, захищеність корпоративних прав	Визначення ринкової вартості підприємства та його активів, динаміки їх зміни
Сектор середнього підприємництва	Інтелектуально-кадровий, фінансовий, маркетинговий, інституційно-правовий	Показники обсягів діяльності, оборотності використання основних фондів, ліквідності, ринкової частки	Використання ресурсно-функціонального підходу
Сектор малого підприємництва	Фінансовий, кадровий, інституційно-правовий	Показники економічної ефективності діяльності, рівня інтегрованості в економічну систему та кооперації з підприємствами інших секторів	Моніторинг рівня відхилення фактичних значень діяльності від планових згідно з його життєвим циклом

Джерело: побудовано на основі [4]

ства є індикаторний, ресурсно-функціональний, програмно-цільовий та ризиковий.

Визначення підходів до набору показників оцінки фінансово-економічної безпеки підприємства дав

зможу встановити, що він залежить від об'єктів захисту (що існують у кореляції зі складниками фінансової та економічної безпеки підприємства), виду його діяльності та сектору підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Всесвітнє дослідження економічних злочинів та шахрайств 2018 року: результати опитування українських організацій. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/pwc-gecs-2018-ukr.pdf> (дата звернення: 03.04.2020).
2. Дехтяр Н.А., Дейнека О.В. Фінансово-економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення. *Стратегії економічного розвитку: держава, регіон, підприємство* : колективна монографія : у 2-х т. / за заг. ред. К.С. Шапошникова. Херсон, 2015. Т. 2. С. 1–17.
3. Гнилицька Л.В. Основи економічної безпеки підприємства. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2013. № 7. С. 41–48.
4. Соломіна Г.В. Забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємництва : навчальний посібник. Дніпро, 2018. 234 с.
5. Орлик О.В. Механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства та його основні складові. *Фінансово-економічна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2015. Вип. 2. С. 222–232.
6. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.І. Ризикологія в економіці та підприємстві. Київ, 2004. 480 с.
7. Губарик О.М., Перехрест І.К. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства в умовах кризи. *Молодий вчений*. 2017. № 1(41). С. 572–575.
8. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / Т.Г. Васильців та ін. Львів, 2012. 386 с.
9. Вергун А.М., Савченко М.М., Тарасенко І.О. Діагностика рівня фінансово-економічної безпеки підприємства. *Міжнародний науковий журнал*. 2015. № 2. С. 23–26.

References:

1. Vsesvitnie doslidzhennia ekonomichnykh zlochyniv ta shakhraistv 2018 roku: rezultaty opytuvannia ukrain-skykh orhanizatsii [World Economic Crime and Fraud Survey 2018: Survey Results of Ukrainian Organizations]. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/pwc-gecs-2018-ukr.pdf> (date of appeal 03.04.2020).
2. Dekhtiar N.A., Deineka O.V. (2015) Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpriemstva: sutnist ta mekhanizm zabezpechennia [Financial and economic security of pidpriemstva: the essence of this mechanism of security]. *Stratehii ekonomichnoho rozvytku: derzhava, rehion, pidpriemstvo: kolektyvna monohrafiia: u 2-kh t.* [Economic development strategies: state, region, enterprise: collective monograph: in 2 volumes] in the general version by K.S. Shaposhnykov. Kherson, 2015. Vol. 2. Pp. 1–17.
3. Hnylytska L.V. Osnovy ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Fundamentals of economic security of the enterprise]. *Bukhhalterskyi oblik i audyt* [Accounting and Auditing]. 2013. Vol. 7. Pp. 41–48.
4. Solomina H.V. Zabezpechennia finansovo-ekonomichnoi bezpeky pidpriemnytstva: navchalnyi posibnyk [Providing financial-economic security business: Tutorial]. Dnipro, 2018. Pp. 234.
5. Orlyk O.V. Mekhanizm upravlinnia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoiu pidpriemstva ta yoho osnovni skladovi [The mechanism of financial and economic security management of the enterprise and its main components]. *Finansovo-ekonomichna diialnist: problemy teorii ta praktyky* [Financial and economic activities: problems of theory and practice]. 2015. Vol. 2. Pp. 222–232.
6. Vitlinskyi V. V., Velykoivanenko H.I. Ryzkykologhiia v ekonomitsi ta pidpriemnytstvi [Riskology in Economics and Entrepreneurship]. Kyiv, 2004. Pp. 480.
7. Hubaryk O.M., Perekhrest I.K. Upravlinnia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoiu pidpriemstva v umovakh kryzy [Management of financial and economic security of an enterprise in a crisis]. *Molodyi vchenyi* [Young scientist]. 2017. Vol. 1(41). Pp. 572–575.
8. Vasylytsiv T.H., Voloshyn V.I., Boikevych O.R., Karkavchuk V.V. Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpriemstv Ukrainy: stratehiia ta mekhanizmy zabezpechennia : monohrafiia [Financial and Economic Security of Ukrainian Enterprises: Strategy and Mechanisms of Provision: Monograph]. Lviv, 2012. P. 386.
9. Verhun A.M., Savchenko M.M., Tarasenko I.O. Diahnostyka rivnia finansovo-ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Diagnosis of the level of financial and economic security of the enterprise]. *Mezhdunarodnyy nauchnyy zhurnal* [International Scientific Journal]. 2015. Vol. 2. Pp. 23–26.

E-mail: lena.des1307@gmail.com

УДК 339.9

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.31>

Ковальова М.Л.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки,
Національний університет харчових технологій

ОСНОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті проаналізовано систему управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності та акцентовано увагу на тому, що зовнішньоекономічна діяльність є однією з ризикових сфер діяльності підприємства. Особлива важливість урахування ризиків у цій сфері пояснюється тим, що під час проведення зовнішньоекономічної операції відбувається складний процес переміщення значного обсягу грошових та товарно-матеріальних засобів, а також оборот юридичних документів з урахуванням особливостей міжнародного права, митного законодавства як мінімум двох країн тощо. Виокремлено основні джерела виникнення ризиків у зовнішньоекономічній діяльності та розглянуто поняття невизначеності. Обґрунтовано, що система управління ризиками в ЗЕД має бути інтегрована в загальну систему управління ризиками на підприємстві та швидко реагувати на зміни, що відбуваються як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі підприємства.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, ризик, невизначеність, управління ризиками, система управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності.

ОСНОВЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ковалёва М.Л.

В статье проанализирована система управления рисками во внешнеэкономической деятельности и акцентировано внимание на том, что внешнеэкономическая деятельность наиболее подвержена рискам. Необходимость повышенного внимания к рискам в этой сфере объясняется прежде всего тем, что при проведении внешнеэкономической операции происходит сложный процесс перемещения значительного объема денежных и товарно-материальных ценностей, а также оборот юридических документов с учетом особенностей международного права, таможенного законодательства как минимум двух стран и т. д. Выделены основные источники возникновения рисков во внешнеэкономической деятельности и рассмотрено понятие неопределенности. Аргументировано, что система управления рисками в ВЭД должна быть интегрирована в общую систему управления рисками на предприятии и быстро реагировать на изменения, происходящие как во внешней, так и внутренней среде предприятия.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, риск, неопределенность, управление рисками, система управления рисками во внешнеэкономической деятельности.

FUNDAMENTALS OF THE RISK MANAGEMENT SYSTEM IN THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Kovalova Mariia

In modern conditions of management almost any company carries out foreign economic activity. When making any business transaction there is always a probability of occurrence of a certain negative event, risk, namely foreign economic activity is the sphere of activity of the enterprise, which most inherent riskiness and uncertainty is, this is due primarily to the fact that during realization of any foreign economic activity it is carried out a rather complicated process of exchange of commodity and money resources between residents of at least One of the urgent tasks of management system in the enterprise is risk management and reduction of the probability of negative event occurrence, in particular in foreign economic activity. Risk, and the probability of deviation from the set goal, respectively, is directly related to uncertainty. Uncertainty is quite a broad concept, which actually reflects the impossibility of obtaining absolute knowledge about internal and external conditions of the enterprise functioning and one hundred percent forecasting of results of its activity. Under uncertainty that generates risk, they understand the situation, when there is not enough information about the structure and possible conditions of both the object of the study and the ambient of its environment. Risk Management System FEA The company is actually a subsystem of the overall system of management of the enterprise. That is, along with specific functions, also the general functions of management are implemented-the organization of the process, planning of activities, motivation of personnel, estimation of results, control of tasks fulfillment. The planning of foreign economic activity is an important analysis of the risk level of planned foreign trade operations and corresponding prediction of the dynamics of risk factors in the short and long term. These data are basis for the development of plans and strategies to reduce the impact of negative

consequences on the company's activities and economic results. The risk management system in foreign trade should be integrated into the overall risk management system in the enterprise and respond quickly to changes occurring both in the external and internal environment of the enterprise.

Keywords: foreign economic activity, risk, uncertainty, risk management, risk management system in foreign economic activity.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання практично будь-яке підприємство здійснює зовнішньоекономічну діяльність. Під час здійснення будь-якої господарської операції завжди є ймовірність настання певної негативної події, тобто ризику, а саме зовнішньоекономічна діяльність є тією сферою діяльності підприємства, якій найбільш притаманні ризиковість та невизначеність. Пояснюється це передусім тим, що під час здійснення будь-якої зовнішньоекономічної діяльності здійснюється доволі складний процес обміну товарно-матеріальними та грошовими ресурсами між резидентами принаймні двох країн. Одним з нагальних завдань системи менеджменту на підприємстві є управління ризиками та зменшення ймовірності настання негативної події, зокрема в зовнішньоекономічній діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням принципів побудови системи управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності в загальній системі менеджменту підприємства займаються такі науковці, як Г.Ю. Разумей, М.М. Разумей [2], О.І. Баєва, О.О. Васильченко [3], Л.М. Шиманська [4], І.М. Михайловська, О.С. Мантур-Чубата [5] та ін. Проте сучасні соціально-економічні умови ставлять завдання вдосконалення системи управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності та пошуку нових методів мінімізації їхнього впливу на діяльність компанії у цілому.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення особливостей та принципів системи управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності на підприємстві як підсистеми системи менеджменту на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Залежно від визначення сутності ризику та ранжування його ознак вчені-економісти під час дослідження ризиків на перший план виводять різні його прояви. Це може бути як сама подія, так і відхилення від поставленої мети або навіть сама діяльність.

У Законі України «Про об'єкти підвищеної небезпеки» визначено, що «ризик – ступінь ймовірності певної негативної події, яка може відбутися в певний час або за певних обставин на території об'єкта підвищеної небезпеки і/або за його межами». Відповідно, управління ризиком – процес прийняття рішень і здійснення заходів, спрямованих на забезпечення мінімального можливого ризику [1].

Проте більшість учених наголошує, що наявність ризику та вірогідність відхилення від поставленої мети безпосередньо пов'язані з невизначеністю.

Невизначеність є досить широким поняттям, яке фактично відображає неможливість отримання абсолютного знання про внутрішні та зовнішні умови функціонування підприємства та стовідсоткового прогнозування результатів своєї діяльності. Під невизначеністю, яка породжує ризик, розуміють передусім ситуацію, коли певною мірою не вистачає інформації про структуру та можливі стани як самого об'єкта

дослідження, так і оточуючого його середовища. Таким чином, невизначеність можна визначити як недостовірність, неоднозначність та невідомість. Недостовірність свідчить про наявність таких даних, що об'єктивно не відображають проблемну ситуацію. Невідомість означає повну або часткову відсутність інформації щодо певної проблемної ситуації. Причинами цього можуть бути також неповнота інформації, неструктурованість, неінтерпретованість, несприйнятливості, що, своєю чергою, значно ускладнює процес прийняття раціональних рішень [2].

Ризик фактично є складником невизначеності. Оскільки поняття невизначеності є загальним поняттям, яке оцінює небезпеку, то сам термін «ризик» часто інтерпретується як відчуття небезпеки. Аналізуючи ризик, необхідно виокремити ще одне поняття – «загроза». Загроза розглядається як сукупність явищ та чинників, які дестабілізують поточну ситуацію та можуть становити небезпеку для конкретної людини або суспільства.

Проте, незважаючи на очевидні негативні прояви ризику, можемо виділити й позитивні його функції:

- інноваційну – спонукання до пошуку нетривіальних шляхів розв'язання проблем, передусім економічних;
- регулятивну – допомагає побороти консерватизм та психологічні бар'єри під час прийняття нестандартних рішень;
- захисну – готовність до можливих невдач та адекватне сприйняття небезпечної ситуації;
- аналітичну – аналіз усіх альтернативних варіантів розвитку подій та відповідних варіантів рішень, вибір найбільш рентабельного та найменш ризикованого.

Чинники, які впливають на можливість та вірогідність виникнення ризику, можна поділити на дві великі групи:

- внутрішні – виникають у процесі діяльності підприємства;
- зовнішні – існують за межами підприємства.

Управління ризиками – це системний підхід до виявлення, аналізу, мінімізації та моніторингу ризиків. Управління ризиком можна поділити на чотири етапи:

1. Виявлення ризиків.
2. Аналіз та розстановка пріоритетів.
3. Мінімізація ризиків та підготовка відповідних звітів.
4. Моніторинг ситуації.

Зовнішньоекономічна діяльність (далі – ЗЕД) – це одна зі сфер діяльності підприємства, що найбільше піддається ризикам. Особлива важливість урахування ризиків у цій сфері пояснюється тим, що під час проведення зовнішньоекономічної операції відбувається складний процес переміщення значного обсягу грошових та товарно-матеріальних засобів, а також оборот юридичних документів з урахуванням особливостей міжнародного права, митного законодавства як мінімум двох країн тощо. Отже, під ризиком ЗЕД розуміють можливість зниження розрахункової прибутковості від проведення зовнішньоторговельної операції.

Серед багатьох джерел виникнення ризиків ЗЕД можна виокремити основні:

– процедура укладання та підписання зовнішньоекономічного контракту з урахуванням особливостей міжнародного права та національного законодавства принаймні двох країн;

– логістика перевезень;

– порядок проведення розрахунків між покупцем та продавцем;

– процедура митного оформлення в країні експортера та імпортера, можливого транзиту через треті країни.

Для управління ризиками використовуються різні методи та засоби, які дають змогу з певною вірогідністю прогнозувати настання ризику та, відповідно, мінімізувати можливі збитки. Отже, під час розроблення системи управління ризиками ЗЕД доцільно скласти такий алгоритм дій:

1. Аналіз закордонних ринків, на які планує вийти підприємство, та основних конкурентів на цих ринках.

2. Аналіз діяльності майбутніх закордонних партнерів.

3. Аналіз митного законодавства своєї країни та країни-партнера.

4. Розроблення стратегії та вибір методів управління майбутніми ймовірними ризиками.

Об'єктами управління ризиками ЗЕД у цьому разі є виробничі операції, технології, інформація, ресурси, процеси у макро- та мікросередовищі; засоби управління – методи та принципи діяльності підприємств у транснаціональному середовищі; контроль рівня ризику. Одним із ключових елементів у побудові системи управління ризиками ЗЕД є вибір суб'єктів управління, тобто безпосередніх виконавців: працівників, відділів та департаментів управління ризиками ЗЕД [3].

Система управління ризиками ЗЕД на підприємстві є фактично підсистемою загальної системи менеджменту підприємства. Тобто поряд зі специфічними функціями реалізуються також і загальні функції менеджменту: організація процесу, планування діяльності, мотивація персоналу, оцінка результатів, контроль над виконанням поставлених завдань. Відповідно до специфіки поставлених завдань, метою здійснення контролю рівня ризику є виявлення загрозливих тенденцій із погляду економічних інтересів суб'єкта господарювання, котрі в однаковому ступені стосуються і фінансово-господарського механізму підприємства, і середовища його функціонування. При цьому сфера управління ризиками ЗЕД не обмежується суто сферою міжнародних економічних відносин, оскільки необхідно враховувати не тільки

особливості ринку закордонного, а й урахувати ситуацію на вітчизняному ринку, яка може опосередковано вплинути на реалізацію стратегії на зовнішніх ринках. Таким чином, під час планування зовнішньоекономічної діяльності важливими є аналіз рівня ризику запланованих зовнішньоекономічних операцій та відповідне прогнозування динаміки розвитку чинників ризику в короткостроковому та довгостроковому періодах. Саме ці дані є підґрунтям для розроблення планів та стратегії щодо зменшення впливу негативних наслідків на діяльність підприємства та його економічні результати. Здійснюється узгодження діяльності складників підсистеми управління ризиком з урахуванням цілей та завдань ЗЕД суб'єкта господарювання [4].

Таким чином, доходимо висновку про необхідність створення на підприємстві відповідного органу управління ризиками (передусім ЗЕД) – ризик-менеджменту. Досвід великих закордонних корпорацій свідчить про необхідність наявності в штаті ризик-менеджера, у зоні відповідальності якого – управління ризиками та розроблення методів щодо мінімізації їхнього впливу на діяльність підприємства та який входить до складу топ-менеджменту компанії. Саме ризик-менеджер разом із відповідними спеціалістами приймає участь у прийнятті ризикових рішень та шукає способи уникнення небажаних ризиків. Саме у сфері діяльності департаменту (або відділу) з управління ризиками ЗЕД знаходиться пошук розв'язків практичних питань, пов'язаних із виявленням ризику ЗЕД, подальшим веденням статистики щодо виникнення ризиків, розробленням та реалізацією заходів із мінімізації збитків, здійсненням страхової діяльності [5]. Отже, основна місія ризик-менеджера та його підрозділу – відстеження ймовірності виникнення і впливу ризику ЗЕД та розроблення заходів щодо його нейтралізації або мінімізації впливу на подальшу діяльність підприємства, враховуючи всю низку зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на вірогідність настання небезпечної ситуації.

Висновки з проведеного дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є найбільш ризикованою для компанії, оскільки під час здійснення будь-якої зовнішньоекономічної операції необхідно враховувати не тільки ситуацію на локальному ринку та вимоги законодавства країни базування, а й особливості світового ринку і закордонного бізнес-партнера та законодавства, передусім митного, іншої країни та вимоги міжнародного права, а також аспекти міжнародної логістики. Отже, система управління ризиками в ЗЕД має бути інтегрована в загальну систему управління ризиками на підприємстві та швидко реагувати на зміни, що відбуваються як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі підприємства.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про об'єкти підвищеної небезпеки» від 18.01.2001. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2245-14> (дата звернення: 05.04.2020).
2. Аналіз ризиків у митній справі : навчальний посібник / Г.Ю. Разумей, М.М. Разумей. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2017. 245 с.
3. Баєва О.І., Васильченко О.О. Особливості управління ризиками в логістиці зовнішньоекономічної діяльності. *Вісник Мукачівського державного університету*. 2018. № 18. С. 17–21.
4. Шиманська Л.М. Модель управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 10. С. 206–209.

5. Михайловська І.М., Мантур-Чубата О.С. Організаційно-функціональна структура відділу ризик-менеджменту зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 3(3). С. 161–164.
6. Вербіцька І.І. Ризик-менеджмент як сучасна система управління ризиками підприємницьких структур. *Сталій розвиток економіки*. 2013. № 5(22). С. 282–291.
7. Башинська І.О., Полещук А.А., Мотова А.В. Удосконалення системи управління ризиками на підприємстві. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 17. С. 91–94.
8. Закомлистов С.В. Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 13. С. 55–56.

References:

1. Zakon Ukrainy «Pro obiekty pidvyshchenoi nebezpeky» vid 18.01.2001. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2245-14> (accessed 05 April 2020).
2. H. Yu. Razumei, M. M. Razumei. (2017) Analiz ryzykiv u mytnii spravi : navchalnyi posibnyk. [Customs risk analysis: a textbook]. Dnipro: Universytet mytnoi spravy ta finansiv. (in Ukrainian)
3. Bayeva O. I., Vasylychenko O. O. (2018) Osoblyvosti upravlinnya ryzykamy v lohistytsi zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti. [Features of risk management in logistics of foreign economic activity]. *Mukachiv's'kyi Derzhavnyy universytet*, 18, 17–21. (in Ukrainian)
4. Shymanska L. M. (2014) Model upravlinnia ryzykamy u zovnishnoekonomichnii diialnosti pidpriumstva. [Model of risk management in foreign economic activity of the enterprise]. *Aktualni problemy ekonomiky*. 10, 206–209. (in Ukrainian)
5. Mykhailovska I. M., Mantur-Chubata O. S. (2015) Orhanizatsiino-funktsionalna struktura viddilu ryzyk-menedzhmentu zovnishnoekonomichnoyi diialnosti na pidpriumstvi [Organizational and functional structure of the risk management department of foreign economic activity at the enterprise]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 3, 161–164. (in Ukrainian)
6. Verbitska I. I. (2013) Ryzyk-menedzhment yak suchasna systema upravlinnia ryzykamy pidpriumnytskykh struktur. [Risk management as a modern system of risk management of business structures]. *Stalyi rozvytok ekonomiky: Mizhnarodnyi naukovo-vyrobnychiy zhurnal*, 5(22), 282–291. (in Ukrainian)
7. Bashynska I. O., Poleshchuk A. A., Motova A. V. (2017) Udoskonalennia systemy upravlinnia ryzykamy na pidpriumstvi. [Improvement of enterprise risk management system]. *Naukovyi zhurnal «Prychornomorski ekonomichni studii»*, 17, 91–94. (in Ukrainian)
8. Zakomlystov S. V. (2009) Upravlinnia ryzykamy zovnishnoekonomichnoyi diialnosti pidpriumstva [Risk management of foreign economic activity of the enterprise]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 13, 55–56. (in Ukrainian)

E-mail: kovalova1503@gmail.com

УДК 334.72:005.95]:005.336.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.32>

Ліпич Л.Г.

доктор економічних наук, професор
кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Хілуха О.А.

кандидат економічних наук, доцент
кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Кушнір М.А.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри прикладної економіки та бізнесу,
Український католицький університет

РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА ОСНОВІ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Ефективність та результативність управління людськими ресурсами на основі компетентностей визначає рівень досягнення підприємством поставлених цілей. У статті розмежовано дефініції «результативність» та «ефективність». Зазначено, що результативність – це рівень досягнення запланованого результату. Ефективність є основним якісним чинником економічного зростання підприємства, оскільки забезпечує абсолютне зростання його результатів за тієї ж величини зусиль. Досліджено вплив показників результативності та ефективності управління людськими ресурсами на результати діяльності підприємства. Доведено, вплив на управління людськими ресурсами контекстуалізації, яка може приймати різні форми – від загальних до конкретних. Підприємства повинні прагнути знайти показники результативності та ефективності управління людськими ресурсами, засновані на компетентностях, оскільки лише вони допоможуть менеджерам досягнути корпоративних цілей.

Ключові слова: результативність, ефективність, управління людськими ресурсами, контекстуалізація, компетентність.

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Липыч Л.Г., Хилуха О.А., Кушнир М.А.

Эффективность и результативность управления человеческими ресурсами на основе компетентностей определяют уровень достижения предприятием поставленных целей. В статье разграничены дефиниции «результативность» и «эффективность». Отмечено, что результативность – это уровень достижения запланированного результата. Эффективность является основным качественным фактором экономического роста предприятия, поскольку обеспечивает абсолютный рост его результатов при той же величине усилий. Исследовано влияние показателей результативности и эффективности управления человеческими ресурсами на результаты деятельности предприятия. Доказано, влияние на управление человеческими ресурсами контекстуализации, которая может принимать различные формы – от общих до частных. Предприятия должны найти показатели результативности и эффективности управления человеческими ресурсами, основанные на компетентности, поскольку только они помогут менеджерам достичь корпоративных целей.

Ключевые слова: результативность, эффективность, управление человеческими ресурсами, контекстуализация, компетентность.

EFFICIENCY AND EFFECTIVENESS OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT BASED ON COMPETENCIES

Lipych Lubov, Khilukha Oksana, Kushnir Myroslava

The efficiency and effectiveness of human resource management based on competencies determines the level of achievement of the goals set by the enterprise. That is, management needs to analyze the indicators that enable the company to control this process. Referring to empirical research in this area, it can be stated that where the objective criteria and indicators of determining the efficiency and effectiveness of human resource management are used, the best results of the enterprise's activity as a whole are observed. The article defines the definitions of effectiveness and efficiency. It is noted that

effectiveness is the level of achievement of the intended result. Effectiveness is calculated as a percentage as the ratio of the actual result to the planned result. Efficiency is a major qualitative factor in the economic growth of an enterprise because it provides an absolute increase in its results with the same amount of effort. When assessing the effectiveness of human resource management activities, they pay attention to whether "this function is doing the right things". It is justified that subjective factors have a great influence on the definition of the right things. In turn, the effectiveness of human resource management is usually related to the internal evaluation of its inherent functions. Efficiency is seen as maximizing cost results. The ideal situation we expect within the HRM is when the right workers do the right things right. The influence of indicators of effectiveness and efficiency of human resources management on the results of the enterprise activity is investigated. It has been proven that contextualization can take a significant impact on human resource management, which can take many forms: from very general to very specific (globalization, politics, history, economic or technological development, managerial concepts and tools, social and employee relations, interpersonal relationships in teams or between executives and subordinates, formal and informal boundaries of interdependence, etc.). In this context, businesses should strive to find competency-based indicators of effectiveness and efficiency in managing human resources, as they alone will help managers achieve corporate goals.

Keywords: effectiveness, efficiency, human resource management, contextualization, competence

Постановка проблеми. Визначення рівня результативності діяльності підприємства є важливим завданням для його стейкхолдерів. Результати такого оцінювання дають змогу менеджменту підприємства визначити перспективи його подальшого розвитку, виявити проблемні зони, а також проаналізувати ефективність вибраної стратегії. З прикладного погляду найбільш значущий внесок у сферу функціонування підприємства робить використання адекватної сучасним умовам ведення бізнесу системи управління людськими ресурсами. Традиційні системи управління результативністю підприємства зосереджені тільки на фінансових цілях (зростання обсягів продажів, доходів, різні варіанти показника прибутку на інвестований капітал, грошовий потік). Оскільки результати діяльності підприємства формуються взаємопов'язаними процесами по всьому ланцюжку формування доданої вартості, використання фінансових показників є запізнілою реакцією, зверненою в минуле.

Протягом 70–90-х років минулого століття низка дослідників намагалася вирішити цю проблему. Вони дійшли висновку, що результати діяльності підприємств будуть ефективнішими, якщо управління людськими ресурсами здійснювати з використанням компетентного підходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням визначення результативності та ефективності діяльності підприємства присвячено значну кількість вітчизняних і зарубіжних публікацій. Особливої уваги заслуговують праці С. Керра, Д. Парментера, Р. Каплана, Нортон, Г. Кокінза, І. Ансоффа, Г. Мінцберга, Б. Альстренда, С. Ейлора, Е. Барона, П. Друкера [2], Т. Пітерса, С. Покропивоного, В. Геєця, А. Матлина та ін. У цілому вітчизняні дослідження в галузі вимірювання результативності та ефективності, на нашу думку, є досить інтегрованими й ґрунтуються як на накопиченому прикладному досвіді, так і на дослідженнях зарубіжних теоретичних пошуків. Аналіз робіт, які розкривають певні елементи методичного апарату визначення показників діяльності підприємства, показує, що проблема оцінки результативності та ефективності розроблена лише за окремими напрямками. Отже, постає питання про необхідність розроблення методики визначення результативності й ефективності діяльності підприємства з урахуванням рівня задоволеності різних груп, зацікавлених у сталому функціонуванні підприємства. Тобто під час визначення результативності та ефективності діяльності підприємства

необхідно враховувати вплив на його функціонування системи управління людськими ресурсами, що базується на компетентностях як найбільш впливовому і динамічному складнику його розвитку.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз методичних підходів до вимірювання результативності та ефективності підприємства. Для ідентифікації ключових показників проаналізовано концептуальні основи оцінки результативності та ефективності підприємства; досліджено вплив управління людськими ресурсами на основі компетентностей на результативність та ефективність функціонування підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність та результативність управління людськими ресурсами на основі компетентностей визначає рівень досягнення підприємством поставлених цілей. Тобто менеджменту необхідно аналізувати показники, що дають можливість підприємству контролювати цей процес. Посилаючись на емпіричні дослідження у цій галузі, можна констатувати, що там, де використовуються об'єктивні критерії та показники визначення ефективності та результативності управління людськими ресурсами, спостерігаються кращі результати діяльності підприємства загалом. Це підтверджує гіпотезу про те, що якщо компетентності оцінювати, то в результаті здійснюються дії для їх підвищення [1, с. 162]. Основний напрям у підході до управління людськими ресурсами на основі компетентностей – це насамперед визначення внеску, який управління людськими ресурсами робить у діяльність підприємства, тобто визначення результативності та ефективності управління людськими ресурсами.

У повсякденній мові терміни «ефективність» та «результативність» часто вживаються взаємозамінно. Однак, говорячи про підприємство та його менеджмент, слід використовувати наукову термінологію.

Як зазначав Пітер Друкер [2], існує змистова відмінність між результативністю та ефективністю: результативність (effectiveness) означає «робити правильні речі» (doing the right things), а ефективність (efficiency) – «робити речі правильно» (doing thing sright). Подібне розділення він виводить із різного написання і вимови однокореневих слів. Однак у всіх наших словниках і effectiveness, і efficiency перекладаються як «ефективність», що свідчить, на нашу думку, про неправильне тлумачення цих понять. Якщо мету підприємства визначено правильно, то діяльність організації спрямована на задоволення конкретної важливої потреби, тобто ство-

рення тих товарів та послуг, на які існує реальний та потенційний попит. Результативність у такому ракурсі є чимось невідчутним, ефективність, навпаки, можна кількісно виміряти. Доцільно доповнити, що ефективність функціонування господарюючого суб'єкта досягається внаслідок багатьох управлінських дій та синергійної інтеграції отриманих результатів від використання кожного ресурсу окремо. Не можна назвати результати окремих управлінських дій ефективними, якщо не досягнута консолідована мета виробництва. Тобто доцільно сформулювати таке визначення результативності: будь-які управлінські дії щодо використання будь-яких ресурсів і виробничої системи у цілому можна вважати результативними, якщо вся система досягла запланованого рівня ефективності.

Деякі з авторів, а саме М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, вважають, що ефективність характеризується співвідношенням між обсягом виробництва продукції і необхідними для її виготовлення ресурсами, тобто визначається як внутрішній параметр функціонування підприємства, віддзеркалюючи ефективність використання ресурсів [3]. Натомість результативність вони визначають не лише як співвідношення між обсягом та затратами, а й як таку, що передбачає врахування додаткових параметрів: виконання обов'язків, адаптивність та розвиток, тобто більш повноцінно характеризує діяльність підприємства. Як бачимо, у даному визначенні результативність отримує більш широкую характеристику, а не тільки як співвідношення результату і витрат на його досягнення. Автори намагаються виміряти результативність за допомогою оцінки рівня використання всіх існуючих організаційних і управлінських можливостей отримання результату. Якщо використано не всі можливості, результат і результативність оцінюються як недостатні. Оновлення підприємствами кадрового складу, впровадження нової техніки і технологій, співробітництво із всесвітньо відомими консультантами, участь у галузевих міжнародних асоціаціях, отримання сертифікатів якості, дозволів і ліцензій, грантів на розвиток, упровадження заходів щодо охорони навколишнього середовища, укладення довгострокових (на три-п'ять років) контрактів на постачання готової продукції, диверсифікація бізнесу можуть служити критеріями оцінки результативності діяльності будь-якого підприємства.

Результативність – це рівень досягнення запланованого результату, характеризується висновком «виконано – значить результативно, не виконано – значить не результативно, не повністю виконано – значить недостатньо результативно». Результативність розраховується у відсотках як відношення фактично отриманого результату до запланованого.

Економічна ефективність – це термін, який використовується для оцінки результатів господарської діяльності підприємства порівняно із зусиллями, пов'язаними з відповідною діяльністю. Ефективність є основним якісним чинником економічного зростання підприємства, оскільки забезпечує абсолютне зростання його результатів за тієї ж величини зусиль. Економічна ефективність включає у себе рентабельність, яка є загальним показником ефективності. Рентабельність визначається як здатність підприємства отримувати прибуток від своєї економічної діяльності, використовуючи свої ресурси, і вона являє собою еко-

номічний інструмент, який лежить в основі всіх його рішень, що стосуються управління діяльністю і відносин із діловими партнерами; тому вона набуває статусу важливого критерію, що використовується для оцінки економічної ефективності [4]. Тобто ефективність відображає, який результат отримано з одиниці витрат чи які витрати приходяться на одиницю результату (залежно від виду показника), що характеризує результативність витрат. Ефективність розраховується як відношення результату до витрат чи, навпаки, відношенням затрат до результату.

Зазвичай прибуток і рентабельність характеризують економічну ефективність виробництва на мікроекономічному рівні в тісному зв'язку з іншими показниками, що використовуються для вимірювання економічних показників підприємства, такими як продуктивність праці, якість продукції, собівартість продукції тощо. Із них продуктивність праці має найбільший вплив на прибуток і рентабельність та призводить до зростання прибутку, з одного боку, за рахунок збільшення обсягу виробництва, а з іншого – за рахунок зниження витрат на одиницю продукції [4].

Оцінюючи результативність діяльності з управління людськими ресурсами, ми зазвичай звертаємо увагу на те, чи ця функція робить «правильні речі». На жаль, під час оцінки результативності проблема полягає у компетентності експерта, тобто того, хто проводить оцінку, та конкретних критеріях, що використовуються чи повинні бути використані. Зрозуміло, що відмінності між людьми або їхніми групами відіграють велику роль у визначенні того, що таке «правильні речі». Як результат, різна спрямованість окремих груп зацікавлених осіб, які змагаються за вплив та керівництво, може зробити надійність та достовірність результатів у кращому разі сумнівними. Своєю чергою, ефективність управління людськими ресурсами зазвичай пов'язана з внутрішньою оцінкою притаманних йому функцій. Ефективність може розглядатися як максимізація результатів стосовно витрат на відміну від результативності, де йдеться про те, щоб діяти правильно [5]. Скажімо, якщо підприємство навмисно завищує показники витрат, щоб уникнути оподаткування прибутку. Чи, наприклад, ціни на продукцію спеціально занижені, і підприємство лише вибирає обсяг виробництва, за якого збитки мінімізуються. Обсяг реалізованої продукції і виручка від реалізації отримуються згідно з установленим керівництвом планом. Мета досягнена. При цьому прибуток заплановано відсутній. Таке підприємство в результаті своєї виробничої діяльності отримало запланований результат (чи ефект), який керівництвом підприємства оцінюється як позитивний, бо цілі досягнуті. У цьому разі можна констатувати виконання заданого рівня результативності (результат досягнуто) і низького чи від'ємного рівня ефективності виробництва. Підприємство можна вважати результативним, але неефективним, якщо воно в силу об'єктивних обставин не отримує прибуток. Тому результативними є управлінські дії, які призвели до запланованого результату, навіть якщо це запланований збиток, але з об'єктивних причин, визнаних такими в даній ситуації. При цьому якщо збиток менший за збитки інших виробників аналогічної продукції (послуг), то можна заявляти про відносну ефективність виробництва з меншими збитками. Таким

чином, рівень ефективності виробництва залежний від наявного порівняльного еквіваленту чи нормативу, скажімо, середньогалузевого чи найвищого рівня рентабельності виробництва і продукції.

Тому функцію управління людськими ресурсами можна розглядати як [6]:

ефективну, але не результативну – коли витрати низькі, але зацікавлені сторони (interesariuszy) не отримують якісних послуг;

неефективну, але результативну – коли надаються першокласні послуги, але за такими високими цінами, що підприємство не в змозі їх оплатити;

ефективну та результативну – коли витрати залишаються низькими, а якість послуг висока;

неефективну та не результативну – коли послуги, що надаються, дорогі та низької якості.

У практичній діяльності результативність функції управління людськими ресурсами часто оцінюється у поєднанні з критеріями ефективності. Це передбачає відповіді на такі питання: як швидко були задоволені потреби в кадрах, чи нещодавні навчальні програми управління знаннями збільшили вартість людського капіталу, чи укладений колективний договір забезпечує випередження рівня росту продуктивності порівняно з ростом заробітної плати, чи зменшилися порушення дисципліни та плинність кадрів, які заходи підвищили

активність працівників та багато інших. Довгострокова результативність функції управління людськими ресурсами, як щодо підприємства, так і його середовища, часто залежить від конкретної короткострокової неефективності. По суті, неефективними видами діяльності, які мають вирішальне значення для довгострокової результативності, є, наприклад, розроблення посадових інструкцій, проведення зустрічей, пов'язаних із прийняттям працівників на роботу, проведення профорієнтації, вихід на пенсію та переведення на іншу роботу, а також розгляд скарг та пропозицій.

Більшість підприємств постійно прагне до компромісу між результативністю та ефективністю. Із погляду контролю над людськими ресурсами обидва показники мають принципове значення, але постійною проблемою є встановлення оптимальних взаємозв'язків між ними [5, с. 4–16]. Усе це залежить від результативності управління людськими ресурсами, у цьому разі це здатність персоналу та підприємства у цілому досягати бажаних результатів. Ідеальна ситуація, яку ми очікуємо в рамках функції управління людськими ресурсами, – це коли правильні працівники правильно роблять правильні речі. У будь-якому разі, визначення результативності та ефективності використання ресурсів підприємства може здійснюватися за допомогою таких показників та критеріїв (рис. 1).



Рис. 1. Вплив управління людськими ресурсами на результативність та ефективність діяльності підприємства

Як показують наукові дослідження, існує багато способів підвищення результативності управління людськими ресурсами, що розглядаються з погляду її внеску в успішну діяльність підприємства, і, як було зазначено раніше, результативність управління персоналом часто оцінюється у взаємозв'язку з критеріями ефективності. С. Гібб вважає, що дослідження ефективності управління людськими ресурсами можуть бути структуровані та організовані відповідно до двох основних вимірів [7, с. 58]:

- внутрішньої чи зовнішньої орієнтації – тобто орієнтація на підприємство чи його зовнішнє середовище;

- використання об'єктивних чи суб'єктивних чинників – тобто врахування тих чинників, що визначають певні рамки операційної діяльності з управління людськими ресурсами.

Отже, ми можемо отримати чотири основні комбінації. Це [7, с. 58–60]:

- внутрішня орієнтація та об'єктивні чинники – включає внутрішнє горизонтальне та вертикальне узгодження діяльності підприємства з управління людськими ресурсами із цілями, стратегіями та потребами бізнесу. У цьому разі зазвичай використовуються концепції, пов'язані зі стратегічним управлінням персоналом;

- зовнішня орієнтація та об'єктивні чинники – зазвичай це стосується питань, пов'язаних зі створенням стандартного набору найкращих практик. Вона включає оцінювання виконання чітко визначених цілей, а отже, аудиту управління персоналом та людських ресурсів;

- зовнішня орієнтація та суб'єктивні чинники – включаючи бенчмаркінг, тобто порівняння з практикою, що використовується визнаними лідерами, та копіювання цих практик як створення можливостей для подібного успіху;

- внутрішня орієнтація та суб'єктивні чинники – збір та аналіз думок управлінського персоналу та співробітників даного підприємства як замовників або також кінцевих споживачів системи управління людськими ресурсами.

Правильне тлумачення дефініції «результативність» та «ефективність» управління людськими ресурсами з економічного погляду, на жаль, не означає однакового розуміння цих понять різними суб'єктами. Суттєве значення тут відіграє так звана контекстуалізація.

Контекстуалізація може приймати різні форми – від дуже загальних до дуже конкретних. Вона може включати вплив таких чинників, як глобалізація [8, с. 210], релігійна спрямованість, особливості національної культури [9, с. 6], політика, історія, економічний або технологічний розвиток, управлінські концепції та інструменти, соціальні відносини та відносини з працівниками, міжособистісні відносини в колективах або між керівниками та підлеглими, формальні та неформальні межі взаємозалежностей [10] та багато інших. На практиці це означає, що одні й ті ж економічні визначення результативності та ефективності управління людськими ресурсами можуть трактуватися по-різному в різних країнах, і – що більш суттєво – це може призвести до того, що різні показники можуть застосовуватися для визначення одних і тих же характеристик. Для міжнародних корпорацій, що працюють у всьому світі, це певна проблема: як порівняти результати, отримані в окремих країнах, якщо засто-

совуються різні показники щодо результативності та ефективності управління людськими ресурсами?

Однією з основних проблем, з якою стикаються міжнародні компанії та підприємства, що працюють на зовнішніх ринках, є проблеми, що виникають між материнською компанією та країною перебування структурної одиниці. Успіх діяльності підприємства часто визначається якістю відносин, що склалися з працівниками, діловими партнерами, професійними асоціаціями, місцевими посадовими особами та навіть державними органами в країні розміщення структурної одиниці. Ці відносини складаються з різних міжособистісних ситуацій, як формальних, так і неформальних. Дослідження чітко показує, що культура, яка є одним із визначальних чинників, відповідальних за вищезазначені відмінності, впливає на практику управління людськими ресурсами. Багато концепцій, методик та систем управління, що розроблені та викладаються в бізнес-школах, базуються на культурних переконаннях, цінностях та припущеннях про те, як повинні вести себе менеджери, і вони добре працюють у країнах, де вони були розроблені. Однак ці поняття, методи та системи можуть не працювати за призначенням в інших культурах. Якщо вони будуть переселені в іншу країну та використовуються неправильно, це може загострити управлінські проблеми. Культурні відмінності, якщо їх не зрозуміти, також можуть створювати серйозні перешкоди для впровадження та успіху бізнес-починань. У цьому контексті підприємства повинні прагнути знайти показники результативності та ефективності управління людськими ресурсами, засновані на компетентностях, оскільки лише вони допоможуть менеджерам досягнути корпоративних цілей. Правильний вибір основних чинників результативності та ефективності управління людськими ресурсами на основі компетентностей повинен допомогти міжнародним корпораціям і підприємствам, що працюють на зовнішніх ринках, створити загальну систему показників для оцінки результативності й ефективності управління людськими ресурсами на основі компетентностей, наскрізну для різних організаційних рівнів, тобто результати, досягнуті на локальному або регіональному рівні, мають корелювати з досягнутими на корпоративному рівні. Однак ми повинні розуміти, що стандартизація не завжди забезпечує найкращі результати й є панацеєю від усіх проблем. Деякі заходи стандартного характеру можуть бути прийнятними та застосовуватися в глобальному масштабі, інші можуть мати локальний характер. Тобто коли ми прагнемо до розвитку творчості, запровадження стандартизації недоречно. У високо індивідуальних культурах, таких як американська, австрійська чи українська, система оцінювання працівників або системи оплати праці, що базуються лише на результатах колективної роботи, можуть сприяти розвитку так званого соціального неробства. У такому разі рекомендується застосовувати індивідуальні показники, що пов'язують створення доданої вартості з конкретною роботою керівників та працівників. Це сприятиме підвищенню якості стратегій управління людськими ресурсами за рахунок вищої якості її формулювання та реалізації.

Висновки з проведеного дослідження. Загальний висновок, що випливає з нашого дослідження, полягає у тому, що всі заходи, які проводяться в межах управління

людськими ресурсами, повинні спрямовуватися на розвиток підприємства, тобто досягнення ним високого рівня результативності й ефективності щодо цілей, стратегій та завдань, що виконуються на різних організаційних рівнях. На практиці очікується, що хороші результати на нижчих організаційних рівнях сприятимуть підвищенню результативності на вищих рівнях, а у випадку з міжнародними корпораціями вони сприятимуть підвищенню результатів на загальному корпоративному рівні.

Підсумовуючи, слід зауважити, що управління людськими ресурсами на основі компетентностей є складовою частиною системи управління підприємством. Однак воно є фундаментальною частиною та визначає його успішність. У цьому контексті визначення результативності та ефективності управління людськими ресурсами на основі компетентностей є одним із ключових чинників успіху управління підприємством загалом.

Список використаних джерел:

1. Thompson J., Cole M. Strategic competency – the learning challenge, (w:) *Journal of Workplace Learning*. 1997. Vol. 9. Iss 5.
2. Друкер П.Ф. Эффективное управление: экономические задачи и оптимальные решения / пер. с англ. М. Котельникова. Москва : ФАИР-пресс, 2003. 285 с.
3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / пер. М.А. Майорова и др. ; ред. Л.И. Евенко ; Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации ; Высшая школа международного бизнеса ; Национальный фонд подготовки кадров. Москва : Дело, 1998. 799 с.
4. Geamanu M. Economic efficiency and profitability. URL: <https://www.researchgate.net/publication/265814327> (дата звернення: 26.03.2020).
5. Wright P.M., McMahan G.C., McWilliams A. Human resources as sustained competitive advantage: a resource-based perspective. Center for Effective Organizations. Marshall School of Business. University of Southern California, Los Angeles, 1990.
6. Stor M. Continental frameworks for HRM effectiveness and efficiency in MNCs: European, American, Asian, and African perspectives. (w:). *Human Resource Management*. 2012. Vol 6. № 89.
7. Gibb S. Evaluating HRM effectiveness: the stereotype connection. (w:) *Employee Relations*. 2000. Vol. 22(1).
8. Colakoglu S., Lepak D.P., Hong Y. Measuring HRM effectiveness: Considering multiple stakeholders in a global context. (w:) *Human Resource Management Review*. 2006. № 16.
9. Dicke C., Holwerda J., Kontakos A.M. Global HR best practices: Maximizing innovation, Effectiveness and Efficiency in HR. Center for Advanced Human Resource Studies, New York, 2004.
10. Trompenaars F., Hampden-Turner C. Riding the Ways of Culture. Understanding Diversity in Business, Nicholas Brealey Publishing, London, 1997.

References:

1. Thompson, J., Cole, M. (1997) Strategic competency – the learning challenge, (w:) “Journal of Workplace Learning, Vol. 9 Iss 5. (in English)
2. Druker, P. F. (2003) *Effektivnoe upravlenie : ekon. zadachi i optim. Resheniya* [Effective management: econ. tasks and optim. Solutions] ; per. s angl. M. Kotel'nikova. Moskva: FAIR-press. (in Russian)
3. Meskon, M., Albert, M., Khedouri, F. (1998) *Osnovy` menedzhmenta* [Management basics]; per. M.A. Majorova [i dr.] ; red. L.I. Evenko ; Akademiya narodnogo khozyajstva pri Pravitel`stve Rossijskoj Federaczii, Vy`sshaya shkola mezhdunarodnogo biznesa, Naczional`ny`j fond podgotovki kadrov. Moskva: Delo. (in Russian)
4. Geamanu, M. (2001) Economic efficiency and profitability. Retrieved from: <https://www.researchgate.net/publication/265814327> (accessed 23 March 2020).
5. Wright, P. M., McMahan, G. C., McWilliams, A. (1990) Human resources as sustained competitive advantage: a resource-based perspective. Center for Effective Organizations. Marshall School of Business. University of Southern California, Los Angeles. (in English)
6. Stor, M. (2012) Continental frameworks for HRM effectiveness and efficiency in MNCs: European, American, Asian, and African perspectives. (w:) “Human Resource Management”. Vol. 6, No 89. (in English)
7. Gibb, S. (2000) Evaluating HRM effectiveness: the stereotype connection. (w:) “Employee Relations”. Vol. 22(1). (in English)
8. Colakoglu, S., Lepak, D.P., Hong, Y. (2006) Measuring HRM effectiveness: Considering multiple stakeholders in a global context. (w:) “Human Resource Management Review”, No 16. (in English)
9. Dicke, C., Holwerda, J., Kontakos, A.M. (2004) Global HR best practices: Maximizing innovation, Effectiveness and Efficiency in HR. Center for Advanced Human Resource Studies, New York. (in English)
10. Trompenaars, F., Hampden-Turner, C. (1997) *Riding the Ways of Culture. Understanding Diversity in Business*, Nicholas Brealey Publishing, London). (in English)

E-mail: lglypich@gmail.com

УДК 65.014.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.33>

Нікітенко К.С.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та фінансів,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ «ЦІНОВА ПОЛІТИКА»

У статті розглянуто теоретичні аспекти процесу ціноутворення та формування цінової політики. Доведено, що суть цінової політики полягає у встановленні на товари та послуги фірми таких цін і вмінні так варіювати ними залежно від попиту на ринку, щоб оволодіти його певною частиною, забезпечити намічений обсяг прибутку і вирішувати інші стратегічні та оперативні завдання. Проаналізовано деякі недоліки у визначених поняттях «ціна» та «політика». Автором запропоновано власне визначення поняття цінової політики – це дії, що спрямовані на прийняття рішень щодо формування і виконання поставлених цілей підприємства, пов'язані з формуванням та управлінням ціною. Своєю чергою, ціна – це грошовий вираз цінності продукту/послуги або сума тих цінностей, що споживач віддає в обмін на право володіти або використовувати товар/послугу. Згідно з важливістю цінової політики для підприємств, проаналізовано кількість результатів запитів поняття «цінова політика» у різних пошукових системах, таких як Google, Bing та «Яндекс», у період із 2003 по 2019 р., які з кожним роком збільшувалися.

Ключові слова: ціна, політика, управління, керівництво, підприємство.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОДХОДОВ К СОДЕРЖАНИЮ ПОНЯТИЯ «ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА»

Никитенко К.С.

В статье рассмотрены теоретические аспекты процесса ценообразования и формирования ценовой политики. Доказано, что суть ценовой политики заключается в установлении на товары и услуги фирмы таких цен и умения так варьировать ими в зависимости от спроса на рынке, чтобы овладеть его определенной частью, обеспечить намеченный объем прибыли и решать другие стратегические и оперативные задачи. Проанализированы некоторые недостатки в определенных понятиях «цена» и «политика». Автором предложено собственное определение понятия ценовой политики – это действия, направленные на принятие решений по формированию и выполнению поставленных целей предприятия, связанные с формированием и управлением цене. В свою очередь, цена – это денежное выражение ценности продукта/услуги или сумма тех ценностей, которые потребитель отдает в обмен на право владеть или использовать товар/услугу. Согласно важности ценовой политики для предприятий, проанализировано количество результатов запросов понятия «ценовая политика» в различных поисковых системах, таких как Google, Bing и «Яндекс», в период с 2003 по 2019 г., которые с каждым годом увеличивались.

Ключевые слова: цена, политика, управление, руководство, предприятие.

TRANSFORMATION OF APPROACHES TO THE CONTENT OF THE PRICE POLICY

Nikitenko Kateryna

The article proves that the price belongs to the category of controlled marketing factors. Therefore, careful pricing is the most important task of the company. In doing so, it is of utmost importance to ensure the consistency and correlation of the enterprise's pricing and general policies. Theoretical aspects of the process of pricing and pricing policy are considered. It has been established that the essence of pricing policy is to set such prices for goods and services and to be able to vary them according to market demand in order to capture a certain part of it, to provide the planned amount of profit and to solve other strategic and operational tasks. The following stages of market reform and its impact on pricing are highlighted: the first stage is the introduction of a "trial" market mechanism in the 80's. Contractual prices for new products and preferential prices were introduced (stimulating the production of certain agricultural products). The second stage is the transition to a market economy (April 2, 1991). All prices were divided by state-controlled. The third stage is price liberalization (January 1, 1992). The right of manufacturers and seller to set their own price is enshrined. The fourth stage is the developed market (2000). There is no tight state control over free prices. Price should be a marketing tool. Having analyzed some of the shortcomings in the definite concepts of "price" and "policy", the author proposes his own definition of the concept of pricing policy - these are actions aimed at deciding on the formation and implementation of the set goals of the enterprise related to the formation and management of price. Price, in turn, is the monetary expression of the value of a product / service, or the sum of those values that the consumer gives in exchange for the right to own or use the product / service. Considering the importance of pricing for businesses, the number of search results for "pricing" in various search engines, such as Google, Bing, and Yandex, has been analyzed from 2003 to 2019, which has increased year by year. It is proved that the definition of this concept becomes more relevant over the years.

Keywords: price, policy, management, leadership, enterprise.

Постановка проблеми. Формування ринкових відносин в економіці України зумовило суттєве зростання значимості ціноутворення. Повноваження щодо встановлення цін перейшли до конкретних господарюючих суб'єктів, які вже відчували на власному досвіді, що від вибраної ними цінової політики безпосередньо залежать конкурентоспроможність продукції, рівень попиту, прибуток підприємства та окупність інвестицій.

Суть цілеспрямованої цінової політики полягає у тому, щоб установлювати на товари та послуги фірми такі ціни і так варіювати ними залежно від позиції на ринку, щоб заволодіти його деякою часткою, забезпечити запланований обсяг прибутку та вирішувати інші оперативні та стратегічні завдання. Отже, вибрана тема дослідження є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам ціноутворення та управління ціновою політикою присвячено дослідження таких відомих вітчизняних та зарубіжних науковців, як А.С. Базднікін, Н.О. Власова, О.В. Колесников, Т.Т. Негл, В.М. Тарасевич, Л.М. Філіпішина, Л.О. Шкварчук, П.С. Харіва, Р.К. Холден та ін.

Проте недостатньо висвітленими залишаються такі питання, як: неузгодженість дефініції поняття ціноутворення; недостатньо чітко визначено послідовність і зміст етапів процесу управління ціновою політикою в умовах ринку.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення підходів до розгляду поняття «цінова політика» та доведення актуальності подальших досліджень цього напрямку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних ринкових умовах господарювання підприємства ключовим економічним важелем, що активно впливає на розвиток суспільного виробництва та рівень життя населення, є ціна. Роль ціни полягає у тому, що вона покриває витрати на виробництво товарів (послуг) і приносить товаровиробнику гарантований прибуток, забезпечуючи справедливий рівень рентабельності [5].

Процес ціноутворення почав розвиватися ще задовго до того, як з'явилися металеві і тим більше паперові гроші. Історія ціноутворення починається з того моменту, як люди розпочали процес обміну одного товару на інший. У ті часи ціна одного товару виражалася в певній кількості іншого товару (рис. 1).

Грошова форма вартості з'являється на тій стадії розвитку обміну, коли загальним еквівалентом служить якийсь один товар, який, будучи грошовим товаром, виконує роль грошей. На багатьох етапах історії у різних народів грошима виступали товари, але поступово цю роль стали грати благородні метали (як правило, золото). Таким чином, можна стверджувати, що вже в XV ст. виникають рахункові грошові одиниці які збереглися до наших днів. Разом із тим великий вплив на ціноутворення здійснила ринкова реформа.

Етапи ринкової реформи та її вплив на ціноутворення [5]:

Перший етап – уведення «пробного» ринкового механізму в 80-х роках. Були введені договірні ціни на

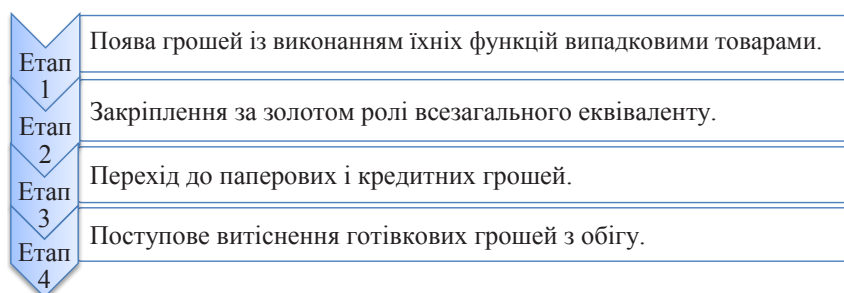


Рис. 1. Етапи розвитку видів грошей

Джерело: узагальнено автором за [13]

нові товари і пільгові ціни (стимулювали випуск визначених сільськогосподарських продуктів).

Другий етап – перехід до ринкової економіки (2 квітня 1991 р.). Усі ціни поділялися на контрольовані державою (гранично-фіксовані; преїскурантні ціни; регульовані ціни – відпускна ціна + 20% змінюваної націнки; вільні ціни – встановлювалися на підставі угод між оптовою і роздрібною торгівлею з урахуванням попиту (при цьому націнка не повинна перевищувати 20%) і неконтрольовані (ціни приватників, комерційних магазинів, кооперативів)).

Третій етап – лібералізація цін (1 січня 1992 р.). Закріплено право виробників і продавця призначати власну ціну.

Четвертий етап – розвинутий ринок (2000-ні рр.). Відсутній жорсткий державний контроль над вільними цінами. Ціна повинна бути інструментом маркетингу.

Ціни і цінова політика – найважливіші елементи зовнішньоекономічної діяльності підприємства, тому виникає необхідність детально проаналізувати поняття «ціна» та «політика» (табл. 1).

Проаналізувавши деякі недоліки у визначених поняттях «ціна» та «політика», можна стверджувати, що у цілому найчастіше поняття висвітлено недостатньо широко або виражено узагальнено. При цьому не розкрито особливості та унікальності кожного визначення, що ускладнює розуміння даних понять.

Згідно з важливістю цінової політики для підприємств, можна проаналізувати кількість результатів запитів у різних пошукових системах, таких як Google, Bing та «Яндекс», у період із 2003 по 2019 р. (рис. 2).

Як можна побачити зі спостереження, результати запитів поняття «цінова політика» з кожним роком збільшувалися. Отже, визначення цього поняття стає з роками актуальніше.

Автором запропоновано власне визначення поняття цінової політики – це дії, що спрямовані на прийняття рішення щодо формування і виконання поставлених цілей підприємства, пов'язані з формуванням та управлінням ціною. Своєю чергою, ціна – це грошовий вираз цінності продукту/послуги, або сума тих цінностей, що споживач віддає в обмін на право володіти або використовувати товар/послугу.

Висновки з проведеного дослідження. Ціна належить до категорії контрольованих чинників маркетингу, тому ретельне розроблення цінової політики – найважливіше завдання підприємства. При цьому надзвичайно важливо забезпечити узгодженість і взаємозв'язок цінової і загальної політики підприємства. Розглянуто теоретичні аспекти процесу ціноут-

Таблиця 1

Аналіз понять «ціна» та «політика»

Рік	Джерело	Визначення	Недоліки
1	2	3	4
«Ціна»			
2002	П.С. Харіва [11]	Грошовий вираз вартості, кількості грошей, що сплачується або одержується за одиницю товару або послуги.	Поняття висвітлено недостатньо широко, без уточнення процесу обміну.
2006	Л.І. Крипська [3]	Грошова сума або сума тих цінностей, що споживач віддає в обмін на право володіти або використовувати товар або послугу.	Не задіяний продавець в описі процесу обміну.
2008	А.С. Базднікін [1]	Сума грошей, що сплачується покупцем за придбаний ним товар, представлений у вигляді продукту або наданих послуг.	Конкретизовано гроші лише у вигляді еквіваленту обміну.
2009	Є.Ф. Пеліхов [4]	Грошова сума, що стягується за конкретний товар.	Досить вузьке поняття, не враховується надання послуг.
2009	Н.І. Волкова [12]	Гроші або якась інша компенсація, яку пропонують за переуступку права власності чи користування товарами (послугами).	Не вказано право на розпорядження товаром чи послугами.
2010	В.М. Тарасевич [12]	Грошовий вираз цінності продукту, послуги, фактора виробництва в процесі обміну.	Не уточнюється, який саме процес обміну відбувається.
«Політика»			
1995	В.П. Пугачов, А.І. Соловійов [9].	Сукупність способів організації визначених елементів тотальної системи відповідно до однієї з її фундаментальних функцій.	Поняття виражено узагальнено, не уточнюється сфера застосування.
2001	Ю.М. Розенфельд, Л.М. Герасіна [8]	Мистецтво управління діяльністю, визначення завдань, форм, змісту діяльності організації.	Не повністю визначено напрям управління діяльністю.
2001	Ю.М. Розенфельд, Л.М. Герасіна [8]	Система принципів та норм регулювання життя суспільства у цілому та соціальних груп, які є в суспільстві.	Поняття спрямоване лише на соціальні аспекти, не охоплено всі сфери.
2004	Л.В. Губерський [10]	Коллективна або індивідуальна діяльність, що пов'язана з різними формами реалізації владних функцій у вирішенні соціально значущих проблем.	Висвітлено владні функції як основний критерій без опису соціальних.
2008	Г.І. Козирев [2]	Особливий спосіб регулювання відносин між великими соціальними спільнотами, який спирається на політичну (державну) владу.	Поняття характеризує державну політику, а не політику підприємства.
2011	Г.П. Щедрова, Ф.В. Барановський [7]	Курс, напрям, на основі якого виробляються і приймаються рішення, заходи щодо формування і виконання різних завдань.	Не уточнюється сфера застосування прийнятих рішень і виконаних завдань.
2011	К.О. Ващенко [6].	Діяльність, яка охоплює різні сфери суспільного життя і спрямована на збереження, реформування або докорінну зміну існуючих суспільних відносин.	Розглянуто більш детально сферу суспільного життя та не приділено увагу іншим сферам діяльності підприємства.

Джерело: узагальнено автором

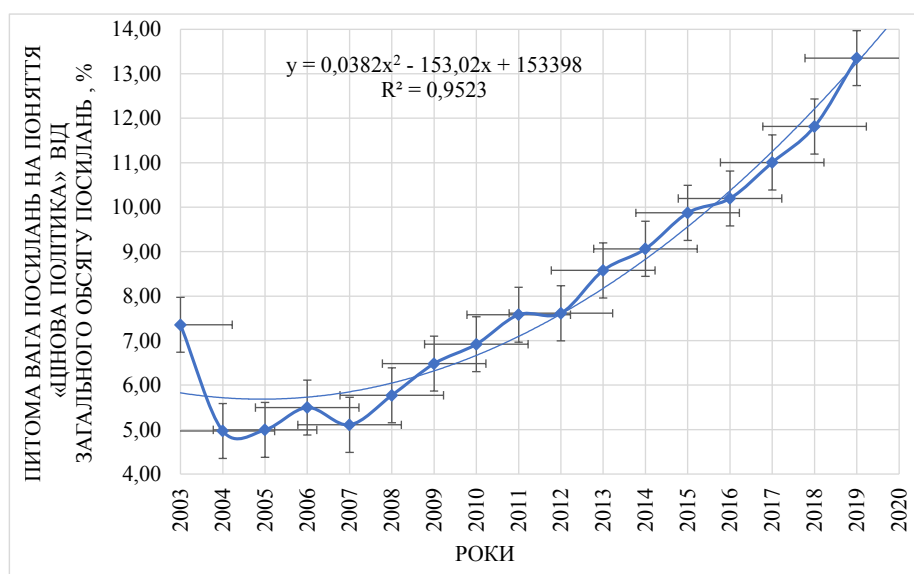


Рис. 2. Результати моніторингу актуальності поняття «цінова політика»

Джерело: розробка автора

ворення та формування цінової політики. Суть цінової політики полягає у встановленні на товари та послуги фірми таких цін і вмінні так варіювати ними залежно від попиту на ринку, щоб оволодіти його певною частиною, забезпечити намічений обсяг прибутку і вирішувати інші стратегічні та оперативні завдання.

Проаналізувавши деякі недоліки у визначених поняттях «ціна» та «політика», запропоновано власне визначення поняття цінової політики – це дії, що спрямовані на прийняття рішень щодо формування і виконання поставлених цілей підприємства, пов'язані із

формуванням та управлінням ціною. Своєю чергою, ціна – це грошовий вираз цінності продукту/послуги або сума тих цінностей, що споживач віддає в обмін на право володіти або використовувати товар/послугу.

Згідно з важливістю цінової політики для підприємств, проаналізовано кількість результатів запитів поняття «цінова політика» у різних пошукових системах, таких як Google, Bing та «Яндекс», у період із 2003 по 2019 р., які з кожним роком збільшувалися. Отже, визначення цього поняття стає з роками актуальніше.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про охорону праці». Законодавство України про охорону праці. Київ : Нова редакція, 2002.
2. Козирев Г.І. Політична конфліктологія : навчальний посібник. Москва : ФОРУМ ; ИНФРА-М, 2002. 432 с.
3. Криńska Л.І. Міжнародний маркетинг. Одеса : Наука і техніка, 2006. 248 с.
4. Пеліхов Є.Ф. Економіка сучасного підприємства. Київ : Хай-Тек Прес, 2009. 344 с.
5. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій : навчальний посібник / С.Ф. Покропивний та ін. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2000. 328 с.
6. Ващенко К.О. Політологія для вчителя : навчальний посібник. Київ : Вид-во ім. М.П. Драгоманова, 2011. 406 с.
7. Щедрова Г.П., Барановський Ф.В. Політологія : навчальний посібник. Луганськ : СЛУ ім. В. Даля, 2009. 304 с.
8. Розенфельд Ю.М., Герасіна Л.М. Політологія : підручник. Харків : Право, 2001. 278 с.
9. Пугачёв В.П., Соловьёв А.И. Введение в политологию. Москва : Аспект Пресс, 1995. 415 с.
10. Губерський Л.В. Українська дипломатична енциклопедія. Київ : Знання України, 2004. Т. 1. 760 с.
11. Харіва П.С. Економіка підприємств. Тернопіль : Економічна думка, 2002. 449 с.
12. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия ; 3-е изд. Санкт-Петербург, 2010. 320 с.
13. Поняття грошей. Що таке гроші. URL: <http://moyaosvita.com.ua/ekonomika/ponyattya-groshej-shho-take-groshi/>
14. Волкова Н.І. Маркетинг : навчальний посібник. Одеса : Наука і техніка, 2009. 160 с.

References:

1. Zakon Ukrainy «Pro okhoronu pratsi» [The Law of Ukraine “On Occupational Safety”]. Zakonodavstvo Ukrainy pro okhoronu pratsi. Kyiv: Nova redaktsiia 2002. (in Ukrainian)
2. Koziriev H. I. (2008) Politychna konfliktolohiia: navchalnyi posibnyk [Political conflictology: a textbook]. Moskva: VD «FORUM»: YNFRA-M, 432 p. (in Ukrainian)
3. Krynska L. I. (2006) Mizhnarodnyi marketyng [International marketing]. Odesa: Nauka i tekhnika, 248 p. (in Ukrainian)
4. Pielikhov Ye. F. (2009) Ekonomika suchasnoho pidpriemstva [Economics of the modern enterpris]. Kyiv: Khai-Tek Pres, 344 p. (in Ukrainian)
5. Pokropyvnyi S. F. ta in. (2000) Ekonomika pidpriemstva. Zbirnyk praktychnykh zadach i konkretnykh sytuatsii: navch. posibnyk [Enterprise Economics. Collection of practical tasks and specific situations]. Za red. d-ra ekon. nauk, prof. S. F. Pokropyvnoho. Kyiv: KNEU, 328 p. (in Ukrainian)
6. Vashchenko K. O. (2011) Politolohiia dlia vchytelia : navch. posibn. dlia stud. pedahohichnykh VNZ [Political science for the teacher: textbook. manual for students. pedagogical universities]. Vyd-vo im. M. P. Drahomanova. 406 p. (in Ukrainian)
7. Shchedrova H. P., Baranovskiy F. V. (2009) Politolohiia: Navchalnyi posibnyk [Political Science: A Textbook]. Luhansk: Vyd-vo SNU im. V. Dalia, 304 p. (in Ukrainian)
8. Rozenfeld Yu. M., Herasina L. M. (2001) Politolohiia: pidruchnyk [Political Science: A Textbook]. Kharkiv: Pravo, 278 p. (in Ukrainian)
9. Puhachëv V. P., Solovëv A. Y. (1995) Vvedenye v polytolohiyu [Introduction to Political Science]. Moskva: Aspekt Press, 415 p. (in Ukrainian)
10. Huberskyi L. V. (2004) Ukrainska dyplomatychna entsyklopediia [The Ukrainian Diplomatic Encyclopedia]. Kyiv: Znannia Ukrainy. T. 1. 760 p. (in Ukrainian)
11. Khariva P. S. (2002) Ekonomika pidpriemstv [Business Economics]. Ternopil: Ekonomichna dumka, 449 p. (in Ukrainian)
12. Tarasevych V. M. (2010) Tsenovaia polytyka predpriyatia [Price policy of the enterprise]. 3-e yzd. SPb., 320 p. (in Ukrainian)
13. Poniattia hroshei. Shcho take hroshei [The concept of money. What is money]. URL: <http://moyaosvita.com.ua/ekonomika/ponyattya-groshej-shho-take-groshi/> (in Ukrainian)
14. Volkova N. I. (2009) Marketynh: navch. posibnyk [Marketing: Teach. manual]. Odesa: Nauka i tekhnika, 160 p. (in Ukrainian)

УДК 332.024

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.34>

Пістунів І.М.

доктор технічних наук,
професор кафедри економіки та економічної кібернетики,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Демура В.В.

менеджер з кадрів,
КБ «ПриватБанк», центральне відділення

ПРОГНОЗУВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ ЗАВДАННЯ ЗБИТКУ СПІВРОБІТНИКАМИ «ПРИВАТБАНКУ»

У статті розроблено методику визначення міри можливого збитку, який може завдати банку новий співробітник. Для цього пропонується використати статистику попередніх випадків завдання збитків банку співробітниками, які вже працюють, побудувати модель рівня збитку, котрий може завдати співробітник, та порівняння можливого збитку з обсягом обігових коштів відділення, де він працює. Статистичні дослідження дадуть змогу розбити всіх співробітників, що завдали збитку банку, на групи, а таке розбиття, тобто кластеризація, дасть змогу створити розподільчі функції. Тепер під час укладання договору з новим співробітником можна одразу визначити, до якого класу можливих збитків його можливо віднести. Порівняння можливого обсягу збитків із поточним рівнем обігових коштів дасть змогу керівництву банку прийняти рішення щодо можливості укладання трудових договорів.

Ключові слова: управління ризиками, збиток, кластерний аналіз, фінансовий аналіз, розподільчі функції, прогнозування, визначення ймовірності.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ВЕРОЯТНОСТИ НАНЕСЕНИЯ УЩЕРБА СОТРУДНИКАМИ «ПРИВАТБАНКА»

Пістунів І.М., Демура В.В.

В статті розроблена методика определения степени возможного ущерба, который может нанести банку новый сотрудник. С этой целью предлагается использовать статистику предыдущих случаев нанесения ущерба банку сотрудниками, которые уже работают, построить модель уровня ущерба, который может нанести сотрудник, и сравнить возможный ущерб с объемом оборотных средств отделения, где он работает. Статистические исследования позволят разбить всех сотрудников, которые нанесли ущерб банку, на группы, а такое разбитие, то есть кластеризация, позволит создать распределительные функции. Теперь при заключении договора с новым сотрудником можно будет определить, к какому классу возможных убытков его можно отнести. Сравнение возможного объема убытков с текущим уровнем оборотных средств позволит руководству банка принять решение о возможности заключения трудовых договоров.

Ключевые слова: управление рисками, ущерб, кластерный анализ, финансовый анализ, распределительные функции, прогнозирование, определение вероятности.

FORECASTING LIKELIHOOD OF PROBLEMS FOR LOSSES TO PRIVATBANK'S EMPLOYEES

Pistunov Igor, Demura Viktoriya

The authors of the article identified the problem of banks is that there are a number of employees who violate the rules of the bank, which cause him damage. These violations are detrimental to the bank as its funds are spent on investigation of the violation itself, compensation of losses, selection and training of a new employee, repair of reputational losses. Therefore, a method for determining the probability of damage to a new employee of the bank was developed. For this purpose it is suggested to use statistics of previous violations, which were found in the employees who already work at this bank. Building a model of the level of damage that a new employee can provide if he or she commits a breach consists of drawing up tables that, in addition to the level of harm, include characteristics of the employee himself, such as incident description, incident date, employee's date of birth, gender, position, work experience : at bank and general, level of satisfaction with working conditions, planning to change jobs, monthly income, number of dependents (children, spouse, parents, etc.), monthly payments (mortgage, loan, alimony, etc.), date of inc. entu. The table allows you to use a clustering algorithm that was implemented using Statistica software. The breakdown of all the employees who caused damage in the classes allows finding the average level of harm for each class. According to the results of clustering, the coefficients of linear separation functions were calculated. Now, by entering into a contract with a new employee, you can immediately determine which class of possible losses can be attributed. For this purpose, the data of the new employee is calculated by all the separate division

functions. The split function that takes the most value and indicates which class the new employee is assigned to. Comparison of the possible volume of losses with the current level of working capital of the branch where it should work will allow the management of the bank to make a decision on the possibility of concluding employment contracts. Python's interpreted object-oriented programming language and its standard Tkinter library were used to automate the calculations to create the user interface. The developed program was used for banking activities of KB Privatbank.

Keywords: risk management, loss, cluster analysis, financial analysis, distributive functions, forecasting, probability determination.

Постановка проблеми. Операційний ризик нерозривно пов'язаний із банківською діяльністю, зокрема через її складність. Операційний ризик – імовірність виникнення збитків чи додаткових утрат або недоотримання запланованих доходів унаслідок недоліків або помилок в організації внутрішніх процесів, навмисних або ненавмисних дій працівників банку чи інших осіб, збоїв у роботі інформаційних систем банку або внаслідок впливу зовнішніх чинників. Збитки можуть бути нанесені внаслідок виконання співробітниками таких дій, як: шахрайство – протиправні дії, спрямовані на заволодіння банківськими майном, фінансовими ресурсами або власністю шляхом обману або зловживання довірою; зловживання – навмисне порушення нормативних документів банку (у тому числі кредитних процедур), перевищення своїх посадових повноважень і/або повноважень під час здійснення банківських операцій; конфлікт інтересів – наявність нерозкритої економічної або особистої зацікавленості співробітника в операції, яка негативно впливає на банк.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У своїй роботі О.В. Сергієнкова та О.В. Мелентьєва [1] стверджують, що страхування банківських ризиків зазвичай застосовують для запобігання впливу неконтрольованих чинників на банківську діяльність. Більше того, як і будь-яка сфера діяльності, банківська справа пов'язана з ризиками, причому як загальними для всіх підприємств ризиками, так і специфічними ризиками для кредитних установ (кредитними, депозитними, процентними, розрахунковими та ін.)

Питанням страхування банківських ризиків присвячено праці багатьох зарубіжних і вітчизняних учених, таких як: С.Б. Братанович, Н.І. Валенцева, Н.Б. Грищенко, Х. Грюнінг, К.О. Канаматов, Л.І. Корчевська, О.І. Лаврушина, А.В. Приходько, Ю.М. Сплетухов.

За статистикою видання «Мій бізнес» («Райффайзен Банк Аваль»), 45% співробітників за зміни місця роботи забирають із собою різні внутрішні документи, бази даних та технологічні розробки. 10% співробітників ніколи не будуть чинити протиправних дій, 10% будуть їх чинити завжди, а 80% скоять за можливості [2].

Для управління ризиками персоналу необхідне розроблення паспорта посад, установлення кваліфікаційних та репутаційних вимог відповідно до особливостей роботи окремих категорій спеціалістів. При цьому уніфікований підхід фінансових установ, як правило, має включати такі складники у розрізі паспорта посад: загальні вимоги до персоналу (рівень та характер освіти, досвід роботи, ділова репутація, морально-етичні якості працівника); специфічні вимоги до професійних знань, умінь і навичок спеціаліста, що займає дану посаду; цільовий профіль посади (місія посади, посадові права та обов'язки, характер основних напрямів діяльності, прогнозовані

результати, корпоративна культура всередині установи); рівень та характер відповідальності [3, с. 143].

Дмитро Коссе, експерт-практик роздрібного ринку, керівник консалтингової компанії «КОССЕ БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГ» [3], зазначає, що найчастіше зловживають своїм службовим становищем співробітники, які відповідають за організацію закупівель, замовляючи продукцію чи послуги за цінами, вищими від ринкових, нерідко у фірм-посередників або навіть у власних фірм.

Подібні рекомендації можна знайти на будь-яких сайтах, але жодна із цих порад не дає змоги визначити рівень та ймовірність можливого збитку, що його завдасть новий співробітник банку.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення надійної методики, яка б дала змогу мінімізувати ризики під час прийняття на роботу нового співробітника банку, визначити ймовірність завдання за їх даними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для реалізації поставлених завдань було розроблено методику визначення міри можливого збитку, який може завдати банку новий співробітник, опираючись на методику, розроблену у [5].

Із цієї метою пропонується дотримуватися такого алгоритму:

1. Використати статистику попередніх порушень, що були виявлені за залагоджені.
2. Побудувати таблиці рівня збитку, що його завдали співробітники банку, що, крім рівня збитку, містить у собі характеристики співробітників.
3. Використати алгоритм кластеризації шляхом розбиття всіх співробітників, які завдали збитків, на класи, що дає змогу знайти середній рівень збитку для кожного класу.
4. Розрахувати коефіцієнти лінійних роздільних функцій.
5. Під час укладання трудового договору з новим співробітником віднести його до певного класу шляхом підстановки в роздільні функції даних співробітника. Роздільна функція, яка прийме найбільше значення, й означає, до якого класу віднесено нового співробітника.
6. Порівняти можливий обсяг збитків із поточним рівнем обігових коштів відділення, в якому має працювати цей співробітник, що дасть змогу керівництву банку прийняти рішення щодо можливості укладання трудових договорів.

Запропонований алгоритм було використано для аналізу та прогнозування збитковості нових співробітників КБ «ПриватБанк».

Розмір нанесеного банку збитку від інцидентів, спричинених співробітниками, за методикою оцінки витраченого часу на усунення інциденту, згідно з внутрішніми документами банку, оцінюється як кількість утрачених транзакцій і розраховано як:

$$\text{Кількість втрачених транзакцій} = \text{Фактичний час вирішення інциденту} * \\ * \text{Середню кількість транзакцій за годину} * \text{Вартість однієї транзакції}$$

Фактичний час вирішення інциденту обчислюється так:

$$\text{Фактичний час вирішення інциденту} = \text{Час закриття інциденту} - \text{Час виникнення інциденту}$$

Для складання таблиці проведено анкетування співробітників «ПриватБанку», що відповідають за кадри. Анкета містила такі запитання: Опис інциденту; Дата виникнення інциденту; Дата народження; Стать; Посада; Стаж роботи: у банку і загальний; Рівень задоволеності умовами праці; Чи планували Ви змінити місце роботи; Місячний дохід; Кількість утриманців (діти, чоловік/дружина, батьки тощо); Щомісячні платежі (іпотека, кредит, аліменти оренда і т. д.); Дата закриття інциденту. Вибірка мала 57 відповідей.

На основі вихідних даних засобами MS Excel було виконано кореляційний аналіз. За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що найбільше на величину збитку впливають вік співробітника, сума щомісячних платежів, рівень задоволеності умовами праці, трохи менший вплив мають розмір доходу, стать та припущення про зміну місця роботи. Найменший вплив мають стаж та кількість утриманців співробітника.

Метою подальшого аналізу є розподіл співробітників на групи. Співробітники, що потрапили до однієї групи, з однаковою ймовірністю здатні до вчинення ситуації, що призведе до понесення банком збитку. Для

виконання цього завдання було використано кластерний аналіз за допомогою пакету STATISTICA.

Вибірка утворила п'ять кластерів. За кластеризації найбільший вплив мають: стать – 0,52; дата народження – 0,338; рівень задоволеності умовами праці – 0,112; відношення щомісячних платежів до місячного заробітку співробітника – 0,032; плани щодо зміни місця роботи – 0,015; кількість утриманців – 0,0119; стаж – 0,004; вік – 0,0001.

Отримані результати необхідно впорядкувати. Впорядковані дані використовуються у даному разі для створення розподільних функцій.

Для побудови лінійних роздільних функцій спочатку необхідно створити стовпець, що містить додаткову змінну, – функцію розділення кластерів. У розрахунках позначена як Y^* .

Під час розрахунків лінійної регресії для певного кластера значенням Y^* має бути присвоєно значення 100 тільки для даних цього кластера, а для даних решти кластерів присвоюється значення $Y^* = 0$. Наступним кроком є побудова лінійної регресійної залежності Y^* від вхідних факторів згідно з алгоритмом, описаним у [3].

У результаті проведення вказаної послідовності дій для всіх кластерів було отримано п'ять залежностей:

$$Y_1^* = 0,065X_1 + 0,997X_2 - 7,035X_3 - 0,836X_4 - 1,46X_5 - 6,97X_6 - 0,001X_7 + 7,259X_8 + 0,007X_9 - 37,72X_{10}$$

$$Y_2^* = -0,34X_1 - 0,295X_2 + 5,83X_3 - 0,19X_4 - 0,73X_5 - 7,078X_6 + 0,0007X_7 + 0,556X_8 + 0,0009X_9 + 0,243X_{10}$$

$$Y_3^* = -0,0029X_1 + 1,48X_2 + 7,07X_3 - 0,637X_4 - 1,297X_5 + 13,76X_6 - 0,002X_7 + 6,674X_8 + 0,002X_9 - 54,25X_{10}$$

$$Y_4^* = 0,73X_1 - 0,136X_2 + 11,99X_3 - 1,899X_4 + 6,375X_5 + 10,41X_6 - 0,001X_7 - 3,295X_8 - 0,007X_9 + 94,635X_{10}$$

$$Y_5^* = 0,25X_1 - 0,864X_2 - 5,153X_3 + 1,98X_4 - 0,589X_5 - 0,17X_6 + 0,005X_7 - 7,396X_8 - 0,004X_9 + 22,929X_{10}$$

Необхідно також обчислити середню величину збитку за кожним кластером (табл. 1).

Таблиця 1

Середня сума збитку за кластерами, грн

Середня сума збитку за 1 кластером	Середня сума збитку за 2 кластером	Середня сума збитку за 3 кластером	Середня сума збитку за 4 кластером	Середня сума збитку за 5 кластером
3 487,14	18 133,33	10 030,77	1 929,63	2 653,85

Дані співробітника										
Знак зодіака	Вік	1 - чоловіки; 2 - жінки	Стаж (повних років)	Рівень задоволеності умовами праці	Чи планували Ви змінити місце роботи	Дохід	Кількість утриманців (діти, чоловік, дружина, батьки тощо)	Сума щомісячних платежів	Код підрозділу	Відношення щомісячних платежів до його місячного заробітку
2	25	2	4	5	1	10000	0	1000	3	0,1
								Середня сума збитку за підрозділом	340,7569673	
		СКВ	Довірчий інтервал завдання збитку							
1 кластер	3621,256	1 817,48	2989,49							
2 кластер	2,3013	5 445,49	8937,03							
3 кластер	32,4478	4 151,98	6829,407							
4 кластер	49,1925	1 128,38	1856,357							
5 кластер	21,6919	1 696,38	2790,291							
Ймовірність завдання збитку	10,62709									

Рис. 1. Сторінка «Перевірка» інформаційної системи

Для визначення ймовірності завдання збитку співробітником банку використано формулу:

$$P = \frac{\text{Середня сума збитку за кластером}}{\text{Середня сума коштів, що проходить через співробітника за день}}$$

Середню суму коштів, що проходить через одного співробітника за день, розраховано як відношення:

$$\text{Середня сума коштів} = \frac{\text{Річний бюджет на пряму}}{\text{Кількість працівників}} \cdot \frac{\text{Кількість робочих днів у році}}{\text{Кількість працівників}}$$

Прийнятна ймовірність для працевлаштування у підрозділ – до 30%, згідно з проведеним опитуванням співробітників на пряму трудових ресурсів.

За розробленою методикою було створено інформаційну систему, яка дає змогу співробітникам банку, відповідальним за кадри, автоматизувати розрахунок ймовірності завдання збитку новими співробітниками.

На рис. 1 показано порядок виконання розрахунку.

Після завершення розрахунку система видає повідомлення про можливість прийому даного співробітника в указаний підрозділ (рис. 2).

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, кластеризація даних дає змогу спочатку виділити, до якої групи ризику відноситься новий співробітник, а потім на основі обігових коштів, які проходять через відділення, де має працювати співробітник, зрозуміти, чи може банк дозволити у цей момент прийняти на роботу цю людину. Розроблена модель дає

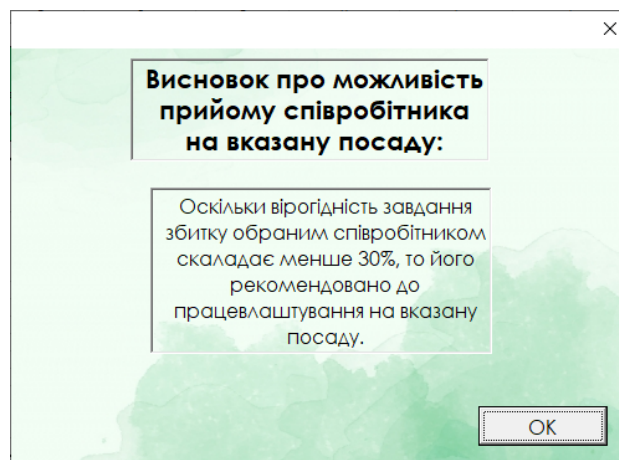


Рис. 2. Висновок інформаційної системи

змогу оцінити таку ймовірність та визначити стратегію поведінки для мінімізації випадків настання подібних ситуацій.

В умовах, коли до банку приходять одразу декілька нових співробітників, ця модель є найбільш ефективною для швидкого прийняття рішень.

Список використаних джерел:

1. Проблеми і перспективи розвитку страхування банківських ризиків в Україні. URL: <http://конференция.com.ua/pages/view/508> (дата звернення: 11.03.2020).
2. Електронне видання «Мій бізнес». URL: <https://msb.aval.ua/ru/news/> (дата звернення: 15.12.2019).
3. Управління ризиками банків : монографія : у 2-х т. Т. 1: Управління ризиками базових банківських операцій / А.О. Єпіфанов та ін. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. А.О. Єпіфанова і д-ра економічних наук, проф. Т.А. Васильєвої. Суми : УАБС НБУ, 2012. 283 с.
4. Коссе бизнес-консалтинг. URL: <http://kocce.net/> (дата звернення: 11.03.2020).
5. Пістунів І.М., Пістунів М.І. Визначення ймовірності неповернення кредиту особами, що не мають кредитної історії. *Економічний вісник НГУ*. 2014. № 2. С. 101–108.

References:

1. Problemy i perspektivi rozvytku strahuvannia bankivskih rizikiv v Ukraini [Problems and prospects of development of banking risk insurance in Ukraine]. Online edition of My Business. URL: <http://конференция.com.ua/pages/view/508> (accessed 11 March 2020). (in Ukrainian)
2. Elektronne vydannia "Miy biznes" [My Business Online Edition]. URL: <https://msb.aval.ua/ru/news/> (accessed: 15 December 2019). (in Ukrainian)
3. Upravlinnia ryzykami bankiv [Bank Risk Management] (2012): 2 volume monograph. Volume 1: Risk Management of Basic Banking Operations. Sumy: DVBS "UABS NBU". (in Ukrainian)
4. Kocce biznes konsalting [Kocce Business Consulting]. URL: <http://kocce.net/> (accessed 11 March 2020). (in Russian)
5. Pistunov IM, Pistunov MI (2014) Determining the probability of non-repayment of credit by persons with no credit history. *Economic Bulletin of NMU*, № 2, 101–108. (in Ukrainian)

E-mail: pistunovi@gmail.com

УДК 331.658

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.35>

Потапенко Т.П.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК СКЛАДНИК ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено наукові погляди на визначення сутності категорії «потенціал» та розглянуто підходи, які трактують потенціал та його складники за часовими проміжками реалізації (минуле, теперішнє та майбутнє). Розглянуто роль та місце окремих властивостей у процесі формування та використання економічного потенціалу підприємства за часовими проміжками. Процес формування та реалізації економічного потенціалу підприємства представлено у вигляді одинадцяти послідовних етапів. Зазначено, що важливим складником процесу формування та використання економічного потенціалу підприємства є наявність та вмiле залучення інтелектуального капіталу. Запропоновано, розглядаючи інтелектуальний капітал як складник економічного потенціалу підприємства, розуміти перший як сукупність накопичених знань, навичок та ідей працівників, здатних забезпечити досягнення певних економічних вигід відповідно до умов внутрішнього та зовнішнього середовища. Представлено структурний взаємозв'язок між категоріями «інтелектуальний капітал» та «економічний потенціал» підприємства за часовою ознакою. Перераховано основні форми реалізації та складники структури інтелектуального капіталу на підприємстві.

Ключові слова: потенціал, економічний потенціал, інтелектуальний капітал, підприємство, ресурси, резерви, можливості.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Потапенко Т.П.

В статье исследованы научные взгляды на определение сущности категории «потенциал» и рассмотрены подходы, которые трактуют потенциал и его составляющие по временным промежуткам реализации (прошлое, настоящее и будущее). Рассмотрены роль и место отдельных свойств в процессе формирования и использования экономического потенциала предприятия за временными промежутками. Процесс формирования и реализации экономического потенциала предприятия представлен в виде одиннадцати последовательных этапов. Отмечено, что важной составляющей процесса формирования и использования экономического потенциала предприятия является наличие и умелое привлечение интеллектуального капитала. Предложено, рассматривая интеллектуальный капитал как составляющую экономического потенциала предприятия, понимать первый как совокупность накопленных знаний, навыков и идей работников, способных обеспечить достижение определенных экономических выгод в соответствии с условиями внутренней и внешней среды. Представлена структурная взаимосвязь между категориями «интеллектуальный капитал» и «экономический потенциал» предприятия по временному признаку. Перечислены основные формы реализации и составляющие структуры интеллектуального капитала на предприятии.

Ключевые слова: потенциал, экономический потенциал, интеллектуальный капитал, предприятие, ресурсы, резервы, возможности.

INTELLECTUAL CAPITAL AS A COMPONENT OF INCREASING ECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISE

Potapenko Tetiana

Nowadays economic environment contribute to transformate intellectual capital in a basis of any enterprise's activity, which affects its economic development. This is time of the intellectual economy, where intellectual capital is main source of profit formation of each enterprise and country as a whole. Intellectual capital becomes a major factor in newly created value and increasing the enterprise's competitiveness, that actualizes the chosen topic. The category «potential» is quite widespread in scientists' researches. In particular, approaches that interpret potential and its components over timeframes (past, present and future) are considered. In the first stage (past) the potential is characterized by set of formed features, which provides for further realization and development. At second stage, the potential is manifested as level of practical application of available opportunities. In future, the potential is focused on ensuring the further development of enterprise. The role and place of individual properties in the process of formation and use of enterprise's economic potential on time intervals is considered. The process of formation and use of enterprise's economic potential is presented in eleven consecu-

five stages. There was noted that useful involvement of intellectual capital is very important component of formation and use of enterprise's economic potential. Considering intellectual capital as a component of enterprise's economic potential, this is useful to understand first of them as a set of accumulated knowledge, skills and ideas of employees, which are able to achieve some economic benefits in accordance with conditions of internal and external environment. There is some structural relationship between the categories of «intellectual capital» and «economic potential» of enterprise by time feature. The basic forms of realization and components of the intellectual capital structure at enterprise are listed, such as: supplying to market improved goods and services which are able to satisfy the interests of consumers in comparison; using of more efficient production technologies; using of more effective management methods at all stages of production and sale.

Keywords: potential, economic potential, intellectual capital, enterprise, resources, reserves, opportunities.

Постановка проблеми. Зважаючи на посилення глобалізаційних процесів та бурхливе оновлення інформаційних ресурсів, виняткового значення набуває своєчасне і достовірне виокремлення, оцінювання та використання внутрішніх можливостей розвитку підприємства. За сприятливої ринкової кон'юнктури ефективне використання внутрішніх можливостей максимізує фінансовий результат господарської діяльності, а в разі появи кризових явищ мінімізує понесені втрати. Внутрішні можливості, які можуть бути використані для забезпечення досягнення встановлених цілей підприємством, та здатність до трансформації відповідно до змін є потенціалом підприємства.

В умовах швидкої інформатизації соціально-економічного простору визначальним чинником успіху стає сукупність можливостей підприємства, яка формує інтелектуальний капітал підприємства. Інформація та знання дедалі частіше визначають конкурентоспроможність як бізнес-структур, так і національної економіки загалом. Спроможність формувати, використовувати та нарощувати інтелектуальний капітал забезпечує розвиток економічного потенціалу підприємства у цілому та окремих його учасників, що й актуалізує вибрану тему дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню даної проблематики присвячено праці багатьох як зарубіжних так і вітчизняних учених, серед яких: О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексик [2], Р.Б. Матковський [3], Р.В. Манн [4] та ін. Питання, що пов'язані з управлінням інтелектуальним капіталом, його впливом та роллю у розвитку підприємства, розглядалися в працях П.Г. Перерви, Л.С. Марчук, А.А. Чухно [7], С.М. Ілляшенка, Є.О. Голишевої, А.В. Колодка. Однак актуальним залишається дослідження ролі інтелектуального капіталу у забезпеченні ефективного використання економічного потенціалу підприємства.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження ролі інтелектуального капіталу у процесі формування та реалізації економічного потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У наукових колах існує різноманітність підходів до визначення сутності терміна «потенціал». Уважаємо, що найбільш доцільно розглядати поняття відповідно до часового аспекту. Так, Е.М. Лібанова та її колеги деталізують складники потенціалу підприємства, зважаючи на часові рівні його реалізації, вживаючи такі складники як ресурси, резерви та можливості. Як ресурси, характеризуючи минуле, потенціал представляє накопичені властивості, які дають можливості для здійснення запланованої діяльності. З позиції сьогодення потенціал трансформується у форму резерву та показує практичну змогу реалізувати наявні здібності. У майбутньому потенціал характеризується поєднанням наявних ресур-

сів із можливістю та спроможністю бути ефективно використаними у процесі господарювання [1, с. 14].

Проходження складниками потенціалу трьох часових проміжків відзначають і О.С. Федонін, І.М. Репіна та О.І. Олексик. На першому етапі (минуле) потенціал характеризується сукупністю особливостей, сформованих протягом становлення усієї системи, що забезпечує подальшу реалізацію та розвиток. На другому (теперішньому) етапі потенціал проявляється як рівень практичного застосування наявних можливостей. У майбутньому потенціал зосереджується на забезпеченні подальшого розвитку [2, с. 11].

Більш цільовим терміном, що визначає ресурси, резерви, властивості та можливості розвитку суб'єкта економічних відносин, є «економічний потенціал». Важко не погодитися з трактуванням Р.Б. Матковського, який визначає його як сукупність наявних та здатних бути мобілізованими джерел, засобів та складових елементів потенціалу, котрі є допустимими для використання з метою соціально-економічному прогресу [3].

На рис. 1 представлено роль та місце окремих складників у процесі формування та використання економічного потенціалу підприємства.

Послідовність накопичення та реалізації потенціалу підприємства представлено у вигляді одинадцяти основних етапів. Відповідно до перших чотирьох компонентів, відбувається формування потенціалу за визначеної потреби. На результат формування оптимальної структури ресурсів впливають зовнішні можливості (перешкоди), тобто зовнішні умови. Останні є необхідними складниками трансформації можливостей у реальність [5, с. 46]. Разом із тим можливість перебуває у високій взаємозалежності з дійсністю (оскільки реальність є втіленою можливістю, а остання з'являється з розвитку самої дійсності).

На другому (теперішньому) етапі відбувається перетворення накопичених ресурсів на резерви, котрі у подальшому перетворюються на джерело реалізації потенціалу. Перші два етапи характеризують спроможність використати сформований потенціал у майбутньому. При цьому важливо своєчасно та ефективно використати зовнішні можливості та нівелювати (зменшити) реалізацію ризиків.

Реалізація сформованого потенціалу здійснюється на третьому етапі, де визначається ефективність завдяки максимальному обсягу отриманих матеріальних благ за мінімального витрачання акумульованих резервів.

Визначальним складником усього процесу формування та використання економічного потенціалу підприємства є наявність та вмиле залучення інтелектуального капіталу на всіх етапах. З одного боку, інтелектуальний капітал є сукупністю відносин із приводу раціонального та стійкого відтворення на базі програ-



Рис. 1. Процес формування та реалізації економічного потенціалу підприємства

Джерело: удосконалено автором за даними [4, с. 8]

сивного наукового розвитку з метою виробництва конкурентних товарів і послуг [6, с. 127], а з іншого – це наукові та професійно-технічні знання працівників, інтелектуальна праця, накопичений досвід, спілкування, інформаційні мережі тощо [7, с. 51].

Розглядаючи інтелектуальний капітал із позиції складника економічного потенціалу підприємства, його варто розуміти як сукупність накопичених знань, навичок та ідей працівників, здатних забезпечити досягнення певних економічних вигід відповідно до умов внутрішнього та зовнішнього середовища.

Відповідно до представлених вище часових проміжків реалізації економічного потенціалу, проявляється й інтелектуальний капітал. Так, на першому рівні він проявляється як здібності та властивості, накопичені системою на етапі її становлення, які забезпечують ефективне функціонування та розвиток підприємства, відображаючи минулий час. Інтелектуальний капітал проявляється у формі інтелектуальних ресурсів. Однак оцінювання за результатами попереднього досвіду може бути не до кінця обґрунтованим, зважаючи на перспективність сформованих висновків.

Другий етап визначає практичне використання наявних можливостей на поточному етапі функціонування. На даному етапі з'являються поняття «реалізовані» та «нереалізовані» можливості. Відповідно, не використані можливості викликають зниження розвитку підприємства, а ефективно реалізовані можливості, навпаки, підвищують продуктивність підпри-

ємницької діяльності. Як наслідок, «нереалізовані» можливості перетворюються на резерви, відображаючи ступінь залучення інтелектуального капіталу.

Третій етап характеризує навички, знання та досвід, необхідні для розвитку в майбутньому [8]. Тобто інтелектуальний капітал проходить поступово три стадії відліку – від накопичення знань у минулому до встановлення прогнозів на розвиток власних резервів у майбутньому (рис. 2).

Тобто рівень розвитку інтелектуального капіталу визначається наявним станом економічної системи та зумовлюється взаємозалежністю трьох часових станів. Інтелектуальному капіталу належить досить важлива роль у структурі економічного потенціалу підприємства, оскільки саме він характеризує сучасний стан виробничого процесу, визначає кінцевий результат господарської діяльності, дає змогу підвищити рентабельність та оптимізувати витрати.

Сутність категорії «інтелектуальний капітал» як складової частини економічного потенціалу дає змогу виокремити дві характерні ознаки:

- 1) кількісний складник (наявний);
- 2) складник, який перебуває у кожному елементі системи та може бути продемонстрований лише за взаємодії різноманітних ресурсів підприємства у процесі функціонування останнього (прихований).

При цьому важливим є не лише залучення та максимально ефективного використання наявного інтелектуального капіталу, а й уміння спрогнозувати та виявити резерви прихованого інтелектуального капіталу, куму-

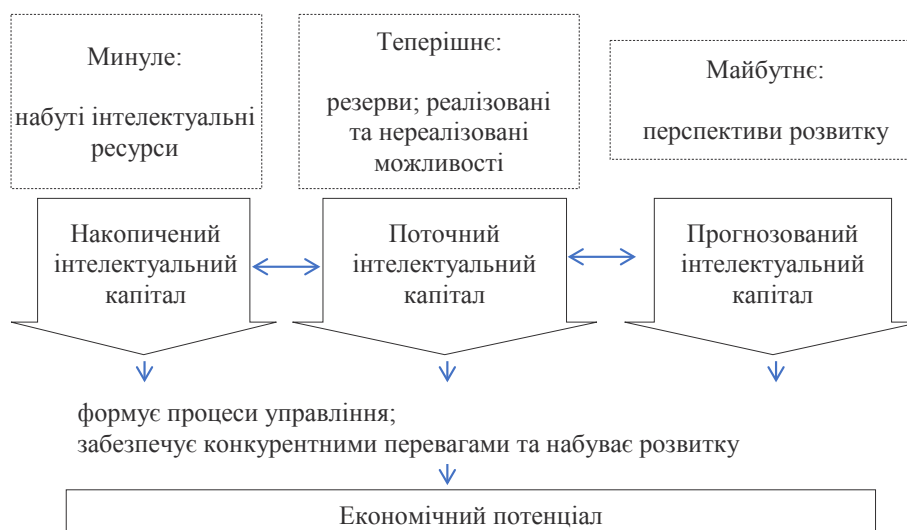


Рис. 2. Структурний взаємозв'язок між категоріями «інтелектуальний капітал» та «економічний потенціал» підприємства за часовою ознакою

Джерело: удосконалено автором за даними [9, с. 58–60]

лятивний та результативний ефект якого може бути значно вищим, аніж у наявного.

Основними формами реалізації інтелектуального капіталу на підприємстві є:

- постачання на ринок нових або вдосконалених товарів або послуг, які порівняно з аналогічною пропозицією конкурентів здатні задовольнити інтереси споживачів;
- використання ефективніших виробничих технологій;
- використання ефективніших управлінських методів на всіх стадіях виготовлення та реалізації продукції.

Як результат, відбувається переорієнтація на товари та послуги, здатні задовольнити існуючі потреби вдосконаленими та ефективнішими способами, або на товари та послуги, властивості котрих підпадають під потенційні (приховані) потреби (тобто інноваційні товари) [10, с. 39].

Група авторів на чолі з С.М. Ілляшенком, узагальнивши існуючі серед науковців підходи, виокремлює такі складники структури інтелектуального капіталу:

- людський капітал (знання, досвід, навички, творчі здібності, креативність, моральні цінності, культура праці тощо);

- організаційний капітал (патенти, ліцензії, товарні знаки, промислові зразки, програмне забезпечення, корпоративна культура тощо);

- споживчий капітал (зв'язки з контрагентами, інформація про них, історія взаємин з ними, бренд) [10, с. 35–36].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, інтелектуальний капітал є основним складником економічного потенціалу підприємства, оскільки саме він характеризує сучасний стан виробничого процесу, визначає кінцевий результат господарської діяльності, дає змогу оптимізувати виробничі витрати. До того ж рівень розвитку інтелектуального капіталу визначається існуючим станом економічної системи та зумовлюється взаємозалежністю трьох часових станів. Трансформаційний період економіки потребує зосередження уваги на різноманітних чинниках та особливостях використання інтелектуального капіталу. Зокрема, особливо варто враховувати можливості інвестування у розвиток персоналу, використання інструментів, які позитивно впливають на психоемоційний стан працівників та створюють сприятливі можливості для креативного та якісного виконання поставлених перед ними завдань, що є перспективою подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів : національна доповідь / за ред. акад. НАН України Е.М. Лібанової, акад. НААН України М.А. Хвесика. Київ : ІЕПСР НАН України, 2014. 776 с.
2. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексик О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка. Київ : КНЕУ, 2003. 316 с.
3. Матковський Р.Б. Економічний потенціал України та шляхи його ефективного використання : автореф. дис. ... к.е.н. : 08.01.01. Київ, 2003. URL: http://tourlib.net/aref_others/matkovsk.htm (дата звернення: 25.02.2020).
4. Манн Р.В., Плигач К.Д. Понятійно-категоріальний апарат економічного потенціалу регіону. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 48. С. 5–13.
5. Крихівська Н.О. Підходи до визначення поняття «економічний потенціал підприємства». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2013. Вип. 21. С. 44–47.
6. Кузьмінський В.О. Теоретичні основи інтеграції капіталів. *Фінанси України*. 2003. № 2. С. 124–132.
7. Чухно А.А. Інтелектуальний капітал: сутність форми і закономірності розвитку. *Економіка України*. 2002. № 11. С. 48–55.

8. Мойсенко І.П. Проблеми структурного аналізу інтелектуального потенціалу підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 10. С. 165–170
9. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2018. № 15(1291). С. 53–62.
10. Ілляшенко С.М., Голишева Є.О., Колодка А.В. Управління інтелектуальним капіталом підприємства : монографія. Суми : Триторія, 2017. 360 с.

References:

1. Libanova E. M., Khvesyk M. A. (2014) Sotsialno-ekonomichniy potentsial staloho rozvytku Ukrainy ta yii rehioniv: natsionalna dopovid [Socio-economic potential of sustainable development of Ukraine and its regions: national report]. Kyiv: DU IEPSSR NAN Ukrainy. (in Ukrainian)
2. Fedonin O. S., Riepina I. M., Oleksyk O. I. (2003) Potentsial pidpryiemstva: formuvannya ta otsinka [Enterprise potential: formation and evaluation]. K.: KNEU. (in Ukrainian)
3. Matkovskiy R. B. (2003) Ekonomichniy potentsial Ukrainy ta shliakhy yoho efektyvnoho vykorystannia [Economic potential of Ukraine and ways of its effective use]. Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia naukovooho stupenia kandydata ekonomichnykh nauk: 08.01.01. K. URL: http://tourlib.net/aref_others/matkovsk.htm (in Ukrainian)
4. Mann R. V., Plyhach K. D. (2018) Poniatiino-katehoriialnyi aparat ekonomichnoho potentsialu rehionu [Conceptual-categorical apparatus of economic potential of region]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky*, no. 48, pp. 5–13. (in Ukrainian)
5. Krykhivska N. O. (2013) Pidkhody do vyznachennia poniattia «ekonomichniy potentsial pidpryiemstva» [Approaches to definition of «economic potential of enterprise»]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*. Ser.: *Ekonomika*, no. 21, pp. 44–47. (in Ukrainian)
6. Kuzminskiy V. O. (2003) Teoretychni osnovy intehratsii kapitaliv [Theoretical foundations of capital integration]. *Finansy Ukrainy*, no 2, pp. 124–132. (in Ukrainian)
7. Chukhno A. A. (2002) Intelektualnyi kapital: sutnist formy i zakonmirnosti rozvytku [Intellectual capital: essence of form and patterns of development]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 11, pp. 48–55. (in Ukrainian)
8. Moisenko I. P. (2007) Problemy strukturnoho analizu intelektualnoho potentsialu pidpryiemstv [Problems of structural analysis of enterprises' intellectual potential]. *Aktualni problemy ekonomiky*, 2007, no. 10, pp. 165–170. (in Ukrainian)
9. Pererva P. H., Marchuk L. S. (2018). Intelektualnyi potentsial yak ekonomichna katehoriia [Intellectual potential as economic category]. *Visnyk NTU «KhPI»*, no. 15(1291), pp. 53–62. (in Ukrainian)
10. Illiashenko S. M., Holysheva Ye. O., Kolodka A. V. (2017) Upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpryiemstva: monohrafiia [Management of intellectual capital of enterprise: monograph]. Sumy: TOV «Trytoriia». (in Ukrainian)

E-mail: k.plyhach@gmail.com

УДК 35.6

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.36>

Ровенська В.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри «Економіка підприємства»,
ДВНЗ «Донбаська державна машинобудівна академія»

МЕДІАЦІЯ ЯК МЕТОД ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ В УКРАЇНІ

У статті визначено, що медіація є оптимальним інструментом урегулювання соціальних конфліктів. У ході проведення медіації створюються умови для діалогу, у процесі якого відбувається відновлення відносин, внутрішньоособистісних статусів учасників конфлікту. Аналіз поглядів експертів-медіаторів на можливість застосування медіації як методу вирішення соціальних конфліктів в Україні дає змогу зробити висновок про те, що медіація розглядається як елементарний акт соціальної взаємодії двох суб'єктів, її внутрішня будова відповідає формулі «конфлікт – діалог – згода». По-перше, це означає, що змістом медіації є перехід взаємодії суб'єктів з одного стану в інший, у процесі цього переходу взаємодія суб'єктів змінює не лише спрямованість, а й характер, причому під впливом самих учасників взаємодії. Запропоновано схему організації проведення медіативної процедури, яка складається з восьми етапів. Доведено, що ефективність упровадження технології медіації залежить від отриманої користі для суспільства та орієнтується на такі досягнення, як: створення системи, яка дає змогу зацікавленим громадянам вільно використовувати медіацію для вирішення суперечок, конфліктних ситуацій; скорочення кількості здійснених неповолітніми правопорушень; зменшення кількості родин, що розпалися. Загалом спостерігається позитивна тенденція: вітчизняний бізнес усе частіше намагається врегулювати суперечки за допомогою комерційної медіації, відкладаючи судовий розгляд «на потім». І хоча відсутність спеціального закону про медіацію негативно впливає на рівень довіри до цієї інституції, переваги медіації роблять цей інструмент вирішення конфліктів украй привабливим і перспективним. Однак упровадження медіації в правову систему України може супроводжуватися низкою проблем, це, зокрема, низька правова культура населення та несприйняття нової послуги як альтернативи традиційному судочинству, відсутність законодавчого врегулювання та фінансової підтримки, проблема вибору кваліфікованого медіатора.

Ключові слова: технологія медіації, соціальний конфлікт, медіативна процедура, медіатор, психологічний комфорт, суперечка, сторона конфлікту.

МЕДИАЦИЯ КАК МЕТОД РАЗРЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ В УКРАИНЕ

Ровенская В.В.

В статье определено, что медиация является оптимальным инструментом урегулирования социальных конфликтов. В ходе проведения медиации создаются условия для диалога, в процессе которого происходит восстановление отношений, межличностных статусов участников конфликта. Анализ взглядов экспертов-медиаторов на возможность применения медиации как метода решения социальных конфликтов в Украине позволяет сделать вывод о том, что медиация рассматривается как элементарный акт социального взаимодействия двух субъектов, ее внутреннее строение соответствует формуле «конфликт – диалог – согласие». Это означает, что содержанием медиации является переход взаимодействия субъектов из одного состояния в другое. В процессе этого перехода взаимодействие субъектов изменяет не только направленность, но и характер, причем под влиянием самих участников взаимодействия. Предложена схема организации проведения медиативной процедуры, которая состоит из восьми этапов. Доказано, что эффективность внедрения технологии медиации зависит от полученной пользы для общества и ориентируется на такие достижения, как: создание системы, которая позволяет заинтересованным гражданам свободно использовать медиацию для решения споров, конфликтных ситуаций; сокращение количества осуществленных несовершеннолетними. В целом наблюдается положительная тенденция: отечественный бизнес все чаще старается урегулировать спор с помощью коммерческой медиации, откладывая судебное разбирательство «на потом». И хотя отсутствие специального закона о медиации отрицательно влияет на уровень доверия к этой категории, преимущество медиации делает этот инструмент решения конфликтов крайне привлекательным и перспективным. Однако внедрение медиации в правовую систему Украины может сопровождаться рядом проблем, это, в частности, низкая правовая культура населения и невосприятие новой услуги как альтернативы традиционному судопроизводству, отсутствие законодательного урегулирования и финансовой поддержки, проблема выбора квалифицированного медиатора.

Ключевые слова: технология медиации, социальный конфликт, медиативная процедура, медиатор, психологический комфорт, спор, сторона конфликта.

MEDIATION AS A METHOD OF RESOLVING SOCIAL CONFLICTS IN UKRAINE

Rovenska Viktoriia

The article identifies that mediation is the optimal tool for resolving social conflicts. In the course of mediation, conditions are created for dialogue, in the process of which the relations and the interpersonal statuses of the conflict participants are restored. The analysis of the views of mediators on the possibility of using mediation as a method of resolving social conflicts in Ukraine suggests that mediation is regarded as an elementary act of social interaction between two subjects, its internal structure corresponds to the formula: conflict-dialogue-consent. First, it means that the content of mediation is the transition of interaction between subjects from one state to another. In the course of this transition, the interaction of the subjects changes not only the orientation but also the nature, and under the influence of the participants themselves. The scheme of organization of carrying out mediation procedure which consists of eight stages is offered. It is proved that the effectiveness of the implementation of mediation technology depends on the received benefit for the society and is guided by such achievements as: creation of a system that allows interested citizens to freely use mediation to resolve disputes, conflicts; reducing the number of juvenile offenses; reducing the number of disintegrating families. Despite the lack of legal regulation, which makes the procedure itself not completely understandable for domestic businesses, mediation has good prospects for development in Ukraine. And the main attractive features of mediation are flexibility, responsiveness, lack of formalism and bureaucracy. On the whole, there is a positive trend: the domestic business is increasingly trying to settle disputes through commercial mediation, postponing litigation "until later." Although the absence of a specific law on mediation has a negative effect on the level of trust in this institution, the benefits of mediation make this conflict resolution tool extremely attractive and promising. However, the implementation of mediation in the legal system of Ukraine can be accompanied by a number of problems: in particular, the low legal culture of the population and the rejection of the new service as an alternative to traditional justice, lack of legislative regulation and financial support, the problem of choosing a qualified mediator. Do not be amazed at all the over-relocation of the media, it is problematic to reserve in Ukraine in this way. In order to develop the Institute of Mediation in our country, it's almost time for effort, but when you turn to positive methods, you can say the same thing about it. You can add a clear plan for the introduction of media in Ukraine: 1. Preparing the draft law "On Mediation", consolidating it, and introducing it into the background. 2. Wanting to signify that bill No. 2425a-1 of July 3, 2013, "On Mediation," after restraining at the top of the radar, through political processes, because they went into kindergarten, didn't catch them. 3. The introduction of the amendment to the dignity of the legislation. 4. Our national laws have even more elementary basis for the provision of mediation services. 5. Such norm in procedural law, as a reconciliation – Art. 175 of the Civil Procedural Code and Art. 78 of the Gospodarsky procedural code, which regulate the arrangement between the parties of the ship process of the world 3 s due to a method of settlement of a dispute on the basis of a reciprocal act. However, such norms require that additional payment be introduced when the law is adopted on mediation. 6. Carrying out of roses, explanatory, educational and educational robots for training mediators. Confirmation of mediation in legislation will be without deafness, but it will not be necessary for anyone to take advantage of the whole institute and develop it. Mediators may have buti professions of their own help, and the state is guilty of transferring it.

Keywords: mediation technology, social conflict, mediation procedure, mediator, psychological comfort, dispute, conflict side.

Постановка проблеми. Конфлікти є невід'ємною частиною життя кожної людини, суспільства та держав. Вони можуть сприяти розвитку цих суб'єктів, а можуть призвести до погіршення відносин та завдати невідворотної шкоди у вигляді матеріальних та людських утрат. Результат перебігу конфліктів залежить від ставлення та поведінки суб'єктів у ньому. На сучасному етапі розвитку суспільства намагаються виробити такі методи вирішення конфліктів, які б давали змогу зменшити чи уникнути шкоди та сприяти подальшому розвитку. Наша країна, перебуваючи на шляху побудови правової держави і громадянського суспільства, зацікавлена в налагодженні конструктивного соціального діалогу. Медіація є оптимальним інструментом, який забезпечує цей діалог і є способом урегулювання соціальних конфліктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На теренах України відсутні комплексні дослідження застосування методу медіації у вирішенні соціальних конфліктів. Попри численну кількість наукових робіт із тематики медіації О. Адамантіс, Н. Бондаренко-Зелінської, Я. Валюк, Л. Власової, О. Ващук, А. Гайдука, О. Горової, Ю. Губар, С. Задорожної, В. Землянської, Г. Єременко, В. Маляренка, Л. Мамчур, Ж. Мішиної,

Т. Подковенко, Н. Прокопенко, В. Тісногуз, К. Шершун, А. Чернеги, Д. Яніцької та ін., аспект політичної чи суспільної медіації серед українських дослідників не знайшов свого відображення.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз поглядів експертів-медіаторів на можливість застосування медіації як методу вирішення соціальних конфліктів в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У загальному розумінні термін «медіація» (від лат. mediatio – посередництво, середина), що закріпився у другій половині ХХ ст., – це процес переговорів між сторонами за участю нейтральної третьої сторони – медіатора з метою пошуку взаємовигідного рішення. Медіація як метод вирішення конфліктів передбачає участь у процесі третьої сторони (не суб'єкта конфлікту), яка сприяє комунікації та досягненню домовленостей між сторонами конфлікту.

Існує певний діалектичний взаємозв'язок між протилежними функціями конфлікту. Обидві сторони програють їх: для себе – перш за все позитивні наслідки конфлікту, а для противника – негативні. Більше того, сприятливі наслідки для себе перед конфліктом убагачуються лише за нанесення максимальної шкоди для

іншого. Але в реальності в абсолютній більшості випадків наслідком дестабілізуюче-руйнівних функцій конфлікту піддаються обидві сторони [1].

Інтеграційна та інформативна функції конфліктів настільки важливі для модернізації, що вона видається недосяжною для тих суспільств, які намагаються придушити внутрішні конфлікти. Як зазначає Л. Козер, «соціальний конфлікт – це завжди соціальна взаємодія ... найважливішими проміжними змінними, що впливають на виникнення конфлікту, є ступінь і спосіб легітимації влади і системи статусів» [2, с. 59].

І.І. Копайгора під соціальним конфліктом розуміє протиборство двох або декількох суб'єктів, зумовлене протилежністю (несумісністю) їхніх інтересів, потреб і системи цінностей [3, с. 79].

У соціальній психології вчені розглядають медіацію як специфічну форму регулювання спірних питань, конфліктів, узгодження інтересів. Х. Бесемер визначив медіацію як технологію вирішення конфлікту за участю нейтральної третьої сторони. Більшість учених визначає медіацію як певний підхід до розв'язання конфлікту, в якому нейтральна третя сторона забезпечує структурований процес, щоб допомогти сторонам, які конфліктують, знайти взаємоприйнятне рішення спірних питань [4]. Зовнішній вимір медіації як елементарного акту соціальної взаємодії і, відповідно, процедури досягнення угоди, юридичної або політичної, являє собою обмін, добровільно здійснюваний сторонами взаємодії, у формі взаємних поступок. Обмін як зовнішня сторона медіативної взаємодії оформляється у вигляді прийомів, правил і технологій конструювання поля, в якому здійснюється ця взаємодія суб'єктів (акторів), а також розподіл позицій і ролей [5, с. 187].

Внутрішній план медіативної взаємодії, його невидиму, за висловом П. Бурдье, структуру утворюють відносини суб'єктів взаємодії, які характеризуються відмінностями в їх взаємному розташуванні та бінарністю.

Г.В. Єрмоєнко визначає медіацію як процес переговорів щодо вирішення спірного питання, до якого залучається нейтральна третя сторона – медіатор (посередник), що проводить цей переговорний процес, вислуховує аргументацію сторін із приводу суті спору й активно допомагає їм зрозуміти власні інтереси, оцінити можливість компромісів і самостійно прийняти рішення, що задовольнило б їх [6].

У Посібнику ООН з ефективної медіації, прийнятому у 2012 р., надається таке визначення медіації: це процес, за допомогою якого третя сторона надає допомогу двом чи більше сторонам, за згодою останніх, запобігти, управляти та вирішити конфлікт, допомагаючи їм із цією метою виробити взаємовигідне рішення [7].

Слід зауважити, що особливістю соціальної медіації є питання представництва груп осіб, інтереси яких залучені у конфлікт. У такому разі під час проведення медіативних процедур одним із найважливіших є питання про те, хто й як повинен представляти заінтересованих осіб, оскільки вони всі, звичайно, не можуть брати участь у процедурі. Окрім того, виникає низка проблем у зв'язку з тим, що рішення, прийняті у такому процесі, повинні задовольняти не тільки самих представників, а й групи, яких вони представляють [9]. А. Шмельов дає таке визначення політичної медіації: альтернативний спосіб вирішення конфліктів за участю посередника між спеціальними (специфічними) акто-

рами – суб'єктами політичного процесу; один із видів галузевої медіації [10].

На думку О.А. Антонюк, міжнародна публічна медіація ґрунтується на принципах і методах, властивих інститутіві безпосередніх переговорів, з урахуванням додаткових прав і обов'язків сторін щодо медіатора, а також відповідних компетенцій останнього з додатковим урахуванням особливостей суверенного статусу сторін суперечки [11].

Як зазначає В.Ю. Полянська, мистецтво медіації – це процес організації такої дискурсивної практики між сторонами політичного конфлікту, коли політичні протиріччя ефективно розв'язуються, рішення конфлікту не нав'язується однією зі сторін, а знаходиться сторонами у добровільному порядку з урахуванням їхньої специфіки [12, с. 126].

Процес медіації можна визначити як один із способів урегулювання суперечки за участю незацікавленого посередника (медіатора). Сторони, що приймають участь у конфлікті, самі знаходять взаємовигідне рішення завдяки допомозі медіатора. У цьому разі конфліктуючі сторони самі приходять до рішення про припинення суперечки. Основні принципи процедури медіації: добровільності участі в процедурі медіації; конфіденційності; рівноправності сторін; неупередженості (нейтральності) медіаторів; співробітництва; відкритості; взаємоповаги; відповідальності. Як і будь-яке нововведення, дана процедура має і переваги, і недоліки. Серед переваг слід зазначити такі: економія часу, грошових ресурсів та емоційних сил учасників; індивідуальність визначення обстановки, організації, регламенту й змісту процесу під час проведення кожної конкретної процедури медіації; орієнтація медіації не стільки на сам конфлікт (з'ясування хто правий, хто винуватий), скільки на конструктивний пошук компромісу. Використовуючи примирливу процедуру, сторони самостійно приходять до вирішення проблеми на відміну від судового розгляду, де рішення приймає суд; легкість підстроювання під потреби учасників процедури в плані витрат часу й обліку емоційних й особистих аспектів суперечки, за бажання можна врегулювати конфлікт буквально за кілька годин; повна захищеність сфери приватних інтересів учасників, оскільки процес медіації – це конфіденційний процес, примирливі процедури характеризуються відсутністю публічності, що дає змогу уникнути розголошення комерційної інформації й гарантує відсутність репутаційних ризиків; довговічність досягнутих домовленостей у разі вирішення суперечки за допомогою медіації. Під час використання деяких примирливих процедур сторони вправі це зробити, що викликає довіру сторін до такої особи й зміцнює ефект результату примирення [13, с. 204]. Попередньо сторонам повинна бути надана інформація, що характеризує рівень його професійних знань, утворення, досвід та ін. Учасники можуть зустрітися з потенційним посередником і переконатися в його компетентності. Можливість виходу з процесу забезпечується добровільністю участі. Якщо сторони вважають продовження діалогу недоцільним, вони вправі його зупинити. Відсутність корупційного складника, незалежність посередника. Медіатор не зацікавлений у вирішенні конфлікту на користь якої-небудь сторони. У разі неможливості нейтральності медіатор повинен відмовитися від проведення процедури. Додатковим



Рис. 1. Схема організації проведення медіативної процедури

Джерело: розроблено автором

чинником нейтральності є оплата послуг медіатора обома сторонами в рівних частках. Запобігання збитку компанії від внутрішніх конфліктів. Відомий факт, що втрати організації в цьому випадку можуть становити до 65% фонду оплати праці. Медіатор як фахівець, що враховує закономірності розвитку конфлікту, може вирішити ситуацію найбільш «безболісним» способом. Узагальнено схему організації проведення медіативної процедури представлено на рис. 1.

Типова процедура медіації складається з таких етапів.

1-й етап медіації – вступне слово медіатора. На самому початку медіатор пояснює сторонам, що таке процес медіації, розповідає, на яких принципах він побудований, описує свої функції у цьому процесі, свою роль і роль учасників у майбутніх переговорах, представляється сам, знайомить зі сторонами. Процес медіації займає не менш 2,5–3 годин, тому медіатор з'ясовує, чи мають сторони вільний час, необхідний для ведення переговорів. Якщо одна зі сторін не має можливості, то дебати переносяться на інший час. Отже, на даному етапі медіації медіатор повідомляє сторонам величезний інформаційний масив, однак варто врахувати, щоб ця інформація не стала нудним монотонним монологом. Вступне слово займає у середньому 10–15 хвилин, воно повинне чітко відповідати суті питання і логічно вибудовано. У вступному слові медіатор прагне створити відповідну психологічну атмосферу, необхідну для ведення процесу медіації.

2-й етап медіації – презентація сторін. Медіатор дає можливість кожній з конфліктуючих сторін дати відомості про те, у чому полягає суть суперечки. Першій пропонується виступити тій стороні, що з'явилася ініціатором даного процесу. У ході виступу сторін медіатор уважно слухає, намагається не упустити важливі деталі, задає уточнюючі питання, якщо це необхідно. Під час процесу медіації важливо дати висловитися кожній зі сторін. Після закінчення слухань медіатор сам переказує суть виступів, не даючи їм оцінок і згладжуючи гострі моменти. На цьому етапі використовується «ехо-техніка».

3-й етап медіації – дискусія. На цьому етапі медіатор дає можливість конфліктуючим сторонам виступити в дебатах і висловити свої зауваження й пропозиції. Процес упровадження технології медіації складається з таких етапів (рис. 2): 1. Організаційного, спрямованого на вирішення організаційних питань діяльності з реалізації технології медіації. 2. Практичного, спрямованого на реалізацію технології медіації як основного механізму діяльності служби медіації. 3. Аналітичного, що передбачає оцінку ефективності реалізації технології, а також аналіз результатів упровадження технології медіації.

Практичний етап спрямований на реалізацію технології медіації як основного механізму діяльності служби медіації. Основною діяльністю служби медіації є розроблення і проведення відновлювальної програми, яка виступає інструментом вирішення суперечок і конфліктних ситуацій, сприяє їх попередженню, що, своєю чергою, сприяє зниженню кількості сімей, які опинилися у соціально небезпечному становищі. Однією з умов успішного проведення відновлювальної програми є чітко організований порядок роботи медіатора, який виражається у послідовному, структурованому веденні процесу переговорів. Підготовчий етап передбачає вирішення організаційних питань: інформування отримувачів послуг про можливість проведення відновлювальної програми, встановлення контакту зі сторонами, отримання добровільної згоди на проведення медіації. Аналітичний етап передбачає оцінку ефективності реалізації технології, а також аналіз результатів упровадження технології медіації. Оцінка ефективності реалізації технологій медіації ґрунтується на підсумках проведення відновлювальної програми і визначається отриманням позитивних результатів: оптимізація (стабілізація) сімейних відносин, подолання чинників сімейного неблагополуччя; збільшення кількості підготовлених медіаторів, які здійснюють діяльність на професійній основі; збільшення кількості проведених відновлювальних програм; збільшення укладених медіативних угод та

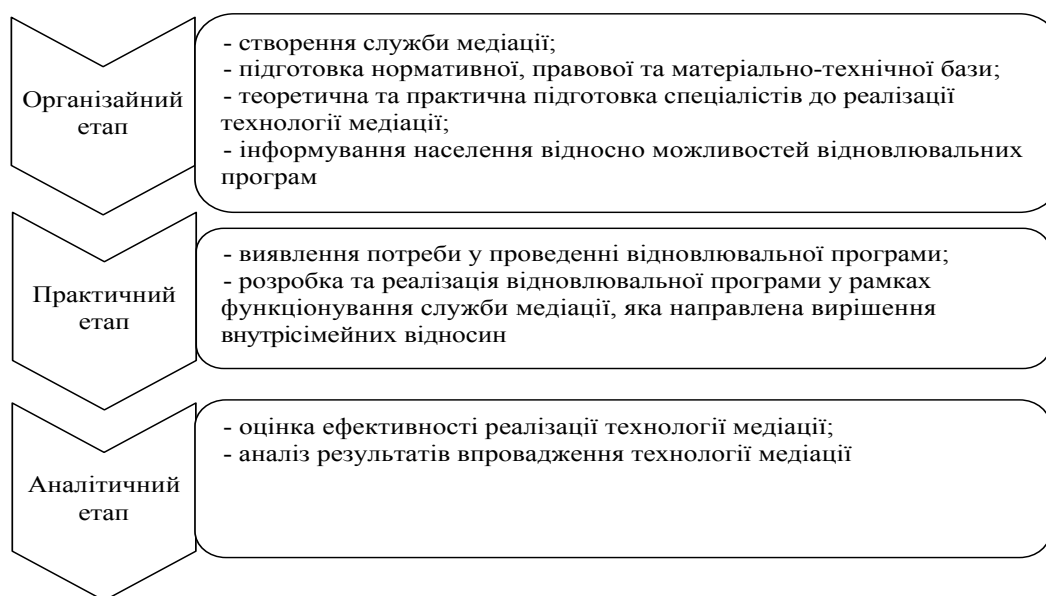


Рис. 2. Процес упровадження технології медіації

Джерело: розроблено автором

ін. Ефективність упровадження технології медіації залежить від отриманої користі для суспільства та орієнтується на такі досягнення, як: створення системи, яка дає змогу зацікавленим громадянам вільно використовувати медіацію для вирішення суперечок, конфліктних ситуацій; скорочення кількості здійснених неповнолітніми правопорушень; зменшення кількості родин, що розпалися.

Незважаючи на відсутність правового регулювання, що робить саму процедуру не зовсім зрозумілою для вітчизняного бізнесу, медіація має хороші перспективи розвитку в Україні. І хоча відсутність спеціального закону про медіацію негативно впливає на рівень довіри до цієї інституції, переваги медіації роблять цей інструмент вирішення конфліктів украй привабливим і перспективним. Однак упровадження медіації в правову систему України може супроводжуватися низкою проблем, серед яких – низька правова культура населення та несприйняття нової послуги як альтернативи традиційному судочинству, відсутність законодавчого

регулювання та фінансової підтримки, проблема вибору кваліфікованого медіатора.

Висновки з проведеного дослідження. Розбіжності інтересів існували протягом усього життя людства і будуть існувати надалі. Врегулювання цих розбіжностей часто потребує втручання з боку, і медіація як альтернативний метод вирішення спорів є яскравим прикладом того, як це зробити якісно й ефективно. Незважаючи на всі переваги медіації, запровадити її в Україні на даному етапі розвитку дуже проблематично. Для розвитку інституту медіації в нашій країні потрібно багато сил та часу, але, повертаючись до позитивних рис цього методу, можна впевнено сказати, що воно того варте. У нашій країні багато людей навіть не знають, що такий спосіб урегулювання спорів існує. Для цього потрібно проводити різні конференції та проекти щодо інформування про медіацію. Ураховуючи всі переваги медіації, можна впевнено сказати, що її треба впроваджувати в Україні, попередньо зробивши велику роботу, яка можлива лише за допомогою втручання з боку держави.

Список використаних джерел:

1. Коваленко Б.В., Пирогов А.И., Рыжов О.А. Политическая конфликтология : учебное пособие. Москва : Ижица, 2002. 400 с. URL: <http://innovations.com.ua/uk/interview/6/39/374>
2. Козер Л. Функции социального конфликта / пер. с англ. О. Назаровой ; Под. общ. ред. Л.Г. Ионина. Москва : Идея-пресс, 2000. 205 с.
3. Копайгора І.І. Історичні передумови виникнення поняття «соціальний конфлікт». *Форум права*. 2007. № 2. С. 79–82.
4. Бесемер Х. Медіація: Посередництво в конфліктах. Київ : Духовне пізнання, 2004. 176 с.
5. Бурдьє П. Социальное пространство и символическая власть / пер. с фр. В.А. Шматко. Москва : Socio-Logos, 1994. 288 с.
6. Соціологія / за ред. В.Г. Городяненко. Київ : Академія, 2008. 544 с.
7. United Nations Guidance for Effective Mediation. Annex to the report of the Secretary-General on Strengthening the role of mediation in the peaceful settlement of disputes, conflict prevention and resolution. UN. 2012. 26 p.
8. Тишукова С.Ю. Интеграция медиации в правовую культуру России. *Вестник Самарского муниципального института управления*. 2013. № 2(25). С. 117–124.
9. Нестерова В.Н. Специфика политических конфликтов и медиативные технологии как возможность их урегулирования. *Дискуссия*. 2016. № 8(71). С. 85–90.

10. Шмелев А.Н. Политическая медиация как способ разрешения международных и внутригосударственных конфликтов. *Вестник восстановительной юстиции*. 2013. № 10. С. 24–30.
11. Антонюк О.А. Міжнародна публічна медіація: у пошуках максимальної ефективності. *Часопис Київського університету права*. 2015. № 2. С. 348–354.
12. Полянська В.Ю. Медіація політичних конфліктів як інструмент гармонізації політичних відносин. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса*. 2014. Вип. 4–5. С. 121–129.
13. Єрьоменко Г. Медіація як спосіб вирішення суперечок. URL: <http://innovations.com.ua/uk/interview/6/39/374>

References:

1. Kovalenko B.V. (2002) Political Conflictology: Textbook. allowance for students. higher education. Establishments [Electronic resource] / Kovalenko B.V., Pirogov A.I., Ryzhov O.A. M.: Izhttsa, 400 p. Access mode: <http://innovations.com.ua/uk/interview/6/39/374>
2. Coser L. (2000) Functions of social conflict / Per. from English lang O. Nazarova; Under. total ed. L. G. Ionina. M.: Idea-press: Intellectual House. Prince, 205 p.
3. Копайгор І.І. (2007) Historical change of mind wining understanding of “social conflict”. Forum is right. No. 2. P. 79–82.
4. Besemer H. (2004) Media: Mediation in conflicts. K.: Spiritual knowledge, 176 p.
5. Bourdieu P. (1994) Social space and symbolic power / trans. with fr. Shmatko V.A. M.: Socio-Logos, 288 p.
6. Sociology (2008) / ed. Gorodianenko V.G. Kiev: Academ, 554p.
7. United Nations Guidance for Effective Mediation (2012) Annex to the report of the Secretary-General on Strengthening the role of mediation in the peaceful settlement of disputes, conflict prevention and resolution. 26 p.
8. Tishukova S.Yu. (2013) Integration of mediation into the legal culture of Russia. Bulletin of the Samara Municipal Institute of Management, no. 2(25), p. 117–124.
9. Nesterova V.N. (2016) The specifics of political conflicts and mediation technologies as an opportunity to resolve them. Discussion. No 8(71). S. 85–90.
10. Shmelev A.N. (2013) Political mediation as a way to resolve international and domestic conflicts. Bulletin of restorative justice, no. 10, p. 24–30.
11. Antonyuk O. A. (2015) International Public Media: in the case of maximum efficiency. Chronicle of Kyiv University of Law. No. 2. P. 348–354.
12. Polyanska V.Yu. (2014) Mediation of political conflicts as a tool for harmonization of political issues. Scientific notes to the Institute of Political and Ethnic Studies. I.F. Kuras. Vip. 4-5. S. 121–129.
13. Єрьоменко Г. Mediakiya yak sposib virishennya superachka [Electronic resource]. Access mode: <http://innovations.com.ua/uk/interview/6/39/374>

E-mail: rvv.ddma@gmail.com

УДК 658.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.37>**Салимон О.М.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Київський національний торговельно-економічний університет

Миколайчук І.П.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту,
Київський національний торговельно-економічний університет

Расулова А.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Київський національний торговельно-економічний університет

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК БРЕНДИНГУ СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У статті розкрито сутність бренду та брендингу у готельному бізнесі за різними науковими підходами та обґрунтовано аспекти формування бренду суб'єкту готельного бізнесу та досліджено його значення у просуванні готельних послуг. Визначено ефективні способи просування бренду на ринок. Проаналізовано головні різновиди стратегій розвитку брендингу та сформовано модель формування сильного бренду під впливом різноманітних чинників, ефективність використання способів просування бренду суб'єкта готельного господарства. Вивчено зарубіжний досвід просування готельних послуг преміум класу Marriott International та Hyatt Hotels Corporation та виконано моніторинг тенденцій розвитку готельного бізнесу в Україні та у світі і зроблено висновки щодо застосування різних видів стратегічного розвитку готельного бізнесу в Україні. Проаналізовано інновації в готельному бізнесі, що формують головні тренди його сучасного етапу стратегічного розвитку.

Ключові слова: бренд, брендинг, готельний бізнес, брендинг готельного бізнесу, стратегія індивідуальної марки, стратегічний розвиток готельного бізнесу.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ БРЕНДИНГА СУБЪЕКТОВ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Салимон О.М., Миколайчук И.П., Расулова А.М.

В статье раскрыта сущность бренда и брендинга в гостиничном бизнесе с различными научными подходами и обоснованы аспекты формирования бренда субъекту гостиничного бизнеса и исследованы его значение в продвижении гостиничных услуг. Определены эффективные способы продвижения бренда на рынок. Проанализированы главные разновидности стратегий развития брендинга и сформирована модель формирования сильного бренда под влиянием различных факторов, эффективность использования способов продвижения бренда субъекта гостиничного хозяйства. Изучен зарубежный опыт продвижения гостиничных услуг премиум класса Marriott International и Hyatt Hotels Corporation и выполнен мониторинг тенденций развития гостиничного бизнеса в Украине и в мире, сделано выводы по применению различных видов стратегического развития гостиничного бизнеса в Украине. Проанализированы инновации в гостиничном бизнесе, формирующие главные тренды его современного этапа стратегического развития.

Ключевые слова: бренд, брендинг, гостиничный бизнес, брендинг гостиничного бизнеса, стратегия индивидуальной марки, стратегическое развитие гостиничного бизнеса.

STRATEGIC DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS ACTORS BRENDING

Salimon Olha, Mykolaichuk Iryna, Rasulova Alla

The article describes the essence of branding and branding in the hotel business by different scientific approaches. It is suggested to refer to a brand as a name or symbol identifying a product that has a clear competitive advantage or an intangible complement to a product co-created by manufacturers and consumers. The aspects of branding of a hotel business entity are grounded and its importance in promoting hotel services is investigated. Effective ways to promote the brand to the market have been identified. The basic task of hotel business branding is substantiated, which is to form and further develop in the consumer positive associations related to its brand. The main varieties of branding strategies are analyzed and the model of forming a strong brand under the influence of various factors is formed. Features of branded branding development strategies in the hotel business are revealed. The effectiveness of ways to promote the brand of a hotel business is analyzed. The definition of the concept "brand strength" as its integrated characteristic, which indicates the level of its

popularity with the buyer. The authors propose a scheme of forming a strong brand in the hotel business, taking into account the impact of the environment. The foreign experience of promoting the Marriott International and Hyatt Hotels Corporation premium hotel services was researched and the trends of hotel business development in Ukraine and in the world were monitored. The dynamics of ratings of international hotel brands during 2016-2019 is analyzed. Conclusions are made regarding the application of different types of strategic development of hotel business in Ukraine. The innovations in the hotel business are analyzed, which form the main trends of its modern stage of strategic development.

Keywords: brand, branding, hotel business, hotel business branding, individual brand strategy, strategic development of hotel business.

Постановка проблеми. В умовах технократичного бурхливого розвитку економіки, впливу глобалізації на результативні зміни національних галузей, доцільно зазначити їх взаємозв'язок та взаємовплив. Однією із важливих галузей промисловості є готельний бізнес, від рівня економічного розвитку інфраструктури якого в економіці України залежать додаткові надходження до місцевого та державного бюджетів. За таких умов ключовим стратегічним активом та стратегічною компетенцією успішного функціонування підприємств галузі є формування та розвиток бренду суб'єкту готельного бізнесу. На відміну від інших галузей готельна справа у будь-якій країні функціонує на ґрунті власних правил і законів. Саме тому будь-який готель може віднаходити найбільш прийнятні для нього засоби просування в бізнесі, зовнішньої реклами та формування привабливого бренду. Позитивними та продуктивними результатами такого пошуку будуть зростання туристичної привабливості українського ринку послуг гостинності, пришвидшення подолання диспропорцій в окремих сегментах ринку, поповнення бюджетів різних рівнів, активізація інноваційної діяльності, сприяння розвитку конкуренції та створення додаткових робочих місць.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На основі аналізу семантичного змісту поняття «бренд» та природи його виникнення, доцільно зазначити, що донині між дослідниками не склалося єдиного бачення та науково-методичних підходів до його формування в контексті галузевої приналежності. Починаючи із 30-х років минулого століття і донині серед закордонних науковців найбільшу відомість отримали праці Д. Аакера, Е. Айєна, Д. Гранта, С. Девіса, П. Дойля, А. Елвуда, Ж.-Н. Капферера, К. Келлера, Ф. Котлера, М. МакДональда, Т. Нільсона, Д. Огілві, П. Фелдвіка, А. Уїллера та багатьох інших авторів. Найбільшу популярність серед вітчизняних дослідників з розвитку брендингу в різних галузях здобули наукові праці А. Длігача, О. Зозульова, О. Кендюхова, Т. Мельник, С. Мельниченко, Г. П'ятницької, Є. Ромата, С. Сидорука, Д. Файвішенко, Е. Юрчака та інших науковців.

Аналіз наукового доробку протягом останніх років показав, що вітчизняними науковцями досліджуються питання щодо ідентифікації поняття «брендинг» в масштабах підприємства, території та країни в цілому. Проблематику створення національного бренду та ідентифікації контенту національного брендингу підіймають А. Валібрусова, Т. Мельник [9], А. Мазаракі, Г. П'ятницька, О. Григоренко [8], які проводять ґрунтовний компаративний аналіз у глобальній економіці та створюючи авторську концепцію розвитку успішного національного бренду; обґрунтовує показник брендovanості території як індикатора рівня економічного розвитку регіону Г. Студінська [11]; Є. Ромат присвячує дослідження розкриттю поняття бренд-маркетингових комунікацій, аналізу основних підходів до формування

бренд-маркетингових стратегій, без прив'язки до галузевої ознаки [10]; Д. Файвішенко цікавиться проблематикою розвитку стратегічного управління брендом [14]. Аналізуючи наукові дослідження, присвячені стратегічному розвитку бренду підприємств у сфері готельного бізнесу, з'ясовано, що в останні роки серед інших науковців ґрунтовно досліджують ці питання Д. Басюк та М. Барна [1], Л. Завідна [4], О. Окландер [12], А. Мазаракі [18] та інші автори. Зазначаючи суттєвий науковий доробок більшості дослідників, варто відзначити, що залишаються поза їх увагою теоретичні та методичні підходи до формування та розвитку бренду підприємств готельної справи, заснованого на стратегічних компетенціях.

Постановка завдання. Метою публікацій є обґрунтування концептуальної ролі брендингу у стратегічному розвитку готельного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження та практичний досвід показують, що успішність готельного бізнесу базується на стратегії готельного господарського бренду, спрямовану на формування відданості споживача. «Цінність» готельного бренду визначається готовністю споживача купувати готельний продукт за вищою ціною, при наявності на ринку аналогічних готельних господарських продуктів інших торгових марок. В сучасних умовах розвитку готельного бізнесу недостатньо просто створити якісний товар або послугу, а необхідно задіяти інструменти і методики на розкрутку відомості бренду.

Розглядаючи сутність бренду, варто відзначити, що більшістю науковців вона розглядається двобічно: з одного боку, як ім'я або символ, що ідентифікують продукт, що має беззаперечні конкурентні переваги, а з іншого – як комплекс об'єктивно-віртуальних параметрів, що поєднує реальні характеристики товару та його суб'єктивний відбиток у свідомості споживачів разом з генерованими за допомогою інструментів маркетингу віртуальними перевагами та цінностями [11]. Більшість українських дослідників трактують бренд за «безтоварною схемою» як нематеріального додатка до товару, що спільно формується виробниками та споживачами [12].

Бренд стає інтегрованим поєднанням того враження, яке він справляє на споживачів, і результатом їх досвіду у використанні продукту, що містить 4 ключових аспекти з погляду компанії: бренд як ідентифікована система; бренд як інструмент зниження ризиків; бренд як марочний контракт; бренд як додана цінність, з погляду споживача та як персоніфікованій відносини [10, с. 35]. Головною цінністю та значимою відмінністю для споживачів і водночас підґрунтям для створення з ними продуктивних відносин є такі елементи як: культура, співробітники, програма розвитку готелів і засоби створення готельного продукту.

Ефективне просування бренду на ринок передбачає використання декількох ефективних способів (рис. 1).

Зазначені на рис. 1 способи просування бренду вимагають фінансових інвестицій та розрахунку їх ефективності. При виборі методів розкрутки необхідно також враховувати специфіку цільової аудиторії і менталітет людей конкретної країни або регіону, де буде проводитися просування продукту [18, с. 115].

Під брендингом у галузі готельного та туристичного бізнесу науковцями пропонується розуміти технологію створення та просування фірмових туристичних послуг, діяльність до формування довготермінового уподобання до них, яка ґрунтується на посиленому впливі товарного знака, торгової марки, рекламної аргументації, матеріалів і заходів стимулювання збуту на певний сегмент споживачів; оформленні та організації місць продажу послуг, а також інших елементів та акцій у сфері рекламної діяльності, поєднаних окремою ідеєю, що виділяють послуги організації серед конкурентів, створюють її образ, підкреслюють позиції та унікальність. Основним завданням брендинга організації індустрії туризму, в т.ч. готельного бізнесу є формування та подальший розвиток у споживача позитивних асоціацій, пов'язаних з її торговою маркою [3, с. 133].

Як інструмент розвитку готельного бізнесу, брендинг в першу чергу є тими інвестиціями, які впроваджуються для одержання високих економічних результатів. Ідеальним середовищем для його розвитку є Інтернет-простір, в якому зібрана цільова аудиторія будь-якого продукту і послуги, яку можна відфільтрувати різними способами (процес «таргетингу»). Популяризація готелю засобами Інтернет охоплює такі елементи системи як: медійна та контекстна реклама, пошуковий маркетинг і SEO, просування в соціальних мережах: SMO і SMM, прямий маркетинг з використанням e-mail, RSS, Інтернет-брендинг тощо [5]. Засобами он-лайн комунікацій є можливість вести прямий і відкритий діалог зі споживачами послуг, відповідати на їх запитання, оперативно інформувати про якісь нововведень або акції, що проводяться [5]. До того ж, просування бренду в мережі можна вести з істотно меншими витратами порівняно з оффлайн-просуванням, або навіть взагалі без фінансових витрат (залежно від обраних методів).



Рис. 1. Ефективні способи просування бренду на ринок

Джерело: [5]

Одним зі шляхів підвищення ефективної діяльності вітчизняного готельного бізнесу є використання закордонного досвіду функціонування суб'єкту готельного бізнесу та використання ними марочних стратегій задля підтримання впливу і посилення торгівельної марки. До них належать такі базові стратегії:

1) стратегія корпоративної марки (просування продукції та послуг під єдиною торговельною маркою та створення умов її стійкого становище на ринку, що значно полегшує процес впровадження нововведень і дозволяє економити кошти);

2) стратегія індивідуальної марки (різні готелі мають свої індивідуальні марку, назву, імідж, але водночас належать одній готельній мережі). Така стратегія дозволяє детально сегментувати ринок, зважаючи на вимоги груп цільових аудиторії [3, с. 140]. Ця стратегія успішно використовується таким міжнародним готельним оператором як Marriott International (рис. 2).

3) «парасолькова» марочна стратегія (поєднання корпоративної та індивідуальної марок). «Парасолькою» зазвичай є назва компанії. Цю стратегію успішно використовує готельна корпорація Hayatt Hotels Corporation (рис. 3).

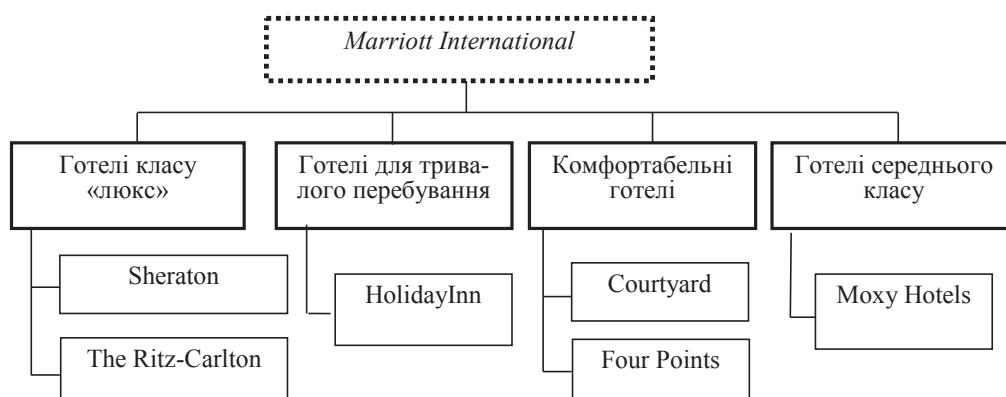


Рис. 2. Стратегія індивідуальної марки Marriott International

Джерело: [15]

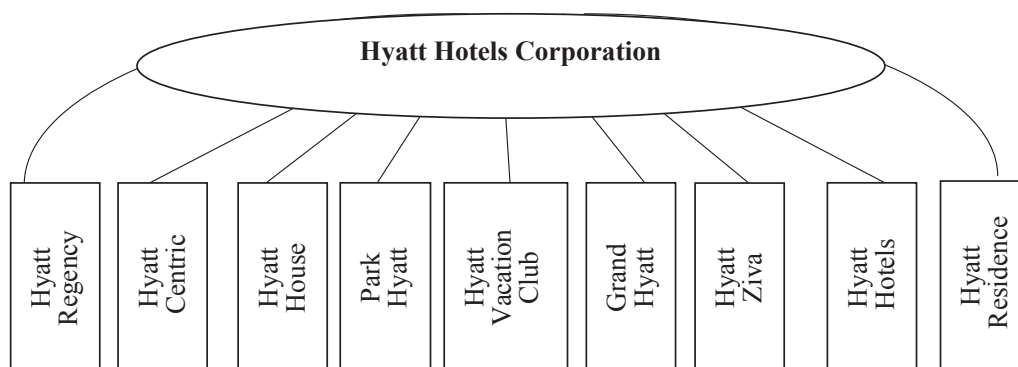


Рис. 3. «Парасолькова» марочна стратегія Hyatt Hotels Corporation

Джерело: [3, с. 140]

Марочні стратегії розвитку брендинга в готельному бізнесі можуть успішно функціонувати залежно від конкурентних умов діяльності підприємства, позиціонування, характеру продуктів і послуг, що пропонує конкретний готель.

Досліджуючи інші різновиди стратегій розвитку готельного бізнесу, доцільно зазначити, що найбільш значимою є стратегія позиціонування бренду, що забезпечуватиме йому успіх в галузі. Т.Окландер поділяє інструменти стратегії позиціонування на дві групи: стратегії широкого проникнення та інтенсивного маркетингу. Стратегія широкого проникнення реалізується через просування хостелів та закладів швидкого харчування (це низькі ціни та Інтернет-комунікації), що реалізується в таких напрямках:

1) підвищення впізнаваності бренду – рівень обізнаності про нього потенційних споживачів. Його метою є побудова бренду Top of Mind (у м. Одесі), тобто перший бренд, який згадується споживачем при згадці товарів «готель», «ресторан». Такий показник впізнаваності (понад 50 %) свідчить про те, що марка є в сприйнятті споживачів однозначним лідером, а товарна категорія з них асоціюється з брендом;

2) формування стійких асоціацій, що створюється у свідомості споживачів як суб'єктивне емоційно-ціннісне сприйняття бренду: готель, що відрізняється від конкурентів, як за якістю, так і за рівнем сервісу [12, с. 114].

За визначенням Є. Ромата, інтегрованою характеристикою бренду є показник «сили бренду» – рівня його популярності в покупця та міри здатності бренду домінувати в цій категорії продуктів [10, с. 17]. Автором узагальнюються та адаптуються такі характеристики бренду як показники обізнаності про бренд, проникнення бренду, асоціації, лояльності до бренду тощо.

Позиціонування послуг готелів як якісних товарів є можливим тільки за умови побудови сильного бренду (рис. 4). Доцільно відзначити, що на формування сильного бренду підприємств готельного бізнесу найбільш значний вплив чинять такі фактори макросередовища, як зовнішньоекономічна діяльність країни, процеси інтеграції та глобалізації у світовій економіці, а також мезосередовища, що характеризується впливом конкурентів та потенційних учасників ринку та зміною попиту споживачів на послуги туристичної індустрії [4, с. 177].

Якщо бренд набуває іміджу високої якості, то споживачі очікують отримати однакову якість у всіх структурних об'єктах. Змінюється стандартизація і різна маркетингова політика знижує цінність бренду. Наприклад, стандарти «Marriott» стали свого роду певним «нікнеймом» в готельному брендингу, що успішно допомагають компанії укладати нові управлінські контракти в різних регіонах світу.

При цьому потрібно уникати черезмірної стандартизації брендів, що може негативно позначитися на діяльності галузі. Наприклад, у преміальному готель-

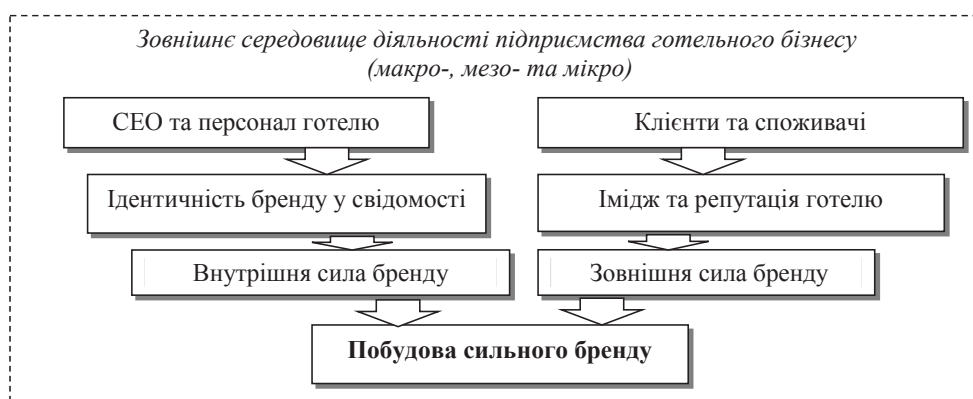


Рис. 4. Схема формування сильного бренду в готельному бізнесі

Джерело: адаптовано авторами за [12]

ному сегменті гостям перш за все пропонують нові враження та емоції, оскільки економіка готельного бізнесу насамперед є економікою вражень. У зв'язку з цим багато туристичних компаній класу «люкс», що працюють з VIP-клієнтами, та входять до складу міжнародних туристичних об'єднань (Virtuoso, Traveller Made тощо) називають себе «дизайнерами подорожей» і не працюють з брендами, відомими своїми суворими, уніфікованими стандартами (наприклад, з Marriott або топ-брендом в лінійці Marriott–Ritz–Carlton). Тому з метою завоювання нових позицій на нових ринках і, зокрема, маючи на меті вихід на готельний ринок класу «люкс», багато готельних мереж останнім часом активно обирають стратегії злиття і поглинання [15].

Так, у вересні 2018 року було завершено злиття двох найбільших готельних корпорацій Marriott International і Starwood Hotels&Resorts, яке об'єднало під брендом Marriott понад 1,1 млн. номерів у 5500 готелях. На сьогодні це найпотужніший у світі готельний бренд за розміром номерного фонду. Після злиття з Starwood компанія Marriott International зробила перші кроки по інтеграції брендів придбаного оператора Starwood в структуру компанії, повідомляє Skift. Нещодавно компанія розділила всі 30 брендів, що належать їй, на дві групи – «класичні» (classic) і «оригінальні» (distinctive). Поділ брендів було сформовано за побажаннями гостей та клієнтів компанії Marriott International.

Ще одним прикладом реалізації стратегії злиття є корпорація Accor, що прийняла рішення з 2017 року розширити присутність серед брендів класу люкс, придбавши три престижних бренди – Fairmont, Raffles і Swissotel. Дана угода дозволила Accor стати глобальним лідером серед операторів люксових готелів, а також продемонструвати її гнучкість і можливість адаптуватися й активно розвиватися [2].

Колекція брендів, що приєдналися, охоплює 115 готелів з 43 тис. номерів і 40 готелів, які знаходяться в процесі запуску. Сума угоди склала 2,9 млрд. доларів. На початок 2017 року у стратегічному портфелі AccorHotels було 3800 готелів (500 000 готельних номерів) в 92 країнах. Багато готельних експертів впевнені, що це тільки початок подібних консолідацій, причиною якими є активний розвиток і впровадження нових технологій, а також висока конкуренція з такими компаніями як Airbnb.

Так, на початку 2017 року було оголошено про те, що оператор AccorHotels інвестує 16 млн. євро в сингапурський оператор готелів BanyanTree. За вказану суму AccorHotels отримав 5% акцій, а також пріоритетне право на придбання ще 5% компанії. Дана угода ознаменувала закінчення стратегічного партнерства двох компаній, які займаються спільним просуванням бренду Banyan Tree на світовому ринку. Оператор BanyanTree отримав доступ до програми лояльності Le Club AccorHotels, а готелі під даним брендом будуть продаватися через централізований портал бронювання Accor. При цьому Banyan Tree залишиться незалежною компанією. За словами Голови ради директорів Banyan Tree Хо Квон Пінга, мета даної угоди – відповідати тенденції готельного ринку з консолідації гравців.

Невеликі оператори готелів ведуть активний пошук підтримки глобальних компаній, щоб протистояти

викликам глобалізації. AccorHotels отримав доступ до досвіду Banyan Tree, що володіє сильними позиціями в люксовому сегменті в Азії, а також нові готелі і використовує свій досвід для відкриття готелів бренду в інших регіонах світу, успішно реалізуючи стратегією посилення позицій в даному сегменті.

Ще одним яскравим прикладом реалізації стратегії поглинання та розвитку є OTI Holding, до складу якого входить туроператор Coral Travel, який додав до свого асортименту лише у 2019 році 160 популярних готелів, а кількість ексклюзивних готелів зросла на 53 на курортах Туреччини, Єгипта, Іспанії та Греції. У розширену мережу OTI Hotels and Resorts у 2020 році заплановано поглинути готелі різного рівня, які будуть працювати під брендами з різним позиціонуванням – новий бренд Seven Seas Resort & Hotels і ті, що добре вже зарекомендували себе на українському ринку – Otium Hotels і Xanadu Resort [16].

Динаміку рейтингів міжнародних готельних брендів протягом 2016-2019 рр. демонструє рис. 5. Компанії, які інвестували в створення сильних брендів, змогли зберегти їх вартість під час рецесії і швидше вийти з кризи [6]. Ключ до успіху бренду знаходиться в головах споживачів, але цінним він стає, лише перетворивши їх почуття в дохід для власників марок.

Рейтинг найцінніших брендів світу «Brand Z Top 100» вже в'яте очолює компанія Millward Brown Optinom (МВО) [6], що входить в британську рекламно-маркетингову групу WPP. При оцінці вартості брендів враховуються як фінансові показники, пов'язані з брендуванням, так і з сприйняттям брендів.

За даними рис.5, за 2016-2019 рр. п'ятірка лідерів у рейтингу готельних брендів майже не змінилася – за винятком готельного оператора Hampton Inn, який у 2018 році опустився до 10-ої сходинки, але в 2019 році зміг знову поновитися у рейтингу.

У цілому склад ТОП-10 готельних брендів за останні чотири роки суттєво не змінився. Беззаперечними лідерами серед брендів залишаються компанії Hilton (1-е місце), Marriott International (2-е місце) та Holiday Inn (3-е місце).

Таблиця 1

Рейтинг найбільших брендів міжнародних готельних операторів протягом 2016-2018 рр.

Ранг 2019	Назва бренду	Країна	Рейтинг бренду**			
			2019	2018	2017	2016
1	Hilton*	США	AAA-	AAA-	AAA	AAA
2	Marriott*	США	AA+	AAA-	AAA-	AAA
3	HolidayInn*	США	AAA	AAA	AAA	AA+
4	Huatt*	США	AA	AA+	AA+	AAA-
5	HamptonInn	США	AAA-	AAA-	AAA	AAA
6	Shangri-La	Китай	AAA	AAA-	AAA-	AAA
7	DoubleTree	США	AA+	AA+		
8	Courtyard	США	AA	AAA-	AAA-	AAA
9	Wyndham	США	AA	AAA-	AAA-	AA+
10	Ramada*	США	AA	AA+	AA+	AA

Джерело: [17]

Примітка: * – готельний бренд присутній на ринку України
 ** – «Рейтинг бренду» оцінено через показник «кредитний скоринг» – систему оцінок кредитоспроможності суб'єкту.

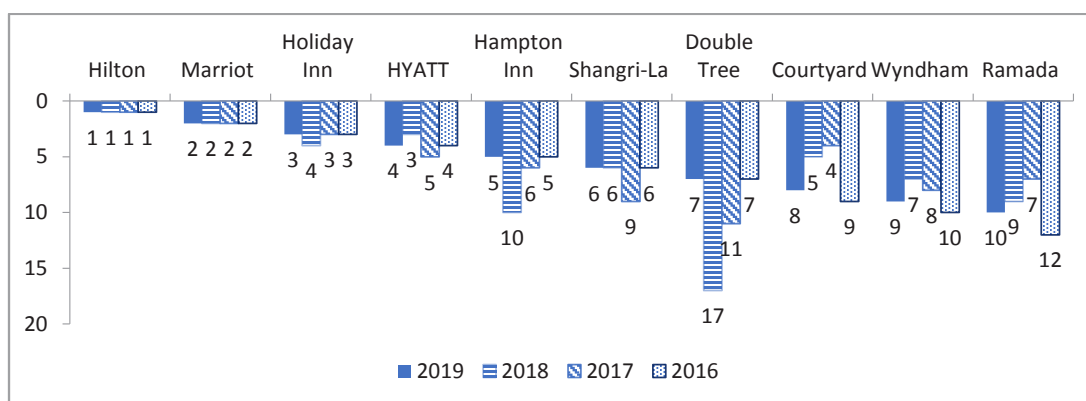


Рис. 5. Динаміка рейтингів міжнародних готельних брендів протягом 2016-2019 рр.

Джерело: [17]

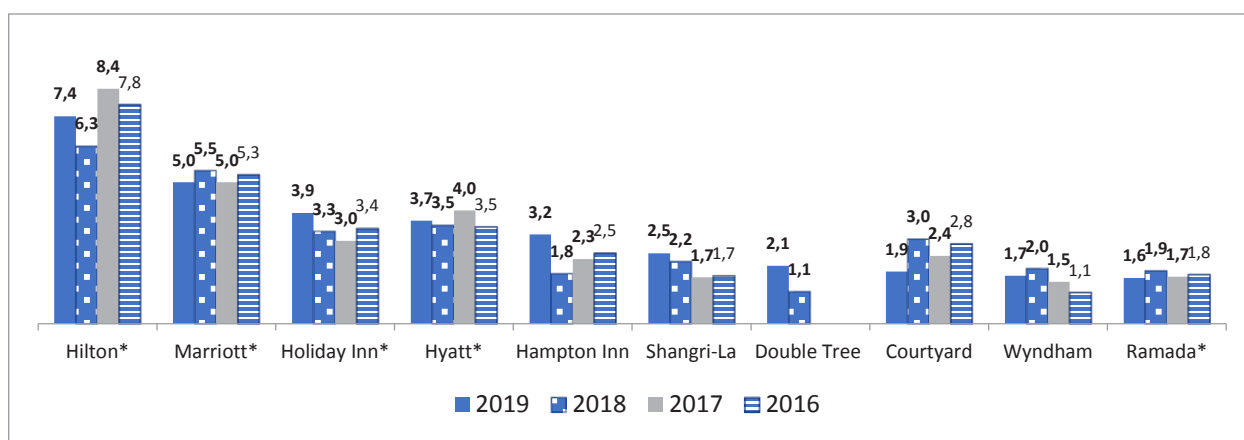


Рис. 6. Динаміка вартості ТОП-10 готельних брендів за 2016-2019 рр., млрд. дол. США

Джерело: [17]

За шкалою Міжнародної рейтингової агенції Standard & Poor's, до найвищого рейтингу AAA належать компанії, що мають найвищу якість фінансових зобов'язань, а також найвищий рівень надійності її облігацій.

Інформацію про переваги споживачів і цінностей брендів МВО містить найбільша усвіті бази даних про бренди BrandZ, створена в 1998 році на основі інформації, отриманої за результатами інтерв'ю зі споживачами. МВО оцінює бренди, які присутні на ринку і приносять доходи і прибуток шляхом продажу товарів і послуг споживачам. Тому корпоративні бренди, які мають самі по собі значну вартість, в рейтинги не включаються. При оцінці брендів МВО застосовується фундаментальний підхід, заснований на властивій бренду вартості, що є наслідком його здатності генерувати попит. Рейтинг, заснований на доларовій вартості брендів, представляє собою оцінку сьогоденної вартості майбутніх грошових надходжень від використання бренду (табл. 2).

За даними британської компанії OtusAnalytics у країнах Європи представлено близько 800 мережевих брендів [6]. Мережеві брендові готелі сьогодні присутні в 49 з 54 європейських країн, в 4700 містах. При цьому 64% європейського мережевого бізнесу припадають на чотири країни: Іспанію, Великобританію, Францію та Німеччину.

У десятці провідних європейських брендів найактивнішим мережевим гравцем виступила французька компанія Accor, якій належить відразу чотири бренду з лідируючої десятки: Ibis (694 готелі в Європі), Mercure (479), Novotel (267) і Etap (405). Ці бренди займають першу, другу, п'яту і восьму позиції рейтингу. В даний час під управлінням компанії перебуває 250 000 номерів в Європі, в тому числі в готелях таких брендів, як Sofitel, Pullman, GrandMercure, Adagio, Ibis, AllSeasons, Formule 1, Motel 6. На кінець 2016 року майже 45% від нового номерного фонду доводилося на 10 брендів: HamptonInn, Ibis, IbisStyles, IbisBudget, HiltonGardenInn, HolidayInn, HolidayInn Express, PremierInn, MOXY і Novotel.

Найбільша кількість представлених брендів відноситься до готелів класу «люкс», що дозволяє зробити висновок про зв'язок високої вартості готельних послуг та найвищої їх якості, що надаються гостям. Лідерами рейтингу серед європейських туристів стали бренди Renaissance (готельна мережа Marriott) і Kempinski, з індексом задоволеності 86,2.

Далі йде німецький бренд Steigenberger з показником 84,9 і готельна мережа Pullman, що входить до складу французького гіганта Accor – індекс задоволеності гостей 84,8.

Чітке уявлення про імідж готельного бренду має істотне значення, так само як і довгостроковий погляд.

Таблиця 2

ТОП-30 рейтингу найбільших брендів міжнародних готельних операторів у 2018-2019 рр.

Роки		Назва бренду	Роки		Назва бренду	Роки		Назва бренду
2019	2018		2019	2018		2019	2018	
1	1	Hilton	11	16	Mercure	21	21	Melia
2	2	Marriot	12	12	Intercontinental	22	19	Super 8
3	4	HolidayInn	13	13	CrownePlaza	23	31	Jinjiang
4	3	HYATT	14	8	Sheraton	24	41	HomewoodSuites
5	10	HamptonInn	15	20	Crown	25	26	Quality
6	6	Shangri-La	16	14	DaysInn	26	32	NH Hoteles
7	17	DoubleTree	17	18	ComfortInn	27	15	PremierInn
8	5	Courtyard	18	28	EmbassySuites	28	22	Ibis
9	7	Wyndham	19	11	Westin	29	36	HantingHotel
10	9	Ramada	20	34	Extended StayAmerica	30	37	The Ritz-Carlton

Джерело: [17]

Крім традиційних методів просування в готельній сфері, доцільно використовувати більш сучасні та інноваційні технології. До таких актуальних новинок можна віднести, наприклад, «сенсорний брендинг», що передбачає контрольований вплив на всі 5 органів почуттів споживача (слух, дотик, зір, смак і нюх) і формування шостого почуття – «почуття бренду». Особлива увага приділяється впливу на підсвідомість споживачів. Так, за даними Scent Australia, 75% емоцій народжуються завдяки запахам – «запах дитинства», «запах Нового року», «запах грошей», адже світ ми сприймаємо саме через органи чуття.

Активний розвиток в Україні нині отримав сільський та екотуризм, набувають поширення нові екстремальні види туризму: темний, шарк-туризм, атомний, індустріальний, військовий тощо, відбувається створення закладів готельного господарства (здебільшого це стосується хостелів), максимально наближених за тематикою до виду подорожі, яку обирає турист.

Особливе місце в туристичній галузі відведено туристам, що є прихильниками руху SlowCities [7]. Головна ціль – знайомство з унікальністю маленьких міст з населенням до 50 000, неповторність та унікальність яких прослідковується у збереженні традицій в культурі, архітектурі, їжі (SlowFoods) тощо. SlowCities – оптимальний варіант для противників овертуризму, що проявляється як організований відпочинок у певній місцевості із залученням до традиційної місцевої культури [7]. Очевидно, на часі постає питання брендингу не тільки суб'єктів господарювання, а й цілих сфер діяльності сегменту гостинності.

Висновки. У статті розкрито сутність бренду та брендингу у готельному бізнесі за різними науковими

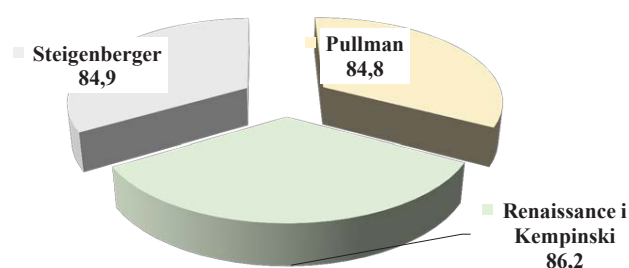


Рис. 7. Рейтинг брендів за індексом задоволеності європейських туристів

Джерело: [17]

підходами. Обґрунтовано аспекти формування бренду суб'єкту готельного бізнесу та досліджено значення бренду в просуванні готельних послуг. Проаналізовано головні різновиди стратегій розвитку брендингу та сформовано модель формування сильного бренду під впливом різноманітних чинників. Проаналізовано ефективність використання способів просування бренду суб'єкта готельного господарства. Досліджено зарубіжний досвід просування готельних послуг преміум класу (концентрація на вузькому сегменті клієнтів для створення оригінального готельного продукту) та виконано моніторинг тенденцій розвитку готельного бізнесу в Україні та у світі. За результатами проведеного аналізу зроблено висновок про застосування різних видів стратегічного розвитку готельного бізнесу в Україні. Водночас подальші дослідження будуть скеровані на обґрунтування факторів впливу на функціонування та стратегії розвитку різноформатних готелів, а також використання міжнародного досвіду впровадження інновацій в галузі.

Список використаних джерел:

1. Басюк Д.І., Барна М.Ю. Наукові основи стратегічного розвитку туристично-готельної галузі. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2018. № 54. С. 15–22.
2. Група AccorHotels відкриє перший готель під брендом Mercure в Києві. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2269667-grupa-accorhotels-vidkrie-persij-gotel-pid-brendom-mercure-v-kievi.html>
3. Желізняк А.В. Визнання торгової марки брендом – частина стратегії підвищення конкурентоспроможності ТНК у сфері туризму. *Вісник чернігівського державного технологічного університету*. 2014. № 4(76). С. 133–141.
4. Завідна Л.Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.
5. Зубарева М.А. Інструменти популяризації готелю у соціальних мережах. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/156.pdf>
6. Короленко В.М., Сильчук Т.А. Сенсорний маркетинг як інновація в індустрії готельного господарства. «Молодий вчений». 2018. № 10(62). С. 433–435.

7. Мельниченко С.В., Авдан О.Г. Брендінг у туристичному бізнесі: теоретичні аспекти. *Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку : монографія*. Під ред. д.е.н., проф. Кизима М.О., к.е.н., проф. Єрмаченка В.С. Харків : ВД «ІнЖЕК», 2012. С. 211–224.
8. Мазаракі А.А., П'ятиницька Г.Т., Григоренко О.М. Ідентифікація контенту національного брендінгу. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 2(124). С. 5–33.
9. Мельник Т.М., Варібрусова А.С. Детермінанти формування національного бренду в умовах глобальної конкуренції. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2018. № 1(200). С. 137–142.
10. Ромат Є. Система бренд-маркетингових комунікацій. *Товари і ринки*. 2016. № 1. С. 16–24.
11. Студінська Г.Я. Бренд у національній економіці України : монографія. Київ : ДНДІМЕ, 2016. 345 с.
12. Окландер Т.О., Осетян О.М., Хидиров С. Комунікативні стратегії підприємств готельно-ресторанної сфери. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 37. С. 112–117.
13. Офіційний сайт брендінгової компанії Kantar Millward Brown. URL: <http://www.millwardbrown.com>
14. Файвіщенко Д.С. Теоретичні основи стратегічного управління брендом. *Modern Economics*. 2019. № 17. С. 232–238. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V17\(2019\)-37](https://doi.org/10.31521/modecon.V17(2019)-37)
15. Marriott відкрив перший п'ятизірковий готель Sheraton Kyiv Olimpiyskiy у 2020 році. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/consmarket/mariott-vidkryie-pershii-p-yatizirkoviy-gotel-sheraton-kyiv-olimpiyskiy-u-2020-roci-50027752.html>
16. OTI Holding, до складу якого входить туроператор Coral Travel, створює велику готельну мережу. URL: https://www.utg.net.ua/news/oti_holding_do_skladu_yakogo_vhodit_turoperatora_coral_travel_stvoryue_veliku_gotelnu_merezhu
17. Hotels 50 2019 ranking. URL: https://brandirectory.com/league_tables/table/hotels-50-2019
18. Ukraine and the World: the tourism system: monograph. / edited by A.A.Mazaraki. Prague : Eastern European Center of the Fundamental Researchers (EECFR), 2019. 260 p.

References:

1. Basiuk D.I., Barna M.Iu. Naukovi osnovy stratehichnoho rozvytku turystychno-hotelnoi haluzi. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*. 2018. № 54. S. 15–22.
2. Hrupa AccorHotels vidkryie pershyi hotel pid brendom Mercure v Kyievi. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2269667-grupa-accorhotels-vidkryie-persij-gotel-pid-brendom-mercure-v-kyievi.html>
3. Zhelizniak A.V. Vyznannia torhovoї marky brendom – chastyina stratehii pidvyshchennia konkurentospromozhnosti TNK u sferi turyzmu. *Visnyk chernihivskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu*. 2014. № 4(76). S. 133–141.
4. Zavidna L.D. Hotelnyi biznes: stratehii rozvytku: monohrafiia. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2017. 600 s.
5. Zubarieva M.A. Instrumenty populiaryzatsii hoteliu u sotsialnykh merezhakh. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/156.pdf>
6. Korolenko V.M., Sylchuk T.A. Sensorni marketynh yak innovatsiia v industrii hotelnoho hospodarstva. «Molodyi vchenyi». 2018. № 10(62). S. 433–435.
7. Melnychenko S.V., Avdan O.H. Brendynh u turystychnomu biznesi: teoretychni aspekty. *Turyzm v umovakh hlobalizatsii: osoblyvosti ta perspektivy rozvytku: monohrafiia*. Під ред. д.е.н., проф. Кизыма М.О., к.е.н., проф. Єрмаченка В.С. Харків: ВД «ІнЖЕК», 2012. С. 211–224.
8. Mazaraki A.A., Piatnytska H.T., Hryhorenko O.M. Identyfikatsiia kontentu natsionalnoho brendynhu. *Visnyk KNTU*. 2019. № 2(124). С. 5–33.
9. Melnyk T.M., Varibusova A.S. Determinanty formuvannia natsionalnoho brendu v umovakh hlobalnoi konkurent-sii. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*. 2018. № 1(200). С. 137–142.
10. Romat Ye. Systema brend-marketynhovykh komunikatsii. *Tovary i rynky*. 2016. № 1. С. 16–24.
11. Studinska H.Ia. Brend u natsionalnii ekonomitsi Ukrainy: monohrafiia. Kyiv: DNDIIME, 2016. 345 s.
12. Oklander T.O., Osetian O.M., Khydyrov S. Komunikatyvni stratehii pidpriemstv hotelno-restoranoi sfery. *Prychornomorski ekonomichni studii*. 2019. № 37. С. 112–117.
13. Ofitsiyni sait brendynhovoї kompanii Kantar Millward Brown. URL: <http://www.millwardbrown.com>
14. Faivishenko D.S. Teoretychni osnovy stratehichnoho upravlinnia brendom. *Modern Economics*. 2019. № 17. С. 232–238. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V17\(2019\)-37](https://doi.org/10.31521/modecon.V17(2019)-37)
15. Marriott vidkryie pershyi piyatzirkoviy hotel Sheraton Kyiv Olimpiyskiy u 2020 rotsi. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/consmarket/mariott-vidkryie-pershii-p-yatizirkoviy-gotel-sheraton-kyiv-olimpiyskiy-u-2020-roci-50027752.html>
16. OTI Holding, do skladu yakoho vkhodyt turoperator Coral Travel, stvoriue velyku hotelnu merezhu. URL: https://www.utg.net.ua/news/oti_holding_do_skladu_yakogo_vhodit_turoperatora_coral_travel_stvoryue_veliku_gotelnu_merezhu
17. Hotels 50 2019 ranking. URL: https://brandirectory.com/league_tables/table/hotels-50-2019
18. Ukraine and the World: the tourism system: monograph. / edited by A.A.Mazaraki. Prague: Eastern European Center of the Fundamental Researchers (EECFR), 2019. 260 p.

УДК 339.338.4

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.38>

Сапотницька Н.Я.

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний університет

ІННОВАЦІЙНІ ЗАХОДИ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТОВАРНОЇ БІРЖИ

У статті розкрито суть товарної біржі та зображено динаміку укладених угод на вітчизняних біржах. Розглянуто основні проблеми становлення українських бірж та акцентовано увагу на перспективі змін у їхньому розвитку. Ураховуючи тенденції до інформатизації суспільства та електронної комерції, розглянуто сучасний стан вітчизняних біржових операцій та інноваційні методи щодо їх удосконалення. Паралельно проведено характеристику здійснення закупівель на біржі з операціями на онлайн-платформі. Обґрунтовано доцільність участі приватного бізнесу в публічних закупівлях.

Ключові слова: товарна біржа, гуртовий ринок, публічні закупівлі, електронна комерція, електронна біржа.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ТОВАРНОЙ БИРЖИ

Сапотницкая Н.Я.

В статье раскрыта суть товарной биржи и представлена динамика заключенных сделок на отечественных биржах. Рассмотрены основные проблемы становления украинских бирж и акцентировано внимание на перспективе изменений в их развитии. Учитывая тенденции к информатизации общества и электронной коммерции, рассмотрены современное состояние отечественных биржевых операций и инновационные методы по их усовершенствованию. Параллельно проведена характеристика осуществления закупок на бирже с операциями на онлайн-платформе. Обоснована целесообразность участия частного бизнеса в публичных закупках.

Ключевые слова: товарная биржа, оптовый рынок, публичные закупки, электронная коммерция, электронная биржа.

INNOVATIVE MEASURES IN THE ACTIVITIES OF THE DOMESTIC COMMODITY EXCHANGE

Sapotnitska Nataliia

Commodity Exchange is a large enterprise that provides services for individuals and legal entities, which purchase large scales of goods on its own location. It is a civil-controlled market, which has its own explicit and stated rules and regulations for customer service, billing, including sales process and delivery. The purpose of the commodity exchange is creation of a stable market, providing a proper mechanism of financing season's needs, ensuring the execution of agreements; concentration of products' demands and offers; providing the service of sellers and customers which purchase definite kind of goods, including supplement of billing information. As for the micro-level, there is no the population and entrepreneurs' awareness of the exchange trading system sense, its advantages and key operations, as well as features of activities that can become a new branch of enterprise development. Any innovative decisions in the activities of domestic exchanges, caused by the economy's digitalization and forced to take such economic relations to a new level. It is explained by the appearing of a public procurement platform based on the Ukrainian Universal Exchange. In other words, trade processes must also adapt to the demands of society. Electronic commodity exchange operations are equally beneficial both for buyers and sellers, because of the following reasons: solicitations are conducted clearly and professionally, all agreements are absolutely legal, the activity of the electronic commodity exchange is fully automated and controlled, there is a possibility to take part in solicitations in any moment; requirements for participants are clear; deadlines for every solicitation's process stage are defined. Small and medium-sized commercial businesses can improve their condition due to modern changes. The participation of such enterprises in pilot projects will affect not only on incomes, but on the image, reputation, honesty. Also it will provide guarantees for the further expansion or diversification. It is a new important level of economic relations, based on competition and consolidation on market positions.

Keywords: commodity exchange, wholesale market, public procurement, e-commerce, e-exchange.

Постановка проблеми. У зв'язку з низькою ліквідністю та низькою культурою біржових торгів, а також недосконалістю біржового регулювання та непрозорістю біржових ринків промисловці не вважають за доцільне використовувати такий вид ринкових відно-

син. Хоча розвиток підприємництва, яке ґрунтується на співпраці із товарними біржами, має більше шансів на існування. Оскільки біржа у цьому разі виступає як страховик (гарант) стабільності (фіксованої ціни, наявного обсягу продукції, стабільних зв'язків тощо),

доцільно досліджувати відносини суб'єктів підприємства з товарними біржами у розрізі стратегічного партнерства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Товарна біржа, згідно з чинним законодавством, є особливим суб'єктом господарювання, який надає послуги в укладанні біржових угод, упорядковує товарообіг і сприяє торговельним операціям, що пов'язані з ним, виявленню попиту і пропозиції на товари, товарних цін тощо.

Проблеми розвитку біржової діяльності досліджували такі вітчизняні науковці, як: Г.М. Завадських [3], В.В. Лавринович, Б.П. Ліщук [5], Н.П. Резнік [6], М.О. Солодкий, О.М. Сохатська, О.В. Томчук та ін. Проте такий вид діяльності потребує подальших досліджень, оскільки він може стати фіксованою платформою для розвитку малого та середнього торговельного бізнесу.

Тобто це велике підприємство, яке на власній території надає послуги для фізичних та юридичних осіб щодо купівлі-продажу великих партій товарів. Це цивілізовано врегульований гуртовий ринок, який має свої чітко виражені та задекларовані правила та норми щодо обслуговування клієнтів, розрахунку, самого процесу купівлі-продажу та поставки.

Із погляду торгівлі товарна біржа – це різновид гуртового ринку без попереднього ознайомлення клієнта зі зразками товарів та заздалегідь сформованою партією. Товарні біржі можуть виконувати такі функції [8]:

- організацію реальних операцій із торгівлі;
- спекулятивну функцію – забезпечує ліквідність ринку та виявляє ціни на фізичному ринку;
- функцію безпечності – дає виробникам можливість захиститися від несприятливих змін ціни, а інвесторам – зменшити фінансовий ризик шляхом застосування відповідних інструментів фінансового інжинірингу;
- надання послуг посередництва для укладання торговельних угод;
- збір і публікацію фактичної інформації про ціни, стан виробництва та інші чинники, які мають вплив на ціну;
- упорядкування торгівлі товарами, регулювання торговельних операцій та вирішення торговельних спорів.

Наприклад, «...такий стратегічно важливий ринок, як ринок агропромислової продукції, не може існувати без ефективно регульованої платформи збуту. Таку

платформу якраз і створюють товарні біржі, оскільки це організований, постійно діючий ринок масових, стандартизованих, замінних товарів, на якому в умовах вільної конкуренції формуються ціни, здійснюється їх котирування, забезпечуються деперсоніфікація й публічність торгу, зниження трансакційних витрат та ризиків невиконання угод» [4].

Метою функціонування товарної біржі є: створення стабільного ринку, рівномірного механізму фінансування міжсезонних потреб, особливо сільськогосподарських виробників; забезпечення виконання угод, укладених на біржі; концентрація попиту та пропозиції на продукцію; інформаційне та розрахункове обслуговування продавців та покупців визначеної продукції.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення інноваційних заходів у вітчизняній біржовій діяльності для підтримки приватного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах міжнародний біржовий ринок – це ринок досить тісної конкуренції між біржовими об'єднаннями. На рис. 1 зображено структуру міжнародного біржового ринку станом на 2017 р.

Оприлюднена інформація щодо діяльності вітчизняних бірж Службою статистики України є досить застарілою. Останні дані щодо укладених угод на біржах за видами товарів (послуг) розраховані станом на 2017 р. На той час найбільшу сумарну вартість становили укладені угоди по сільськогосподарській продукції (рис. 2).

Починаючи з 2014 р. різко знизилися закупівлі палива та продовольчих товарів, але зросли закупівлі лісотоварів, непродовольчих товарів та нерухомості. Такі коливання передусім пов'язані з нестабільною економічною та політичною ситуацією в країні.

У зв'язку із цим можна стверджувати, що стан біржової торгівлі або не суттєво змінився, або навіть досить суттєво погіршився, оскільки стало недоцільним робити дослідження в даній сфері за визначеними показниками.

Основними глобальними (макро) причинами відсутності вітчизняного біржового ринку є [6]:

- відсутність належного законодавства та його нестабільність;
- відсутність якісної інформації про біржі країни та їхню діяльність;
- проблеми в кліринговій системі, яка необхідна біржовому ринку для розвитку;

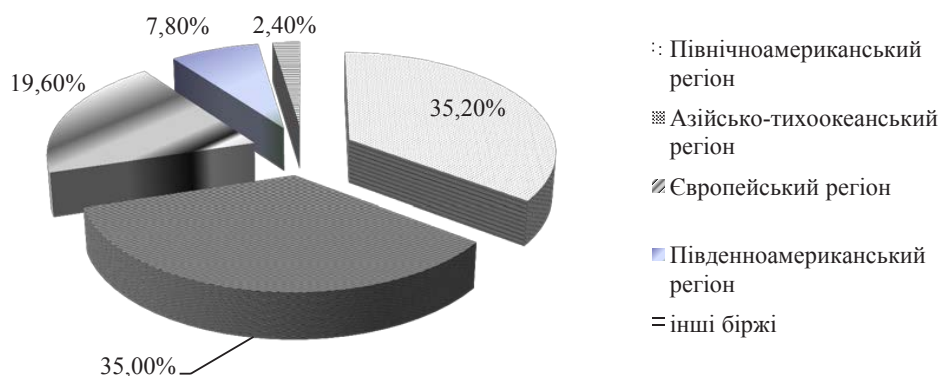


Рис. 1. Структура міжнародного біржового ринку (дані 2017 р.)

Джерело: побудовано автором на основі [5]

– високий рівень тіньової економіки, відсутність прозорості торговельних операцій.

Поряд із цим також відсутня обізнаність населення та підприємців щодо суті системи біржової торгівлі, її переваг та ключових операцій, а також особливостей діяльності, які можуть стати новою гілкою розвитку підприємництва.

В Україні за останні роки спостерігається ситуація з переважанням позабіржового ринку. Країна володіє певним біржовим потенціалом ринків цукру, зерна, насіння олійних культур, але сировинний товар потребує специфічних механізмів для формування прогнозних ринкових цін [1].

Наприклад, у сучасній Польщі Національний центр підтримки сільського господарства, Варшавська фондова біржа та Товарний кліринговий дім розпочали співпрацю з побудови продовольчої платформи [9]. Завдяки залученню цих інституцій торгівля товарами має бути сучасною, а в перспективі включатиме також інші ринки Центральної та Східної Європи. Проект полягає у наданні відповідності пропозицій постачальників із покупцями, які шукають стандартизовану сільськогосподарську продукцію на ринку. Продовольча платформа повинна бути орієнтована переважно на комерційні ферми, які можуть пропонувати конкретні партії однорідних товарів. Але це також дасть можливість для менших суб'єктів, хто зможе зібрати сільськогосподарську продукцію, що зменшить витрати на збут та комерційний ризик.

Проте є й позитивний крок у зміні діяльності вітчизняних товарних бірж, а саме: «...Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР) спільно з Міністерством економічного розвитку і торгівлі підписали Меморандум щодо спільних зусиль із розбудови в Україні сучасної моделі організованої торгівлі товарними активами. Використовуючи найкращий світовий досвід, Мінекономрозвитку та НКЦПФР сприятимуть розбудові ефективної інфраструктури для прозорої торгівлі товарними активами. Планується залучити до процесу учасників ринку та міжнародних партнерів» [2].

Удосконалення механізму функціонування біржового ринку в Україні має включати такі заходи: законодавчо-правового характеру, державного сприяння та регулювання розвитку біржового ринку; економічної стабільності й гармонізації середнього та малого бізнесу – безпосередніх виробників та інших суб'єктів економіки, у тому числі бірж; страхування фінансових ризиків і гарантії виконання біржових контрактів; участь вітчизняних бірж у роботі міжнародної біржової інфраструктури; повноцінне впровадження електронних біржових торговельних систем [6].

Ураховуючи розвиток інформаційних технологій, корінна суть товарної біржі дещо видозмінилася – стала електронною товарною біржою, на якій можна купити автомобілі, право викупу, меблі, нерухомість та багато іншого. Для прикладу, у Польщі створено онлайн-платформу «Біржа товарів» [10] на базі звичайного Інтернет-магазину «Бізнесоферта». Вона призна-

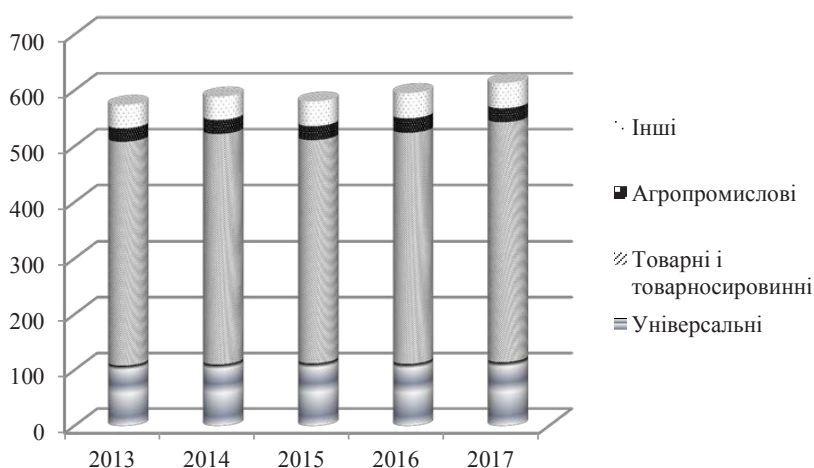


Рис. 2. Динаміка зареєстрованих вітчизняних бірж за 2013–2017 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [3]

чена для торгівлі в розрізі B2B, тобто є перелік товарів, які можна купити гуртом за визначеною ціною для подальшої реалізації. При цьому робота з електронною товарною біржою однаково вигідна як покупцям, так і продавцям [7]:

- торги проводяться чітко і професійно;
- усі угоди абсолютно законні;
- робота електронної товарної біржі повністю автоматизована;
- можна взяти участь у торгах у будь-який момент.

Щодо електронних торговельних біржових систем, зокрема на вітчизняному просторі, слід відзначити систему «Прозорро» та її акредитований торговий майданчик – Українську універсальну біржу.

Таке інноваційне рішення в діяльності біржі є досить кардинальним та докорінно змінює як враження про біржові торги, так і про системність та оперативність під час укладання договорів.

Сторонами таких торгів є:

- замовники: органи державної влади та міського самоврядування; органи соціального страхування; підприємства, установи та організації, які забезпечують потреби держави або територіальної громади; юридичні особи – монополісти;
- учасники: фізична особа, ФОП, юридична особа – резидент або нерезидент, об'єднання учасників.

Для прийняття участі в торгах (тендерних закупівлях), окрім того що потрібно подати заявку, ще потрібно відповідати всім параметрам виконання умов платформи. Тобто за згоди суб'єкта на обробку його персональних даних система в особі адміністраторів перевіряє його на наявність, платоспроможність, заборгованість перед податковою інспекцією та іншими службами, наявність бенефіціарів, кількість працівників, кваліфікаційні вимоги, оборот за попередній період та ін. Окрім того, не обов'язково реєструватися на платформі, щоб побачити актуальні на даний момент пропозиції та претендентів щодо їх виконання. Ця інформація є повністю відкритою та доступною. Така система перевірки має позитивний характер як для адміністраторів, так і для самих учасників, оскільки вони страхують себе від ризику невиконання умов договору (збою поставки товару (послуг), неоплати авансових платежів та ін.).

Таблиця 1

№ з/п	Публічні закупівлі	Біржові торги
Учасники		
1	Учасник, зареєстрований у системі	Учасник біржі (сплатив членський внесок)
2	Замовник, зареєстрований у системі	Учасник біржі (сплатив членський внесок)
Торговельний майданчик		
3	Електронний майданчик	Торговельна (біржова) зала («яма»)
Моніторинг закупівлі		
4	Адміністратори платформи	Виконавча дирекція, ревізійна комісія
Орган оскарження		
5	Антимонопольний комітет України	Біржовий арбітраж
Документація		
6	Тендерна документація	Укладені угоди на отримання послуг біржі та на поставку товару
Предмет закупівлі		
7	Товари, роботи, послуги	Товари
8	Пропозиція щодо предмету закупівлі (тендерна пропозиція)	Стандартизований товар
Уніфікований розмір партії		
9	Лот	Лот
Особливості стандартизації та документообігу		
10	Код закупівлі за ДК	Стандарти біржі
11	Ідентифікатор закупівлі	
Уповноважена особа		
12	Учасник (замовник) із додатковою юридичною підтримкою (за бажання)	Біржовий брокер
Гарантії та оплата		
13	За участю державного банку та адміністраторів платформи	Клірингова палата та ревізійна комісія
Процедура здійснення		
14	Передбачені системою чіткі межі для подачі заявок, оскаржень та пропозицій (чіткий таймер)	Процедура залежить безпосередньо від правил біржі

Джерело: власна розробка

Доцільність порівняння публічних закупівель із біржовими впливає з урегульованих та задекларованих умов, тобто як і на біржі, тут присутні певні параметри, яким має відповідати процес укладання угоди (табл. 1).

Для невеликих підприємств, які не відповідають вимогам організаторів за обсягом обороту чи кількістю працівників, тобто малих підприємств, є також продумана альтернатива. Платформа «Прозорро-Маркет» (PROZORRO Market) дає змогу проводити комерційні закупівлі робіт та послуг. Під час таких операцій система також гарантує безпеку та виконання умов договору. Обсяг закупівель на цій платформі повинен становити 50–200 тис грн, так звані допорогові закупівлі. Сьогодні в електронному каталозі існує близько 70 тис категорій товарів. Найпоширенішими категоріями товарів на «ПрозорроМаркет» є офісний папір, картриджі, ПК, принтери, лікарські засоби та обладнання.

Висновки з проведеного дослідження. Малий та середній торговельний бізнес може поліпшити свій стан за умови відповідності сучасним змінам. Тобто участь таких підприємств у пілотних проектах вплине не лише на їхні прибутки, а й на імідж, ділову репутацію, довіру та принесе гарантії для подальшого розширення чи диверсифікації. Це новий рівень економічних відносин, який є важливим підґрунтям для

ведення конкурентної боротьби та закріплення позицій на ринку.

Тому доцільно визначити та в подальшому досліджувати основні шляхи, які в майбутньому вплинуть на процес становлення вітчизняного біржового товарного ринку, а саме:

- зростання рівня обізнаності суб'єктів господарювання про можливості інструментів біржового ринку, яке можна здійснювати шляхом різних тренінгів та конференцій за участі відомих бірж;

- рівень розвитку виробництва та споживання товарів: збільшення споживання веде до збільшення виробництва і, як наслідок, до збільшення оптових закупівель;

- зміни обсягів експорту та імпорту товарів унаслідок змін, залежних від обсягів власного виробництва та споживання;

- ступінь інтегрованості біржових структур в єдину мережу: включення їх в інфраструктуру підприємств як ключову оптову сировинну ланку.

Будь-які інноваційні рішення у діяльності вітчизняних бірж, викликані діджиталізацією економіки, змушені вивести такого роду економічні відносини на новий рівень. Як пояснення до цього – виникнення платформи публічних закупівель на базі Української універсальної біржі. Тобто торговельні процеси також повинні адаптуватися під вимоги суспільства.

Список використаних джерел:

1. Вавдійчик І.М. Сучасний стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні. *Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 15. С. 182–185. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/36.pdf> (дата звернення: 18.03.2020).
2. В Україні реформують систему товарних бірж за найкращими світовими стандартами. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-novosti-zakonodatelstva-1-v-ukraine-reformiruyut-sistemu-tovarnyx-birzh-po-luchshim-mirovym-standartam> (дата звернення: 18.03.2020).
3. Завадських Г.М., Тебенко В.М. Сучасний стан та перспективи розвитку біржового товарного ринку України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2018. № 1(36). С. 146–154. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/196144770.pdf> (дата звернення: 23.02.2020).
4. Кубрак Н.Р., Ткач С.М., Урбан І.Р. Біржовий ринок України та перспективи розвитку. *Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького*. 2016. Т. 18. № 2(69). URL: https://www.researchgate.net/publication/309227813_BIRZOVII_RINOK_UKRAINI_TA_PERSPEKTIVI_ROZVITKU/ (дата звернення: 01.03.2020).
5. Лішук Ю.С. Розвиток біржового ринку сільськогосподарської продукції. *Економіка і суспільство*. 2018. № 15. С. 147–153. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/24.pdf (дата звернення: 07.03.2020).
6. Резнік Н.П. Особливості функціонування та перспективи розвитку біржової діяльності в Україні. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewById/72737.pdf> (дата звернення: 12.03.2020).
7. Чим примітна електронна товарна біржа. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2367621-cim-primitna-elektronna-tovarna-birza.html (дата звернення: 01.03.2020).
8. Król. J. Giełdy towarowe – historia, zasady działania i rola we współczesnej gospodarce. URL: https://wneiz.pl/nauka_wneiz/sip/sip37-2014/SiP-37-t1-9.pdf (дата звернення: 26.03.2020).
9. Nowy wymiar handlu. URL: <http://www.rolpetrol.com.pl/2019-02-04-nowy-wymiar-handlu/> (дата звернення: 26.03.2020).
10. Oferty na Hurtowej Giełdzie Towarów według branż. URL: <https://www.biznesoferty.pl/hurtowa-gielda-towarow/> (дата звернення: 26.03.2020).

References:

1. Vavdijchik I.M. (2017). Suchasnyj stan ta tendencii' rozvytku birzhovoi' torgivli v Ukraini [Modern state and tendencies of development of exchange trade in Ukraine]. Bulletin of Mykolaiv National University Sukhomlinsky. Global and national problems of economy, vol. 15, pp. 182–185. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/36.pdf> (accessed 18 March 2020).
2. V Ukraini reformujut' systemu tovarnyh birzh za krashhymy svitovymy standartamy [The system of commodity exchanges is being reformed to the best world standards in Ukraine]. Available at: <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-novosti-zakonodatelstva-1-v-ukraine-reformiruyut-sistemu-tovarnyx-birzh-po-luchshim-mirovym-standartam> (accessed 18 March 2020).
3. Zavadskyh G.M., Tebenko V.M. (2018) Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku birzhovogo tovarного rynku Ukrainy [Current state and prospect for development of the stock commodity market of Ukraine]. Collection of scientific works of the Taurida State Agrotechnological University (Economic Sciences), no. 1(36), pp. 146–154. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/196144770.pdf> (accessed 23 February 2020).
4. N. Kubrak, S. Tkach, I. Urban (2016) Birzhovyy rynek Ukrainy ta perspektyvy rozvytku [The exchange market of Ukrainian and current state]. Scientific Messenger LNUVMBT named after S.Z. Gzhytskyj, vol. 18, no. 2(69). Available at: https://www.researchgate.net/publication/309227813_BIRZOVII_RINOK_UKRAINI_TA_PERSPEKTIVI_ROZVITKU/ (accessed 1 March 2020).
5. Lischuk Yu.S. (2018) Rozvytok birzhovogo rynku sil's'kogospodars'koi' produkcii' [Development of the exchange market of agricultural production]. Economy and society, vol. 15, pp. 147–153. Available at: http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/24.pdf (accessed 7 March 2020).
6. Reznik N.P. (2016) Osoblyvosti funkcionuvannja ta perspektyvy rozvytku birzhovoi' dijal'nosti v Ukraini [Features of functioning and prospect of development of exchange activity are in Ukraine]. Available at: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewById/72737.pdf> (accessed 12 March 2020).
7. Chym prymitna elektronna tovarna birzha [What is noticeable electronic commodity exchange]. Available at: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2367621-cim-primitna-elektronna-tovarna-birza.html (accessed 1 March 2020).
8. Król. J. Giełdy towarowe – historia, zasady działania i rola we współczesnej gospodarce. Available at: https://wneiz.pl/nauka_wneiz/sip/sip37-2014/SiP-37-t1-9.pdf (accessed 26 March 2020).
9. Nowy wymiar handlu. Available at: <http://www.rolpetrol.com.pl/2019-02-04-nowy-wymiar-handlu/> (accessed 26 March 2020).
10. Oferty na Hurtowej Giełdzie Towarów według branż. Available at: <https://www.biznesoferty.pl/hurtowa-gielda-towarow/> (accessed 26 March 2020).

E-mail: wolovec@gmail.com

УДК 338.26:658.15

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.39>

Степура В.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та банківської справи,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ІНТЕГРОВАНОГО ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ

У статті обґрунтовано необхідність формування системи інтегрованого фінансового планування, що забезпечує взаємозв'язок між підсистемами фінансового планування та ризик-менеджментом. Запропоновано підхід до аналізу ефективності системи інтегрованого фінансового планування. Аналіз ефективності пропонується проводити за критеріями ступеня виконання фінансового плану, ризику виконання фінансового плану та підвищення фінансової стійкості підприємства. Такий підхід дає змогу комплексно оцінити запроваджену систему інтегрованого фінансового планування, а саме: здійснити рейтинговий аналіз ступеня виконання фінансового плану підприємства; оцінити ефективність фінансового планування за критерієм підвищення фінансової стійкості підприємства; оцінити ефективність варіантів фінансового плану підприємства; оцінити ризик виконання фінансового плану з погляду недоотримання доходів. Обґрунтовано підходи до впровадження системи інтегрованого фінансового планування з наданням характеристик їхніх переваг та недоліків.

Ключові слова: фінансове планування, ризикоорієнтоване фінансове планування, інтегроване фінансове планування, ризик, фінансова стійкість, оцінка ефективності.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ ИНТЕГРИРОВАННОГО ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Степура В.В.

В статье обоснована необходимость формирования системы интегрированного финансового планирования, которая обеспечивает взаимосвязь между подсистемами финансового планирования и риск-менеджментом. Предложен подход к анализу эффективности системы интегрированного финансового планирования. Анализ эффективности предлагается проводить по критериям степени выполнения финансового плана, риска выполнения финансового плана и повышения финансовой устойчивости предприятия. Такой подход позволяет комплексно оценить внедренную систему интегрированного финансового планирования, а именно: осуществить рейтинговый анализ степени выполнения финансового плана предприятия; оценить эффективность финансового планирования по критерию повышения финансовой устойчивости предприятия; оценить эффективность вариантов финансового плана предприятия; оценить риск выполнения финансового плана с точки зрения недополучения доходов. Обоснованы подходы к внедрению системы интегрированного финансового планирования с предоставлением характеристик их преимуществ и недостатков.

Ключевые слова: финансовое планирование, риск-ориентированное финансовое планирование, интегрированное финансовое планирование, риск, финансовая устойчивость, оценка эффективности.

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF THE INTEGRATED FINANCIAL PLANNING SYSTEM

Stepura Viktor

The article substantiates the need for the formation of an integrated financial planning system that provides the relationship between the financial planning subsystems and risk management. The paper proposes an approach to analyzing the effectiveness of the integrated financial planning system. The analysis of efficiency is proposed to be carried out according to the criteria of the degree of financial plan implementation, the risk of financial plan implementation and improving the financial stability of the enterprise. This approach makes it possible to comprehensively evaluate the implemented system of integrated financial planning, namely: to perform rating analysis of the degree of implementation of the company's financial plan; to evaluate the effectiveness of financial planning based on the criterion of increasing the financial stability of the enterprise; to evaluate the effectiveness of the company's financial plan options; to assess the risk of the implementation of the financial plan in terms of revenue shortfall. To assess the effectiveness of financial planning by the criterion of increasing the financial stability of the enterprise, the paper provides formulas for mathematical calculation of the indicator of the effectiveness of changes in the financial planning system. The article highlights the factors that can cause uncertainty of the plan. The paper substantiates approaches to the implementation of the integrated financial planning system with the provision of characteristics of their advantages and disadvantages. It is determined that for the implementation of integrated financial planning, it is advisable to use such methods as the method of parallel adaptation; the method of functional replacement; the method of a pilot project; step-by-step reforming method. The criteria for selecting the method

are the probability of achieving the goal (a probability indicator), the effectiveness of the approach (the ratio of costs and results), the timing of the reorganization of the existing planning system, the time lag of the effect, and adaptive capabilities. The paper proves that the improvement of financial planning based on an integrated approach allows making decisions that are adequate to the market situation to ensure the financial stability of enterprises.

Keywords: financial planning, risk-oriented financial planning, integrated financial planning, risk, financial stability, assessment of the effectiveness.

Постановка проблеми. Фінансове планування діяльності підприємств є інструментом управління фінансами, що дає змогу визначати потенційні можливості розвитку та зводити до мінімуму вплив невизначеності та ризику. Досягнення позитивних результатів діяльності підприємств в умовах невизначеності можливе на підставі комплексних планових рішень за критеріями фінансової стійкості та ризику.

Існуючі методики фінансового планування здебільшого спрямовані на контроль окремих фінансово-економічних показників, роль планування обмежена. Процедура складання фінансових планів є недосконалою, вони не враховують фінансові витрати на здійснення заходів з управління ризиками. Забезпеченню взаємозв'язків між підсистемами фінансового планування та ризик-менеджменту сприятиме впровадження інтегрованого підходу. Засобом вирішення цього питання є формування системи інтегрованого фінансового планування з розробленням варіантних сценаріїв залежно від передбачуваних тенденцій внутрішнього розвитку і зміни зовнішнього середовища. Кінцевим етапом управління системи інтегрованого фінансового планування є оцінка її ефективності, а саме ступеню виконання фінансового плану, ризику його виконання та підвищення фінансової стійкості підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання організації фінансового планування висвітлюються в роботах вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких: Р.Л. Акофф, М.М. Алексєєва, М.Д. Білик, Р. Брейлі, М.І. Бухалков, Л.П. Владимірова, О.І. Волков, О.П. Гузенко, Л. Єзгор, Т.А. Козенкова, Н.В. Колчина, О.В. Кравченко, Л.А. Костирко [1], Ю.Б. Кракос, С. Майєрс, Л.О. Меренкова, О.В. Панасенко, В.І. Рудика [5], Л.В. Тешева, М.П. Хохлов [6], М.О. Юнацький [7], О.Г. Янковий. На необхідності врахування чинника ризику в процесі фінансового планування та багатоваріантності планових розрахунків наголошує низка вітчизняних учених, зокрема О.В. Кобзій, О.О. Кравченко, С.В. Науменкова, З.Ф. Петраєва [3], А.В. Роговий, Г.В. Ситник.

Відзначаючи вагомий внесок науковців у цій сфері, слід зауважити, що окремі аспекти фінансового планування діяльності підприємств потребують подальшого дослідження. Зокрема, це стосується методичного забезпечення формування системи інтегрованого фінансового планування та розкриття місця, ролі та функцій фінансового планування в управлінні ризиками та забезпеченні фінансової стійкості підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є методичне обґрунтування процесу оцінки ефективності інтегрованого фінансового планування у забезпеченні фінансової стійкості підприємства; виокремлення чинників, що здатні викликати невизначеність плану; обґрунтування підходів до впровадження інтегрованого фінансового планування з наданням характеристик їхніх сильних та слабких сторін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтегроване планування як цілісна технологія і методичний інструментарій є сучасною формою фінансового планування й характеризується високим ступенем універсальності. Дуже важливим є й той факт, що створення системи ризикоорієнтованого фінансового планування сприяє інтеграції технологій планування і ризик-менеджменту, що, своєю чергою, позитивно позначається на підвищенні ефективності управління фінансовою стійкістю підприємств.

Економічна ефективність науково-методичних рекомендацій щодо ризикоорієнтованого фінансового планування досягається за рахунок можливості ідентифікації ризикових подій, пов'язаних із реалізацією планів, коригування параметрів плану залежно від стану фінансової стійкості та ризику, планування витрат на управління ризиками. Аналіз ефективності системи інтегрованого фінансового планування пропонується проводити за критеріями ступеня виконання фінансового плану, підвищення фінансової стійкості підприємства та ризику виконання фінансового плану. Оцінка ефективності формування інтегрованої системи фінансового планування може бути надана за такими етапами.

На першому етапі здійснюється рейтинговий аналіз ступеня виконання фінансового плану підприємств із використанням методу Дельфі та методу евклідової відстані [1, с. 423–424]. Вихідні дані щодо виконання фінансового плану досліджуваних підприємств беруться з фінансової звітності. Послідовність розрахунку рейтингу можна представити такими етапами: матриця координат → матриця квадратів → сума балів підприємства → ранжування. Для уточнення результатів порівняльного аналізу підприємств з урахуванням значущості показників пропонується використовувати метод експертної оцінки за п'ятибальною шкалою.

Другий етап передбачає оцінку ефективності фінансового планування за критерієм підвищення фінансової стійкості підприємства. Для вирішення цього завдання найбільш придатним індикатором є показник результативності змін у системі фінансового планування ($\Pi_{\text{эф}}$):

$$\Pi_{\text{эф}} = \frac{(1 - \text{ПП} / 2) \cdot (\text{ВП} - 1 / 2 \cdot C_{\text{дж}} \cdot \text{ДЗ}_1) - \text{ПП} / 2 \cdot |\text{ВП} - 1 / 2 \cdot C_{\text{дж}} \cdot \text{ДЗ}_1|}{\text{НА}_0 \cdot (\Delta\text{ОА} \cdot U(\text{ВР}_1 - \text{ВР}_0) \cdot (1 - \text{Ам} / \text{НА}) - \text{Ам} / \text{НА}) + \text{ДЗ}} \cdot p, \quad (1)$$

де ПП – ставка податку на прибуток; ВП – валовий прибуток; $C_{\text{дж}}$ – ставка по довгостроковим кредитах; ДЗ_1 – проєктований рівень довгострокових зобов'язань підприємства; p – вірогідність здійснення варіанту фінансового плану за

різними сценаріями; НА_0 – необоротні активи в поточному році; $\Delta\text{ОА}$ – показник збільшення оборотних активів; Ам – амортизація; ВР_1 – прогнозне значення виручки; В_0 – фактичне значення виручки; U – функція Хевісайда;

$$U(BP_1 - BP_0) = \begin{cases} 0 & \text{при } (BP_1 - BP_0) \leq 0, \\ 1 & \text{при } (BP_1 - BP_0) > 0. \end{cases} \quad (2)$$

Максимізація критерію результативності змін у системі фінансового планування свідчить про ефективність фінансового планування і підвищення фінансової стійкості підприємства:

$$P_{ef} = ((\text{ЧП}_1 - \text{ЧП}_0) / |\Delta \text{ЧА}|) \cdot p > 0 \quad (3)$$

де ЧП₁, ЧП₀ – чистий прибуток після і до проведення змін у системі фінансового планування; ΔЧА – зміна вартості чистих активів після впровадження ризикоорієнтованого планування; p – вірогідність різних напрямів розвитку системи фінансового планування.

Аналіз результативності змін у системі фінансового планування підприємств здійснюється на основі розрахунку планових показників активів і пасивів та фінансових результатів, показників ризикоорієнтованих фінансових планів.

На третьому етапі здійснюється оцінка ефективності варіантів фінансового плану підприємства.

Четвертий етап передбачає оцінку ризику виконання фінансового плану з погляду недоотримання доходів. Ризики дохідної і витратної частин планів безпосередньо впливають на фінансову стійкість підприємств. Ризик пов'язаний із вірогідністю нездійснення якого-небудь заходу, із прорахунками реальних подій у плануванні ризик є відхиленням планових грошових потоків від їх очікуваного значення. Він вимірюється ступенем імовірнісного нездійснення запланованого заходу, недосягнення наміченого рівня виконання плану, сумою втрат запланованих доходів.

Чинниками, які можуть викликати невизначеність плану, є:

- відсутність інформації щодо бази оподаткування, надання пільг, зміни фінансових витрат;
- протидія (фінансова неспроможність, зростання дебіторської та кредиторської заборгованості);
- нестабільність нормативно-законодавчої бази;
- форс-мажор, надзвичайні події.

Якщо визначити ризик плану як непостійність його виконання порівняно з очікуваною величиною, то 100%

виконання плану – безризиковий план, а, відповідно, виконання планів яких нижче від стовідсоткового, – ризиковий. Чим більше мінливість (непостійність його виконання), тим більше величина ризику. Фактичне виконання плану можна розглядати як випадкову змінну, що підкоряється закону розподілу вірогідності та характеризується такими аспектами: математичним очікуванням та стандартним відхиленням виконання плану.

Для впровадження інтегрованого фінансового планування доцільно використовувати методи: паралельної адаптації, функціональної заміни, пілотного проєкту, поетапного реформування (табл. 1). Критеріями вибору методу є вірогідність досягнення мети (імовірнісний показник), ефективність підходу (співвідношення витрат і результатів), терміни реорганізації існуючої системи планування, часовий лаг прояву ефекту, адаптаційні можливості.

Успіх формування системи інтегрованого фінансового планування визначається ступенем готовності підприємства до потенційних ризикових ситуацій, наявністю резервів, достатністю власних обігових коштів для фінансування заходів щодо попередження втрат від ризиків, рівнем підготовки менеджерів, ефективністю застосовуваних методів. Удосконалення фінансового планування на підставі інтегрованого підходу дає змогу приймати адекватні ринковій ситуації рішення щодо забезпечення фінансової стійкості підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Методичний підхід до організації інтегрованого фінансового планування передбачає введення стадії складання ризикоорієнтованих планів, елементами яких є планові фінансові витрати на заходи з управління ризиками, що підлягають подальшому включенню у фінансові плани підприємства. Для оцінки цих витрат пропонується використовувати статистичні та аналітичні методи.

Ризикоорієнтоване фінансове планування забезпечує економічну обґрунтованість планових рішень щодо стабільного розвитку підприємства. Інформація ризикоорієнтованих фінансових планів використовується для оцінювання впливу ризикових подій на фінансову стійкість підприємства. Для організації

Таблиця 1

Підходи до впровадження інтегрованого фінансового планування на підприємствах

Найменування підходу	Сутність підходу	Переваги підходу	Недоліки підходу
1. Метод паралельної адаптації	Стара і нова системи фінансового планування функціонують паралельно, заміна відбувається після повної адаптації нових структур і технологій планування	Відсутність опору, можливість коректувати нову систему фінансового планування, не втрачаючи ефективності існуючої системи планування	Збільшуються витрати, дублюються роботи
2. Метод швидкої функціональної заміни	Нова система інтегрованого фінансового планування швидко замінює існуючу	Можливе швидке впровадження елементів системи інтегрованого фінансового планування	З'являється небезпека виникнення сильного опору всередині організації
3. Метод пілотного проєкту	В окремих функціональних сферах реалізуються лише окремі функції й елементи нової системи інтегрованого фінансового планування до повної реструктуризації існуючої системи	Слабкий опір змінам, що проводяться	Небезпека затягування процесу реорганізації, що може призвести до повного припинення впровадження
4. Метод поетапного реформування	Реалізується ітераційна схема впровадження інтегрованого фінансового планування, яка передбачає чітку структуризацію етапів і критеріїв переходу з етапу на етап	Посідає переваги перших двох підходів, знижує опір змінам	Висока вартість проєкту, значна тривалість

ризикоорієнтованого фінансового планування підприємства структура інформаційного забезпечення доповнюється інформацією щодо потенційних ризиків і джерел їх виникнення.

Із метою моніторингу фінансової ситуації в період упровадження заходів щодо ризикоорієнтованого пла-

нування запропоновано показник результативності змін у системі фінансового планування. Оцінювання ефективності фінансового планування здійснюється на основі таких критеріїв, як ступень виконання фінансового плану, зростання фінансової стійкості підприємства та ризик виконання фінансового плану.

Список використаних джерел:

1. Костирко Л.А. Фінансовий механізм сталого розвитку підприємств: стратегічні орієнтири, системи забезпечення, адаптація : монографія. Луганськ : Ноулідж, 2012. 474 с.
2. Кондрашихін А.Б., Пєпа Т.В. Теорія та практика підприємницького ризику : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 224 с.
3. Петряєва З.Ф. Методичне забезпечення управління фінансовими ризиками підприємства. *Молодий вечірний*. 2018. № 10(62). С. 368–373. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20806> (дата звернення: 08.04.2020).
4. Проценко Я.В. Ризикоорієнтованість у розвитку фінансового планування на підприємстві. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 2. С. 108–113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2018_2_20 (дата звернення: 08.04.2020).
5. Рудика В.І., Шпірна Д.С. Формування системи фінансового планування і прогнозування на підприємстві. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 33. С. 307–316. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ifrctr_2019_33_47 (дата звернення: 08.04.2020).
6. Тєшева Л.В., Хохлов М.П., Петрова І.М. Роль фінансового планування у сучасних умовах господарювання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 23. С. 314–320.
7. Юнацький М.О. Огляд сучасних методів прогнозування фінансового стану підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6232> (дата звернення: 08.04.2020).

References:

1. Kostyrko L. A. (2012) *Finansovyi mekhanizm staloho rozvytku pidpriumstv: stratehichni oriientyry, systemy zabezpechennia, adaptatsiia: monohrafiia* [Financial mechanism of sustainable enterprise development: strategic guidelines, systems of support, adaptation: monograph]. Luhansk: Vyd-vo «Noulidzh». (in Ukrainian)
2. Kondrasykhin A. B., Pepa T. V. (2016) *Teoriia ta praktyka pidpriumnytskoho ryzyku* [The theory and practice of entrepreneurial risk]. Kyiv: Tsentru uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
3. Petriaiava Z. F. (2018) *Metodychne zabezpechennia upravlinnia finansovymy ryzykamy pidpriumstva* [Methodical support of financial risk management of the enterprise]. *Naukovyi zhurnal «Molodyi vchenyi»*, vol. 10, no. 62, pp. 368–373. Available at: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20806> (accessed: 08 April 2020).
4. Protsenko Ya. V. (2018) *Ryzykooriiientovanist u rozvytku finansovoho planuvannia na pidpriumstvi* [Risk orientation in the development of financial planning at the enterprise]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*, vol. 2, pp. 108–113. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2018_2_20 (accessed: 08 April 2020).
5. Rudyka V. I., Shpirna D. S. (2019) *Formuvannia systemy finansovoho planuvannia i prohnozuvannia na pidpriumstvi* [Formation of financial planning and forecasting system at the enterprise]. *Infrastruktura rynku*, vol. 33, pp. 307–316. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ifrctr_2019_33_47 (accessed: 08 April 2020).
6. Tjesheva L. V., Khokhlov M. P., Petrova I. M. (2018) *Rolj finansovoghho planuvannja u suchasnykh umovakh ghospodarjuvannja* [The role of financial planning in modern economic conditions]. *Global and national problems of economy*, vol. 23, pp. 314–320. (in Ukrainian)
7. Yunatskyi M. O. (2018) *Ohliad suchasnykh metodiv prohnozuvannia finansovoho stanu pidpriumstva* [An overview of modern methods of forecasting the financial condition of enterprises]. *Efektivna ekonomika*, vol. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6232> (accessed 08 April 2020).

E-mail: viktor.v.stepura@gmail.com

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ

УДК 338.484:477.84

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.40>

Тарасова В.В.

*доктор економічних наук, професор,
Поліський національний університет*

Ковалевська І.М.

*кандидат економічних наук, старший викладач,
Поліський національний університет*

УНІКАЛЬНІ ПРИРОДНІ КОМПЛЕКСИ ЕКОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У статті надано інформацію про унікальні природні комплекси – об'єкти природно-заповідного фонду, їхні види, структуру та місця найбільшого розповсюдження по території України. Знання про природні комплекси потрібні туристу, оскільки вони справді становлять великий інтерес, тому що природа тут особливо багата. Окрім того, вони показують, що саме потрібно туристу відвідати в тому чи іншому регіоні. Екологічний туризм із його величезними рекреаційними і пізнавальними можливостями покликаний сформуванати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств, донести до людей нагальність і важливість питань захисту навколишнього середовища. Метою статті є висвітлення результатів вивчення сучасного стану екологічного туризму на базі природоохоронних територій ПЗФ, їх розвитку, складу і структури, розповсюдження по території України та зональної диференціації. Висвітлено основні об'єкти екотуризму, зокрема біосферні та природні заповідники, національні та регіональні ландшафтні парки, їх зональний розподіл.

Ключові слова: екологічний туризм, унікальні природні комплекси, об'єкти (ПЗФ), заповідники, заказники, урочища, парки, національні та регіональні ландшафтні парки.

УНИКАЛЬНЫЕ ПРИРОДНЫЕ КОМПЛЕКСЫ ЭКОТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Тарасова В.В., Ковалевская И.Н.

В статье представлена информация об уникальных природных комплексах – объектах природно-заповедного фонда, их видах, структуре и местах наибольшего распространения по территории Украины. Знание о природных комплексах нужны туристу, поскольку они действительно представляют большой интерес, так как природа здесь особенно богата. Кроме того, они показывают, что именно нужно туристу посетить в том или ином регионе. Экологический туризм с его огромными рекреационными и познавательными возможностями призван сформировать общественное сознание по охране и рациональному использованию природных богатств, донести до людей актуальность и важность вопросов защиты окружающей среды. Целью статьи является представление результатов изучения современного состояния экологического туризма на базе охраняемых территорий ПЗФ, их развития, состава и структуры, распространения по территории Украины и зональной дифференциации. Освещены основные объекты экотуризма, в том числе биосферные и природные заповедники, национальные и региональные ландшафтные парки, их зональное распределение.

Ключевые слова: экологический туризм, уникальные природные комплексы, объекты (ПЗФ), заповедники, заказники, урочища, парки, национальные и региональные ландшафтные парки.

UNIQUE NATURAL COMPLEXES FOR ECO-TOURISM IN UKRAINE

Tarasova Valentyna, Kovalevska Iryna

The article provides information about unique natural complexes – objects of the nature reserve fund, their types, structure and places of the biggest distribution in Ukraine. Knowledge of natural complexes is necessary for the tourist, because they really are of great interest, since nature here is particularly rich. Moreover they show, what exactly should a tourist visit in a particular region. From year to year, the value of the tourism industry is constantly increasing, so as the burden on the environment. Eco-tourism with its enormous recreational and cognitive opportunities is designed to create a public awareness of the protection and rational use of natural resources, to convey to the people the urgency and importance of environmental issues. The purpose of the article is to cover the results of the study of the current state of ecological tourism on the basis of nature conservation areas of the NRF, their development, structure, distribution in Ukraine and zonal differentiation. The article highlights main objects of ecotourism, including biosphere and nature reserves, national and regional landscapes and their zonal distribution. Depending on the environmental and scientific value, all objects of the NRF are divided into 2 groups: of national and local importance. National and biosphere reserves, national parks are of national importance, and regional landscapes and nature reserves are only locally relevant. The group of objects of complex impor-

tance are all others: nature reserves, nature parks, arboretums, zoos, parks and gardens. The listed objects are different in tasks, security mode, subordination level. The largest area in Ukraine is occupied by nature reserves, national nature parks and regional landscapes. In order to protect fish stocks, habitats, spawning grounds, foraging for youth and to conserve and reproduce populations of rare and endangered species of ichthyofauna, nature conservation areas – ichthyological reserves are created. The tables, graphs and cartographic techniques of statistical and systematic methods of research were used during the research.

Keywords: eco-tourism, unique natural complexes, nature reserve fund (NRF), nature reserves, reserves, tracts, parks, national and regional landscapes.

Постановка проблеми. Останнім часом спостерігається підвищений інтерес до такої форми туристичної діяльності, як екологічний туризм, або екотуризм. Еко-туристів насамперед цікавить природа. Їх приваблюють унікальні природні комплекси: природні і культурні визначні пам'ятки, природні й природно-антропогенні ландшафти, де традиційна культура становить єдине ціле з навколишнім середовищем [1]. Головним для туриста є унікальна можливість насолодитися красотою природи та пережити почуття єдності з нею. Унікальні природні комплекси – це об'єкти природно-заповідного фонду (ПЗФ) України зокрема: біосферні та природні заповідники, національні природні парки, заказники, пам'ятки природи, ботанічні сади, зоопарки, дендрологічні парки тощо. Знання про природні комплекси потрібні туристу, оскільки вони справді становлять великий інтерес, тому що природа тут особливо багата. Окрім того, вони показують, що саме потрібно туристу відвідати в тому чи іншому регіоні. Загалом виділяють 11 категорій об'єктів ПЗФ. Нині в Україні налічують понад 7 тис об'єктів ПЗФ загальною площею понад 30 тис км². Кількість і площа заповідних територій поступово збільшуються, проте ще залишається меншою, ніж у сусідніх країнах і в цілому у світі [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Із кожним роком значення туристичної індустрії постійно зростає, а відповідно, й навантаження на навколишнє середовище. Екологічний туризм із його величезними рекреаційними і пізнавальними можливостями покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств, донести до людей нагальність і важливість питань захисту навколишнього середовища. Але аналіз наукових та інформаційних джерел показав, що проблемам розвитку екологічного туризму в межах природоохо-

ронних територій присвячено небагато наукових публікацій. У більшості з них (О. Бейдик [1], В. Вишневський [2], Л. Гальків, В. Гетьман [4], С. Сонько [9], Г. Сорокіна [10]) описуються переважно природні та історико-культурні ресурси територій. Спробами оцінити сучасний стан туристського господарювання природно-заповідних територій є статті Ю. Зінька, О. Шевчука, В. Гетьмана.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення результатів вивчення сучасного стану екологічного туризму на базі природоохоронних територій ПЗФ, їх розвитку, складу і структури, розповсюдження по території України та зональної диференціації. Під час досліджень використовувалися табличний, графічний і картографічний прийоми статистичного та системного методів дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Залежно від екологічної та наукової цінності всі об'єкти ПЗФ поділяють на дві групи: загальнодержавного і місцевого значення. Загальнодержавне значення мають природні і біосферні заповідники та національні природні парки, а регіональні ландшафтні парки (РЛП) і заповідні урочища мають тільки місцеве значення. До групи об'єктів, що мають комплексне значення, належать усі інші: заказники, пам'ятки природи, дендропарки, зоопарки, парки – пам'ятки садово-паркового мистецтва [4]. Перелічені об'єкти відрізняються завданнями, режимом охорони, рівнем підпорядкування. Території та об'єкти перших семи категорій створено для охорони переважно природних територій або об'єктів, решта – для охорони колекцій рослин і тварин, а також цінних в естетичному відношенні окультурених територій із переважанням зелених насаджень. Склад об'єктів за кількістю і площею надано в табл. 1.

Таблиця 1

Об'єкти природно-заповідного фонду України

Категорія	Державного значення		Місцевого значення		Разом	
	кількість од.	площа, тис га	кількість од.	площа, тис га	кількість од.	площа, тис га
Природні заповідники	17	164	-	-	17	164
Біосферні заповідники	4	226	-	-	4	226
Національні природні парки	19	766	-	-	19	766
Регіональні ландшафтні парки	-	-	49	627	49	627
Заповідні урочища	-	-	798	97	798	97
Заказники	304	415	2405	773	2709	1189
Пам'ятки природи	132	6	2972	21	3104	26
Ботанічні сади	17	2	9	0,2	26	1,9
Дендрологічні парки	19	1,3	29	0,2	48	1,6
Зоологічні парки	7	0,1	5	0,3	12	0
Парк – пам'ятка садово-паркового мистецтва	88	6	447	7	535	13
Всього	607	1587	6714	1526	7321	3113

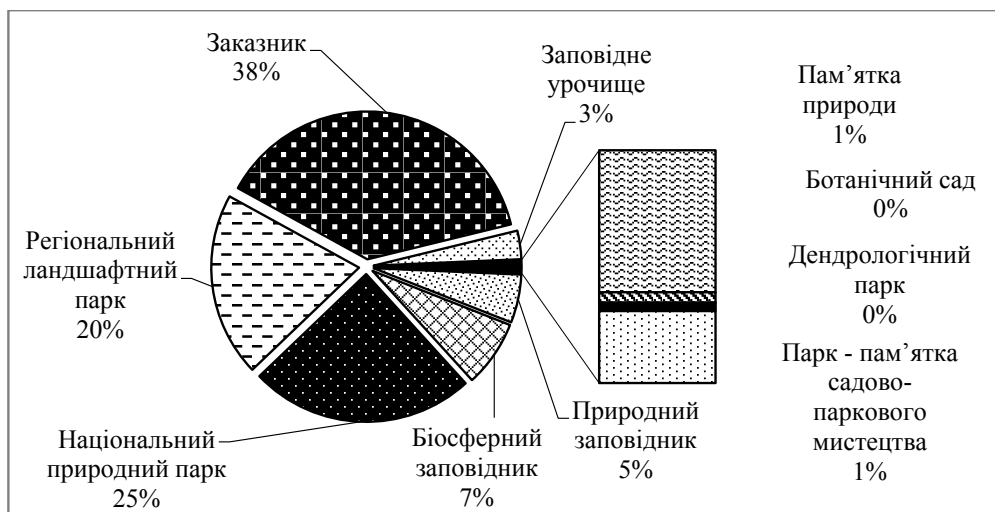


Рис. 1. Структура площ об'єктів ПЗФ України

Як свідчать дані табл. 1, усі об'єкти ПЗФ дуже різняться за кількістю і розмірами площ. Структуру площ об'єктів ПЗФ ілюструє рис. 1.

Найбільшу площу в Україні займають заказники (39%), національні природні парки (25%) та регіональні ландшафтні парки (20%). Це пояснюється доволі великою кількістю заказників, великою площею територій природних і ландшафтних парків.

Національні природні парки України (НПП) – заповідні території загальнодержавного значення, що створюються з метою збереження, відтворення та ефективного використання природних комплексів, які мають особливу природоохоронну, оздоровчу, історико-культурну, наукову, освітню та естетичну цінність. *Регіональні ландшафтні парки* (РЛП) – природоохоронні рекреаційні установи місцевого чи регіонального значення, які створюють із метою збереження у природному стані типових або унікальних природних комплексів та об'єктів, а також для забезпечення умов організованого відпочинку населення [6].

Більшість унікальних природних комплексів (ботанічних садів, зоопарків, дендропарків, парків – пам'яток садово-паркового мистецтва і пам'яток природи) має невеликі території. Але вони мають особливе природоохоронне, наукове, естетичне і пізнавальне значення, тому їх створюють для охорони унікальних природних утворень. Особливо приваблюють туристів пам'ятки природи (табл. 2). Більшість із них – це окремі скелі, печери, старі дерева або групи дерев, джерела, озера, популяції ендеміків тощо. На їхній території забороняється будь-яка діяльність, що загро-

жує збереженню їхнього первісного стану або зумовлює його деградацію чи зміну.

Особливу увагу слід сконцентрувати на тому, що основна частина території України розташована в межах помірною поясу. Тут виділяють три природні зони: Полісся, Лісостеп і Степ.

Поверхня Полісся – хвилясто-горбиста рівнина, складена переважно піщаними і супіщаними льодовиковими відкладами. Рівнинна територія вкрита великими площами лісів. Густа мережа річок зі спокійною течією, піщаними берегами, часто з лабіринтами очерету, соковитими квітучими луками. Окрасою Полісся є велика кількість кришталевих чистих озер. Тут багато надзвичайно цінних і часом непрохідних болотних масивів, через що територію називають Поліською Амазонією [6]. Полісся приваблює своєю загадковістю: зубри, болота, річки, струмочки. Це все трохи складно побачити за межами природних парків. Найбільша кількість природних парків розташована в Тернопільській (398), Закарпатській (339), Хмельницькій (251) а також Івано-Франківській (206) областях. У багатьох областях цієї зони розташована також найбільша кількість заказників – Чернігівській – 440 і Запорізькій – 207; заповідних урочищ – в Івано-Франківській (206); пам'яток природи садово-паркового мистецтва – у Львівській (59) і Чернівецькій (41); дендропарків – у Тернопільській (9) і Івано-Франківській (6); ботанічних садів – у Тернопільській (4). У цій зоні розміщена найбільша кількість заповідних урочищ (430), заказників (1 052) і пам'яток природи (1 069). Своєрідним за флорою і фауною є Поліський природний заповідник.

Таблиця 2

Пам'ятки природи України

№ з/п	Види пам'яток природи	Загальнодержавного значення		Місцевого значення	
		Кількість, од	Площа, га	Кількість, од.	Площа, га
1.	Комплексні	27	2380	139	3634
2.	Ботанічні	46	2095	1685	10717
3.	Зоологічні	5	142	32	285
4.	Гідрологічні	21	502	685	3585
5.	Геологічні	33	639	405	1508
	Всього	132	5758	2946	19729

Таблиця 3

Зональний розподіл об'єктів ПЗФ України

Назва об'єктів	Зона			Разом
	Полісся	Лісостеп	Степ	
Національні природні парки	8	7	4	19
Регіональні ландшафтні парки	13	17	19	49
Природні і біосферні заповідники	6	2	13	21
Ботсади, зоо- і дендропарки	37	33	16	86
Парки – пам'ятки садово-паркового мистецтва	181	231	123	535
Заповідні урочища	430	288	80	798
Заказники	690	1393	626	2709
Пам'ятки природи	1406	1328	370	3104
Всього	2771	3299	1251	7321

У межах горбистих Подільської та Придніпровської височин лежить значна частина *Лісостепу*. Його ландшафт урізноманітнюють численні відслонення у межах Українського кристалічного щита. Зокрема, дуже багато таких місць на берегах Росі та Південного Бугу. На відміну від Полісся у межах Лісостепу природні ландшафти тут збереглися гірше. Порівняно невелике поширення природної рослинності в зоні компенсується для туристів різноманітністю рельєфу. Основну увагу в Лісостепу зосереджують на річках, їх високих берегах, пагорбах, лісовій рослинності.

Степова зона в Україні є найбільшою, вона займає близько 40% території України. Порівняно з іншими зонами Степ є найбільш теплим і сонячним. Разом із тим негативними чинниками є велика розораність території та, відповідно, мала поширеність природних ландшафтів. У Степу переважають одноманітні ландшафти. Природних лісів дуже мало. Вони ростуть переважно в балках (байрачні дубові ліси), у заплавах рік (заплавні ліси), на піщаних терасах (соснові ліси). Найбільшу цінність для туристів мають ділянки з водою. Це можуть бути узбережжя морів або береги нечисленних річок. Тут найменше опадів і днів із туманом, що для туризму дуже важливо.

Розміщення об'єктів ПЗФ по зонах України ілюструє табл. 3.

Нині в Україні існують 19 національних природних парків, які переважно розміщені на території Полісся і Лісостепу, а 49 регіональних ландшафтних парків розміщені по зонах майже рівномірно. Наочним зображенням розміщення всіх об'єктів ПЗФ є стовпчикові структурні діаграми (рис. 2).

Усі об'єкти ПЗФ поділені за їх кількістю на дві групи: об'єкти, що мають невелику кількість, зображено на лівій діаграмі, а ті, що мають велику, – на правій. У кожній діаграмі своя шкала кількості одиниць. Висоти стовпчиків показують кількість об'єктів у групі, а структурні частини вказують на їх зональний розподіл. Так, природні і біосферні заповідники розміщено переважно у степовій зоні; ботанічні сади, зоопарки і дендропарки – у поліській і лісостеповій; парки-пам'ятки – переважно в лісостеповій; заповідні урочища – у поліській; заказники – у лісостеповій, а парки – пам'ятки садово-паркового мистецтва – у поліській і лісостеповій зонах.

Заказником оголошують природні території (акваторії) з метою збереження й відтворення природних комплексів чи їх окремих компонентів. Залежно від походження, інших особливостей таких природних комплексів заказники поділяють на ландшафтні, лісові, ботанічні, загальнозоологічні, орнітологічні, ентомологічні, іхтіологічні, гідрологічні, загальногеологічні, палеонтологічні та карстово-спелеологічні (табл. 4).

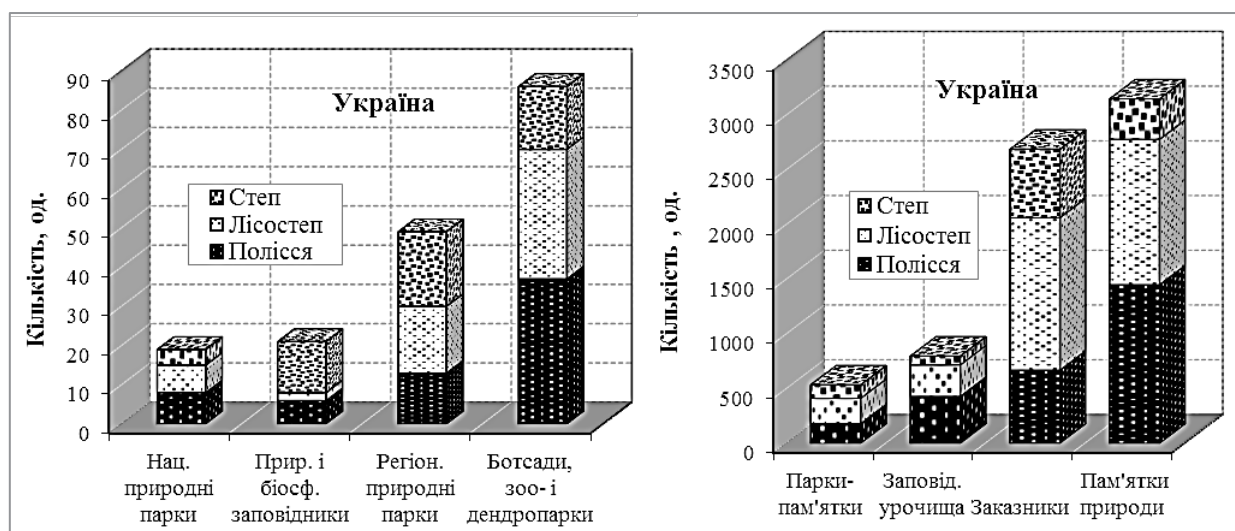


Рис. 2. Зональний розподіл об'єктів ПЗФ

Таблиця 4

Зональний розподіл заказників, од.

Заказники	Полісся	Лісостеп	Степ	Разом
Ландшафтні	97	212	156	465
Лісові	120	149	52	321
Ботанічні	195	360	221	776
Загальнозоологічні	84	54	32	170
Орнітологічні	49	46	10	105
Гідрологічні	95	542	24	661
Загальногеологічні	6	4	5	15
Карстово-спелеологічні	3			3
Ентомологічні	18	22	118	158
Іхтіологічні	23	4	8	35
Разом	690	1393	626	2709

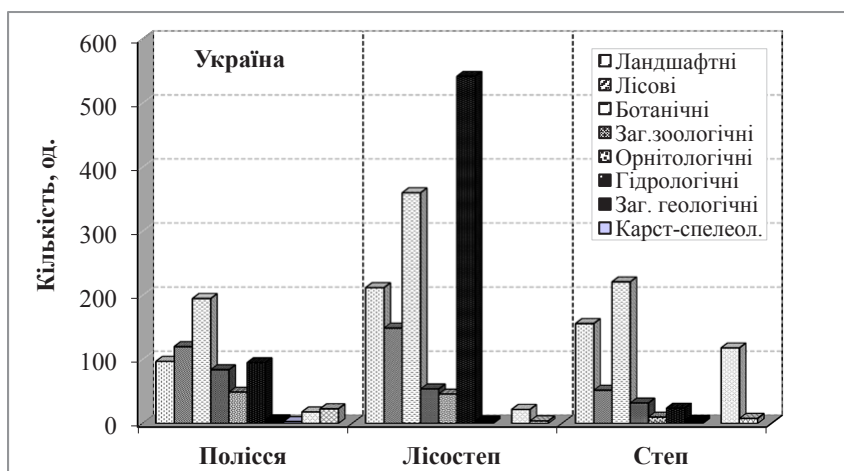


Рис. 3. Зональний розподіл заказників

На території заказника обмежується або забороняється діяльність. Рішення про оголошення територій заказниками загальнодержавного значення приймає Президент України, а заказниками місцевого значення – обласні ради. Наочне відображення зонального розподілу заказників надано на рис. 3.

Дані рис. 3 показують, що переважну кількість серед усіх заказників мають гідрологічні, які переважно розміщені у лісостеповій зоні, де є найбільші запаси водних ресурсів. Ботанічні ландшафтні заказники мають майже однакове розповсюдження по всій території держави. Лісові й орнітологічні сконцентровано у поліській і перехідній зонах.

Ботанічним садом вважають територію, де культивують рослини з різних куточків Землі. Якщо в такому закладі основну увагу приділяють деревним рослинам, його називають дендрарієм. Якщо ж такий заклад відкритий для відвідування, його називають дендропарком. Ботанічні сади мають велике екологічне значення як центри збереження і вивчення флори різних частин світу. До найвідоміших і найбільш відвідуваних належать Національний ботанічний сад ім. М. Гришка НАН України, Ботанічний сад ім. академіка О. Фоміна, (обидва в Києві), Нікітський ботанічний сад Таврійського

національного університету ім. В. Вернадського (АР Крим).

Парки – пам'ятки садово-паркового мистецтва – це об'єкти найвищих та найцінніших зразків паркового будівництва з метою їх охорони та використання в естетичних, виховних, наукових, природоохоронних та оздоровчих цілях. Вони є місцем масового відпочинку населення, проведення екскурсій.

Висновки з проведеного дослідження. Останнім часом спостерігається підвищений інтерес до такої форми туристичної діяльності, як екологічний туризм. Екотуристів насамперед цікавить природа. Їх приваблюють унікальні природні комплекси: природні і культурні

визначні пам'ятки, природні й природно-антропогенні ландшафти, де традиційна культура являє собою єдине ціле з навколишнім середовищем. Увагу туристів привертають геологічні пам'ятки, такі як плачуча скеля, карстові печери, печерні комплекси і печерні міста. А найбільшою увагою користуються великі та ще й незвичні рослини, багатостовбурові сосни, гіркахаштани, мамонтові дерева, дуби вище 35 м, яблуня-колонія тощо.

Головним для туриста є унікальна можливість насолодитися красотою природи та пережити почуття єдності з нею. Екотуризм немислимий без екоресурсів. Ними є об'єкти та явища природного чи природно-антропогенного походження, які мають певну привабливість, можуть бути використані та використовуються в екотуризмі.

Україна дуже багата на екоресурси, унікальні природні комплекси: різноманітні рельєфи, дуже яскраві ландшафти лісові і водні ресурси (великі річки, чудові озера, водосховища, ставки та багато струмочків).

Отже, значні обсяги та добра якість екоресурсів, чудовий клімат, багатий рослинний і тваринний світ та наявність виходу до морів свідчать про широкі сприятливі умови розвитку екологічного туризму в Україні.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О.О., Новосад Н.О. Унікальна Україна: географія та ресурси туризму : навчальний посібник. Київ : Альтерпрес, 2013. 572 с.
2. Вишневецький В.І. Екологічний туризм : навчальний посібник. Київ : Інтерпрес ЛТД, 2015. С. 22.
3. Стан та перспективи розвитку екологічного туризму в Україні / Л.І. Гальків та ін. *Вісник ОНУ ім. Мечникова*. 2015. Т. 20. Вип. 3. С. 189–193.
4. Гетьман В.І. Збереження ландшафтного різноманіття і розвиток екотуризму на природно-заповідних територіях. *Туризм на порозі XXI століття* : матеріали Міжнародної конференції. Київ : КІТЕП, 2009. С. 191–193.
5. Дмитрук О.Ю., Дмитрук С.В. Екотуризм : навчальний посібник. Київ : Альтерпрес, 2009. 358 с.
6. Екологічна енциклопедія : у 3-х т. Київ, 2007. Т. 1: А-Е. 432 с.
7. Зінко Ю.В., Шевчук О.М. Екотуризм у національних природних парках Західної України. *Матеріали міжнародної конференції до 120-річчя географії у Львівському університеті*. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2003. С. 239–241.
8. Козловський О.Ю., Борисюк Б.В. Екологічний туризм : навчальний посібник. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 202 с.
9. Сонько С.П. Екологічний туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку : монографія. Умань, 2012. С. 279–281.
10. Сорочина Г.О. Екологічний туризм : навчальний посібник. Луганськ : ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2013. 206 с.
11. Флора і фауна України. URL: <https://geografiamo/zar.jimdo.com/> (дата звернення: 16.02.2020).

References:

1. Beydik O. O., Novosad N. O. Unikalna Ukrayina: geografiya ta resursi turizmu [Unique Ukraine: geography and tourism resources] : navch. posib. K.: Alterpres, 2013. 572 s. (in Ukrainian)
2. Vishnevskiy V. I. Ekologichniy turizm [Ecological tourism]: navch. posib. K.: "Interpres LTD", 2015, S. 22. (in Ukrainian)
3. Galkiv L. I. ta in. Stan ta perspektivi rozvitku ekologichnogo turizmu v Ukrayini [State and prospects of development of ecological tourism in Ukraine]. *Visnik ONU im. Mechnikova*, 2015, t. 20, vip. 3, s. 189–193. (in Ukrainian)
4. Getman V. I. Zberezhennya landshaftnogo riznomanittya i rozvutok ekoturizmu na prirodno-zapovidnih teritoriyah [Conservation of landscape diversity and development of ecotourism in nature reserves]. *Turizm na porozhi XXI stolittya: materialy Mizhnarodnoyi konferentsiyi (m. Kuiv)*. K.: KITEP, 2009. S. 191–193. (in Ukrainian)
5. Dmitruk O. Yu., Dmitruk S. V. Ekoturizm [Ecotourism]: navch. posib. K.: Alterpres, 2009. 358 s. (in Ukrainian)
6. Ekologichna entsiklopediya [Ecological encyclopedia]: u 3-h tomah. K., 2007. T. 1: A-E. 432 s. (in Ukrainian)
7. Zinko Yu. V., Shevchuk O. M. Ekoturizm u natsionalnih prirodnih parkah Zahidnoyi Ukrayiny [Ecotourism in the national nature parks of Western Ukraine]. *Materiali mizhnarodnoyi konferentsiyi do 120-richchya geografiyi u Lvivskomu universiteti*. Lviv: Vidavnicхий tsentr LNU im. I. Franka, 2003. S. 239–241. (in Ukrainian)
8. Kozlovskiy O. Yu., Borisyuk B. V. Ekologichniy turizm [Ecological tourism]: navch. posib. Zhitomir: ZhDU im. I. Franka, 2011. 202 s. (in Ukrainian)
9. Sonko S. P. Ekologichniy turizm v Ukrayini: suchasniy stan ta perspektivi rozvitku [Eco-tourism in Ukraine: current state and prospects for development]: kol. monografiya. Uman, 2012. S. 279–281. (in Ukrainian)
10. Sorokina G. O. Ekologichniy turizm [Ecological tourism]: navch. posib. Lugansk: DZ "LNU imeni Tarasa Shevchenka", 2013. 206 s. (in Ukrainian)
11. Flora i fauna Ukrayinu [Flora and fauna of Ukraine]. [Improvement of payroll accounting in modern conditions]. Retrieved from: <https://geografiamo/zar.jimdo.com/> (accessed 16 February 2020).

E-mail: irinakov62@gmail.com

ЦЕ ЦІКАВО

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ
ЗАПРОШУЄ НА НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ:
«МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»
Освітня програма «Міжнародна економіка»**

Навчання здійснюється на базі повної загальної середньої освіти.

Перелік дисциплін спеціалізації :

- | | |
|---|---|
| o міжнародний економічний аналіз; | o інвестування; |
| o міжнародний менеджмент; | o міжнародна електронна торгівля; |
| o міжнародна економічна діяльність України; | o глобальна економіка; |
| o міжнародна економічна інтеграція; | o міжнародні стратегії економічного розвитку; |
| o міжнародні організації; | o міжнародний ринок праці; |
| o міжнародна комерційна логістика; | o міжнародні інвестиції; |
| o економіка зарубіжних країн; | o міжнародні економічні відносини; |
| o зовнішня політика України; | o світова економічна кон'юнктура; |
| o сучасні глобальні ринки; | o міжнародна конкурентоспроможність. |

За результатами державної атестації випускникам присвоюється кваліфікація «бакалавр з міжнародних економічних відносин», «магістр з міжнародних економічних відносин».

Навчання здійснюється за денною формою навчання.

Термін навчання:

- Освітній ступінь «бакалавр» – 4 роки (на базі повної загальної середньої освіти).
- Особи з дипломом ОКР молодшого спеціаліста відповідного напрямку підготовки можуть бути зараховані на 3 курс.
- Освітній ступінь «магістр» – 1 рік 6 місяців (на основі базової вищої освіти відповідного напрямку (диплом бакалавра або спеціаліста)).

• **Вступні випробування: на I курс ОС «Бакалавр»:**

Конкурс сертифікатів Українського центру оцінювання якості освіти з трьох дисциплін:

1. Української мови та літератури,
2. Математика,
3. або Історія України, або іноземна мова (за вибором вступника одна з вказаних дисциплін)

• **на III курс ОС «Бакалавр»:**

фахове випробування

• **на ОС «Магістр»:**

1. Конкурс сертифікатів Українського центру оцінювання якості освіти з іноземної мови
2. Фахове випробування

Національний університет харчових технологій має договірні відносини з факультетом військової підготовки Військового інституту телекомунікації та інформатизації НТУУ «КПІ». Це дає можливість бажаним студентам отримати військову підготовку та звання лейтенанта запасу Збройних Сил України.

За потреби студенти забезпечуються гуртожитком

Адреса:

01601, м. Київ, вул. Володимирська 68,
кафедра міжнародної економіки (044)287-97-60, (044)287-96-19
menedger_2012@ukr.net