

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**

Серія
**МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ
ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО**

Випуск 18

Частина 1

Ужгород-2018

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

- Головний редактор:** Палінчак Микола Михайлович – декан факультету міжнародних відносин Ужгородського національного університету, доктор політичних наук, професор
- Заступники головного редактора:** Приходько Володимир Панасович – завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор
Химинець Василь Васильович – професор кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор
- Відповідальний секретар:** Дроздовський Ярослав Петрович – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук
- Члени редколегії:** Ярема Василь Іванович – завідувач кафедри господарського права Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор
Мікловда Василь Петрович – завідувач кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії наук України
Філіпенко Антон Сергійович – доктор економічних наук, професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин КНУ ім. Тараса Шевченка, заслужений професор КНУ ім. Тараса Шевченка, академік АН ВШ України
Газуда Михайло Васильович – професор кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор
Луцишин Зоряна Орестівна – професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин КНУ ім. Тараса Шевченка, доктор економічних наук, професор
Старостіна Алла Олексіївна – завідувач кафедри міжнародної економіки економічного факультету КНУ ім. Тараса Шевченка, доктор економічних наук, професор
Слава Світлана Степанівна – професор кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук, доцент
Ерфан Єва Алоїсівна – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук
Кушнір Наталія Олексіївна – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук
Шинкар Віктор Андрійович – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук
Король Марина Михайлівна – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук
Рошко Світлана Михайлівна – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат філологічних наук
Бурунова Олена – доктор економічних наук, професор Полонійського університету (Республіка Польща)
Andrzej Krynski – доктор габілітований, професор, ректор Полонійського університету (Республіка Польща)
Ioan Horga – доктор історичних наук, професор Університету Орадеа (Румунія)
Ludmila Lipková – доктор економічних наук, професор Братиславського економічного університету (Словаччина)

Заснований у 2014 році. Виходить 6 разів на рік.

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus

Науковий вісник Ужгородського національного університету.
Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»
включено до переліку наукових фахових видань України з економіки
на підставі Наказ МОН України від 21 грудня 2015 року № 1328.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»
на підставі Протоколу № 3 від 22 березня 2018 року.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 21015-10815Р,
видане Державною реєстраційною службою України 29.09.2014 р.

ЗМІСТ

Азарова А. О., Лозан Б. О., Ткачук А. П. ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	6
Акіліна О. В., Гльіч Л. М. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РОБОЧОЇ СИЛИ ІТ-СФЕРИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ТРАНСФОРМАЦІЙ РИНКУ ПРАЦІ.....	10
Антипцева О. Ю. ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЇ БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ.....	17
Архіпов Н. М. ВИДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ.....	21
Бабич М. М. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК КОРОТКИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ: ДОСВІД ЄС ТА ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ.....	26
Барановська Д. О. ГЕНЕЗА ТЕОРЕТИЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ У ДОСЛІДЖЕННІ КІНОВИРОБНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ФЕНОМЕНА.....	31
Безверха І. А. ТИПІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДИПЛОМАТІЇ.....	35
Бердар М. М. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО НАРОЩУВАННЯ.....	40
Бірбіренко С. С., Жаданова Ю. О. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОПЕРАТОРА ЗВ'ЯЗКУ.....	45
Близнюк Т. П. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КРОС-КУЛЬТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В КРОС-КУЛЬТУРНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ.....	49
Богашко О. Л. МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОЇ СИСТЕМИ ЯК ВІДПОВІДЬ НА НОВІ ЗАПИТИ СВІТОВОГО РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ПРАЦІ.....	53
Бурляй А. П., Бурляй О. Л., Рябченко О. О. РОЛЬ СІЛЬСЬКИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	58
Бутусов О. Д. МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНКА ВІДКРИТОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ЯК КЛЮЧОВОЇ КОМПОНЕНТИ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	63
Васюренко Л. В. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РЕГУЛЮВАННЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ.....	72
Верхоглядова Н. І., Сидоров О. А. ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	77
Гаврилко Т. О., Гавриленко А. В. ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ СВІТОВОГО РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	81

Галайко А. М. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СТРАХУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	85
Галасюк В. В. ЕКСПОРТНО-КРЕДИТНЕ АГЕНТСТВО ЯК МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ.....	89
Глебова Н. В. ЕЛЕКТРОННИЙ ЦИФРОВИЙ ПІДПИС: ОБЛІКОВИЙ ТА ПОДАТКОВИЙ АСПЕКТИ.....	94
Глубіш Л. Я. ПЕРЕШКОДИ ГАРМОНІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	98
Нусінов В. Я., Голівер В. П. ЛОГІКА ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ.....	103
Гончарук І. В. КОНКУРЕНЦІЯ БІЗНЕС-ПЛАТФОРМ НА РИНКАХ МЕДИЧНИХ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ.....	108
Горбачук В. М., Дунаєвський М. С., Сулейманов С.-Б. ОБЧИСЛЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ ДОСЯЖНОЇ СТРУКТУРИ ТОВАРНОГО ЕКСПОРТУ ЗАКАРПАТТЯ.....	113
Грановська В. Г. ФОРМУВАННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	124
Григорчук Т. В. НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ПЕРСОНАЛ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ.....	129
Гулик Т. В., Кербікова А. С., Дрофа Є. А. АНАЛІЗ НАУКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ НАЯВНИХ МЕТОДИЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ ПРО ВПЛИВ РИЗИКУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ.....	133
Даньшина Ю. В. ПРОБЛЕМАТИКА ДЕЙСТВЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЕТИЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТАРИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ДЕМОКРАТИИ В УКРАИНСКИХ РЕАЛИЯХ	136
Дейнега І. О. СУЧАСНІ ТРЕНДИ В УПРАВЛІННІ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	140
Дем'яненко Т. І. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	145
Денис О. Б., Тустановський Ю. Г. ФІНАНСОВА КОНВЕРГЕНЦІЯ ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУТІВ.....	150
Дріга О. П., Макурін А. А. ГЕНЕЗИС ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	154

Дубовіч І. А., Сенета З. Я. СУЧАСНІ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	158
Дудяк Р. П., Гошко О. Й. ПРОГНОЗНІ ТРЕНДИ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	162

Азарова А. О.
*кандидат технічних наук, професор,
заступник декана факультету менеджменту
та інформаційної безпеки з наукової роботи
та міжнародного співробітництва
Вінницького національного технічного університету*
Лозан Б. О.
*студент
Вінницького національного технічного університету*
Ткачук А. П.
*студент
Вінницького національного технічного університету*

Azarova A. O.
*PhD, professor, Deputy Dean of the Faculty of management
and information security by scientific work and international cooperation
Vinnitsa National Technical University*
Lozan B. O.
*Student
Vinnitsa National Technical University*
Tkachuk A. P.
*Student
Vinnitsa National Technical University*

ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. У статті проаналізовано широкий спектр сучасних інформаційних засобів, які уможливають підвищення ефективності управління персоналом на вітчизняних підприємствах. Визначено їх переваги та недоліки, що дало змогу обґрунтувати перспективний напрям покращення системи управління кадрами.

Ключові слова: управління персоналом, інформаційні засоби, програмний продукт, кадри, автоматизовані інформаційні системи.

Вступ та постановка проблеми. Інформатизація у сфері управління трудовими ресурсами та економічними процесами на підприємстві є необхідною передумовою його вдалого функціонування, що значно зменшує ризики економічних прорахунків та фінансових втрат. Автоматизація процесів управління персоналом на підприємстві уможливує отримання додаткових прибутків, що водночас мотивує трудовий персонал до ще більш ефективної праці, адже він є одним з основних ресурсів будь-якого підприємства. Раціональність кадрової політики, грамотно побудована система управління персоналом є визначальними чинниками високої ефективності роботи підприємства.

Упровадження інформаційних систем управління економічними процесами, пов'язаними з персоналом підприємства, забезпечує швидкий та безперервний документообіг та рух фінансів, що дає змогу працівникам вивільнити додаткову кількість робочого часу за рахунок зменшення його втрат, що відбувається під час аналізування документації і створення та розроблення нових стратегій управління працівниками. Це дає можливість отримувати більш точну та повну інформацію про процеси на підприємстві, точніше здійснювати процес планування, а також уникати можливих помилок в управлінні як підприємством загалом, так і його структурними елементами зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток сучасної науки і комп'ютерних технологій ставить перед науковцями та дослідниками низку нових завдань, таких як оптимізація процесу набору кадрів та скорочення часу

оброблення відповідних даних, зменшення витрат на оплату праці, збереження психологічного здоров'я та підвищення мотивації персоналу. Вирішення цих та інших проблем потребує нових науково-технічних розробок та досліджень на основі попереднього досвіду. Питаннями ефективного управління кадрами займаються такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як, зокрема, А. Кібанов, М. Татарчук, І. Герчікова, А. Карпов, Г. Куліков, М. Винокуров, Р. Гутгарц, А. Пархомов, І. Слюсаренко, Н. Орлова, Л. Лозовський.

Водночас проблемними залишаються питання вибору найкращого програмного засобу для автоматизації процесу управління персоналом на вітчизняних підприємствах, який би враховував специфіку українського кадрового менеджменту та передовий досвід закордонних аналогів автоматизованого управління працівниками.

Метою роботи є обґрунтування оптимального інформаційного засобу, який уможливує покращення системи управління кадрами на вітчизняних підприємствах.

Результати дослідження. Підприємствам, що знаходяться в умовах жорсткої конкуренції та швидкоплинної ринкової ситуації, доводиться не лише зосереджувати увагу на стані внутрішнього середовища фірми, але й розробляти довгострокову політику, що уможливує ведення діяльності з урахуванням зовнішніх змін [1, с. 65]. Тому кожен підприємець розуміє, що використання найкращих, найбільш технічно досконалих програмних засобів забезпечує його підприємству найбільш вигідні позиції на вітчизняних та міжнародних ринках. Також їх вико-

ристання дає змогу безперервно отримувати комплексну інформацію про стан підприємства в потрібний підприємцю час та в необхідних обсягах. Це дає змогу максимізувати прибуток.

З іншого боку, управління персоналом без використання програмних засобів є дуже трудомістким, а отже, вимагає більших фінансових та часових затрат. Тому використання інформаційних технологій є також одним з методів мінімізації витрат.

Згідно з трактуванням ЮНЕСКО інформаційна технологія є комплексом взаємопов'язаних наукових, технологічних, інженерних дисциплін, що досліджують підходи до ефективної організації праці людей, які зайняті обробленням і зберіганням інформації комп'ютерними засобами; методи організації, взаємодії з людьми та устаткуванням; соціальні, економічні, культурні проблеми [3, с. 126].

Автоматизована інформаційна технологія є системно організованою з метою вирішення задач управління сукупністю методів і засобів реалізації операцій збирання, реєстрації, передавання, накопичення, пошуку і захисту інформації шляхом застосування сучасних програмних, апаратних і засобів зв'язку, а також способів, шляхом яких її можна запропонувати клієнтам.

Разом із беззаперечною потребою використання сучасних ІТ-технологій їх застосування гальмується наявністю певних труднощів [3, с. 127]:

- безупинне збільшення обсягу технологічних пропозицій, що вимагають високих інвестицій і посилення залежності від зовнішніх послуг;

- зміна ролі ІТ у виробничій діяльності суб'єктів господарювання; під час реалізації управлінських процесів і господарської діяльності функція інформаційних технологій перестала бути допоміжною, трансформувалась у найважливішу частину продукту або виробничих потужностей.

На теперішньому ринку ІТ-продукції наявні автоматизовані системи управління персоналом умовно можна поділити на такі, що базуються на концепції ERP (управління ресурсами фірми), CRM-системи (менеджмент відносин із клієнтами), фінансово-аналітичні системи, довідкові системи, системи захисту інформації, системи проектування.

Водночас витрати на впровадження сучасних інформаційних технологій є дуже значними, адже найдешевший проект впровадження ERP-системи переважно коштує мінімум 50 тис. дол. США, а вартість найдорожчих може сягати 30 млн. дол.

Метою впровадження автоматизованих систем для вирішення проблем кадрового менеджменту є досягнення підприємством таких цілей, як зменшення витрат підприємства передусім на управління персоналом та збільшення продуктивності його праці.

Це дасть змогу отримати значні економічні ефекти за рахунок [3, с. 128]:

- зростання продуктивності праці персоналу (з цієї метою на підприємствах та фірмах використовують різні комп'ютерні системи на кшталт систем довідково-нормативної інформації, документообігу, CRM, BI, ERP, адже всі вони уможливають виконання роботи менеджерами, службовцями, робітниками з мінімальними витратами часу);

- підвищення рівня конкурентоспроможності;
- накопичення та систематизації фінансової інформації (під час оцінювання ефективності функціонування компанії управлінець може побачити багато різних варіантів «правди»; це особливо помітно, коли різні відділи фірми або організації надають різні версії звіту про доходи, а інші структурні підрозділи демонструють свої варіанти внеску у бізнес; єдина ж система спроможна розробити остаточний

варіант, який приймається всіма і не може бути оскарженим, оскільки застосовується одна система);

- прискореного обслуговування замовлень клієнтів (у системі ERP замовлення проходить від моменту отримання до того моменту, коли товар передається клієнту, а рахунок виписується бухгалтерією; це означає, що підприємству набагато простіше відстежувати всі ці стадії, якщо воно має інформацію в одній системі);

- уніфікації та прискорення виробничого процесу;

- мінімізації складських запасів (ERP-системи уможливають спрощення виробничого процесу шляхом зменшення обсягу запасів на складі; з метою радикальної зміни всього ланцюга поставок шляхом скорочення можна застосовувати спеціальний модуль SCM (Supply Chain Management, тобто менеджмент ланцюгів поставок), що входить до стандартної конфігурації більшості ERP-систем);

- стандартизації інформації щодо персоналу (це дає змогу створити уніфікований підхід до відстеження робочого часу персоналу і роботи з ним з використанням HR-модуля ERP-системи).

На сучасному ринку програмних продуктів, що уможливають оптимізацію та автоматизацію роботи кадрової служби найбільш широко застосовуваними є локальні системи, які вирішують окремі управлінські задачі на підприємстві, середні інтегровані системи та великі інтегровані системи.

Локальні системи розв'язують певні задачі на підприємстві, що не дає змогу отримати загальну характеристику рівня автоматизації управління персоналом. Водночас перевагами таких систем є відносна простота впровадження та використання, порівняно невисока ціна.

Серед середніх інтегрованих систем варто відзначити системи "AVACO SOFT", "ABACUS Financial", які є поширеними на вітчизняних підприємствах, а саме «Галактика», «ПАРУС», «ІС: Підприємство», «Регістри».

Великі інтегровані системи – це найбільш функціонально розвинені, складні та дорогі системи. Вони побудовані на західних стандартах управління рівня MRPII та ERP.

Сьогодні найбільш великими інтегрованими системами є функціонально розвинені та, відповідно, найбільш складні й дорогі системи, в яких реалізуються західні стандарти управління MRPII і ERP. На українському та російському ринках цей вид систем представлений переважно такими продуктами західних фірм, як "SAP", "Oracle", "BAAN", "PeopleSoft" і "Platinum".

Управління персоналом належить до одного з найважливіших напрямів розвитку й реалізації трудового менеджменту та управління кадрами на підприємствах. Складність вирішення будь-яких проблем, що стосуються управління персоналом, залежить насамперед від недовисконалості інституту управління персоналом, а також від низького рівня мотивації працівників. Цей рівень зумовлений негативними процесами, що відбуваються в соціально-економічній та інших сферах економіки (науково-технічне відставання України від провідних країн Європи та світу, несприятливий демографічний стан населення, відсутність відповідальності підприємств та держави перед працівниками). Для запобігання впливу цих процесів, підвищення мотивації працівників та поліпшення ефективності праці потрібно провести низку перетворень, зокрема автоматизацію процесу управління, що сприятиме покращенню якості управління персоналом. Таким процесом може стати в разі забезпечення ефективного управління кадровою інформацією на підприємстві.

Сучасні обсяги потоків інформації, наявних на підприємстві, вимагають використання ефективних програмних

засобів та систем для підвищення рівня управління персоналом. Використання цих систем дає змогу зменшити обсяги ручної праці та роботи з традиційною формою документів, скоротити час, необхідний для отримання інформації, оброблення та прийняття доцільних економічних та управлінських рішень, а також оптимізувати взаємодію між структурними ланками підприємства. Аналіз світового досвіду показує, що економічне зростання розвинених країн та їх окремих регіонів вже давно базується на використанні сфери знань та високих технологій [2, с. 112].

Нині в організаціях та на підприємствах використовують такі ІТ, як системи довідково-нормативної інформації, документообігу, CRM, BI, ERP, адже всі вони дають можливість менеджерам, службовцям, робітникам ефективно виконувати свою роботу з меншими витратами часу [3, с. 127]. З використанням таких технологій стають можливими операції, що не можуть бути виконані під час звичайної «паперової» роботи.

Використання інформаційних технологій в управлінні персоналом є найбільш доцільним, коли підприємство має велику кількість працівників та багато компаній, з якими співпрацює. Саме тоді ефект автоматизації всіх процесів управління персоналом буде найбільш відчутним, адже в базах даних підприємства зберігаються усі дані про робітників, компанії-партнери, звіти, бухгалтерські звітності. Проте недоліком є те, що впровадження інформаційних систем на великих підприємствах з урахуванням складності системи є більш тривалим та вимагає додаткових матеріальних витрат.

Розглянемо програмні продукти, які пропонують нам ІТ-фірми, що є розробниками такого виду ПЗ на пострадянському просторі [4; 5]:

- “PersonPro 2.0” та “PersonPro 2.0 SQL”;
- інформаційно-пошукова система «Персонал» компанії «Протока»;
- додаток «Відділ кадрів» пакета X-DOOR 5 від компанії “Soft-Taxi”;
- «1С: Зарплата і Управління Персоналом 8».

Програма “PersonPro 2.0” може успішно застосовуватись як працівником невеликої фірми, так і для автоматизації кадрових служб великих підприємств. Її можливості можна ефективно використовувати в кадрових агентствах для обліку кандидатів та їх підбору відповідно до вимог клієнтів. Потужна структура довідників дає змогу застосувати її для обліку та контролю членства в громадських організаціях, різних клубах, фондах і партіях.

Недоліками є те, що “PersonPro 2.0 Базова” використовується на одному ПК, на якому встановлено Windows; конструктор звітів поставляється окремо; модуль розрахунку заробітної плати відсутній.

Серед переваг слід відзначити те, що програма “PersonPro 2.0” включає 3 підсистеми («Організація», «Звіти», «Кадри»); будь-яку інформацію можна відкрити в таблицях Excel; програма активується через Інтернет або по телефону.

Інформаційно-пошукова система «Персонал» дає змогу вирішувати практично всі завдання, необхідні для управління персоналом, а також створює єдиний інформаційний простір, де відображені всі необхідні процеси, які відбуваються в реальному часі.

Програма містить кілька модулів:

- 1) штатний розклад, що здійснює формування штатного розкладу підприємства;
- 2) рух персоналу, що здійснює зарахування співробітників на підприємство, їх переміщення та звільнення;
- 3) облік робочого часу і табелювання, що використовуються для обліку використання робочого часу;

4) розрахунок заробітної плати, що здійснює розрахунок нарахувань та утримань заробітної плати з усіх видів оплат.

Таку систему найчастіше використовують середні та великі підприємства.

Універсальна програма «Проект X-DOOR» є набором типових користувацьких завдань-додатків, розроблених за модульним принципом, що дають змогу автоматизувати весь спектр діяльності підприємства, зокрема автоматизувати роботу з персоналом.

Хоча вітчизняні програмні засоби мають досить вагомі переваги, а також дають змогу мінімізувати різні витрати і значно знизити витрати на оплату праці, варто звернути увагу на недоліки, що можуть відігравати значну роль в ефективному управлінні підприємством.

З огляду на вищезазначені переваги та недоліки впровадження інформаційних систем в управління персоналом можна зробити висновок, що кожен підприємець, згідно з власною стратегією, метою та цілями, повинен для себе чітко визначити, чи задовольняють можливості вітчизняного програмного забезпечення ті потреби, які є на підприємстві, відповідно до чого вибрати подальший шлях розвитку.

Порівнюючи вітчизняні програмні засоби для управління персоналом із закордонними, не можемо не відзначити більшу ефективність та захищеність останніх. Виділимо найпоширеніші у світі системи управління [6; 7]:

- “SAP Human Resources Management System”;
- “Scala HR”;
- “Axapta HR Management”;
- “IRenaissance Human Resources / Payroll”;
- “Oracle Human Resources Analyzer”.

Такі системи використовуються переважно на підприємствах, де інвесторами або компаніями-партнерами є західні компанії. Для інших же є певні обмеження у використанні:

- висока вартість впровадження закордонних інформаційних систем, що включає витрати на навчання персоналу, встановлення програмного забезпечення, оновлення апаратних засобів, на яких буде встановлено системи;
- недолік, що впливає з попереднього, полягає в тому, що закордонні програмні засоби розраховані на великі підприємства з кількістю працівників більше 1 000 осіб;
- велика відмінність моделей управління персоналом на вітчизняних та закордонних підприємствах одна від одної, через що можуть виникати певні непорозуміння та незадоволення з боку працівників;
- наявність у більшості закордонних інформаційних систем програм, які є «зайвими» для вітчизняних підприємств, тобто не використовуються у процесі управління.

Щоб ефективно використовувати всі надані зарубіжними програмами можливості, вітчизняним підприємцям потрібно вдосконалювати систему управління персоналом, використовуючи новітні технічні засоби та технології, більше уваги приділяти професійному розвитку персоналу.

Здійснимо критеріальний аналіз (за сімома ознаками критеріальності) ефективності використання базових програмних засобів для підвищення ефективності управління персоналом (табл. 1).

Розрахуємо корисність впровадження кожного програмного засобу на основі лінійної моделі зважених сум:

$$U_i = \sum_{j=1}^n x_{ij} \cdot p_j,$$

де U_i – корисність i -го ПЗ;

x_i – значення j -го критерію у i -му ПЗ;

i – кількість ПЗ;

p_j – вага j -го критерію.

Критеріальний аналіз ефективності використання базових програмних засобів

№	Критерії	“PersonPro 2.0”	Інформаційно-пошукова система «Персонал»	Додаток «Відділ кадрів» пакета X-DOOR 5	«1С: Зарплата і управління персоналом 8»	“SAP HRMS”	“Scala HR”	“Axapta HR Management”	“Oracle Human Resources Analyzer”	Вага критерію
1	Зручність у використанні	0,55	0,4	0,5	0,35	0,5	0,65	0,5	0,7	0,2
2	Доступність	0,8	0,75	0,7	0,85	0,6	0,54	0,6	0,55	0,25
3	Пристосованість до рівня економік	0,9	0,85	0,8	0,95	0,7	0,75	0,7	0,65	0,1
4	Наявність сервісного обслуговування	1	1	1	1	1	1	1	1	0,05
5	Можливість вибрати окремі компоненти програми	1	0	1	1	0	0	0	0	0,05
6	Ступінь єдності інформації	0,9	0,75	0,6	0,95	0,8	0,8	0,75	0,85	0,1
7	Ступінь охоплення діяльності підприємства	0,5	0,45	0,4	0,85	0,6	0,5	0,55	0,55	0,25

Тоді:

$$U_1 = 0,55 \cdot 0,2 + 0,8 \cdot 0,25 + 0,9 \cdot 0,1 + 1 \cdot 0,05 + 1 \cdot 0,05 + 0,9 \cdot 0,1 + 0,5 \cdot 0,25 = 0,715;$$

$$U_2 = 0,4 \cdot 0,2 + 0,75 \cdot 0,25 + 0,85 \cdot 0,1 + 1 \cdot 0,05 + 0 \cdot 0,05 + 0,75 \cdot 0,1 + 0,45 \cdot 0,25 = 0,59;$$

$$U_3 = 0,5 \cdot 0,2 + 0,7 \cdot 0,25 + 0,8 \cdot 0,1 + 1 \cdot 0,05 + 1 \cdot 0,05 + 0,6 \cdot 0,1 + 0,4 \cdot 0,25 = 0,615;$$

$$U_4 = 0,35 \cdot 0,2 + 0,85 \cdot 0,25 + 0,95 \cdot 0,1 + 1 \cdot 0,05 + 1 \cdot 0,05 + 0,95 \cdot 0,1 + 0,85 \cdot 0,25 = 0,785;$$

$$U_5 = 0,5 \cdot 0,2 + 0,6 \cdot 0,25 + 0,7 \cdot 0,1 + 1 \cdot 0,05 + 0 \cdot 0,05 + 0,8 \cdot 0,1 + 0,6 \cdot 0,25 = 0,6;$$

$$U_6 = 0,65 \cdot 0,2 + 0,54 \cdot 0,25 + 0,75 \cdot 0,1 + 1 \cdot 0,05 + 0 \cdot 0,05 + 0,8 \cdot 0,1 + 0,5 \cdot 0,25 = 0,5;$$

$$U_7 = 0,5 \cdot 0,2 + 0,6 \cdot 0,25 + 0,7 \cdot 0,1 + 1 \cdot 0,05 + 0 \cdot 0,05 + 0,75 \cdot 0,1 + 0,55 \cdot 0,25 = 0,583;$$

$$U_8 = 0,7 \cdot 0,2 + 0,55 \cdot 0,25 + 0,65 \cdot 0,1 + 1 \cdot 0,05 + 0 \cdot 0,05 + 0,85 \cdot 0,1 + 0,55 \cdot 0,25 = 0,615.$$

Отже, можемо бачити, що найбільшу корисність має програмний засіб «1С: Зарплата і Управління Персоналом 8».

Висновки. У роботі розглянуто, проаналізовано недоліки та переваги вітчизняних та закордонних систем управління персоналом, їх функціональні можливості. Застосовано лінійну модель зважених сум, яка уможливило обгрунтований вибір оптимального ПЗ, яким є «1С: Зарплата і Управління Персоналом 8». Він дає своїм клієнтам можливість автоматизації управління й обліку на підприємствах різних галузей, форм власності та видів діяльності. Його слід рекомендувати великим підприємствам з кількістю робітників більше 1 000, однак наявність безлічі конфігурацій дає можливість використання окремих модулів на малих та середніх підприємствах. Застосування цієї програми зменшить витрати підприємства на встановлення програми та підвищення кваліфікації персоналу.

Список використаних джерел:

1. Жданова О. Особливості формування маркетингової політики промислових підприємств. Вісник ХНУ. 2009. № 6. Т. 3. С. 65.
2. Азарова А., Мороз О., Сторожа А. Моделирование системы поддержки принятия решений щодо покращення інноваційної діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2012. № 6. Т. 1. С. 112–115.
3. Азарова А., Роїк О., Лобанкіна І. Впровадження та використання автоматизованих систем підвищення продуктивності праці на підприємстві за умов кризи. Економічний простір. 2010. № 42. С. 125–132.
4. “PersonPro 2.0” та “PersonPro 2.0 SQL”. URL: <http://personpro.ami.ua>.
5. «Відділ кадрів» пакета X-DOOR. URL: <http://www.softtaxi.com.ua>.
6. “SAP Human Resources Management System”. URL: <http://www.sap.com>.
7. “Oracle Human Resources Analyzer”. URL: <http://www.oracle.com>.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СРЕДСТВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация. В статье проанализирован широкий спектр современных информационных средств, позволяющих повышение эффективности управления персоналом на отечественных предприятиях. Определены их преимущества и недостатки, что позволило обосновать перспективное направление улучшения системы управления кадрами.

Ключевые слова: управление персоналом, информационные средства, программный продукт, кадры, автоматизированные информационные системы.

INFORMATION MEANS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF PERSONNEL MANAGEMENT AT DOMESTIC ENTERPRISES

Summary. The article analyzes a wide range of modern information tools, which make it possible to increase the efficiency of personnel management at domestic enterprises. Their advantages and disadvantages were determined, which allowed substantiating the perspective direction of improvement of personnel management system.

Key words: personnel management, information tools, software product, personnel, automated information systems.

Акіліна О. В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління
Київського університету імені Бориса Грінченка*

Львіч Л. М.

*кандидат економічних наук, доцент,
старший науковий співробітник
відділу соціальних проблем ринку праці
Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи
Національної академії наук України*

Akilina O. V.

*Ph.D. in Economics,
Associate Professor, Associate Professor of Management Department
Borys Grinchenko Kyiv University*

Lyvich L. M.

*Ph.D. in Economics,
Associate Professor, Senior Researcher
Department of Social Problems of Labor Market
Ptoukha Institute for Demography and Social Studies of the National
Academy of Sciences of Ukraine*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РОБОЧОЇ СИЛИ ІТ-СФЕРИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ТРАНСФОРМАЦІЙ РИНКУ ПРАЦІ

Анотація. Стрімкий розвиток ІТ-сфери у світі потребує дослідження відповідного сегменту ринку праці в Україні, результати якого дали б змогу врахувати як інтереси роботодавців у процесі пошуку кваліфікованої робочої сили, так і інтереси найманих працівників підприємств, забезпечивши для них привабливі умови зайнятості. У статті презентовано дослідження ринку праці ІТ-сфери, що базується на визначених цільових установках та зорієнтоване на вимоги інноваційного розвитку держави. Результати впровадження ІТ-технологій зможуть вивести Україну на принципово нову модель організації робочих місць. У роботі представлено перелік базових професій, які під впливом упровадження ІТ-технологій з'являться на ринку праці до 2030 року. За результатами моніторингового обстеження відповідності компетенцій людських ресурсів потребам робочих місць авторами сформульовано основні компетенції майбутнього для найманих працівників ІТ-сфери.

Ключові слова: конкурентоспроможність, робоча сила, ринок праці, ІТ-сектор, ІТ-технології.

Вступ та постановка проблеми. Світова спільнота сьогодні стоїть на початку четвертої промислової революції. Останні технологічні зміни, що відбулися в раніше не пов'язаних між собою сферах, такі як штучний інтелект, хмарні технології, Інтернет речей, 3D-друк, забезпечують підвищення продуктивності праці, посилення інноваційної складової виробництва і, як наслідок, ведуть до покращання якості життя у країнах, зорієнтованих на розвиток ІТ-сектору. Інформаційні технології трансформують ринок праці, видозмінюючи зміст і характер праці, форми зайнятості, структуру робочих місць, та висувають нові вимоги до підготовки висококваліфікованих кадрів. Управління людськими ресурсами ІТ-сфери в умовах інноваційного розвитку має сприяти поліпшенню регулювання процесів формування та розподілу цих ресурсів через збирання та аналізування інформації, вивчення кон'юнктури ринку праці, визначення переліку необхідних професій та спеціальностей. Причому йдеться не лише про фахівців технічних спеціальностей, які складають основу ІТ-сектору, але й про фахівців іншого профілю, зокрема HR-менеджерів, проект-менеджерів, менеджерів по роботі з клієнтами, менеджерів з продажів, контент-менеджерів, івент-менеджерів, PR-менеджерів, маркетингологів та представників інших професій, що мають можливість реалізувати свій потенціал в ІТ-сфері. Дослідження ІТ-сегменту ринку праці дасть змогу організації

побудувати сучасну модель управління людськими ресурсами на засадах її ефективної взаємодії з маркетинговим середовищем через здійснення комунікаційної політики на ринку праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маркетингова складова управління людськими ресурсами отримала розвиток у рамках двох підходів, таких як внутрішньоорганізаційний маркетинг (Ф. Котлер, Л. Беррі) та маркетинг персоналу (Р. Вундерер, Г. Штутц, Р. Бюннер). Серед сучасних науковців у сфері маркетингу людських ресурсів слід виділити О. Білецького [1], А. Кібанова [2], О. Кобяк [3], І. Петрову [4], М. Сагайдак [5]. Дослідження проблематики управління зайнятістю в інноваційній економіці представлено в Національній доповіді «Інноваційна Україна 2020» [6]. Масштабні дослідження здійснені Світовим банком, насамперед йдеться про «World Development Report 2016: Digital Dividends» [7], «Reaping Digital Dividends: Leveraging the Internet for Development in Europe and Central Asia» [8]. Також слід звернути увагу на щорічний моніторинг рівня розвитку інформаційних технологій у країнах світу та його впливу на економіку і суспільство (Networked Readiness Index), що проводиться Всесвітнім економічним форумом (World Economic Forum) з 2002 року [9–11].

Ринок праці продовжує розвиватися і перманентно змінюватися під впливом багатьох чинників. Нині у ві-

тчизняній та зарубіжній науці серед учених немає єдності щодо закономірностей становлення й розвитку ринку праці в інноваційному суспільстві та оцінювання впливу інноваційної економіки на ринок праці. Також зростає роль маркетингової складової управління людськими ресурсами, яка продовжує викликати неоднозначні оцінки.

Метою роботи є виявлення сучасних тенденцій розвитку ІТ-сфери в Україні та їх впливу на конкурентоспроможність фахівців, визначення потреб у нових професіях та компетенціях цього сектору, які мають враховуватися роботодавцями під час формування концепції управління людськими ресурсами.

Результати дослідження. Оцінювання впливу розвитку ІТ-сфери на економіку вперше представлено в рамках Всесвітнього економічного форуму 2001 року й описане в першому Глобальному звіті з інформаційних технологій. Рівень розвитку ІТ у країнах світу та їх вплив на економіку й суспільство з того часу оцінюються Індексом мережевої готовності (Networked Readiness Index, NRI), який складається з чотирьох субіндексів, таких як внутрішнє середовище (політичне, нормативно-правове, інноваційне та бізнес-середовище); готовність до інформаційних технологій (інфраструктура, доступність, навички населення); використання ІТ індивідуумами, бізнесом і державою; вплив ІТ на суспільство та економіку в окремо взятій країні. Загальне значення NRI є середнім арифметичним чотирьох перерахованих субіндексів та змінюється в межах від 1 до 7.

У 2016 році в першу десятку рейтингу за NRI (серед 139 країн) увійшли Сінгапур та Фінляндія (6,0), Швеція, Норвегія, США, Нідерланди, Швейцарія (5,8), Велика Британія та Люксембург (5,7), Японія (5,6) [11]. Україна за цим показником знаходиться на 64 позиції. Порівнювати її положення в рейтингу, на наш погляд, коректніше з деякими країнами СНД та Польщею. На рис. 1 можна побачити, що нижчу позицію в рейтингу має лише Молдова.

Україна за останні чотири роки піднялася в рейтингу NRI з 75 позиції на 64, однак так і не змогла продемонструвати суттєву позитивну динаміку за субіндексами NRI. На сучасному етапі головним завданням нашої країни є використання наявних переваг та подолання бар'єрів, що стримують її поступ у цьому напрямі (рис. 2, 3).

До незмінних переваг України протягом 2012–2016 років належать високий рівень грамотності дорослого населення (99,8% у 2016 році) та високий відсоток охоплення населення вищою освітою (82,3% у 2016 році) [11]. Проте за покращення абсолютних значень окремих показників, що сприяють розвитку ІТ-сфери, відбулося певне погіршення рейтингових позицій, що свідчить про активніші дії інших країн за цими напрямками. Зокрема, це стосується якості викладання математики та природничих наук.

Показник здатності до інновацій протягом 2012–2014 років демонстрував негативну динаміку, проте упродовж останніх двох років збільшився до 4,2, що забезпечило Україні можливість отримати вищу рейтингову позицію. Провідні позиції у світовому

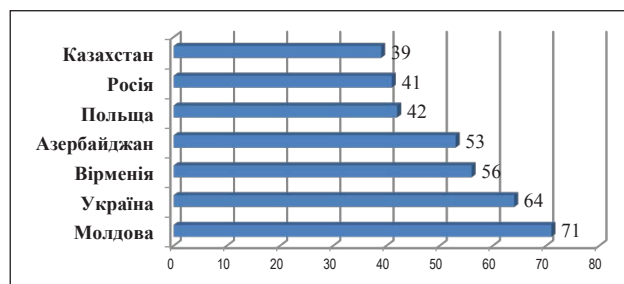


Рис. 1. Позиція України за рейтингом NRI у 2016 році [11]

рейтингу NRI Україна займає за складовою доступності інформаційних технологій, що забезпечується відносно низькими тарифами на послуги мобільного зв'язку та на стаціонарний широкосмуговий Інтернет. Однак зазначена перевага може бути тимчасовою з урахуванням ситуації на ринку телекомунікацій.

Формуванню ефективного конкурентного середовища для розвитку ІТ-сфери сприяють такі ключові фактори, як створення ефективного режиму правового регулювання; відкрита економіка, заснована на конкуренції; активна участь держави в досягненні необхідного балансу між роз-



Рис. 2. Рейтингові позиції за показниками, що сприяють розвитку ІТ-сфери в Україні [9–11]

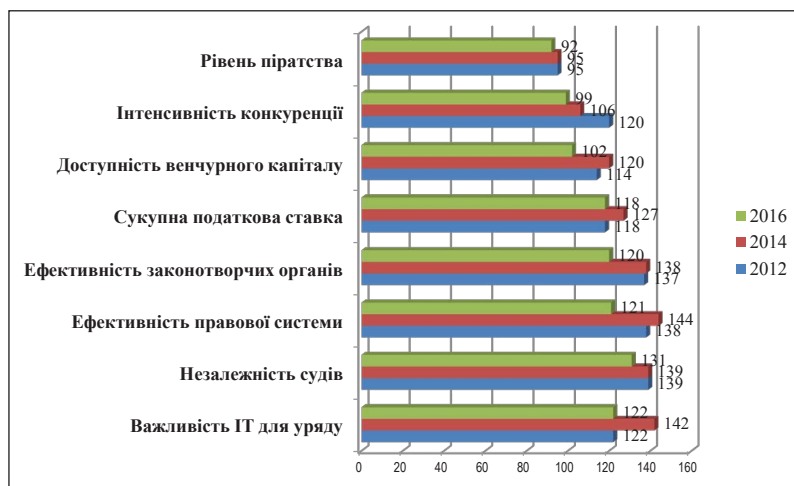


Рис. 3. Рейтингові позиції за показниками, що стримують розвиток ІТ-сфери в Україні [9–11]

витком технологій і створенням умов для функціонування ринкових механізмів. Водночас Україна характеризується низькою ефективністю національних законотворчих органів та неефективною правовою системою врегулювання конфліктів (рис. 3).

Незважаючи на реформування влади, показник незалежності судів у 2016 році оцінений на рівні 2,3, а показник важливості ІТ для уряду України – на рівні 3,1, що практично незмінно порівняно з 2012 роком [9; 11].

Традиційно Україна має низькі оцінки у сфері захисту прав інтелектуальної власності, а показник рівня піратства за результатами Глобального дослідження програмного забезпечення BSA (Business Software Alliance), проведеного в партнерстві з IDC (International Data Corporation), сягає 82% [12]. Практика свідчить про те, що у країнах з рівнем піратства менше 30%, ІТ-сектор економіки продукує більше 3,5% ВВП, а у країнах з рівнем піратства понад 85% – менше 1,5%. Згідно з підрахунками BSA та IDC зниження рівня комп'ютерного піратства в Україні лише на 10% приведе до появи додаткових 1 957 високооплачуваних робочих місць для фахівців (для супутніх послуг, зокрема встановлення програмного забезпечення, навчання персоналу та технічної підтримки), надходження додаткових 88 млн. дол. США податків до регіональних та місцевих бюджетів [13]. Але поки що ці кошти працюють на тіньову економіку.

Найбільш сприятлива ситуація для створення конкурентоспроможного ІТ-сектору формується в країнах, де венчурний капітал є невід'ємною частиною бізнес-середовища. В Україні доступність венчурного капіталу є обмеженою, адже у 2016 році вона знаходиться на рівні 2,4 [11]. Фінансування сектору ускладнюється високою податковою ставкою, а саме 52,2% у 2016 році [11]. У цьому сенсі доречно згадати статистику, відповідно до якої частка ІТ-сектору у ВВП країн-членів ОЕСР складає близько 6% [7]. У США, де діють 8 із 14 найбільших у світі високотехнологічних компаній, цей показник становить 7%, а в Ірландії – 12% [7]. На думку експертів, Ірландія є привабливою для багатьох міжнародних компаній саме завдяки конкурентному діловому середовищу та вигідним ставкам оподаткування. Це має стати позитивним орієнтиром для України.

Розглядаючи динаміку результатів України за третім субіндексом NRI (використання ІТ індивідуумами, бізнесом і державою), можемо побачити деяке погіршення позицій порівняно з рейтингом 2012 року, а водночас покращення останніх порівняно з 2014 роком [9–11]. Уряд України оцінюється експертами як такий, що не має чіткого плану впровадження та використання інформаційних технологій. Це пояснює низькі рейтингові позиції України за використанням ІТ у державній політиці, їх порівняно низьку пріоритетність на порядку денному влади.

Крім того, негативну динаміку використання ІТ продемонстрував вітчизняний бізнес у 2012–2014 роках, що пояснюється домінуванням низькотехнологічних галузей виробництва, які меншою мірою потребують застосування відповідних технологій. Проте у 2016 році намітилися деякі позитивні тенденції. Показники впливу ІТ на економіку України також потребують покращення. Україна має низькі рейтингові позиції за показником впливу ІТ на появу нових бізнес-моделей (113 місце) [11]. Водночас необхідно зазначити, що використання інформаційних технологій забезпечує значний економічний поступ, сприяючи появі нових організаційних моделей, розвитку нетрадиційних форм зайнятості (дистанційної та віртуальної).

Аналізуючи вплив ІТ-сектору на економіку, вважаємо доцільним згадати Доповідь Світового банку про світовий розвиток «Digital Dividends». У Доповіді наголошується

на тому, що цифрові дивіденди – це сектори, в яких інформаційні технології здатні забезпечити найбільшу віддачу у сфері праці, зокрема [7]:

– створення робочих місць (безпосередньо в ІТ-сфері кількість робочих місць є відносно незначною, але в інших секторах економіки, створенню яких інформаційні технології сприяють, кількість робочих місць може бути дуже великою; крім того, в інноваційній економіці також швидко розширюються можливості для підприємницької діяльності та самозайнятості);

– послуги (Інтернет сприяє повній автоматизації частини послуг, а отже, скороченню значної кількості робочих місць, у відповідь на що з'являються абсолютно нові товари та послуги, розширюється доступність до них, підвищується якість обслуговування).

Світовий банк у зв'язку з цим наголошує на існуванні певних ризиків для ІТ-сектору ринку праці, а саме швидкій автоматизації праці навіть стосовно офісних працівників, що може призвести до спустошення цього ринку. Інформаційні технології автоматизують виконання багатьох завдань, однак працівники не володіють навичками, які технології посилюють, що в результаті призводить до посилення нерівності. У Дослідженні Світового банку «Reaping Digital Dividends: Leveraging the Internet for Development in Europe and Central Asia» [8] наголошується на небезпеці у сфері захисту зайнятості. У таких країнах, як Україна, де економіка перебуває на транзитивному етапі, а Інтернет вже набув поширення, слід приділяти значну увагу заходам, спрямованим на регулювання ринку праці, а особливо його ІТ-сектору, оскільки поява онлайн-робочих місць у тіньовій економіці призведе до значного посилення навантаження на системи соціального захисту цих країн. Якщо самозайняті професіонали, які працюють в ІТ-сфері, не робитимуть пенсійних відрахувань у спецфонди, виникне небезпека, що за досягнення пенсійного віку вони потраплять у категорію бідних та претендуватимуть на соціальну допомогу. Інноваційні форми зайнятості є викликом усім системам соціального захисту, які були створені для традиційних форм зайнятості.

Слід зазначити, що впровадження нових технологій у глобальному економічному просторі суттєво видозмінює структуру як світової економіки, так і ринку праці. Поєднання досягнутого рівня міжособистісного спілкування та ефекту від інтернет-орієнтованої міжпрограмної автоматизації дає змогу залучати до праці територіально віддалених один від одного учасників, які спеціалізуються на виконанні регламентованих функцій та операцій. Беззаперечним є факт, що масштаби й темпи поширення дистанційної зайнятості, передусім у розвинених країнах світу, є значними та мають тенденцію до прискорення. Згідно з даними «Global Workplace Analytics» у США 50 млн. осіб (45% робочої сили) працюють дистанційно з можливістю працювати дистанційно час від часу, 2,9 млн. працюють віддалено на постійній основі. За переведення на дистанційну роботу в середньому на рік роботодавець заощаджує 10 тис. дол. США на 1 працівника. У Британії 62% компаній наймають віддалених працівників, 34% робітників працюють дистанційно [14]. Найближчими роками Україну також чекає стрімке зростання дистанційної зайнятості. Це відбудеться за рахунок підприємств, які ще не застосували такий формат роботи, але вже повністю готові до цього, а також компаній із частковою зайнятістю.

Дослідження рейтингу конкурентоспроможності країн (за методологією World Economic Forum) свідчить про те, що пріоритетного значення у сучасних умовах набуває не стільки використання базових компонентів конкурентоспроможності (інституцій, інфраструктури, макроеконо-

мічного середовища, стану здоров'я та початкової освіти), чинників ефективності (вищої освіти та профпідготовки, розвитку товарних ринків, ефективності ринку праці, розвиненості фінансових ринків, ефекту масштабу ринків, технологічної готовності), скільки врахування чинників інноваційності, пов'язаних з розвитком бізнес-середовища та поширенням інновацій [15]. У Доповіді про світовий розвиток "Digital Dividends" стверджується, що частка праці в національному доході, передусім тієї, що передбачає виконання рутинних операцій, в багатьох країнах, які розвиваються, різко скоротилася [7]. Винятками є Бразилія та Україна. Додаткові навички окремих працівників середнього рівня кваліфікації дадуть їм змогу перейти на високооплачувані робочі місця, які не передбачають рутинних операцій. Для таких працівників технологічний прогрес буде вигідним. У країнах, що розвиваються, найбільшу віддачу від освіти отримують ті, хто має вищу освіту, причому на робочих місцях, які потребують використання інформаційних технологій, така віддача буде зростати. Решті доведеться шукати роботу низької кваліфікації.

Важливо пам'ятати, що зникнення певних видів робіт та скорочення робочих місць унаслідок поширення інформаційних технологій є невід'ємною частиною економічного прогресу. Саме зростання продуктивності забезпечує економічне зростання та вивільняє людські й фінансові ресурси для того, щоб вони використовувалися в інших секторах. Це звільняє людей від необхідності виконання фізично важкої, монотонної та небезпечної праці. Ми підтримуємо думку про те, що такі тенденції будуть вигідні країнам, де населення швидко старіє або скорочується, як це спостерігається в Україні. Крім того, це вигідно галузям, де не вистачає кваліфікованих працівників, а нестача кваліфікованих кадрів робітничих професій також характерна для нашої країни.

Процеси поширення ІТ нерозривно пов'язані з формуванням, розвитком та використанням інтелектуальної складової людських ресурсів. Вони потребують від працівника необхідної освітньо-професійної підготовки, вміння самостійно підтримувати горизонтальні зв'язки та приймати оперативні й нестандартні рішення, наявності природних та набутих здібностей і навичок до творчої діяльності, комунікативних навичок, необхідних у створенні інтелектуального продукту.

Інтелектуалізація праці веде до активізації участі фахівців у суспільному виробництві та формування так званого когнітаріату (широкого прошарку найманих працівників інтелектуальної праці). Це посилює конкуренцію на ринку праці саме в тих сферах, що потребують найбільшого прикладання розумових та творчих здібностей. В умовах посилення процесів інтелектуалізації працівники мають бути зорієнтовані на постійний освітньо-професійний та особистісний розвиток, готові до розв'язання широкого кола виробничих завдань, які вимагають нетрадиційних інноваційних підходів, пошуків нестандартних рішень у різнобічних аспектах професійної діяльності. Трансформація змісту та характеру праці, поступовий перехід від роботи як функції до виконання проектної діяльності вимагає принципово нових наборів компетенцій у людських ресурсів та формування універсального найманого працівника, здатного виконувати як виробничі, так і організаційні функції, займатися проектами і, відповідно, мати креативні здібності, оцінюючи виробничі процеси з позицій їх міждисциплінарних та мультикультурних зв'язків.

У рамках моніторингового обстеження відповідності компетенцій робочої сили потребам робочих місць ми провели опитування українських роботодавців щодо ком-

петенцій, які користуватимуться попитом до 2030 року. Кожен другий роботодавець зазначив, що серед найбільш затребуваних компетенцій у найближчому майбутньому будуть вміння працювати з колективами, групами та індивідами, з запитом споживача; вміння керувати проектами та процесами; вміння працювати в режимі високої невизначеності та швидкої зміни завдань. Кожен третій роботодавець серед необхідних компетенцій найближчого майбутнього виділяє навички міжгалузевої комунікації, а також системне мислення. Кожен п'ятий – зростання перспективної потреби у мультикультурності та мультикультурності, програмування ІТ-рішень, управління складними автоматизованими комплексами, роботу зі штучним інтелектом. Серед інших компетенцій 26,7% опитаних роботодавців назвали участь у роботі, пов'язаній з пошуком розв'язання виробничих проблем; здатність працювати в умовах дефіциту часу та інформації; мобільність прийняття рішень у нестандартних ситуаціях; навички раціоналізації технологічних процесів; володіння технологіями обробки великих масивів даних; схильність до протистояння невизначеності ситуації [16, с. 475–478].

Водночас з урахуванням специфіки ІТ-сфери цей перелік можна дещо розширити. Зупинимося детальніше на семи базових компетенціях, які, на нашу думку, будуть важливі в найближчому майбутньому:

1) образне мислення – здатність доступно та зрозуміло формулювати і пред'являти робочі завдання всім залученим до творчого процесу учасникам;

2) адаптивне та нестандартне мислення – здатність нетрадиційно мислити, знаходити розв'язки проблем за межами звичних рамок та приймати рішення з використанням власного креативного потенціалу;

3) цифрове мислення – можливість обробляти великі масиви даних, виділяючи з них головне; з урахуванням того, що об'єми даних зростають з величезною швидкістю, ця компетенція сприятиме формуванню навичок оперативного оброблення інформаційних масивів будь-якого розміру, щоб визначати необхідну якісну та достовірну інформацію [17];

4) проектне мислення – вміння чітко та прозоро формулювати, ставити та розв'язувати завдання, пов'язані з робочими процесами;

5) трансдисциплінарність – різнобічний світогляд, який дає змогу оперативно шукати розв'язки будь-якого завдання; наймані працівники, озброєні цією компетенцією, зможуть знаходити вирішення будь-яких поставлених перед ними завдань, успішно взаємодіючи з фахівцями інших галузей;

6) когнітивне управління – здатність розбивати завдання за пріоритетами, а також виключати непотрібну інформацію з метою максимізації когнітивних функцій та соціального розвитку людини;

7) віртуальне співробітництво – здатність взаємодіяти з віртуальною командою, організувати робочий процес у віртуальному середовищі; навички віртуального співробітництва забезпечать можливість найманому працівнику майбутнього ефективно керувати таким процесом та забезпечувати високу продуктивність праці.

Крім базових навичок ІТ-фахівцям до 2030 року знадобляться так звані надпрофесійні компетенції, які дадуть змогу працювати в умовах швидкої техніки, інформаційних технологій, а також забезпечуватимуть можливість здійснювати переходи з галузі в галузь, зберігаючи власну конкурентоспроможність. Основними надпрофесійними компетенціями, які сприяють підвищенню мобільності робочої сили, зокрема у сфері інформаційних технологій, є такі [18, с. 438].

1) Системне мислення, що передбачає вміння визначати складні системи і працювати з ними. Фактично системне мислення базується на розумінні того, як влаштовані складні процеси, організації чи механізми. Володіючи системним мисленням, найманий працівник здатний швидко зорієнтуватись у проблемі та віднайти раціональне рішення для її розв'язання, швидко долучи-

тися до нової сфери діяльності, а також донести свої ідеї фахівцям з інших галузей чи секторів.

2) Міжгалузева комунікація, що передбачає розуміння технологій, процесів і ринкової ситуації в різних суміжних та несуміжних галузях.

3) Управління проектами, що передбачає вміння використовувати знання, досвід, методи та засоби для вико-

Архітектор інформаційних систем	<ul style="list-style-type: none"> • Кваліфікований фахівець широкого профілю робіт з системами обробки даних. Проектує бази даних, розробляє алгоритми дії, забезпечує ефективне звернення користувачів до сховищ даних, контролює якість зберігання даних тощо.
Проектувальник нейроінтерфейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Фахівець, який займається розробленням сумісних з нервовою системою людини інтерфейсів для управління комп'ютерами, домашніми промисловими роботами з урахуванням психології та фізіології користувачів.
Розробник моделей Big Data	<ul style="list-style-type: none"> • Фахівець, що проектує системи збирання та оброблення великих масивів даних, що надходять через Інтернет, розробляє інтерфейси збирання та аналітичні моделі.
Дизайнер інтерфейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Фахівець, який займається розробленням та створенням «дружніх», здатних адаптуватися під людину та безпечних для неї інтерфейсів обладнання, техніки й софту різного рівня.
Архітектор віртуальності	<ul style="list-style-type: none"> • Фахівець з проектування рішень, які дають змогу працювати, навчатися та відпочивати у віртуальній реальності. Розробляє софт та обладнання з урахуванням біо- та психопараметрів користувача (зокрема, під індивідуальне замовлення).
Дизайнер віртуальних світів	<ul style="list-style-type: none"> • Створює концептуальні рішення для віртуальних світів (філософія, закони природи та суспільства, правила соціальної взаємодії та економіки, ландшафт, архітектура, відчуття, зокрема запахи та звуки)
Мережевий юрист	<ul style="list-style-type: none"> • Фахівець, що займається формуванням нормативно-правової взаємодії в мережі (зокрема, у віртуальних світах), розробляє системи правового захисту людини та власності в Інтернеті (включаючи віртуальну власність).
Організатор інтернет-співтовариств	<ul style="list-style-type: none"> • Фахівець з організації та моделювання електронних форумів, ігрових та освітніх платформ у мережі.
ІТ-проповідник	<ul style="list-style-type: none"> • Фахівець з питань комунікації з кінцевими користувачами ІТ-продуктів, просування нових ІТ-рішень у групи, які консервативно налаштовані щодо передових технологій, навчання людей новим програмам та сервісам.
Цифровий лінгвіст	<ul style="list-style-type: none"> • Професіонал, що розробляє лінгвістичні системи семантичного перекладу, оброблення текстової інформації (зокрема, семантичний пошук в Інтернеті) та нові інтерфейси спілкування між людиною і комп'ютером на природних мовах.

Рис. 4. Професії для ІТ-сфери до 2030 року [19]

нання проекту з урахуванням усіх вимог, які до нього висуваються, та очікувань учасників проекту.

4) Програмування ІТ-рішень, що передбачає вміння структурувати інформацію та знаходити розв'язок поставлених виробничих завдань на базі знань мов програмування, використання штучного інтелекту.

5) Клієнтоорієнтованість полягає в максимальному задоволенні потреб споживачів з урахуванням індивідуальних смаків та економічних можливостей.

6) Багатомовність і міжкультурна грамотність, що полягають у вмінні продуктивно працювати в кроскультурному середовищі зі знанням як мов, так і особливостей культури різних народів, їхніх традицій, звичаїв, моральних та етичних норм, усвідомленням специфіки роботи галузі в інших країнах. Ця компетенція корисна для побудови ефективної комунікації як з потенційними партнерами, так і з клієнтами.

7) Робота з людьми – вміння працювати з окремими людьми, групами людей, колективами з використанням знань психології, мотивувати, стимулювати та спрямовувати їх на розв'язання поставлених виробничих завдань.

8) Навички художньої творчості – здатність до художньої творчості, наявність розвинутого естетичного смаку, вміння трансформувати попередній креативний досвід за допомогою уяви.

9) Робота в режимі високої невизначеності та швидкої зміни умов завдань, що полягає у вмінні швидко приймати рішення, оперативно реагувати на зміну умов роботи, розподіляти ресурси й управляти своїм часом.

Проте необхідно зазначити, що більшість вищенаведених навичок традиційна система освіти не формує; окрім того, є певна складність їх вимірювання. Багато країн у зв'язку з цим переглядають свої підходи в освіті. Наприклад, Сінгапур упроваджує модель «розвитку здібностей», в рамках якої скорочується кількість тестувань та збільшується обсяг проектної роботи.

Інформаційні технології досить динамічно розвиваються та впливають на всі види економічної діяльності. Це пов'язане з тим, що за рахунок ІТ зростає об'єм передачі даних через мережу Інтернет, розширюються межі кроскультурної комунікації, зростає кількість дистанційних робочих місць, відкриваються нові осередки для взаємодії людей у процесі виробництва, освіти, дозвілля тощо. На зміну традиційним професіям приходять нові, більш затребувані науково-технічним прогресом та соціально-економічним розвитком. На рис. 4. наведено окремі з них, які будуть актуальні в ІТ-сфері в найближчі 10–13 років.

Висновки. Динаміка розвитку ІТ-сфери в нашій країні тісно пов'язана із зацікавленістю владних структур

у впровадженні інформаційних технологій та створенні сприятливого регуляторного середовища галузі. Автори вважають, що потенційні зиски українських підприємств, пов'язані з використанням ІТ-технологій, супроводжуються загостренням певних соціальних ризиків, однак позитивний вплив ІТ-сфери на зайнятість населення стане можливим, якщо держава врегулює проблеми соціального захисту нетрадиційних форм зайнятості.

Автори наголошують на тому, що проблеми розвитку галузі вимагають посиленої уваги з боку науковців та практиків, оскільки результати впровадження ІТ-технологій зможуть вивести Україну на принципово нову модель організації робочих місць. До 2030 року під впливом розвитку ІТ-технологій ринок праці зазнає значних трансформацій, які будуть пов'язані з поступовим зникненням окремих професій та появою нових, що вимагатимуть принципово нових підходів до підготовки висококваліфікованих людських ресурсів. Нарощення конкурентоспроможних людських ресурсів галузі стане можливим за умови озброєння останніх не тільки професійними компетенціями, але й надпрофесійними, що надаватимуть додаткові переваги та можливості найманим працівникам швидко пристосовуватися до мінливої кон'юнктури ринку праці та переходити з однієї сфери економічної діяльності в іншу. За таких умов функції служб управління людськими ресурсами підприємств мають бути розширені, зокрема щодо організації моніторингу відповідності компетенцій потребам робочих місць та побудови індивідуальних освітніх траєкторій для персоналу підприємств.

На думку авторів, перспективні потреби роботодавців будуть пов'язані з більш високою конкурентоспроможністю та мобільністю людських ресурсів, здатних не просто адаптуватися до змін, які привносять в економіку ІТ-технології, але й ефективно керувати проектами, колективами, організаціями та віртуальним середовищем, тому служби управління людськими ресурсами повинні здійснювати підбір кваліфікованих кадрів не лише з орієнтацією на певну спеціальність, але й з урахуванням можливостей представників швидко здобувати нові знання, самовдосконалюватися та прагнути професійного зростання.

Розвиток ІТ-сфери в умовах становлення інноваційної економіки в Україні розкриває широкі можливості для перспективних наукових розвідок. Зокрема, пов'язаний з ним процес становлення інноваційних видів зайнятості вимагає дослідження їхньої специфіки, вдосконалення моніторингу економічної активності населення та розроблення шляхів удосконалення системи соціального захисту.

Список використаних джерел:

1. Білецький О. Управлінські аспекти маркетингу персоналу в процесі реінжинірингу. Вчені записки університету «Крок». Серія «Менеджмент і маркетинг в бізнесі XX ст. 2008. Т. 2. № 18. С. 35–40.
2. Кибанов А., Дуракова І. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация. Москва: Инфра-М, 2009. 301 с.
3. Кобяк О. Маркетинг персоналу як вид інформаційного забезпечення ринку праці молодих фахівців. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 10. С. 77–82.
4. Петрова І., Терон І. Сучасні технології маркетингу на ринку праці. Вчені записки університету «Крок». Серія «Менеджмент і маркетинг в бізнесі XX ст. 2008. Т. 2. № 18. С. 169–180.
5. Сагайдак М. Внутрішній маркетинг і маркетинг персоналу: порівняльний аналіз. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 7. С. 110–117.
6. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / за заг. ред. В. Гейця, А. Даніленка, Е. Лібанової та ін. Київ: НАН України, ВПП «Експрес», 2015. 336 с.
7. World Development Report 2016 “Digital Dividends”. World Bank Group. 2016. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/896971468194972881/pdf/102725-PUB-Replacement-PUBLIC.pdf>.
8. Kelli T., Ljaplina A., Tan S., Winkler H. Reaping Digital Dividends: Leveraging the Internet for Development in Europe and Central Asia. World Bank Group. 2017. URL: <http://www.worldbank.org/en/region/eca/publication/digital-dividends-in-eca>.

9. The Global Information Technology Report 2012. World Economic Forum. 2012. URL: <http://reports.weforum.org/global-information-technology-2012/#=§ion=chapter-1-1>.
10. The Global Information Technology Report 2014. World Economic Forum. 2014. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalInformationTechnology_Report_2014.pdf.
11. The Global Information Technology Report 2016. World Economic Forum. 2016. URL: http://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF_GITR_Full_Report.pdf.
12. Global Software Survey “Seizing Opportunity Through License Compliance”. Business Software Alliance. 2016. URL: http://globalstudy.bsa.org/2016/downloads/studies/BSA_GSS_US.pdf.
13. Piracy Impact Study: the economic Benefits of reducing software piracy. Business Software Alliance, International Data Corporation. 2010. URL: http://portal.bsa.org/piracyimpact2010/studies/piracyimpactstudy2010.pdf?_ga=2.222796499.957670988.1502446813-1452699899.1502446813.
14. Global Work place Analytics. 2016. URL: <http://globalworkplaceanalytics.com>.
15. The Global Competitiveness Report 2016–2017. World Economic Forum. 2016. URL: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf.
16. Ilich L. Evaluation of Matching Skills and Jobs. Current issues of world economy and politics: International Relations 2016, conference proceedings 17th International Scientific Conference Smolenice Castle December, 1–2, 2016, Volume of Scientific Papers. Bratislava: University of Economics in Bratislava, 2016. P. 475–481.
17. Davies A., Fidler D., Gorbis M. Future Work Skills 2020. Institute for the Future for University of Phoenix Research Institute. 2011. URL: http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf.
18. Ільїч Л.М. Структурні трансформації транзитивного ринку праці України: моногр. Київ: Алерта, 2017. 608 с.
19. The future of the labour market. Atlas of emerging jobs. 2015. URL: <http://atlas100.ru/future>.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РАБОЧЕЙ СИЛЫ ИТ-СФЕРЫ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ТРАНСФОРМАЦИЙ РЫНКА ТРУДА

Аннотация. Стремительное развитие ИТ-сферы в мире требует исследования соответствующего сегмента рынка труда в Украине, результаты которого позволили бы учесть как интересы работодателей в процессе поиска квалифицированной рабочей силы, так и интересы наемных работников предприятий, обеспечив для них привлекательные условия занятости. В статье представлено исследование рынка труда ИТ-сферы, которое базируется на определенных целевых установках и ориентировано на требования инновационного развития государства. Результаты внедрения ИТ-технологий смогут вывести Украину на принципиально новую модель организации рабочих мест. В работе представлен перечень базовых профессий, которые под воздействием внедрения ИТ-технологий появятся на рынке труда до 2030 года. По результатам мониторингового обследования соответствия компетенций человеческих ресурсов потребностям рабочих мест авторами сформулированы основные компетенции будущего для наемных работников ИТ-сферы.

Ключевые слова: конкурентоспособность, рабочая сила, рынок труда, ИТ-сектор, ИТ-технологии.

COMPETITIVENESS OF LABOR FORCE IT-INDUSTRY THROUGH PRISM OF LABOR MARKET TRANSFORMATIONS

Summary. The rapid development of world IT industry requires the study of a relevant segment in Ukraine and its impact on the labour market. The results of such research will provide an opportunity to take into account the interests of employers in finding a skilled workforce and the interests of employees in providing them decent working conditions. The article presented a study of the labour market IT industry sector, which based on the identified target plants and oriented to the requirements of innovative development. The authors emphasize that the problems of IT industry development in Ukraine require the attention of scientists and practitioners, because the results of implementing IT technologies will lead country to a fundamentally new model of job organization. The paper presents the list of basic jobs that will be introduced into the labour market by the influence of IT technologies till 2030. Authors determined the main future skills for IT industry, based on results of their skills and jobs sociological survey.

Key words: competitiveness, labour force, labour market, IT industry, IT technologies.

Антипцева О. Ю.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Української інженерно-педагогічної академії

Antyptseva O. Yu.
PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of Management
Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy

ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЇ БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ

Анотація. У статті досліджено сутність латерального маркетингу, логіку та етапи процесу його реалізації. Визначено сферу та результати застосування латерального маркетингу як стратегічного інструмента організації ринкової пропозиції з винятковою цінністю для споживача та комерційною привабливістю для підприємства, що відкриває нові джерела прибуткового зростання бізнесу.

Ключові слова: ринок, конкуренція, латеральний маркетинг, інновація цінності, витрати, стратегія блакитного океану.

Вступ та постановка проблеми. Сильний розвиток науки та революційні зміни у сфері технологій прискорюють інноваційний процес та сприяють появі в ринковому просторі значної кількості нових товарів та послуг, створюючи умови для поглиблення диференціації з боку пропозиції за скорочення життєвого циклу новинок на ринку. Орієнтація виробників на індивідуалізацію маркетингових програм з метою збереження та укріплення своєї ринкової позиції вимагає все більших витрат та, підвищуючи рівень задоволення запитів споживачів, значно посилює конкуренцію на ринку. Роздроблені та насичені ринки стають менш прибутковими та ускладнюють процес просування нових товарів та послуг, що значно обмежує ефективність маркетингових стратегій, які спираються на сегментування ринку та позиціонування новинок як інструменти формування стійких конкурентних переваг на довгострокову перспективу. Інновації, в основу яких покладено лише варіювання атрибутами вже відомого базового товару (послуги), фактично стають покращеною версією пропозиції, наявної в межах певного ринку. За їх допомоги неможливо продукувати і транслювати нові потреби та створити нові ринки, оскільки вони не пов'язані з фундаментальними змінами і не здатні формувати стійкі економічні переваги порівняно з компаніями-конкурентами. Створення пропозиції на основі інновацій, що ідентифікуються споживачем як високо ціннісні та дають змогу підприємству засновувати зони зростаючого попиту, які вільні від конкурентів, значною мірою є результатом латерального маркетингового процесу. Латеральний маркетинг орієнтується на нефіксовану модель ринку та дає змогу реструктурувати її, охоплюючи бізнес-середовище, яке раніше перебувало поза зоною уваги підприємства, створюючи нові можливості в рамках розвинених ринків або на межі їх перетину. Вирішення проблеми закладання нових ринкових територій та утримання їх є сьогодні однією з найбільш насущних задач для вітчизняних виробників, які намагаються вижити та досягти процвітання в умовах посилення глобалізаційних тенденцій та зростаючої міжнародної конкуренції, що підтверджує актуальність розроблення та впровадження технології латерального маркетингу в управлінську практику українських підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Авторами концепції латерального маркетингу є Ф. Котлер та Ф. Тріас де Без. Вони визначили основні категорії, сформулювали

теорію латерального маркетингу, запропонувавши більш широкий погляд на можливості маркетингового мислення, яке дає змогу вийти за рамки послідовної логічної процедури та спирається на процес, що має ймовірнісні характеристики та дає можливість здійснювати прорив в бізнесі на основі інновацій, орієнтованих на відкриті раніше потреби, цільові групи, способи та ситуації використання продукту. Ф. Котлер та Ф. Тріас де Без оновили маркетинговий інструментарій, виокремили та розробили схему процесу латерального маркетингу, практичне застосування якої виводить виробника на формування принципово нової цінності для споживача пропозиції на висококонкурентному ринку [1]. Окремі теоретичні аспекти, відмінні характеристики, роль та функціональна зона використання латерального маркетингу, особливості технології його практичного застосування досліджувалися в працях вітчизняних науковців, а саме в роботах І. Гелюти, Н. Помірко, О. Самойленко, О. Хоцевич, В. Шукліної [2–5]. Високо оцінюючи вклад вчених-економістів, відзначаємо, що в науковій літературі недостатньо з'ясована та вимагає подальшого дослідження проблема забезпечення очікуваного рівня прибутковості для підприємства від реалізації інновацій латерального маркетингу в стратегічній перспективі.

Метою роботи з урахуванням зазначеного є визначення сфери та з'ясування результатів застосування латерального маркетингу як стратегічного інструмента організації в аспекті формування пропозиції з винятковою цінністю для споживача та комерційною привабливістю для підприємства.

Результати дослідження. В рамках традиційного маркетингу стратегії, що вибудовує більшість фігурантів з боку пропозиції, спираються на сегментування ринку та пошук атрибутів диференціації для позиціонування продукту або підприємства. Диференціація переважним чином досягається або за рахунок пропозиції найвищої цінності за збільшення витрат для компанії і підвищення ціни для покупців, або завдяки забезпеченню зростання споживчої цінності не шляхом нарощування корисності, а шляхом зменшення витрат, які обумовлюють сукупну вартість придбання, володіння та використання товару, внаслідок чого ринок насичується модифікованими товарами і стає надмірно фрагментованим, поступово обмежуючи потенції виробників стосовно нарощування власної прибутковості та конкурентоспроможності. Таким чином,

в умовах зрілих насичених ринків класичні прийоми маркетингової діяльності вже не гарантують очікуваної віддачі, тому потрібні нешаблонні та креативні стратегічні підходи до формування ринкової пропозиції, що дає змогу створити конкурентні переваги та забезпечити власному бізнесу стійке зростання. Додатковою платформою для відкриття нових маркетингових ідей, які допоможуть компанії опанувати зростаючу одноманітність товарів та вирішити проблему гіперконкуренції, є латеральний маркетинг, в основу якого покладено нестандартне мислення («сукупність процесів, призначених для такого використання інформації, за якого творчі ідеї генеруються за допомогою проникливого реструктурування концепцій, накопичених в пам'яті») [1, с. 35].

Латеральний маркетинг орієнтований на пошук прихованих можливостей в зонах, які є незайманими ділянками ринку та ще не охоплені пропозицією, на основі варіювання структури товару; продукування та розвитку потреб, їх комбінування, задоволення раніше проігнорованих запитів споживачів; розширення способів та кола ситуацій використання виробу; формування нової цільової аудиторії. Застосування латерального підходу дає змогу адаптувати відомі маркетингові моделі до вимог сьогодення, трансформувати та розвивати їх, збагачуючи теорію та практику сучасного маркетингу. В поле зору латерального маркетингу потрапляють вже наявні об'єкти – товари та послуги, представлені в ринковому просторі, які трансформуються в інновації на основі латеральних зсувів, що провокують логічні протиріччя та викликають розривання наявного консеквентного зв'язку, усунення розривів, встановлення нового зв'язку на основі спостереження й оцінювання процесу покупки, ідентифікації нових корисних властивостей товарів, виокремлення альтернативних ситуацій для їх використання. Результатами успішної реалізації процесу латерального маркетингу можуть стати розширення галузі вертикального маркетингу, коли відомий продукт отримує нову сферу застосування; нестандартне поєднання конкретних потреб людей і ситуацій, відповідних товару чи послугі; формування нового ринку; створення оригінальної комерційної формули товару шляхом запозичення, адаптації або розвитку вже відомих моделей застосування маркетингового інструментарію.

Ідея пошуку можливостей зростання шляхом застосування креативних рішень в межах ринків, де пропозиція значно перевищує попит, на основі трансформації наявних товарів та послуг для задоволення нових потреб або для охоплення клієнтів та нових ситуацій, які не розглядалися раніше як потенційні, є базовою в рамках стратегії блакитного океану. Блакитні океани – це галузі, які ще не існують, нові ринки або досі вільні ділянки ринку, не охоплені конкуренцією зі зростаючим попитом та значним потенціалом прибутковості [6, с. 30].

Можливість створення унікального ринкового простору, певний час вільного від конкурентів, як в рамках латерального маркетингового підходу, так і під час формування стратегії блакитного океану, не обов'язково забезпечується на основі технологічних нововведень або виходу за межі основної сфери діяльності, адже важливо пов'язати інноваційну пропозицію з унікальною цінністю для споживача та комерційною привабливістю для підприємства. Перспективним напрямом формування нового попиту за таких умов є охоплення суб'єктів ринку, які досі були індіферентними до пропозиції підприємства, тобто не клієнтів, щоб дослідити, що заважає їм купувати або використовувати продукт, а також виявити фактори, які обмежують розміри галузі та не дають їй змогу розши-

рюватися. Це орієнтує гравців з боку пропозиції на десегментацію ринку за допомогою пошуку загальних якостей у різних вперше виділених груп споживачів з подальшим виявленням та використанням атрибутів, що забезпечують максимальний попит серед вибраної аудиторії.

В основу створення продуктів і послуг, які здатні відкрити та завоювати нові ринкові простори з різко збільшеним попитом в рамках стратегії блакитного океану покладено інновацію цінності, тобто стрибок в цінності для покупців і для самої компанії, що відкриває новий, не охоплений конкуренцією ринок. Інновація цінності передбачає, що рівною мірою упор робиться як на цінність, так і на інновацію. Цінність без інновації переважним чином зводиться до зростання раніше створеної цінності, але це не дає суттєвих переваг відносно конкурентів. При цьому інновація цінності реалізується лише тоді, коли вдається поєднати інновацію з такими аспектами, як практичність, ціна, витрати та людський фактор [6, с. 41].

Інновація цінності обходить одну з найбільш поширених догм стратегії, заснованої на конкуренції (компроміс «цінність – витрати»), оскільки формується в площині, де підприємство може одночасно й оптимізувати структуру витрат, й збільшити цінність, що пропонується споживачам. Зниження витрат відбувається за рахунок ігнорування або переоцінки значущості для споживачів домінант, за якими йде конкуренція на конкретному ринку. Зростання цінності для покупця при цьому забезпечується за рахунок створення та розвитку елементів, які конкретна галузь раніше ніколи не пропонувала. За таких умов система діяльності компанії в галузі корисності, ціни та витрат стає максимально скоординованою. З часом додатково за рахунок ефекту масштабу відбувається зниження витрат виробництва, що обумовлене зростаючим попитом на унікальну цінність.

Для формування інновації цінності використовується модель кривої цінності, яка є графічним відображенням порівняльної ефективності роботи компанії з урахуванням факторів конкуренції в галузі. Під час побудови кривої цінності по горизонталі розташовують фактори, за якими йде конкуренція в певній галузі і куди переважним чином спрямовуються інвестиції, а по вертикалі визначають рівень пропозиції, що забезпечується клієнтам за всіма основними факторами конкуренції.

Генерація нової кривої цінності, що дає змогу зруйнувати компроміс між диференціацією та низькими витратами, відбувається на базі моделі чотирьох дій [6, с. 60]:

- 1) визначаються фактори, які протягом значного терміну служили предметом конкуренції в галузі і від яких у стратегічній перспективі слід відмовитися, оскільки вони вичерпали свою актуальність і втратили корисність для споживачів, а також більше не впливають на рівень загальної цінності;
- 2) фіксуються фактори, за якими стандарти галузі необхідно знизити, оскільки вони значно перевищують очікування клієнтів, тому виробники, збільшуючи свої витрати на забезпечення цінності за цими напрямками, не отримують від цього адекватної віддачі;
- 3) окреслюються фактори, за якими стандарти галузі необхідно підвищити з метою прирощення споживчої цінності;
- 4) ідентифікуються фактори, які ніколи не пропонувалися в рамках цієї галузі та розглядаються у стратегічній перспективі як абсолютно нові джерела цінності для покупців та точки формування нового попиту.

Саме в рамках цієї моделі, на нашу думку, доцільним є впровадження технології латерального маркетингу як інструмента стратегічного аналізу наявних конструкцій

пропозиції на ринку, провокування в них відповідних змін та встановлення нових зон зростання для бізнесу.

На рівні ринку можна вибрати потребу, яку продукт підприємства на даний момент не задовольняє, і визначити, яким він повинен стати для її задоволення; трансформувати цільову аудиторію, охопивши тих, хто не належить до числа фактичних або потенційних споживачів і раніше не потребував цього товару чи послуги; змоделювати нестандартні ситуації для споживання товару чи послуги, змінивши спосіб, час, місце та обставини його використання.

На рівні товару пропозицію підприємства доцільно розглядати як набір ізольованих елементів, що організовані заданим чином, зміна яких приводить до генерування нових можливостей, на основі проведення латерального заміщення шляхом:

- заміни, тобто видалення елемента товару і підстановки на його місце нового, що імітує будь-які аспекти іншого продукту;
- сполучення, тобто додавання одного чи декількох елементів до товару чи послуги за залишення всього іншого без змін;
- інверсії, тобто заперечення одного або декількох елементів товару (послуги) чи заміни їх протилежними елементами;
- видалення, тобто відмови від окремих елементів товару чи послуги;
- гіперболізації, тобто перебільшення чи надмірного зменшення одного чи декількох елементів товару або послуги;
- зміни порядку, тобто варіювання взаємним розташуванням або послідовністю елементів товару або послуги [1].

На рівні комплексу маркетингу застосування латерального підходу дасть змогу створити й опанувати нові схеми ціноутворення, розподілу, маркетингових комунікацій, не змінюючи товар або послугу. Їх формування є можливим на основі запозичення та адаптації до власних товарів вже апробованих на інших ринках моделей маркетингового інструментарію, розвитку та оновлення його окремих складових, розширення складу інструментів маркетингу шляхом введення нових елементів.

Виокремлення факторів, яким необхідно забезпечити позитивну динаміку та нові для галузі точки росту цінності, відкриває для підприємства не охопленій конкуренцією ринковий простір. Обґрунтоване виключення групи чинників зі стратегічного профілю пропозиції підприємства та уникнення надлишкової для споживача цінності шляхом зниження стандартів галузі дасть змогу оптимізувати витрати порівняно з конкурентами та робить неактуальними наявні правила ринкової боротьби.

Крива цінності виявляє три додаткові якості, такі як фокус, дивергенція, слоган.

Фокус – це комплекс стратегічних факторів, які підприємство вибирає із застосуванням технології латерального маркетингу як ключові незалежно від дій конкурентів під час формування інновації цінності, не розпорюшуючи зусилля по всіх ідентифікованих чинниках ринкового протистояння, що обумовлює можливість суттєвого зниження витрат.

Дивергенція забезпечує унікальність кривої цінності та дає змогу сформувавши стратегію, яка дає можливість організації уникнути пасток, пов'язаних з конкуренцією на вже наявному ринку, і сконцентрувати увагу на інноваціях, здатних створювати нові ринки.

Слоган – чітке переконливе повідомлення, що віддзеркалює унікальність пропозиції підприємства, містить

правдиву рекламу того, що пропонується, пробуджуючи та стимулюючи довіру та інтерес до компанії.

Таким чином, формування кривої цінності дає можливість визначити напрями інвестицій підприємства в ті чи інші фактори конкуренції та можливі альтернативи інвестування в майбутньому. Поєднання виняткової корисності, стратегічної ціни та цільового рівня витрат дає змогу домогтися інновації цінності, тобто стрибка цінності як для покупців, так і для компанії.

Стратегічний профіль пропозиції підприємства визначається перш за все корисністю для споживача, рівень якої оцінюється за допомогою формування карти корисності, що є інструментом ідентифікації всіх можливих ніш корисності, які заповнює продукт або послуга. Карта корисності поєднує важелі, які доступні організації до застосування, щоб надати покупцям унікальну корисність, а саме споживчу продуктивність, зручність, ризик, розваги та імідж, екологічність, що перетинаються з кожним етапом споживчого циклу, а саме придбанням, доставкою, використанням, додатковими послугами, обслуговуванням, утилізацією [6, с. 164].

Склавши карту корисності для покупця, можемо діагностувати, чи дійсно нова ідея не тільки створює ексклюзивну пропозицію, але й усуває основні перешкоди на шляху до надання виняткової корисності та формування нового ринкового простору. Оскільки чиста цінність для клієнтів визначається через корисність пропозиції з урахуванням заплаченої ними ціни, стратегічна ціна повинна встановлюватися на рівні, що дасть змогу підприємству не тільки залучати широкі маси покупців, але й утримувати їх в межах запланованого періоду для отримання цільового прибутку. Між тим забезпечення бажаного рівня прибутковості для підприємства пов'язане не лише з вибором стратегічної цінової зони, але й з оптимізацією витрат, що може здійснюватися шляхом раціоналізації дій та впровадження інновацій щодо зниження собівартості на всіх етапах, тобто від виробництва до дистрибуції; партнерства (шляхом використання досвіду інших компаній у певній сфері діяльності, а також скорочення витрат від економії за рахунок масштабу); зміни цінової моделі галузі [6, с. 177–180].

Загалом досягнення успіху у сфері формування інновації цінності та відкриття і завоювання на цій основі нових ринків залежить від одночасного сміщення цінності, прибутку та людського фактору, адже компанія, використовуючи інструментарій латерального маркетингу, повинна створити таку пропозицію, яка приверне покупців; побудувати бізнес-модель, що дає їй змогу на цій пропозиції заробити; мотивувати тих, хто працює на компанію або разом з нею, адже це об'єднує всіх в єдину систему, націлену на диференціацію та одночасне зниження витрат і стає серйозною перешкодою на шляху конкурентів-послідників.

Висновки. Таким чином, органічне включення технології латерального маркетингу в модель чотирьох дій під час вибудовування стратегії блакитного океану робить процес створення інновацій, цінних для споживача, прогнозованим та перманентним. Використання латерального маркетингового підходу дає змогу виробникам отримувати інновації, відкриваючи нові потенції в продуктах, які вже представлені на зрілих та насичених ринках, а перехід до стратегії блакитного океану дає можливість пов'язувати такі інновації з цінністю, переключивши увагу з дій конкурентів на забезпечення очікуваної споживачем корисності товарів та послуг. Досягнення паритету цінності та витрат під час формування нової бізнес-пропозиції на основі ревізії та оновлення системи факторів, що

визначають стандарти галузі, відкриває перед гравцями сфери ділових відносин можливість створення унікального та не охопленого конкуренцією ринкового простору, а також домогтися диференціації з отриманням додаткових джерел прибуткового зростання.

Дотримання логічної послідовності «корисність – ціна – витрати – впровадження» не зможе гарантувати комерційний успіх креативним ідеям, що породжують блакитний океан, якщо не подолати сумніви й опір змінам серед усіх груп, зацікавлених в діяльності підприємства, а саме споживачів, співробітників організації, партнерів по бізнесу та суспільства, створивши відповідні умови для узгодження їх інтересів. Це викликає необхідність

розроблення та застосування відповідних маркетингових технологій, що дадуть змогу транслювати суб'єктам ринку переваги нової ідеї, чіткі очікування від результатів її впровадження, довести, як виробник намагатиметься реалізувати свої наміри та на яких умовах збирається співпрацювати, що й визначає вектор подальших досліджень з цієї теми. Створивши взаємовигідну партнерську мережу, підприємство збільшує власні шанси на успіх на основі передбачення та своєчасного блокування можливих ризиків, підвищення ефективності використання залучених обмежених ресурсів, формування адекватного мотиваційного поля для ключових дійових осіб, коригування ustalених соціальних норм.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф., Триас де Бес Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / пер. с англ. Москва: Альпина Паблишер, 2010. 206 с.
2. Гелюта І. Латеральный маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності. Людина і праця. 2010. № 1. С. 63–64.
3. Помірко Н. Латеральный маркетинг як ефективний засіб лідирування підприємства на висококонкурентному ринку. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 5. Т. 3. С. 106–109.
4. Хоцевич О., Самойленко О. Механізм латерального маркетингу у процесі створення інноваційного продукту. URL: <http://pauka.kushnir.mk.ua/?p=20485>.
5. Шукліна В. Латеральный маркетинг як стратегічний інструмент підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 1(48). С. 176–180.
6. Ким Чан В., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / пер. с англ. И. Ющенко. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 336 с.

ЛАТЕРАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТЕ СТРАТЕГИИ ГОЛУБОГО ОКЕАНА

Аннотация. В статье исследованы сущность латерального маркетинга, логика и этапы процесса его реализации. Определены сфера и результаты применения латерального маркетинга в качестве стратегического инструмента организацией рыночного предложения с исключительной ценностью для потребителя и коммерческой привлекательностью для предприятия, открывающего новые источники прибыльного роста бизнеса.

Ключевые слова: рынок, конкуренция, латеральный маркетинг, инновация ценности, затраты, стратегия голубого океана.

LATERAL MARKETING IN THE CONTEXT OF THE BLUE OCEAN STRATEGY

Summary. The essence of lateral marketing, logic and stages of the process of its realization are studied in the article. The scope and results of application of lateral marketing as a strategic tool in the organization of the market proposal with an exceptional value for the consumer and commercial attractiveness for the enterprise, which opens new sources of profitable business growth, are determined.

Key words: market, competition, lateral marketing, value innovation, costs, blue ocean strategy.

Архипов Н. М.
аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства
Київського національного торговельно-економічного університету

Arkhipov N. M.
Postgraduate student at the department
of economics and finance of the enterprise
Kyiv National University of Trade and Economics

ВИДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті розглянуто сучасні підходи до класифікації ефективності. Актуальність теми обґрунтовується неоднозначністю підходів різних науковців до визначення окремих видів ефективності та їх класифікації. Із запропонованих нині науковцями видів ефективності виділено види ефективності, які доцільно застосовувати для оцінювання ефективності операційної діяльності підприємства торгівлі. Запропоновано нові види ефективності операційної діяльності, які допоможуть менеджменту підприємства торгівлі приймати більш зважені управлінські рішення. Представлено авторську класифікацію видів ефективності операційної діяльності підприємства торгівлі, запропоновано показники для оцінювання кожного представленого виду ефективності операційної діяльності підприємства торгівлі.

Ключові слова: ефективність, операційна діяльність, ефективність операційної діяльності, види ефективності, види ефективності операційної діяльності.

Вступ та постановка проблеми. Питання забезпечення ефективності діяльності завжди було основним для більшості підприємств з огляду на те, що лише ефективно працююче підприємство може нарощувати свою вартість. Посилення конкуренції та нестабільні умови господарювання підприємств створюють нові проблеми щодо забезпечення їх ефективності. Розвиток концепцій ефективності дає змогу віднайти нові важелі управління підприємствами, які сприятимуть якісному зростанню результатів їхньої діяльності та забезпечать виживання підприємств в мінливому конкурентному середовищі. З огляду на це виникає необхідність проведення аналізу наявних підходів до класифікації видів ефективності та визначення нових, актуальних для сучасного стану розвитку економічної думки та потреб підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нині в економічній літературі запропоновано чимало концептуальних підходів до трактування сутності ефективності. Особливої уваги заслуговують роботи Т.А. Говорушко [2], І.В. Моцної [6], Н.Ю. Подольчак [7], О.М. Сенічкіної [8], І.В. Ховрак [9], в яких досліджуються та розкриваються сутність поняття «ефективність», особливості та відмінності понять «економічна ефективність», «ефективність виробництва», «ефективність функціонування підприємства». Проблематика забезпечення ефективної операційної діяльності також висвітлюється в роботах М.В. Братанича [1], С.Ф. Покропивного [3], М.Г. Грещак [4], В.М. Колот [4], О.Г. Мендрул [4], Й.М. Петровича [5], А.Ф. Кіт [5], О.М. Семенів [5], В.П. Волкова [10], А.І. Ільїна [10], В.І. Станковича [10], Г.А. Братусь [12], в яких досліджено види ефективності, розкрито основні класифікаційні ознаки ефективності діяльності підприємства.

Велика увага у дослідженнях приділяється класифікації видів ефективності підприємства з огляду на те, що діяльність будь-якого підприємства характеризується складним комплексом операцій, ресурсів, відносин. Так, в роботах М.В. Братанича, Н.Ю. Подольчак, Т.А. Говорушко визначено основні види ефективності. Проте варто відзначити, що вони присвячені типології ефективності підприємства загалом, а не операційної діяльності.

Спостерігається неоднотайність у виокремленні класифікаційних ознак та видів ефективності, а розвиток нових кон-

цепцій управління, поява нових форм організації операційної діяльності підприємств потребують розвитку та вдосконалення підходів до класифікації видів ефективності операційної діяльності підприємства з метою підвищення якості її оцінювання та пошуку резервів зростання в практичній діяльності.

Метою роботи є систематизація та розвиток підходів до класифікації видів ефективності операційної діяльності підприємства.

Результати дослідження. Згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку операційна діяльність – основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю [11].

Оскільки операційна діяльність підприємства має багато елементів та індивідуальну специфіку на кожному підприємстві, ефективність операційної діяльності є показником багатокомпонентним. Відповідно, її можна класифікувати за різними ознаками.

Так, М.В. Братанич пропонує класифікувати ефективність за рівнем об'єкта господарювання та виокремлює ефективність економіки загалом, галузі, об'єднання підприємств, підприємства, структурного підрозділу підприємства, виробництва окремих видів продукції [1]. На нашу думку, зазначений підхід можна застосувати і в класифікації ефективності операційної діяльності, виокремлюючи ефективність операційної діяльності підприємства загалом, окремого структурного підрозділу, окремого напрямку діяльності. Такий поділ є важливим для порівняльного оцінювання ефективності окремих напрямів діяльності та структурних підрозділів, а також використання результатів цього оцінювання під час обґрунтування управлінських рішень щодо розвитку підприємства, впливу на ефективність операційної діяльності підприємства окремих напрямів діяльності та структурних підрозділів.

Для оцінювання цих видів ефективності можна запропонувати такі показники (табл. 1).

С.Ф. Покропивний та М.В. Братанич пропонують класифікувати ефективність за наслідками (або видом) отриманих результатів, виокремлюючи економічну ефективність, соціальну ефективність та соціально-економічну ефективність [1; 3, с. 451]. Цей підхід можна використовувати також для класифікації ефективності операційної

Таблиця 1

Показники ефективності операційної діяльності за рівнем об'єкта господарювання

Вид ефективності	Ефективність підприємства	Ефективність структурного підрозділу	Ефективність окремих видів продукції (товарів)
Показники	Рентабельність операційних активів підприємства; тривалість операційного циклу; тривалість фінансового циклу; ефект операційного левериджу; продуктивність праці.	Рентабельність обігу структурного підрозділу; продуктивність праці структурного підрозділу; рентабельність операційних активів структурного підрозділу.	Рівень маржинального прибутку товарної групи.

Джерело: складено автором

Таблиця 2

Показники ефективності операційної діяльності залежно від сфери визначення та прояву

Вид ефективності	Комерційна ефективність	Соціально-економічна ефективність	Екологічно-економічна ефективність
Показники	Величина прибутку; рентабельність операційних активів підприємства; тривалість операційного циклу; тривалість фінансового циклу; ефект операційного левериджу; рентабельність операційних активів; продуктивність праці.	Рентабельність витрат на соціальні заходи; рентабельність витрат на навчальні програми.	Екологічний ефект діяльності підприємства; відношення екологічного ефекту до сумарних понесених витрат на екологічні програми.

Джерело: складено автором

Таблиця 3

Показники ефективності операційної діяльності за видами господарської діяльності

Вид ефективності	Ефективність торговельної діяльності	Ефективність виробничої діяльності	Ефективність орендної діяльності
Показники	Рентабельність обороту; оборотність запасів; рівень маржинального прибутку; товарообіг на 1 кв. метр торговельної площі; приріст середнього часу на обслуговування одного покупця; тривалість операційного циклу; продуктивність праці торговельного персоналу; рентабельність праці торговельного персоналу.	Рентабельність виробництва продукції; тривалість виробничого циклу; продуктивність праці виробничого персоналу; рентабельність праці виробничого персоналу.	Дохід на один квадратний метр орендованої площі; прибуток на один квадратний метр орендованої площі.

Джерело: складено автором

діяльності, виокремлюючи соціально-економічну ефективність, комерційну ефективність та екологічно-економічну ефективність. Такий поділ необхідний для оцінювання ефективності не лише ключового комерційного, але й соціального та екологічного аспектів, які є невід'ємною частиною операційної діяльності підприємства.

І.В. Мощна поділяє ефективність залежно від сфери застосування на економічну, соціальну, організаційну, технологічну, правову, психологічну, політичну, етичну, та екологічну [6, с. 213]. На нашу думку, усі зазначені види ефективності, окрім економічного, непридатні для оцінювання ефективності операційної діяльності підприємства, оскільки охоплюють не ключові аспекти його функціонування.

Схожі види ефективності пропонує використовувати Н.Ю. Подольчак, класифікуючи їх за елементами виникнення та виокремлюючи ефективність соціальну, психологічну, економічну, природно-екологічну, політичну та правову [7, с. 209]. У зв'язку з вищеведеними причинами цей підхід недоречно використовувати до оцінювання ефективності операційної діяльності підприємства.

М.Г. Грещак, В.М. Колот, О.Г. Мендрул пропонують класифікувати ефективність за функціональною сферою прояву [4, с. 664], а В.П. Волков, А.І. Ильїн та В.І. Станкович пропонують класифікувати ефективність за змістом [10, с. 644]. Але при цьому в усіх випадках або йдеться виключно про економічну та соціальну ефективність [3, с. 451; 10, с. 644], або разом з ними розглядають технічну, виробничу, комерційну, фінансову, інвестиційно-інно-

ваційну ефективність [4, с. 664]; екологічну, організаційну, психологічну, правову, політичну та етичну [6, с. 213; 7, с. 209]. Досліджуючи підходи різних авторів до поділу ефективності за сферами визначення та прояву, вважаємо доцільним під час класифікації ефективності операційної діяльності виокремлювати такі види ефективності та показники її вимірювання (табл. 2).

З огляду на те, що підприємства торгівлі активно можуть здійснювати різні види операційної діяльності, доцільно виокремити й окремі види ефективності за видами операційної діяльності. Здебільшого підприємства торгівлі здійснюють безпосередньо торговельну діяльність, виробничу діяльність та орендні операції. Відповідно, пропонуємо виокремлювати ефективність торговельної, виробничої та орендної діяльності. Оцінка ефективності торговельної діяльності базується на показниках рентабельності обороту, оборотності запасів, рівня маржинального прибутку, приросту середнього часу на обслуговування одного покупця, тривалості операційного циклу тощо. Для визначення ефективності виробничої діяльності пропонується використовувати показники рентабельності виробництва продукції, тривалості виробничого циклу, продуктивності праці виробничого персоналу та рентабельності праці виробничого персоналу. Для оцінювання ефективності операційної діяльності можна запропонувати показники рентабельності одного квадратного метра орендованої площі та показник дохідності одного метра орендованої площі (табл. 3).

Більшість науковців поділяє ефективність з позиції понесених витрат (ресурсів) та використовує різні назви ознак. Так, Т.А. Говорушко та О.М. Сенічкіна класифікують ефективність за стадією руху авансованої в ресурси вартості та виділяють ефективність використання застосовуваних ресурсів та ефективність використання спожитих ресурсів [2, с. 8; 8, с. 5]. І.В. Моцна пропонує виділяти залежно від виду витрачених ресурсів або витрат ресурсну та витратну ефективність [6, с. 213]. На нашу думку, такий підхід можна використовувати до оцінювання ефективності операційної діяльності підприємства, адже оцінка витрат різного характеру дасть змогу раціональніше аналізувати проблемні статті витрат та знаходити шляхи їх оптимізації.

До показників ефективності застосовуваних ресурсів можна віднести продуктивність операційних активів та продуктивність всього операційного персоналу. Ефективність спожитих ресурсів відображають такі показники, як рентабельність операційних витрат, рівень маржинального прибутку та продуктивність однієї зміни операційного персоналу (табл. 4).

В.П. Волков, А.І. Ільїн та В.І. Станкович пропонують класифікувати ефективність за матеріально-технічним наповненням, виділяючи ефективність використання основних фондів, оборотних коштів, нематеріальних активів, трудових ресурсів [10, с. 644]. На нашу думку, такий розподіл доречно використовувати під час оцінювання ефективності операційної діяльності підприємства, оскільки він дасть змогу оцінити ефективність окремих ключових груп ресурсів. Такий підхід дасть можливість не лише покращити ефективність цих груп ресурсів, але й оптимізувати їх структуру, що допоможе підвищити загальну ефективність операційної діяльності підприємства.

Загальний перелік показників для оцінювання видів ефективності в розрізі ступеня охоплення ресурсів наведено в табл. 5.

Одним з напрямів підвищення ефективності функціонування підприємства є вдосконалення його окремих бізнес-процесів та бізнес-моделі діяльності, що обумовлює розвиток процесно-орієнтованого підходу до управління.

Загалом бізнес-процеси підприємства поділяють на основні, управлінські та допоміжні (або обслуговуючі). Основні бізнес-процеси пов'язані безпосередньо з операційною діяльністю. Тому оцінка ефективності операційної діяльності, на нашу думку, потребує дослідження стану та ефективності основних бізнес-процесів. Використовуючи модель бізнес-процесів підприємства торгівлі, запропоновану Г.В. Ситник [13, с. 378–379], пропонуємо виокремлювати ефективність дослідження ринку; ефективність закупівельної діяльності; ефективність транспортування товарів; ефективність зберігання товарів; ефективність реалізації товарів. Виокремлення таких видів ефективності дасть змогу досліджувати «вузькі місця» в реалізації окремих процесів, зокрема простої в роботі, недостатні (або надлишкові) потужності або кількість персоналу, непродуктивні окремі операції. Для оцінювання ефективності окремих бізнес-процесів операційної діяльності можна запропонувати таку систему показників (табл. 6).

Операційна діяльність характеризується складним комплексом відносин з різними стейкхолдерами. Інтереси різних стейкхолдерів часто бувають антагоністичними, проте всі вони вимагають задоволення на певному рівні, інакше підприємство ризикує не лише знизити свою ефективність, але й взагалі припинити діяльність. Різні інтереси диктують різні критерії для оцінювання ефективності підприємства для кожного виду стейкхолдерів. Враховуючи це, пропонуємо оцінювати ефективність операційної діяльності за стейкхолдерами, що її забезпечують. Зокрема, ефективність для власників; ефективність для постачальників; ефективність для персоналу; ефективність для покупців; ефективність для кредиторів, ефективність для держави. Загальний перелік показників ефективності для різних стейкхолдерів представлено в табл. 7.

Загальну класифікацію видів ефективності операційної діяльності наведено в табл. 8.

Запропонована класифікація видів ефективності дає змогу виявляти її рівень за різними аспектами діяльності підприємства та досліджувати фактори формування. Запропоновані показники оцінювання основних видів ефективності операційної діяльності підприємства дають

Таблиця 4

Показники ефективності операційної діяльності за характером здійснюваних витрат

Вид ефективності	Ефективність застосовуваних ресурсів	Ефективність спожитих ресурсів
Показники	Продуктивність операційних активів; продуктивність всього операційного персоналу.	Рентабельність операційних витрат; рівень маржинального прибутку; продуктивність однієї зміни операційного персоналу.

Джерело: складено автором

Таблиця 5

Показники ефективності операційної діяльності за ступенем охоплення ресурсів

Вид ефективності	Ефективність основних фондів	Ефективність оборотних активів	Ефективність трудових ресурсів	Ефективність нематеріальних активів
Показники	Фондовіддача; фондомісткість; фондоозброєність праці; рентабельність основних фондів; напруженість використання устаткування; напруженість використання виробничих (торговельних) площ.	Коефіцієнт оборотності оборотних активів; коефіцієнт прибутковості оборотних активів; тривалість одного обороту; сума вивільнення оборотних активів за рахунок прискорення оборотності.	Продуктивність праці персоналу (обсяг реалізації на одну особу операційного персоналу); коефіцієнт завантаженості персоналу; рентабельність операційного персоналу; ефективність використання робочого часу (чиста виручка на одну робочу годину); рентабельність робочого часу (чистий прибуток на одиницю робочого часу).	Продуктивність нематеріальних активів; рентабельність нематеріальних активів.

Джерело: складено автором

Таблиця 6

Показники ефективності операційної діяльності за основними бізнес-процесами

Вид ефективності	Ефективність дослідження ринку	Ефективність закупівлі товарів	Ефективність транспортування товарів	Ефективність зберігання товарів	Ефективність реалізації товарів
Показники	Рівень задоволеності споживачів; відповідність фактичного товарообороту плановому.	Рівень витрат на закупівлю; відповідність товарів, що закупуються, асортиментній політиці; рівень забезпеченості передбачених обсягів реалізації необхідним обсягом постачання; рентабельність обороту із закупівлі.	Технічний рівень транспорту; коефіцієнт поставки; втрата обсягу товарообороту в зв'язку з порушенням графіка завою; втрата прибутку у зв'язку з порушенням графіка завою.	Рівень псування (зниження якості) товарів внаслідок неналежних умов зберігання; рівень втрат товарів через неналежні умови зберігання; рівень втрат товару через неналежний стан складських приміщень; рівень втрат товару через неналежну якість роботи персоналу.	Рівень рентабельності товарообороту; обсяг товарообороту; коефіцієнт оборотності товарів.

Джерело: складено автором

Таблиця 7

Показники ефективності операційної діяльності за стейкхолдерами

Вид ефективності	Ефективність для власників	Ефективність для постачальників	Ефективність для персоналу	Ефективність для покупців	Ефективність для кредиторів-постачальників	Ефективність для держави
Показники	Обсяг прибутку (ЕВІТДА); рентабельність власного капіталу (ЕВІТДА); темп приросту (ЕВІТДА).	Своєчасність оплати за виставленими рахунками; тривалість комерційних зв'язків; частота та обсяги замовлена.	Середня величина заробітної плати; соціальні витрати на одного працівника; витрати на навчання на одного працівника.	Рівень цін на товари (порівняно із середньоринковими та конкурентами); швидкість обслуговування покупця; широта асортименту товарів.	Своєчасність оплати кредитних зобов'язань.	Величина та приріст сплачених податків; своєчасність оплати за податковими зобов'язаннями; повнота виплати податкових зобов'язань.

Джерело: складено автором

Таблиця 8

Класифікація видів ефективності операційної діяльності підприємства торгівлі

Ознака	Види ефективності
За ступенем охоплення ресурсів	– Ефективність використання основних фондів; – ефективність використання оборотних активів; – ефективність використання трудових ресурсів; – ефективність використання нематеріальних активів.
За характером здійснюваних витрат	– Ефективність застосовуваних ресурсів; – ефективність спожитих ресурсів.
За видами господарської діяльності	– Ефективність торговельної діяльності; – ефективність виробничої діяльності.
За рівнем об'єкта господарювання	– Ефективність підприємства; – ефективність структурного підрозділу; – ефективність напряму діяльності; – ефективність за видами продукції (товарів).
За умовами оцінювання	– Реальна ефективність; – розрахункова ефективність; – умовна ефективність.
За метою визначення	– Абсолютна ефективність; – порівняльна ефективність.
Залежно від сфери визначення та прояву	– Комерційна ефективність; – соціально-економічна ефективність; – екологічно-економічна ефективність.
Залежно від основного критерію оцінювання	– Максимальна економічна ефективність (результатна); – мінімальна економічна ефективність (витратна); – цільова економічна ефективність (оптимальна).

За способом визначення	– Комплексна ефективність; – експрес-ефективність; – фундаментальна ефективність.
За рівнем абстрагованості аналізу	– Теоретична (прогнозна, проектна) економічна ефективність; – практична (реальна) економічна ефективність; – результатна економічна ефективність.
За основними бізнес-процесами	– Ефективність дослідження ринку; – ефективність закупівельної діяльності; – ефективність транспортування товарів; – ефективність зберігання товарів; – ефективність реалізації товарів.
За стейкхолдерами	– Ефективність для власників; – ефективність для постачальників; – ефективність для персоналу; – ефективність для покупців; – ефективність для кредиторів; – ефективність для держави.

Джерело: узагальнено, доповнено за джерелами [1; 2, с. 8; 3, с. 451; 4, с. 664; 6, с. 213; 8, с. 5; 9, с. 57; 10, с. 644; 13, с. 378–379]

зможу всебічно та повноцінно оцінити елементи ефективності операційної діяльності підприємства, виявити ключові фактори успіху та проблемні місця, які перешкоджають його ефективному функціонуванню.

Висновки. Ефективність операційної діяльності є необхідною передумовою розвитку підприємства та нарощення його вартості в довгостроковій перспективі. Комплексність поняття ефективності та складність операційної діяльності потребують виокремлення її ключових видів та відповідних оціночних показників її рівня. Отже

забезпечення належного управління ефективністю діяльності підприємства вимагає правильного вибору оцінюваного в даний момент виду ефективності для забезпечення актуальних та відповідних стану підприємства управлінських рішень. Запропонована класифікація видів ефективності операційної діяльності та диференціація оціночних показників у розрізі її основних видів допоможе провести більш структурований аналіз ефективності операційної діяльності підприємства та дасть змогу виявити основні проблеми її забезпечення й приховані резерви нарощення.

Список використаних джерел:

1. Братанич М.В. Класифікація видів і форм прояву ефективності. URL: <http://www.rusnauka.com>.
2. Говорушко Т.А. Ефективність як економічна категорія. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/309>.
3. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. С.Ф. Покропивного. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: КНЕУ, 2005. 528 с.
4. Грещак М.Г., Колот В.М., Мендрол О.Г. та ін. Економіка підприємства: підручник / за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. 4-те вид., перероб. і доп. Київ: КНЕУ, 2009. 816 с.
5. Петрович Й.М., Кіт А.Ф., Семенів О.М. та ін. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. Й.М. Петровича. Львів: Новий Світ. – 2000, 2004. 680 с.
6. Мощна І.В. Теоретичні аспекти визначення сутності понять «ефективність виробництва» та «ефективність функціонування підприємства». Комунальне господарство міст. 2011. Вип. 100. С. 207–215.
7. Подольчак Н.Ю. Поняття та види ефективності систем менеджменту машинобудівних підприємств. Вісник національного університету «Львівська політехніка». 2007. № 606. С. 203–211.
8. Сенічкіна О.М. Сутність поняття «економічна ефективність». Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. 2011. № 3. С. 139–145.
9. Ховрак І.В. Дискусійні питання щодо трактування економічної сутності та змісту дефініції «ефективність функціонування» корпоративних структур. Економічний вісник Донбасу. 2009. № 2(16). С. 56–60.
10. Волков В.П., Ильин А.И., Станкович В.И. и др. Экономика предприятия: учеб. пособие / под. общ. ред. А.И. Ильина, В.П. Волкова. Москва: Новое знание, 2003. 677 с.
11. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
12. Братусь Г.А. Класифікація основних видів економічної ефективності торговельного підприємства. Торгівля і ринок України. 2013. № 36. С. 146–154.
13. Ситник Г.В. Фінанси торгівлі: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 672 с.

ВИДЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ

Аннотация. В работе рассмотрены современные подходы к классификации эффективности. Актуальность темы обосновывается неоднозначностью подходов различных ученых к определению отдельных видов эффективности и их классификации. Из предложенных сейчас учеными видов эффективности выделены виды эффективности, которые целесообразно применять для оценивания эффективности операционной деятельности предприятия торговли. Предложены новые виды эффективности операционной деятельности, которые помогут менеджменту предприятия торговли принимать более взвешенные управленческие решения. Представлена авторская классификация видов эффективности операционной деятельности предприятия торговли, предложены показатели для оценивания каждого представленного вида эффективности операционной деятельности предприятия торговли.

Ключевые слова: эффективность, операционная деятельность, эффективность операционной деятельности, виды эффективности, виды эффективности операционной деятельности.

TYPES OF EFFICIENCY OF OPERATING ACTIVITY OF TRADE ENTERPRISE

Summary. The paper considers modern approaches to the classification of efficiency. The urgency of the topic is substantiated by the ambiguity of the approaches of various scholars to the definition of certain types of efficiency and their classification. From the types of efficiency, proposed by scientists today, the author identified types of efficiency, which should be used to assess the operational efficiency of the trading company. The author also proposes new types of operational efficiency that will help the management of the trading company to make more informed management decisions. The article presents the author's classification of the types of operational efficiency of the trading company and proposes indicators for assessing each type of performance of the operational activity of the trading company.

Key words: efficiency, operational activity, efficiency of operational activity, types of efficiency, types of operational efficiency.

УДК 35/076.5(477)

Бабич М. М.

*кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри економіки підприємств
Миколаївського національного аграрного університету*

Babych M. M.

*PhD, assistant professor,
Doctoral student of department of business of economy
Mykolayiv National Agrarian University*

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК КОРОТКИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ: ДОСВІД ЄС ТА ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті обґрунтовано елементи організації коротких ланцюгів постачання; систематизовано внутрішні та зовнішні фактори впливу на розвиток коротких ланцюгів постачання, а також можливості та ризики щодо розширення їх діяльності; визначено питання розвитку коротких ланцюгів постачання в Україні, які потребують дослідження; розглянуто короткі ланцюги постачання як цілі політики розвитку.

Ключові слова: короткі ланцюги постачання, елементи, фактори, ризики, політика.

Вступ та постановка проблеми. Останнім часом в усіх країнах ЄС, як у сільській місцевості, так і в міських районах, все більшої популярності набувають короткі ланцюги постачання харчових продуктів та місцеві ринки, на яких фермери продають свою продукцію безпосередньо споживачам або із залученням не більше одного посередника. Вони є альтернативою традиційним ланцюгам, де дрібні фермери не мають можливості для спілкування, а споживачі не можуть простежити виробника та місце виробництва продукції. У середньому 15% фермерських господарств ЄС продають більше половини своєї продукції безпосередньо споживачам [1]. Такий стрімкий розвиток коротких ланцюгів постачання пояснюється перевагами такої системи порівняно з традиційними (більш справедлива ціна для фермерів, доступ до свіжих та сезонних продуктів для споживачів, значно менше навантаження на навколишнє середовище, більша соціальна згуртованість місцевого населення). Крім того, громади мають економічний зиск від розвитку коротких ланцюгів постачання, зокрема такі системи мають значний потенціал для створення робочих місць.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні проблеми продовольчого забезпечення традиційно розглядаються з точки зору продовольчої безпеки на національному рівні. Водночас дослідження свідчать про те, що основними проблемами в Україні є не обсяги виробництва продукції, а відсутність логістики її розподі-

лу, зберігання та скорочення втрат і відходів. Крім того, на думку автора, продовольча безпека має формуватися за принципом «знизу догори», що передбачає врахування специфічних особливостей, переваг та недоліків формування продовольчого забезпечення на місцевому рівні.

В країнах ЄС науковою спільнотою та практиками приділяється значна увага розвитку коротких ланцюгів постачання, тоді як вітчизняними науковцями це питання практично не досліджується. Серед європейських науковців слід відзначити таких, як М. Аугере-Граніє [1], М. Кнеафсе, Л. Венн, У. Счмутз, Б. Балазс, Т. Тренчард, Т. Еден-Вуд, Е. Бос, Г. Суттон, М. Блаккетт [2], Р. Петерс [3], Ф. Галлі [4].

Метою роботи є визначення основних складових організації та розвитку коротких ланцюгів постачання з точки зору можливостей запозичення досвіду ЄС для розвитку цих систем в Україні.

Результати дослідження. Короткі харчові ланцюги забезпечують альтернативний вихід для фермерів. Найважливішою перевагою, яку вони надають, є зменшення залежності від потужних учасників у харчових ланцюгах та можливості безпосереднього зв'язку зі споживачами. Короткі ланцюги постачання харчових продуктів фактично дають фермерам канали, пристосовані до невеликих кількостей та високої (або спеціальної) якості продукції, які, однак, запитувані на ринку. Короткі ланцюги харчування економлять кошти фермерів, адже витрати на

встановлення ланцюгів значно нижчі, ніж на інші точки продажу, крім того, витрати можуть бути розподілені між великою кількістю учасників. З організаційно-управлінської точки зору фактично короткі ланцюги постачання є основою нових форм колективного залучення споживачів, виробників та інших суб'єктів у харчовій мережі.

Різні типи коротких ланцюгів постачання не дають можливість однозначно відповісти на питання про їх організаційну структуру, але наявні приклади вказують на подібність організаційних характеристик (рис. 1).

Незважаючи на те, що більшість коротких ланцюгів постачання складають порівняно невеликі локальні організаційні структури, в секторі відбувається динамічне зростання, що характеризується різноманітністю форм, створенням нових, розвитком та консолідацією наявних структур. Цей процес відбувається в результаті взаємодії як внутрішніх, так зовнішніх факторів. Процес поширення коротких ланцюгів постачання залежить від їх специфічних внутрішніх подій та змін, що відбуваються на різних етапах розвитку (наприклад, процес професіоналізації, зміни організаційної структури, вдосконалення системи управління, розширення знань). І хоча економічні важелі завжди є важливими, однак не завжди вони є визначальними (наприклад, причинами участі у структурі можуть бути такі фактори, як самовизначення та самооцінка суб'єктів, зокрема фермерів). Звичайно, короткі ланцюги постачання, як і будь-яка організаційна структура, мають певний організаційний життєвий цикл, проте ключовими факторами їх розвитку є бачення та роль засновників, здатність основних суб'єктів адаптувати свої стратегічні цілі до змін тенденцій споживачів, ринкових та політичних умов на різних етапах розвитку. Крім того, збереження мотивації членів та інших факторів внутрішньої та зовнішньої єдності є основним завданням досягнення не лише економічних, але й більш широких соціальних, екологічних та політичних цілей. Кінцевим ключовим фактором успіху є мережа.

Очевидним є значний вплив на розвиток коротких ланцюгів постачання зовнішніх чинників, найбільш вагомими серед яких є зміна сільськогосподарської політики та поведінка споживачів. Варто зазначити, що зміни у відносинах між споживачами та виробниками слід розглядати в контексті реалізації соціальної політики держави, яка формує доходи більшості населення країни та значно впливає на міграційні процеси, що може мати як прогресивний, так і регресивний ефект щодо розвитку коротких ланцюгів постачання на конкретній території або у масштабах всієї країни. Зокрема, міграція із сільської місцевості призводить до дефіциту доступних трудових ресурсів, споживачів та виробників, а також підвищує тиск на землю через урбанізацію. У цьому контексті регуляторні рамки та система державної підтримки можуть полегшити діяльність коротких ланцюгів постачання або перешкоджати їй, надаючи певні переваги або встановлюючи певні обмеження.

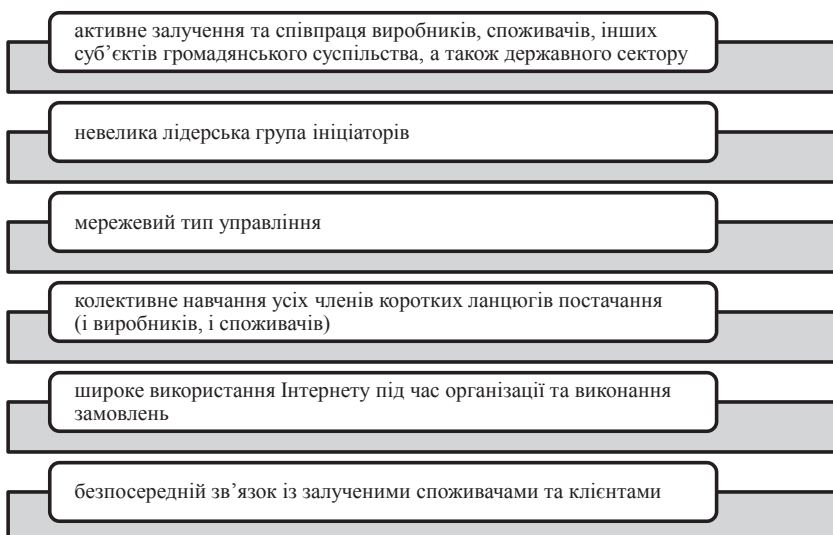


Рис. 1. Елементи організації коротких ланцюгів постачання

Джерело: розроблено автором

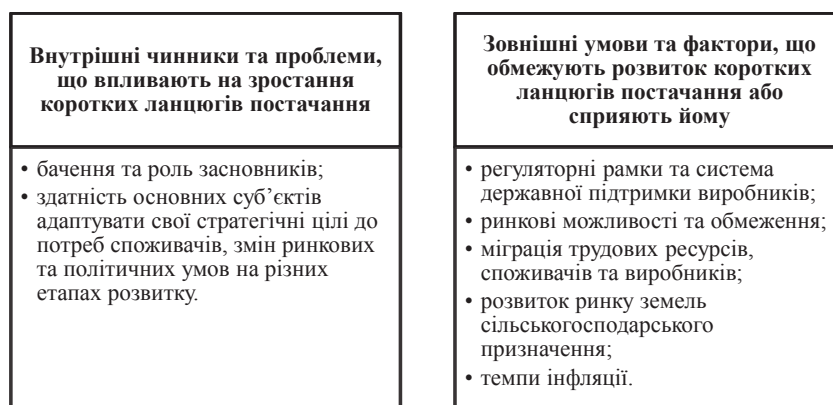


Рис. 2. Внутрішні та зовнішні фактори впливу на розвиток коротких ланцюгів постачання

Джерело: розроблено автором

Іншими факторами є ринкові можливості та обмеження. Короткі ланцюги постачання є реакцією на ринкові ситуації, коли існують обмежений доступ до звичайних каналів ринку, їх незручність та обмеженість, незадоволені певні споживачі, тобто неякісне, недостатнє або недоступне харчування. З іншого боку, короткі ланцюги постачання стикаються з конкуренцією традиційних харчових мереж, які, з одного боку, пропонують дешевші продукти, а з іншого боку, також пропонують місцеву їжу (наприклад, у сезон збирання овочів та фруктів).

До зовнішніх факторів впливу на розвиток коротких ланцюгів постачання можна також віднести природно-кліматичні умови, встановлення цін на землю (оренда та купівля-продаж) та зростання виробничих витрат в результаті інфляції.

Систематизовані внутрішні та зовнішні фактори впливу на розвиток коротких ланцюгів постачання представлено на рис. 2.

Розвиток коротких ланцюгів постачання у контексті масштабу їх діяльності, а не кількості відбувається досить стримано, оскільки вимагає відповідних знань та вмінь у сфері управління різними процесами. Приклади більш складних та розширених систем коротких ланцюгів постачання (з різними каналами збуту та більшою кількістю споживачів) вказують на те, що цей процес вимагає набагато

більше зусиль у комунікації. Вирішити цю проблему можна через реалізацію продуктів харчування місцевим громадським ідальням, школам, дитсадкам, готелям, іншим установам та організаціям (наприклад, на рівні району).

Деякі системи коротких ланцюгів постачання стикаються з логістичними проблемами, які не завжди можна вирішити за допомогою добровільної роботи споживачів, які бажають безпосередньо брати участь у виробництві. Вирішити цю проблему можна за рахунок розвитку нових коротких ланцюгів постачання або, навпаки, централізації декількох систем з метою оптимізації транспортування продукції. Інноваційні рішення мають бути знайдені також за допомогою інформаційних технологій, що дадуть змогу вдосконалити систему планування збирання продукції з ферм та розподілу. Іноді, коли такий підхід не буде заперечувати основним принципам роботи коротких ланцюгів постачання, логістичні витрати можуть бути зменшені шляхом співпраці з регіональними оптовиками.

Слід розуміти, що неконтрольоване зростання масштабів системи коротких ланцюгів постачання може підірвати їх сутність через втрату переваг, що дають прямі відносини між виробниками та споживачами. Інша сторона такого росту потенційно може сприяти отриманню державних закупівель, контрактів та розвитку регіональних кластерів. Рішенням також може бути відсутність росту (за рахунок обмеженої кількості каналів збуту) або лише якісний ріст (замість більшого обсягу та більшої кількості клієнтів виробники зосереджуються на диверсифікації продукції). Часта співпраця з іншими місцевими фермерами посилюється, що дає змогу краще спеці-

алізуватися та диверсифікувати постачання через інші продукти. Тому розширення системи коротких ланцюгів постачання не є простим лінійним процесом, адже прийняття стратегічних рішень має базуватись на висновках про те, який розмір найкраще підходить для економічної та соціальної роботи.

Систематизовані можливості та ризики щодо розширення діяльності коротких ланцюгів постачання наведено на рис. 3.

Розробка пропозицій стосовно розвитку коротких ланцюгів постачання в Україні ускладнюється відсутністю систематизованого комплексного дослідження практичного досвіду їх застосування, а отже, наявністю нерозглянутих питань (рис. 4).

Короткі ланцюги постачання заслуговують на державну підтримку, оскільки вони прямо чи опосередковано сприяють соціальній, екологічній та економічній стабільності. Водночас якщо вони належним чином підтримуються, то такі системи можуть представляти значні політичні інструменти як каталізатори більш широких процесів зміни ставлення та практики навколо продуктів харчування. Щодо цього можна, наприклад, розглянути такі відносини: короткі ланцюги постачання та політика в сільській місцевості, міська, харчова та екологічна політика (рис. 5).

Ми визначили такі чотири основні напрями політики, на яких короткі ланцюги постачання можуть сприяти змінам: екологічна політика (зелена економіка), політика в сільській місцевості (місцевий та регіональний розвиток), харчова політика (бізнес із харчовими продуктами та напоями), міська політика (міські харчові стратегії).

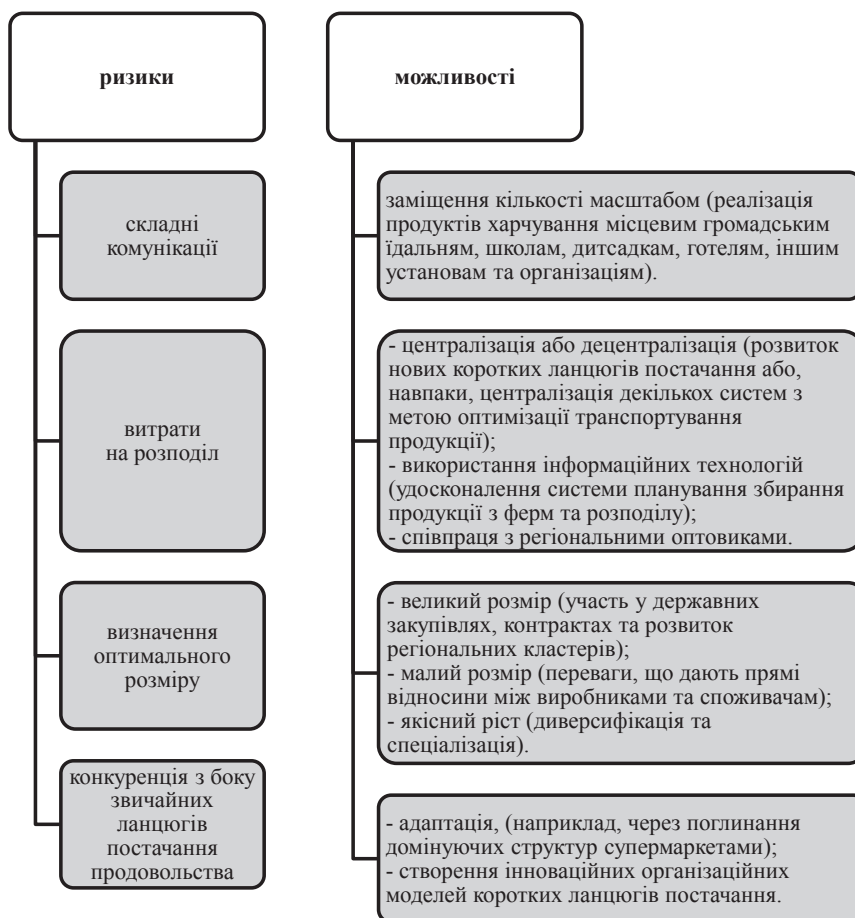


Рис. 3. Можливості та ризики щодо розширення діяльності коротких ланцюгів постачання

Джерело: розроблено автором



Рис. 4. Питання розвитку коротких ланцюгів постачання в Україні, які потребують дослідження

Джерело: складено автором



Рис. 5. Короткі ланцюги постачання як цілі політики розвитку

Джерело: складено автором

КЛП та зелена економіка. Короткі ланцюги постачання можуть бути інструментом політики, спрямованої на підтримку (винагороду) добросесної практики виробництва харчових продуктів, розподілу та споживання (наприклад, низький рівень споживання енергоносіїв у виробництві, використання вторинної тари, оптимізація транспорту).

КЛП та місцевий і регіональний розвиток. Короткі ланцюги постачання харчової продукції можуть сприяти

цьому в декількох напрямках: надаючи споживачам можливість вибирати місцеву продукцію, вони допомагають місцевій економіці отримувати додаткову вартість; надаючи фермерам альтернативні канали реалізації їх продукції, короткі ланцюги постачання збільшують стійкість ферми, зменшуючи залежність від великих оптовиків та роздрібних торговців; забезпечуючи альтернативні канали комунікації, короткі ланцюги постачання сприяють зміцненню

регіональної ідентичності та репутації місцевої їжі, отже, вони можуть встановити власні стандарти якості; маючи необхідний невеликий початковий капітал, вони створюють робочі місця та сприяють зайнятості населення; короткі ланцюги постачання також можуть сприяти розвитку туризму та експортного маркетингу місцевих продуктів. У цій сфері політики короткі ланцюги постачання харчових продуктів можуть отримати синергію з якісною політикою, спрямованою на заохочення органічних, унікальних фермерських продуктів.

КЛП та бізнес із харчовими продуктами та напоями. Короткі ланцюги постачання можуть створювати ділові можливості, а особливо для місцевої громади. Вони є ключем до диференціації стратегій, спрямованих на створення ринкових ніш та отримання преміальної ціни. Фактично одним з найважливіших обмежень глобальних харчових ланцюгів є їх розмір, який занадто великий для розміщення невеликої кількості продукції високої якості. У минулому для фермерів це обмеження перешкоджало впровадженню інновацій, а стандарти якості визначали роздрібні торговці або промисловці, що сприяло запровадженню стандартизації. Крім того, короткі ланцюги постачання прискорюють грошовий потік та оборотність коштів, оскільки споживачі платять готівкою, а роздрібні торговці уповільнюють виплати. Короткі ланцюги постачання також підвищують довіру споживачів до системи.

КЛП та міські стратегії харчування. Міські харчові стратегії є новою сферою політики, яка нещодавно була розроблена в багатьох європейських та американських містах і вирішує такі питання, як продовольча безпека,

харчова стійкість та здорова їжа. Фактично вони забезпечують доступ до ринку свіжих та сезонних продуктів харчування, що виробляються в приміських та міських господарствах. Деякі з них, наприклад закупівельні групи, забезпечують взаємодію виробників та споживачів, що забезпечує соціальну згуртованість.

Висновки. В результаті дослідження отримані такі результати, що мають теоретичну та практичну цінність:

- 1) обґрунтовано елементи організації коротких ланцюгів постачання;
- 2) систематизовано внутрішні (бачення та роль засновників; здатність основних суб'єктів адаптувати свої стратегічні цілі до потреб споживачів, змін ринкових та політичних умов на різних етапах розвитку) та зовнішні (регуляторні рамки та система державної підтримки виробників; ринкові можливості та обмеження; міграція трудових ресурсів, споживачів та виробників; розвиток ринку земель сільськогосподарського призначення; темпи інфляції) фактори впливу на розвиток коротких ланцюгів постачання;
- 3) систематизовано можливості та ризики (складні комунікації, витрати на розподіл, визначення оптимального розміру, конкуренція з боку звичайних ланцюгів постачання продовольства) щодо розширення діяльності коротких ланцюгів постачання;
- 4) визначено питання розвитку коротких ланцюгів постачання в Україні, які потребують дослідження в розрізі потреб споживачів, виробників та громади;
- 5) розглянуто короткі ланцюги постачання як цілі політики розвитку (короткі ланцюги постачання та політика в сільській місцевості, міська, харчова та екологічна політика).

Список використаних джерел:

1. Augere-Granier M. Short food supply chains and local food systems in the EU. EPRS. 2016. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI\(2016\)586650_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI(2016)586650_EN.pdf).
2. Kneafsey M., Venn L., Schmutz U. etc. Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics, 2013. (EUR Number: 25911 EN).
3. Peters R. Local Food and Short Supply Chains / Peters. EU Rural Review. European Network for Rural Development. 2012. № 12.
4. Galli F., Brunori G. Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development, 2013. (Document developed in the framework of the FP7 project FOODLINKS). (GA No. 265287).

ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ КОРОТКИХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВКИ: ОПЫТ ЕС И ПЕРСПЕКТИВЫ УКРАИНЫ

Аннотация. В статье обоснованы элементы организации коротких цепей поставок; систематизированы внутренние и внешние факторы влияния на развитие коротких цепей поставок, а также возможности и риски расширения их деятельности; определены вопросы развития коротких цепей поставок в Украине, которые требуют исследования; рассмотрены короткие цепи поставки как цели политики развития.

Ключевые слова: короткие цепи поставки, элементы, факторы, риски, политика.

ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF SHORT SUPPLY CHAINS: EU EXPERIENCE AND PROSPECTS OF UKRAINE

Summary. The article substantiates the elements of organization of short supply chains; systematized internal and external factors of influence on the development of short supply chains as well as opportunities and risks for expanding their activities; The issue of development of short supply chains in Ukraine that needs research is defined, and short supply chains are considered as development policy goals.

Key words: short supply chains, elements, factors, risks, policy.

Барановська Д. О.

аспірант

Запорізького національного університету

Baranovs'ka D. O.

Graduate student,

Zaporizhzhya National University

ГЕНЕЗА ТЕОРЕТИЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ У ДОСЛІДЖЕННІ КІНОВИРОБНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ФЕНОМЕНА

Анотація. У статті розглянуто теоретичні підходи до дослідження кіновиробництва як соціально-економічного феномена з виокремленням його економічних аспектів та обґрунтуванням актуальності та необхідності їх всебічного вивчення з метою пошуку дієвих механізмів регулювання розвитку кінотеатрального прокату як важливої складової кінодіяльності – кінообслуговування населення.

Ключові слова: кіновиробництво, комерційна складова кіновиробництва, медіа-економіка, ринкові платформи кінопродукції, кінотеатральний прокат.

Вступ та постановка проблеми. Для будь-якої держави кінематографія – це стратегічний ресурс соціально-економічного, культурного, духовного та ідеологічного розвитку суспільства, забезпечення національних інтересів усередині країни та за її межами. З огляду на визначені пріоритети держава прагне до створення успішної кіноіндустрії, орієнтованої як на внутрішній ринок, так і на завоювання сегментів у міжнародному культурному просторі та глобальній індустрії аудіовізуальних продуктів. Кінотеатральний прокат як складова кіноіндустрії є однією з основних форм організації дозвілля в багатьох країнах світу. Однак у розвинених країнах це не просто сектор кіноіндустрії, доходи від якого є одним з основних джерел фінансування власного кіновиробництва, але й досить прибутковий сектор економіки, що демонструє тенденцію до стабільного зростання. Тому сьогодні особливої актуальності набуває дослідження провідного досвіду поширення та демонстрування фільмів і механізмів регулювання розвитку кінотеатрального прокату.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У працях дослідників ближнього зарубіжжя (роботи С.С. Васильєва [1], М.І. Жабського [2], Я.Б. Іоскевича [3], А.М. Чугунова [4] та інших вчених) сьогодні разом з політично-ідеологічними та креативними присутні комерційні аспекти кіновиробництва, яким навіть приділяється більше уваги. Найбільший акцент на економічних його ефектах властивий публікаціям західноєвропейських та північноамериканських інституцій та окремих фахівців (роботи Дж. Маккензі [5], Дж. Еліашберга [6], М. Пендакура [7] та інших науковців). Публікації вітчизняних дослідників у галузі кінематографу останніх двох десятиліть (роботи І.Б. Зубавіної [8], М.П. Мазяра [9; 10], Н.О. Черкасової [11] та інших вчених) переважно присвячені вивченню творчих та організаційних питань, пов'язаних з кількістю та якістю продукції кінопродукції. Однак відсутні комплексні дослідження економічного спрямування такого перспективного напрямку кінодіяльності, як кінотеатральний прокат, який фактично виконує роль сполучної ланки між кіновиробником та глядачем, забезпечує безперервність процесу виробництва шляхом повернення витрат на створення фільмів.

Метою роботи є дослідження генези теоретичних концепцій у дослідженні кіновиробництва як соціально-економічного феномена в контексті необхідності пошуку дієвих механізмів регулювання розвитку кінотеатрального прокату як важливої складової кінодіяльності – кінообслуговування населення.

Результати дослідження. У численних теоретичних розвідках різного спрямування галузь, яка продукує фільми, незалежно від термінів, які використовуються для її визначення («кіно», «кінематограф», «кіновиробництво», «кіноіндустрія», «кінодіяльність»), ідентифікується, по-перше, як складна система, яка включає великі групи елементів (акторів), а саме «креативної» (безпосередні творці кінотворів), «комерційної» (виробничі та дистрибуторські бізнес-структури), «політико-ідеологічної» (державні органи, політичні партії, громадські організації та фонди тощо), кінокритиків і кіноглядачів [12, с. 14]. Характер та особливості функціонування цієї системи залежать від домінуючих в ній акторів, цілей і завдань, які обумовлюються умовами соціально-економічного середовища, в якому ця система зародилася та розвивається; по-друге, як багатогранне явище, що об'єднує такі складові: власне фільми як продукт кінотворчості; їх виробництво; кінопрокат; кінотеорії, що включають кінопедагогіку, історію та естетику кіно, а також кінокритику [1, с. 3]; по-третє, як багатоаспектний та поліфункціональний феномен, в якому органічно взаємопов'язані його організаційні, технологічні, економічні, соціально-психологічні, комунікативні та художньо-естетичні якості [3, с. 19], а також такі головні складові: фільмовиробництво і кіномистецтво; глядач і форми фільмоспоживання; місце в системі масової комунікації та два базові процеси, а саме вільний вибір у творця і глядача, джерела і форми детермінації виробничо-творчої діяльності [3, с. 20].

Близьку до основних позицій таких підходів, багатоврівневу систематизацію функцій кінематографа запропоновано групою дослідників у праці «Кіно у сучасному суспільстві...» [2], які виходять з того, що кінематограф не можна вихоплювати з конкретного етнокультурного, що включає соціальний компонент, контексту, та необхідно розглядати як соціальний інститут; вид мистецтва та засіб масової комунікації [2, с. 8]. Однак продукт кіноіндустрії – фільм – перш за все розглядається як товар, який має споживчу та мінову вартість, тобто «означає, що змістовні і формальні особливості фільму, так само як і його суспільні функції, безпосередньо обумовлені економічними міркуваннями» [2, с. 19], а «інститут кінематографу має принципово важливу сторону у своїй суспільній природі – економічну» [2, с. 20]. У цьому контексті фільм, на думку А.М. Чугунова, слід розглядати як цілісність, що має чотири основні виміри, серед яких разом з художньо-

естетичною, соціальною та ідеологічною виокремлюється його комерційна цінність [4, с. 198].

Отже, в системі суспільних відносин фільм виступає одночасно як фактор художній, соціальний, ідеологічний та виробничо-економічний, основними функціями кінематографа є художньо-естетична; соціальна; ідеологічна та економічна. Підсумовуючи аналіз результатів низки досліджень щодо функцій кінематографа в системі суспільних відносин, погоджуємося з тим, що фільми, будучи ідеологічними продуктами, є соціально значущими. Однак кінематограф – це індустрія, яка виробляє та поширює продукти, що мають значні економічні наслідки. Тому останнім часом набули поширення дослідження саме економічних аспектів кіновиробництва. Найбільш докладні огляди літератури з економіки кіно містяться в працях Дж. Маккензі [5], який приділяє більшу увагу безпосередньо економічним дослідженням, та Дж. Еліашберга, А. Елберса і М. Ліндерса [6], які зосереджуються на питаннях маркетингу в кіноіндустрії.

З точки зору політекономії фільми аналізують як товари, вироблені та розподілені в рамках індустріальної структури загалом. Як зазначає М. Пендакур, фільм як товар слід розглядати як «матеріальний продукт і нематеріальну послугу» [13, с. 39–40]. Аналогічно аналізу інших галузей розглядаються питання, що стосуються структури ринку та його ефективності. Проте економісти аналізують кіновиробництво як частину медійної галузі.

Характерними для досліджень економічних аспектів функціонування кіноіндустрії є визнання та критика нерівномірного розподілу влади та багатства в галузі; увага до питань зайнятості; визначення ролі держави; доцільність альтернативи комерційному фільму та спроби звинуватити цю галузь, а не приймати її статус-кво [14, с. 10–12].

Для економістів кіноіндустрія працює як галузь, що виробляє та продає товари, які часто є розважальними. Але дуже важливо розуміти, що процес, за допомогою якого вони виробляються та поширюються, передбачає наявність кіноідеї, яка стає кінотоваром, проходячи через виробництво, поширення та демонстрування/продаж.

В дослідженнях економістів також зацікавлені корпорації, що контролюють кіноіндустрію США, а саме голлівудські мейджори (majors). Ці компанії є частиною різноманітних розважальних конгломератів, які працюють на глобальному рівні, виробляють та поширюють цілу низку кінопродукції, а також постійно шукають нові ринки. Незважаючи на те, що мейджори переважають на внутрішньому та світовому ринках, їхні продукти не просто конкурують з іншими товарами на цих ринках, але й захищені

за допомогою різних державних стратегій [14, с. 10–12]. Тому разом зі структурою кіноіндустрії та особливостями вертикальної та горизонтальної інтеграції в економічних дослідженнях, на думку Дж. Васко [14], значна увага має приділятися розумінню взаємодії між кіноіндустрією та державою як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках, включаючи дотримання (або недотримання) норм, зокрема антимонопольного законодавства, права власності.

Окремий напрям досліджень функціонування кіноіндустрії, який отримав назву «медіа-економіка» (media economics) [13; 15; 16], розглядає особливості економічної та фінансової діяльності медійних галузей; їх здатність задовольняти потреби аудиторії з наявними ресурсами; фактори, що впливають на виробництво мультимедійних товарів та послуг, а також розподіл та споживання цих продуктів [7, с. 7]. Основна увага медіа-економіки зосереджена переважно на мікроекономічних питаннях, зокрема на тому, як медіа-галузі та компанії можуть досягти успіху та розвиватися. Підходи медіа-економіки включають опис («що є»), а не критику («що повинно бути») [14, с. 14].

Незалежно від характеру та спрямування економічних досліджень, кіноіндустрія розглядається як галузь, яку організовано навколо прибутку (від самого початку створення фільму як ідеї чи концепції до його поширення в широкому діапазоні каналів реалізації). Крім того, якщо кожен продукт є унікальним, методи та стратегії, які використовуються для його виробництва та просування, можна порівняти з іншими галузями.

Детальне вивчення багатьма дослідниками-економістами специфіки кінематографа дає змогу стверджувати, що кіноіндустрію потрібно розглядати як галузь економіки, якій властиві загальні економічні тенденції функціонування та розвитку, зокрема щодо процесів концентрації, товарообміну та комерціалізації [14, с. 18]. Однак поширення в кіноіндустрії є більш складним, ніж просто поняття продажу з урахуванням характеру інтелектуальної власності та стратегій максимізації прибутку. Поширення також є мистецтвом створення можливостей регулювання повторного споживання того ж продукту, що відбувається шляхом періодизації демонстрування [17, с. 5–6]. На відміну від типових продуктів, загальний продаж яких обумовлений конкретними версіями та моделями випуску, фільм випускається в різних версіях, форматах та споживчих ринках у різних країнах світу. При цьому значення контенту оптимізується шляхом поєднання дії факторів часу, повторного споживання, диференційованого ціноутворення та ексклюзивності з урахуванням зовнішніх ринкових умов та взаємодії факторів (драйверів) поширення (рис. 1).



Рис. 1. Драйвери поширення

Джерело: сформовано автором за джерелом [17, с. 5]

Для випуску кінопродукції в декількох версіях та форматах для різних ринкових платформ необхідна розвинена інфраструктура для здійснення глобального випуску та управління ним [17, с. 6–8]. У табл. 1 подано ринкові платформи реалізації кінопродукції, її версії та формати.

Таблиця 1

Приклад ринків випуску, версій та форматів фільмів

Ринкові платформи реалізації кінопродукції	Формати	Версії
– Кінотеатри;	– Копія фільму на плівці (35 мм, 70 мм, 16 мм); – копія фільму на цифровому носії; – DVD; – форматована копія для телевізійної трансляції; – стиснута копія для Інтернету/завантаження.	– Кінотеатральна версія фільму; – розширені або спеціальні версії фільму для відео/DVD; – широкоекранні та панорамні формати фільму; – версії фільму з додатковими матеріалами (коментарі, вилучені сцени, трейлери).
– відео та DVD;		
– платне телебачення;		
– платний перегляд за запитом (PPV/VOD);		
– безкоштовне та кабельне телебачення;		
– готель;		
– авіакомпанії;		
– некінотеатральні зали (коледжі, круїзні судна);		
– Інтернет/портативні пристрої.		

Джерело: сформовано автором за джерелом [17, с. 6–8]

Терміни виходу продукції на кожній з ринкових платформ незалежно від характеру та тривалості дії ліцензійних прав є відносно стандартними, але нефіксованими. Як правило, розподіл прав полягає у максимізації дискретних періодів їх ексклюзивності, що є основою формування власне періодів реалізації кінопродукції на різних ринкових сегментах.

Первинною ринковою платформою реалізації кінопродукції є екрани кінотеатральних мереж. Власне реалізація здійснюється шляхом демонстрування фільму в кінотеатрі, що має назву «кінотеатральний реліз» (у країнах СНД є поширеним термін «прокат»). Кінотеатральний реліз – це демонстрування продукції у кінотеатрах, де джерелом доходів є продаж квитків. Доходи, отримані від продажу квитків, – це те, що називається «касовий збір» (“box office”) [17, с. 119].

Фактично кінотеатральний реліз є першим тригером реалізації кінопродукції на вторинних ринках. Загальне припущення полягає в тому, що фільми рідко повертають свої інвестиції за рахунок касових зборів, а мейджори функціонують та розвиваються за рахунок декількох успішних фільмів. Однак касові збори не є єдиним джерелом доходу для кіновиробників. Касові збори – це лише початок «вікон» або ринкових платформ реалізації кінопродукції, які потребують незначних додаткових інвестицій, але дають змогу отримати, зокрема, дуже високі прибутки. Це підтверджується чисельними фактами про те, що фільми, які мають успіх, а також які його не здобувають у кінотеатральному релізі, на вторинних ринках (матеріальні носії, ТБ тощо) приносять високі прибутки [14, с. 16]. Крім того, глобалізація та приватизація відкрили міжнародні ринки, що зменшує ризики за рахунок постійного експортування кінотоварів.

Однак, незважаючи на наявність різних ринкових платформ реалізації кінопродукції, демонстрування фільмів у кінотеатрах розглядається практиками як важлива рушійна сила успіху, адже «кінотеатральне демонстрування є головним фактором в переконанні громадськості в тому, що вони хочуть бачити, навіть якщо ця публіка ніколи не відвідує кінотеатр. А те, як добре і як довго картина демонструється в кінотеатрах, впливає на її успіх на інших ринках» [18, с. 34]. Основними причинами, чому кінотеатральний досвід вважають таким впливовим на продуктивність фільму на інших ринкових платформах, є ажіотаж, створений виробником до і під час кінотеатрального релізу, який генерується за рахунок високих витрат на промоцію.

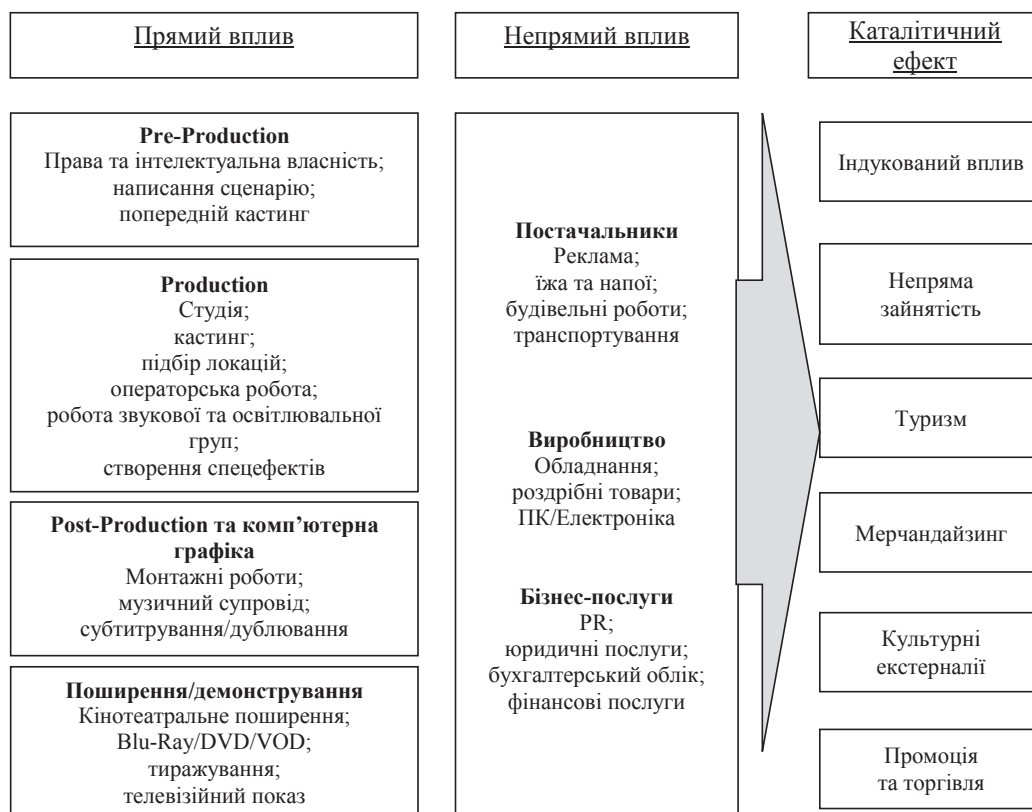
На відміну від ринку традиційних товарів, де цілком часто доводиться підтримувати обізнаність про бренд, аудіовізуальна сфера діє за допомогою засобів масової інформації для створення бренду за короткий період часу.

Якщо в інших галузях після розвитку вторинних ринків традиційні платформи реалізації втрачають своє значення, а іноді повністю зникають, то особливості кіноіндустрії є те, що розвиток традиційного (первинного), а саме кінотеатрального, ринку реалізації кінопродукції набуває ще вагомішого значення з розвитком вторинних ринків [17, с. 118].

Існує багато каналів, через які кіноіндустрія робить свій внесок в економіку [19, с. 17–19]. Цей внесок включає стандартні канали економічного впливу, а саме прямиї вплив (зайнятість та діяльність безпосередньо у кіноіндустрії); непрямий вплив (зайнятість та діяльність, які з'являються за ланцюгом постачання у кіноіндустрії як результат придбання товарів та послуг від постачальників); індукований вплив (зайнятість та діяльність, які підтримуються тими, хто прямо чи опосередковано зайняті в кіноіндустрії, витрачаючи свою заробітну плату на товари та послуги в усій економіці). Економічне значення прямого, непрямого та індукованого впливу пов'язане із загальними доходами кіноіндустрії, тоді як каталітичний ефект виявляється в перевагах для споживачів, інших галузей та економіки загалом (рис. 2).

Серед додаткових економічних каталітичних факторів («спіловерів»), які є результатом розширення ролі кіноіндустрії, слід назвати кваліфікацію та пропозицію робочої сили; туризм; культуру; мерчандайзинг; просування та торгівлю. Висока якість кіно підвищує поінформованість про країну-виробника як місце для інвестицій не тільки у самій кіногалузі, але й в інших секторах.

Висновки. Кіноіндустрія є всебічно досліджуваним феноменом за досить різними напрямками. Перетворення кінематографа на розвинену індустрію, що задовольняє потреби різних соціальних груп, поставило перед дослідниками низку дилем, а поряд з питанням приналежності його до мистецтва або до масової культури на часі питання комерційної складової в розвитку кінематографа. Незалежно від характеру та спрямування економічних досліджень кіноіндустрія розглядається як галузь, яку організовано навколо прибутку. Первинною ринковою платформою реалізації кінопродукції є екрани кінотеатральних мереж. Саме кінотеатральний реліз є першим тригером реалізації кінопродукції на вторинних ринках. Серед стандартних каналів впливу кіноіндустрії на економіку слід назвати прямиї вплив (зайнятість та діяльність безпосередньо у кіноіндустрії); непрямий вплив (зайнятість та діяльність, які з'являються за ланцюгом постачання у кіноіндустрії як результат придбання товарів та послуг від постачальників), економічне значення яких пов'язане із загальними доходами кіноіндустрії, тоді як каталітичний ефект виявляється у перевагах для споживачів, інших галузей та економіки загалом.



Джерело: сформовано автором за джерелом [19, с. 19]

Список використаних джерел:

1. Васильев С.С. Отечественный кинематограф на рубеже эпох: история кризиса. 1986–1996 гг. (на примере Краснодарского края): автореф. дисс. ... канд. ист. наук: спец. 07.00.02 «Отечественная история». Краснодар, 2003. 28 с.
2. Жабский М.И., Тарасов К.А., Фохт-Бабушкин Ю.У. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность. Москва: НИИ киноискусства, 2000. 376 с.
3. Иоскевич Я.Б. Социокультурное функционирование кинематографа: автореф. дисс. ... докт. искусствовед. наук: спец. 17.00.08 «Теория и история культуры». Москва, 1991. 42 с.
4. Чугунов А.М. Структура и функции кинематографа: опыт исследований. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014. № 10. Ч. I. С. 196–200.
5. McKenzie J. The economics of movies: a literature survey. Journal of Economic Surveys. 2012. Vol. 26. No. 1. P. 42–70. DOI: 10.1111/j.1467-6419.2010.00626.x.
6. Eliashberg J., Elberse A., Leenders M. The motion picture industry: critical issues in practice, current research, and new research directions. Marketing Science. 2006. № 25(6). P. 638–661.
7. Picard R.G. Media Economics: Concepts and Issue. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1989. 136 p.
8. Зубавіна І.Б. Кінематограф незалежної України: тенденції, фільми, постаті / Інститут проблем сучасного мистецтва Академії мистецтв України. Київ: ФЕНІКС, 2007. 296 с.
9. Мазяр М. Українське кіно: все ті ж проблеми. Кінотеатр. 2011. № 2. URL: http://ktm.ukma.edu.ua/show_content.php?id=1136.
10. Мазяр М.П. Особливості маркетингових досліджень у кінобізнесі. Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип.: у 2 ч. / відп. ред. О.О. Беляєв. Вип. 26. Ч. 1. Київ: ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана», 2011. С. 246–258.
11. Черкасова Н.О. Кінопрокатна діяльність у контексті розвитку кінематографа. Культура України: зб. наук. пр. / за заг. ред. В.М. Шейка. Вип. 30. Харків: Харк. держ. акад. культури, 2010. С. 163–173.
12. Федюк А.В. Кино и общество: система взаимоотношений. История и теория культуры в вузовском образовании. 2008. Вып. 4. С. 115–119.
13. Pendakur M. Canadian Dreams and American Control: The Political Economy of the Canadian Film Industry. Detroit, MI: Wayne State University, 1990. 330 p.
14. Wasko J. Critiquing Hollywood: The Political Economy of Motion Pictures. A Concise Handbook of Movie Industry Economics / ed. by C.C. Moul. New York: Cambridge University Press, 2005. P. 5–31.
15. Albarran A.B. Media Economics: Understanding Markets, Industries, and Concepts. The Media Economy. 2nd ed. Ames: Iowa State University Press, 2002. P. 291–307. DOI: [org/10.1002/9781405186407.wbiecm028](http://dx.doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecm028).
16. Alison A., Owers J., Carveth R., eds. Media Economics: Theory and Practice. Hillsdale, NJ: L. Erlbaum Associates, 1993. 391 p.
17. Ulin J.C. The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV, and Video Content. Oxford: Taylor & Francis Ltd, 2009. 528 p.
18. Daniels B., Leedy D., Sills S.D. Movie Money: Understanding Hollywood's (Creative) Accounting Practices. Los Angeles, CA: Silman-James Press, 1998. 297 p.
19. The Economic Impact of the UK Film Industry. Oxford Economics; British Film Institute, Pinewood Shepperton plc, British Film Commission; Creative England. September 2012. 104 p.

ГЕНЕЗИС ТЕОРЕТИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЙ В ИССЛЕДОВАНИИ КИНОПРОИЗВОДСТВА КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФЕНОМЕНА

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические подходы к исследованию кинопроизводства как социально-экономического феномена с выделением его экономических аспектов и обоснованием актуальности и необходимости их всестороннего изучения с целью поиска действенных механизмов регулирования развития кинотеатрального проката как важной составляющей кинодеятельности – кинообслуживания населения.

Ключевые слова: кинопроизводство, коммерческая составляющая кинопроизводства, медиа-экономика, рыночные платформы кинопродукции, кинотеатральный прокат.

GENESIS OF THEORETICAL CONCEPTS IN THE STUDY OF FILM PRODUCTION AS A SOCIO-ECONOMIC PHENOMENON

Summary. In the work there have been considered the theoretical approaches to the study of film production as a socio-economic phenomenon with the distinction of its economic aspects and the substantiation of the relevance and necessity of their comprehensive study for finding of effective mechanisms of regulation development of theatrical release as an important component of film activity – cinema-service of the population.

Key words: film production, commercial component of film production, media economics, market platforms of films distribution, theatrical release.

УДК 339.9

Безверха І. А.

*аспірант кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

Bezverkha I. A.

*PhD candidate, Department of International Trade and Marketing
Kyiv National Economic University*

ТИПІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Анотація. У статті здійснено теоретичне узагальнення, запропоновано типізацію комерційної дипломатії з огляду на низку критеріїв. Визначено, що практика комерційної дипломатії різниться залежно від рівня реалізації, кількості, специфіки сторін, масштабів їх інтересів, стилю роботи дипломатів, наявності/відсутності цільової спрямованості, а також специфіки форм (каналів), що використовуються. Надано конструктивну характеристику типів комерційної дипломатії з відповідними прикладами сучасної практики. Стаття є внеском у розвиток теоретичних засад комерційної дипломатії.

Ключові слова: комерційна дипломатія, парадипломатія, типи комерційної дипломатії, просування експорту, цифрова комерційна дипломатія.

Вступ та постановка проблеми. Комерційна дипломатія має довгу історію, адже концепція «торгівля як дипломатія» існувала багато століть [1, с. 15]. Проте з переходом багатьох країн до експортоорієнтованих стратегій розвитку інтерес до комерційної дипломатії суттєво зріс. З іншого боку, за останні декілька десятиріч практика комерційної дипломатії значно змінилась під впливом глобалізаційних процесів у світовій торгівлі та технологічно-го стрибка у сфері комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Попри зростаючу кількість досліджень комерційної дипломатії, основу яких складають роботи зарубіжних (П. Бергейк, М. Костецкі, Г. Копп, Д. Лі, А. Мерсьє, О. Нарей, Е. Поттер, Е. Прокассіні, Г. Руель, Д. Хадсон, Г. Юстинек, М. Якоп) та вітчизняних (Т. Циганкова, О. Євдоченко) науковців, у сучасній науковій літературі досі зберігаються невизначеність понятійного апарату й потреба систематизації набутих знань щодо практики комерційної дипломатії. Ця стаття є внеском у розвиток теоретичних засад комерційної дипломатії.

Метою роботи є розробка типізації комерційної дипломатії на основі низки стратегічно важливих критеріїв.

Результати дослідження. Будучи одним із засобів імплементації зовнішньоекономічної політики держави у сфері торгівлі та інвестування, комерційна дипломатія є специфічною сферою дипломатичної діяльності, яка передбачає використання державою (у співпраці з недержавними суб'єктами) дипломатичних каналів та інструментів для сприяння торгівлі та інвестиціям з метою розширення бізнес-можливостей національних компаній, зменшення та усунення бар'єрів для торгівлі та інвестицій, підвищення конкурентоспроможності та розвитку національної економіки.

Часто комерційна та економічна дипломатія вживаються в отожднює значенні. Однак різниця між ними є, і вона полягає як у відсутності (наявності) політичного виміру, так і в масштабі тематичного охоплення. Економічна дипломатія використовує політичні важелі для забезпечення національного економічного процвітання та економічні важелі для досягнення політичних цілей [2, с. 17].

Крім того, економічна дипломатія є ширшим поняттям, включаючи, окрім іншого, дипломатію розвитку, фінансову дипломатію, екологічну дипломатію (в рамках концепції сталого розвитку).

Комерційна дипломатія може реалізовуватися на макрорівні та мікрорівні [3, с. 7]. Так, макрорівнева комерційна дипломатія передбачає проведення переговорів щодо принципів та правил, що визначають та регулюють глобальну торгівлю та інвестиції безвідносно окремих компаній, операцій та проектів, хоча й враховує позицію національного бізнесу. Власне, це характеризує зміст торговельної та інвестиційної дипломатії, яка супроводжує реалізацію відповідно до торговельної політики та інвестиційної політики. Основними методами дипломатії на цьому рівні є комунікаційні, включаючи переговори, а також захисту та мобілізації підтримки.

Мікрорівнева (або транзакційна) комерційна дипломатія забезпечує сприяння окремим компаніям щодо питань розвитку зовнішньоторговельної та інвестиційної діяльності, їх конкурентної боротьби за довгострокові контракти та цільові ринки. На цьому рівні основу методів, що застосовуються, складають інформаційно-аналітичні послуги, які надаються безпосередньо суб'єктам бізнесу.

При цьому межа, що розділяє макрорівневу та мікрорівневу комерційну дипломатію, дуже умовна. Так, правила іноді пропонуються під окрему торговельну чи інвестиційну операцію, а окрема транзакція може створити прецедент у застосуванні правил. Мікрорівневі інтереси також можуть бути вбудовані в прийняття рішень на макрорівні. Наприклад, міністерство, перебуваючи в переговорному процесі щодо укладення угоди про вільну торгівлю з окремою країною, проводить консультації з національними виробниками з метою максимізації позитивних та мінімізації можливих негативних наслідків для бізнесу. Результати цих консультацій пізніше інтегруються в єдину переговорну позицію на національному рівні.

Комерційна дипломатія може бути також багатосторонньою (глобальна, міжрегіональна, регіональна дипломатія), двосторонньою (міжкраїнова дипломатія та дипломатія між субнаціональними одиницями (парадипломатія)) та односторонньою, відбиваючи як кількісні (кількість сторін), так і якісні характеристики (специфіка акторів¹ комерційної дипломатії, характер взаємодії між ними, значимість питань, що перебувають в центрі уваги). Критеріальна складність, або комплексність, цієї типізації обумовлена тим, що більшість дослідників традиційної дипломатії (а комерційна дипломатія є специфічною сферою дипломатичної діяльності) схильна розмежовувати мультилатералізм, білатералізм та унілатералізм не тільки за кількістю сторін, але й з точки зору якості взаємовідносин між ними. Мультилатералізм (багатосторонність) передбачає наявність трьох і більше сторін, вимагає слідувати міжнародним правилам та нормам, які розробляються в рамках діяльності міжнародних організацій для досягнення глобального блага (глобальних інтересів). Принципи взаємності і взаємовигідності поширюються на всіх без винятку учасників відносин, що означає однакове застосування правил до всіх сторін. Цим мультилатералізм відрізняється від самоцентричного унілатералізму (односторонності) та преференційного характеру відносин за білатералізму (двосторонності), коли мета і пріоритети різняться залежно від кожного конкрет-

ного випадку, а взаємні поступки в рамках двосторонніх відносин можуть мати дискримінаційний характер по відношенню до третіх сторін. Наприклад, внаслідок укладеної двосторонньої угоди про вільну торгівлю між країнами торгівля між ними інтенсифікується, що впливає на переорієнтацію експорту та імпорту з третіх країн.

Ще на початку ХХ століття комерційна дипломатія здійснювалася на двосторонній основі, тобто між двома країнами. Переваги її очевидні: двостороння комерційна дипломатія є гнучкішою, оперативнішою, а отже, результативнішою порівняно з багатосторонньою, яка є складнішою через необхідність узгодження позицій сторін, що вимагає переговорних зусиль та часу. Міжкраїнова комерційна дипломатія реалізується переважно через посольства та/або торговельні представництва держави в країні-партнері, міжурядові комісії з питань торговельно-економічного співробітництва, укладення угод тощо. Загалом двостороння комерційна дипломатія може бути самодостатньою, а може відбуватися на підготовчих етапах в багатосторонніх переговорах в регіональному та глобальному контексті (наприклад, під час узгодження порядку денного багатосторонніх переговорів чи регіональної конференції, в процесі формування коаліцій у Світовій організації торгівлі).

Двосторонній формат характерний також і для комерційної дипломатії місцевих влад (регіонів, провінцій, муніципалітетів, міст), тобто комерційної парадипломатії². Феномен зростання значимості місцевих влад в міжнародних відносинах потрапляє у фокус уваги науковців в 1970-х роках. Під впливом глобалізації, федералізму та децентралізації, економічного розвитку регіонів та низки інших факторів практика участі місцевих влад у міжнародних відносинах постійно розширюється на фоні зменшення традиційної ролі держави в системі міжнародних відносин. Для комерційної складової парадипломатії характерними є відкриття та функціонування іноземних представництв, які називаються іноземними офісами (домами); організація торговельних місій для місцевого бізнесу; підписання угод; підтримка двосторонніх відносин з державами та іншими місцевими владами тощо.

Поступовий перехід комерційної дипломатії до все більшого використання багатосторонньої платформи, яка передбачає участь більше двох сторін, починається з кінця 1940-х років. Цей процес супроводжується підвищенням значення міжнародних переговорів. Розширюється кількість учасників переговорів як за рахунок урядів країн, так і за рахунок недержавних гравців, а саме транснаціональних корпорацій, об'єднань виробників, недержавних громадських організацій, що призводить до ускладнення як структури інтересів під час обговорення проблем, так і процедурних питань, пов'язаних з переговорами. Сьогодні сфера регулювання торговельних відносин на багатосторонньому рівні охоплює торгівлю товарами і послугами, трансфер технологій, іноземні інвестиції, пов'язані з торгівлею, а також питання екології та регулювання праці, що впливають на торгівлю. Відповідно, на цьому рівні як актори комерційної дипломатії з'являються міжнародні організації (регіональні та глобальні), які виступають як юридичні особи й активні дипломатичні гравці. Багатостороння дипломатія характеризується більшою публічністю та вимагає від дипломатів більш широких знань і навичок.

¹ Сучасні дослідження розглядають як акторів комерційної дипломатії державні, міжнародні та регіональні організації, наддержавні органи інтеграційних утворень і недержавні організації, до яких відносять приватний бізнес і його об'єднання, а також недержавні організації громадянського суспільства.

² Фіксація терміна «парадипломатія» як похідної від «паралельна» і «дипломатія» у науковій літературі відбулася завдяки П. Солдатусу та І. Духачеку наприкінці 1980-х – початку 1990-х років.

Незважаючи на те, що деякі дослідники схильні вважати, що значення двосторонньої дипломатії загалом знижуються на користь багатосторонньої дипломатії, це меншою мірою стосується саме комерційної дипломатії, а особливо мікрорівневої. Підтвердженням цього є така особливість комерційної дипломатії Європейського Союзу: макрорівневою комерційною дипломатією опікується Європейська Комісія, тоді як мікрорівнева дипломатія залишається прерогативою держав-членів.

В сучасному світі глобальна дипломатія реалізується переважно у забезпеченні ефективної участі держави в діяльності міжнародних інституцій. Для комерційної дипломатії це перш за все Світова організація торгівлі (СОТ), що почала діяти з 1995 року як правонаступниця Генеральної угоди з тарифів і торгівлі. Сьогодні вона налічує 164 країни-члени [4], на які припадає понад 90% світової торгівлі. Іншими міжнародними міждержавними організаціями та їх органами, які здійснюють вплив на регулювання міжнародної бізнес-діяльності у сфері торгівлі та інвестування, є Всесвітня митна організація, Бюро міжнародних виставок, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД)³ тощо [5, с. 154]. Глобальна комерційна дипломатія проводиться також в рамках багатосторонніх самітів та форумів. Одним з них є Світовий економічний форум у Давосі, який останнім часом використовується як платформа для оголошення нових ініціатив (наприклад, започаткування Глобального альянсу за спрощення процедур торгівлі у 2016 році) та досягнення неофіційних домовленостей щодо просування торгівлі та інвестицій на різних рівнях.

Одним з видів багатосторонньої комерційної дипломатії є регіональна, тобто багатостороння, дипломатія, котра працює в колі країн, які є географічними сусідами. Вона передбачає застосування форм, які властиві як двосторонній, так і багатосторонній дипломатії, а також реалізується у налагодженні ефективного співробітництва з регіональними інтеграційними утвореннями (їх наднаціональними органами), в регіональних організаціях, об'єднаннях і форумах, а також роботі посольств і дипломатичних місій за кордоном.

На макрорівні регіональна комерційна дипломатія має переважний прояв у регіоналізмі. Регіоналізм в його комерційному аспекті (як політика лібералізації торговельних та інших бар'єрів в рамках регіональних угод та груп) історично йшов паралельно з мультилатералізмом (орієнтацією на широке використання міжнародних інститутів та колективні процедури прийняття рішень). Прикладами регіоналізму, в основі якого лежать багатосторонні угоди про вільну торгівлю, є ЄС в Європі, НАФТА в Північній Америці, МЕРКОСУР в Південній Америці. Кількість регіональних торговельних угод зростає; майже кожна країна є членом принаймні однієї торговельної угоди, а значна кількість країн приєдналась до декількох угод. У комерційній сфері цей процес пояснюється важким пошуком компромісів у переговорах в рамках Доського раунду СОТ, який розпочався ще в 2001 році. Натомість регіональне співробітництво має більші шанси на успіх, оскільки меншій кількості країн з подібними проблемами та схожою культурою легше домовлятися щодо відкриття певних ринків, ніж десятки домовленості на більш широкому форумі, такому як СОТ.

Міжрегіональна комерційна дипломатія реалізується в рамках багатосторонніх угод між країнами, які належать до різних регіонів. Прикладом такої угоди може бути май-

буття Всеохоплююча і прогресивна угода про транстихоокеанське партнерство, про укладення якої нещодавно домовилися одинадцять країн Азії, Океанії, Південної та Північної Америки⁴.

Одностороння (або унілатеральна) комерційна дипломатія передбачає односторонність дій, які є або самодостатніми (наприклад, поширення інформації про інвестиційні можливості), або такими, що викликають низку подальших дій (наприклад, виступ із публічною заявою про прийняття рішення про початок переговорів щодо укладення угоди про вільну торгівлю з іншою країною). Одностороння комерційна дипломатія рідше потрапляє у фокус уваги дослідників дипломатії насамперед через те, що односторонні дії часто розглядаються як елемент торговельної чи інвестиційної політики. Прикладом може слугувати вихід США з Угоди про транстихоокеанське партнерство, яка знаходилася в процесі ратифікації сторонами, у 2017 році. Зрозуміло, що такий крок був елементом більш широкої протекціоністської політики США, проголошеної новообраним президентом Д. Трампом. Унілатералізм часто властивий державам, що мають серйозну вагу в міжнародних відносинах і можуть діяти, не надто зважаючи на позицію інших сторін. Крім того, більшість односторонніх дипломатичних кроків врешті-решт викликає, а іноді й розрахована на реакцію на двосторонньому чи багатосторонньому рівні, адже в глобальному світі ймовірність того, що односторонні дії завдадуть шкоди інтересам інших країн, є дуже високою. Так, погрози про застосування антидемпінгових розслідувань, що їх використовують члени СОТ по відношенню до інших членів, є прикладом односторонньої комерційної дипломатії в багатосторонньому контексті.

Залежно від наявності (відсутності) цільової спрямованості можна визначити стратегічну й тактичну комерційну дипломатію. Для першої характерним є стратегічний підхід, тобто комерційна дипломатія може бути прив'язана до специфічного періоду, окремих цільових зовнішніх ринків. Іноді це нішева комерційна дипломатія, спрямована на просування певної продукції. Як правило, стратегічність може обумовлюватися конкретними завданнями розвитку того чи іншого сектору, переорієнтацією експорту або інвестування на інші ринки, а також браком коштів, що виділяються на просування експорту, відповідно, необхідністю їх ефективного використання.

Тактична комерційна дипломатія цільових орієнтирів щодо певних країн, групи товарів чи навіть компаній не має, адже вона зосереджена на просуванні експорту загалом. Вона також може розглядатися як ситуативна дипломатія (ad-hoc дипломатія), коли в певний час виникає нагальна потреба у вирішенні специфічних питань чи виконання окремих завдань в рамках загальної зовнішньоекономічної чи експортної стратегії.

До стратегічної можна віднести дипломатію таких країн, як Франція чи Швеція [6, с. 9], а також комерційну дипломатію США 1990-х років, яка зосереджувала зусилля на десяти країнах, чії економіки інтенсивно зростали, тобто так званій великій десятці (Аргентина, Бразилія, Індія, Індонезія, Китай, Мексика, Південна Африка, Південна Корея, Польща, Туреччина) [7]. Ще наприкінці 1980-х років комерційна дипломатія Канади не мала пріоритетів. Проте з часом з'явилися цільові сектори, а особливо у застосуванні до окремих країн. Наприклад, в Україні канадська служба торговельного представника, пропонуючи сприя-

³ Орган Генеральної Асамблеї ООН, який опікується питаннями торгівлі, інвестування та розвитку.

⁴ Торговельна угода між Австралією, Брунеєм, В'єтнамом, Канадою, Малайзією, Мексикою, Новою Зеландією, Перу, Сінгапуром, Чилі, Японією. Попередня назва угоди до виходу з процесу США така: Угода про транстихоокеанське партнерство.

ня в просуванні експорту та інвестуванні, бачить найбільші можливості для канадських компаній в аерокосмічній галузі, секторі нафти і газу, сільському господарстві та харчовій промисловості, а також просуванню послуг у сфері освіти [8]. Південнокорейські та японські комерційні дипломати особливу увагу приділяють просуванню високотехнологічної продукції переробної промисловості.

Комерційну дипломатію за стилем роботи дипломатів, які виступають агентами держави, можна розділити на активну, змішану (реагуючу) та пасивну (епізодичну) відповідно до умовного поділу комерційних дипломатів на бізнес-промоутерів, державних службовців та універсалів, запропонованого М. Костецькі та О. Нареем [9, с. 21]. Активна комерційна дипломатія є клієнтоорієнтованою, тобто спрямованою на сприяння бізнесу (США, Великобританія, Японія, Ірландія). Комерційні питання розуміються переважно як бізнесові питання, тому основне завдання дипломатів полягає у забезпеченні належного рівня інформаційно-консультаційних послуг для компаній. Як правило, такі дипломати мають високу професійну підготовку та бачення організації роботи. Значна частка консультаційних послуг надається на платній основі. Змішана (реагуюча) комерційна дипломатія (Франція, Польща, Китай) характерна для країн, де провідну роль в системі комерційної дипломатії відіграє міністерство торгівлі. Вона менш клієнтоорієнтована, тримається остеронь бізнес-угод. Комерційні питання розглядаються як інтегральна частина міжнародних економічних відносин. Тому дипломат більше зосереджується на торговельній та інвестиційній дипломатії, ніж на транзакційній комерційній дипломатії, а отже, більше реагує на урядові доручення, ніж на потреби компаній. Переваги таких дипломатів полягають скоріше у створенні зв'язку між міністерством та бізнесом, ніж у сприянні бізнес-операціям. Пасивну (несистематичну) комерційну дипломатію практикують кар'єрні дипломати, які мають виконувати функції підтримки бізнесу лише ситуативно або додатково до інших дипломатичних обов'язків. Вони мають меншу професійну та технічну підготовку для супроводження зовнішньоекономічної діяльності, ніж дипломати попередніх двох типів. Їх сильна сторона полягає в можливості запропонувати корисні контакти (на рівні посла) та здатності розглядати комерційну дипломатію в більш широкому контексті національної зовнішньої політики та програм зовнішньої допомоги. Дипломати третього типу представляють переважно країни, що розвиваються, які не мають серйозної системи підтримки експорту та фінансування для відповідного кадрового забезпечення дипломатичних представництв.

Слід зазначити, що типізація комерційної дипломатії за стилем роботи дипломатів зовсім не означає градації її ефективності. Неможливо бути абсолютно впевненим в тому, що один тип є ефективнішим за інший, не беручи до уваги особливості системи комерційної дипломатії в кожній конкретній країні, включаючи організаційну структуру та взаємодію між її складовими. Так, М. Костецькі та О. Нарей вважають комерційну дипломатію Німеччини реагуючою. Справді, наприклад, на відміну від британських, німецькі дипломати, що опікуються просуванням експорту та інвестицій, як правило, зосереджуються на питаннях захисту та мобілізації підтримки німецьких компаній, забезпеченні недискримінаційного ставлення інших урядів до німецьких компаній, які пра-

цюють у країні перебування. Проте в моделі комерційної дипломатії Німеччини супровід потреб експортерів на експортних ринках офіційно здійснюється не державними структурами, а мережею закордонних торговельних палат Німеччини за незначного внеску держави [10]. Ця практика вважається дуже успішною з огляду на динаміку німецького експорту, і до неї виявляла інтерес Великобританія [11], чия комерційна дипломатія за своїм підходом віднесена дослідниками до активної.

За специфікою форм (каналів) комерційної дипломатії, що використовуються, можна виокремити традиційну та цифрову дипломатію. Методи комерційної дипломатії (інформаційні, аналітичні, комунікаційні, захисту та мобілізації підтримки, організаційні) можуть застосовуватися в таких основних організаційно-правових формах (каналах)⁵, як, зокрема, форуми, конференції з торговельно-інвестиційних питань; двосторонні та багатосторонні комісії; постійне представництво за кордоном; дипломатична переписка; виставки, ярмарки; торговельні місії (поїздки); формальні та неформальні зустрічі; участь у міжнародних організаціях; укладення угод, оприлюднення позицій уряду щодо тих та інших питань зовнішньої торгівлі та інвестування, офіційне видання міжнародних актів та документів, семінари, консультації, друкована продукція, спеціалізовані веб-портали, електронні інформаційні бюлетені.

Для традиційної дипломатії характерним є використання тих форм, що стали звичайними для дипломатичної практики. Вони передбачають прями персональні контакти (зустрічі, переговори, засідання, консультації, семінари, виступи на заходах), а опосередкована дипломатична взаємодія здійснюється за допомогою паперового листування, використання телефону, телебачення, паперових засобів масової інформації, друкованої продукції (брошур, буклетів, каталогів).

Цифрова (або електронна) комерційна дипломатія передбачає використання у своїй практиці новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Вони не тільки є порівняно дешевими, що робить їх привабливими та доступними для урядових установ країн, які не можуть собі дозволити використовувати у просуванні торгівлі та інвестицій традиційні комунікаційні канали [13, с. 272], але й скорочують в часі шлях інформації від комунікатора до цільової аудиторії. З розвитком інтернет-мережі в практиці комерційної дипломатії починають з'являтися розсилки електронних інформаційних бюлетенів, а також веб-портали, які надають інформацію з питань торгівлі та інвестування (кон'юнктура ринку, нормативно-правова база експортної та інвестиційної діяльності, ярмарки та виставки, пошук потенційних партнерів, регулювання підприємницької діяльності в певній країні тощо). Сьогодні ці портали також мають консультативну та інтерактивну функцію, пропонуючи онлайн-тренінги та веб-конференції для експортерів. В дипломатичних установах за кордоном інтегрування електронних послуг у повсякденну діяльність відбувається повільніше, ніж у центральних органах влади [14, с. 323]. Крім того, державні установи та представництва за кордоном для розвитку взаємодії та обміну інформацією з експортерами та інвесторами використовують соціальні мережі (Facebook, YouTube, Twitter) як комунікаційні платформи.

Схематичне відображення типізації комерційної дипломатії за розглянутими критеріальними ознаками представлено на рис. 1.

⁵ В основу покладене визначення форм дипломатії Д. Левіна, за яким формами дипломатії є «ті державно-правові та міжнародно-правові інститути, за допомогою яких організовується діяльність дипломатії, іншими словами, це ті організаційні рамки, в яких здійснюється ця діяльність, ті зовнішні канали, по яких вона протікає» [12, с. 38–39].

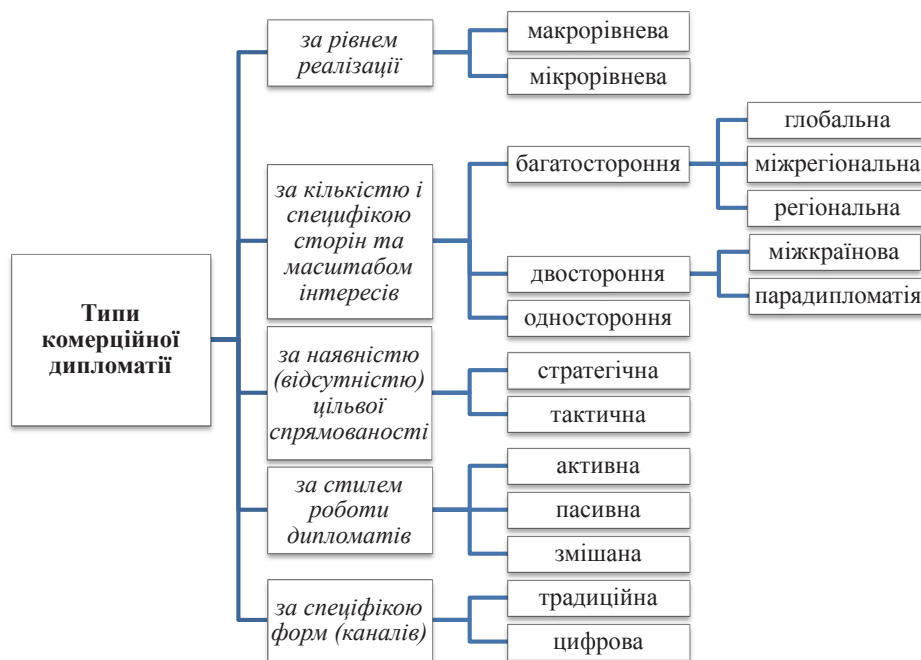


Рис. 1. Типізація комерційної дипломатії

Джерело: розробка автора з використанням джерел [3; 9]

Висновки. Практика комерційної дипломатії різниться залежно від рівня реалізації, кількості й специфіки сторін та масштабів їх інтересів, стилю роботи дипломатів, наявності (відсутності) цільової спрямованості, специфіки організаційно-правових форм (каналів), що використовуються. Комерційна дипломатія за рівнем реалізації може бути макрорівневою та мікрорівневою, хоча межа між ними є умовною. З огляду на стиль роботи дипломатів можна виділити активну, пасивну (несистематичну) та змішану (реагуючу) дипломатію, хоча такий розподіл не є автоматично градацією ефективності, адже стиль обумовлюється низкою факторів, включаючи особливості системи національної комерційної дипломатії та взаємодією між її складовими елементами. Комерційна дипломатія може бути односторонньою, двосторонньою (міжкраїноюю

дипломатією та парадипломатією) та багатосторонньою (глобальною, міжрегіональною, регіональною). Ця типізація відбиває збільшення кількості сторін, зміну специфіки акторів та збільшення масштабів їх інтересів. Також можна виокремити стратегічну й тактичну комерційну дипломатію з огляду на наявність або відсутність цільового спрямування. Стратегічність може обумовлюватися конкретними завданнями розвитку того чи іншого сектору, переорієнтацією експорту та інвестування на інші ринки, а також браком коштів, що виділяються на просування експорту, відповідно, необхідністю їх ефективного використання. Різниця між традиційною та цифровою комерційною дипломатією полягає у використанні останньою нових форм організаційно-правових форм (каналів), що з'являються внаслідок розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Pigman G.A. Trade Diplomacy Transformed: Why Trade Matters for Global Prosperity. Palgrave Macmillan, 2015. 171 p.
2. Okano-Heijmans M. Conceptualizing Economic Diplomacy: the Crossroads of International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies. The Hague journal of diplomacy. 2011. Vol. 6. No. 1–2. P. 7–36.
3. Kopp H. Commercial Diplomacy and the National Interest. Washington, DC: American Academy of Diplomacy, 2004. 141 p.
4. Members and Observers. Understanding the WTO: The Organization. World Trade Organization official web-site. 21-02-2018. URL: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm.
5. Циганкова Т., Євдоченко О. Активізація національної системи комерційної дипломатії. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: монографія: у 2 т. Т. 1. / Д. Лук'яненко, А. Поручник, Л. Антонюк та ін. ; за заг. ред. Д. Лук'яненка, А. Поручника. Київ: KHEU, 2006. С. 153–163.
6. Seringhaus R., Rosson P. Export Development And Promotion: The Role Of Public Organizations. Boston, MA: Springer Science & Business Media, 2012. 364 p.
7. Garten J.E. The Big Ten: The Big Emerging Markets and How They Will Change Our Lives. New York: Basic Books, 1997. 232 p.
8. Trade Commissioner Service – Ukraine. The Canadian Trade Commissioner Service. 13-09-2017. URL: <http://tradecommissioner.gc.ca/ukraine/index.aspx?lang=eng>.
9. Kosteci M., Naray O. Commercial diplomacy and international business. Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations “Clingendael”, April 2007, 42 p. URL: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070400_cdsp_diplomacy_kosteci_naray.pdf.
10. Players and partners in the promotion of foreign trade and investment. Official web-site of the Federal Foreign Office of Germany. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/EN/Aussenpolitik/Aussenwirtschaft/AkteurePartner_node.html.
11. Paying its way. Special report. The Economist. Nov. 9, 2013. URL: <http://www.economist.com/news/special-report/21589228-britain-would-be-able-to-sell-more-if-it-stopped-bashing-bankers-and-immigrants-paying-its>.

12. Левин Д. Дипломатия: ее сущность, методы и формы. Москва, Издательство социально-экономической литературы, 1962.
13. Sevin E., Dinnie K. Digital channels and technologies for commercial diplomacy: conceptualization and future research propositions. *International Journal of Diplomacy and Economy*, Vol. 2, No. 4, 2015. P. 266–277.
14. Ruel H., Gesink T., Bondarouk T. Electronic commercial diplomacy: a research model and an empirical analysis of embassy websites. *International Journal of Diplomacy and Economy*, Vol. 2, No. 4, 2015. P. 299–329.

ТИПИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ

Аннотация. В статье осуществлено теоретическое обобщение, предложена типизация коммерческой дипломатии с учетом ряда критериев. Определено, что практика коммерческой дипломатии различается в зависимости от уровня реализации, количества, специфики сторон, масштабов их интересов, стиля работы дипломатов, наличия/отсутствия целевой направленности, а также специфики используемых форм (каналов). Предоставлена конструктивная характеристика типов коммерческой дипломатии с соответствующими примерами современной практики. Статья является вкладом в развитие теоретических основ коммерческой дипломатии.

Ключевые слова: коммерческая дипломатия, парадипломатия, типы коммерческой дипломатии, продвижение экспорта, цифровая коммерческая дипломатия.

TYOLOGY OF COMMERCIAL DIPLOMACY

Summary. The article outlines theoretical generalization and proposes typology of commercial diplomacy based on a number of criteria. It has been concluded that the practice of commercial diplomacy varies depending on the level of implementation, the number and specifics of parties and the scope and scale of their interests, the style of diplomatic work, the presence/absence of target orientation, and the tools and channels used. The author provides constructive characteristics of commercial diplomacy types with corresponding examples from modern practice. The article contributes to the development of theoretical framework of commercial diplomacy.

Key words: commercial diplomacy, paradigomacy, types of commercial diplomacy, export promotion, digital commercial diplomacy.

УДК 339.564:664(477)

Бердар М. М.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва*

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Berdar M. M.

*Ph.D., Associate Professor of Entrepreneurship
Taras Shevchenko National University Kyiv*

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО НАРОЩУВАННЯ

Анотація. У статті досліджено динаміку зовнішньої торгівлі товарами в Україні, зазначено, що одним з найважливіших напрямів розвитку експортних можливостей національної економіки є зовнішньоекономічний потенціал підприємств харчової промисловості України. Охарактеризовано властивий Україні постачально-збутовий і посередницько-торговельний характер виходу у світогосподарську сферу. На основі аналізу запропоновано нові підходи, які сприятимуть формуванню стійкої системи продовольчої безпеки, визначено, що зростання зовнішньоекономічного потенціалу харчової промисловості є визначальним фактором розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, важливою ланкою зовнішньоторговельного обміну.

Ключові слова: зовнішня торгівля, структура експорту та імпорту, харчова промисловість, модернізація.

Вступ та постановка проблеми. Міжнародна торгівля за своїми масштабами та функціями в загальному комплексі міжнародних економічних відносин зберігає винятково важливе значення. Входження економіки України в систему світових господарських відносин зумовлює необхідність розширення експортного потенціалу України. Одним з важливих напрямів розвитку експортних можливостей національної економіки є експортний потенціал харчової промисловості України. Харчова про-

мисловість України спроможна не лише забезпечити потреби внутрішнього ринку в продовольчих товарах, але й сформувати потужний експортний потенціал держави. Проблема розширення експортних можливостей та розвитку експортного потенціалу харчової промисловості України сьогодні є дуже актуальною. Її вирішення потребує системного підходу до вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства та вжиття комплексу організаційно-економічних, управлінських

та техніко-технологічних заходів, що сприятимуть посиленню конкурентних переваг підприємства та країни загалом на зовнішньому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зовнішня торгівля традиційно привертає значну увагу провідних науковців та аналітиків. Питання динаміки структури зовнішньої торгівлі проаналізоване в роботі І.А. Гончар [3]. У монографії А.А. Мазаракі та Т.М. Мельник [6] визначено основні чинники, що впливають на розвиток зовнішньої торгівлі, а також засади сфери регулювання зовнішньої торгівлі України. Вплив зовнішньої торгівлі на забезпечення зовнішньої стійкості економіки досліджено Т.А. Тишук [9]. Питання динаміки зовнішньої торгівлі та особливостей торговельних відносин України з країнами СНД та ЄС досліджено в роботі І.О. Пенської, яка продемонструвала необхідність інтеграції нашої країни у світовий економічний простір на паритетних умовах як засіб захисту від загроз і викликів глобалізаційних процесів [4]. Дослідженню наслідків для зовнішньої торгівлі від вступу до СОТ присвячена робота фахівців НІСД [12]. У роботі Д.С. Покришка та Т.А. Тишук досліджено динаміку зовнішньої торгівлі товарами в Україні, проаналізовано основні зміни, які відбувалися в зовнішній торгівлі товарами [5]. Ці дослідження розкривають важливі аспекти макроекономічного розвитку України у взаємозв'язку зі структурними аспектами зовнішньої торгівлі. Водночас залишаються відкритими питання закономірностей змін у структурі і динаміці зовнішньої торгівлі в тривалому періоді, їх аналізу у взаємозв'язку зі змінами на світовому ринку та внутрішніми структурними перетвореннями в економіці України.

Метою роботи є дослідження зовнішньоторгівельної активності підприємств харчової промисловості в умовах трансформації зовнішнього середовища та структурних змін в економіці.

Результати дослідження. Зовнішньоекономічні зв'язки є важливим екогенним фактором, що значно впливає на динаміку та стійкість розвитку окремих підприємств, формування їх структури, ефективність функціонування. Завдяки глобалізації світового господарства та міжнародних економічних відносин різко підвищуються роль і значення зовнішньоекономічної діяльності як для економіки країни загалом, так і для підприємств зокрема [10, с. 330].

Результати досліджень португальських вчених А. Сільва та О. Афонсо (A. Silva, O. Afonso) доводять, що досвід, отриманий від експортної діяльності, допомагає підприємствам бути інноваційними та більш ефективними завдяки надходженню інформації від іноземних клієнтів, конкурентів та інших джерел, недоступних підприємствам-неекспортерам [15, с. 35].

Й. Гессель та А. ван Стель (J. Hessels, A. van Stel), досліджуючи вплив експорту на розвиток підприємств, звертають увагу на те, що експортна діяльність може розглядатися не лише як інструмент збагачення, але й як процес отримання досвіду, знань та технологій. В зарубіжній літературі це явище отримало назву "learning-by-exporting", тобто отримання досвіду від експортної діяльності [14, с. 257]. Автори пояснюють, що досвід, отриманий підприємствами від експортної діяльності, може стимулювати їх досліджувати нові іноземні ринки та спонукати до використання інших форм діяль-

ності, таких як створення спільних підприємств, ліцензування, прями іноземні інвестиції.

Я. Де Локер (J. De Loecker) в результаті дослідження впливу експортної діяльності на функціонування підприємств-експортерів також доходить висновку, що підприємства-експортери є більш продуктивними та мають кращі показники ефективності, ніж неекспортери, а також наводить два пояснення цього явища. Перше пояснення ґрунтується на тому, що тільки ефективні підприємства, здійснюючи експортну діяльність, здатні вести конкурентну боротьбу на зарубіжних ринках. Друге пояснення полягає в тому, що підприємства, здійснюючи експортну діяльність, отримують новий досвід, що допомагає їм досягти нових рівнів ефективності [13, с. 70].

Україна здійснює зовнішньоторгівельні операції з партнерами з понад 200 країн світу, зокрема з країнами СНД, ЄС, Азійсько-Тихоокеанського, Африканського регіонів, Близького та Середнього Сходу, Північної та Латинської Америки. Більшість вітчизняної продукції з високим рівнем доданої вартості в товарній структурі експорту у 2016 році становить продукція сільського господарства та харчової промисловості.

У 2016 році загальний експорт товарів та послуг склав 49,3% від ВВП, або 46 млрд. дол. США (за даними НБУ), з яких 72,9% припадають на експорт товарів, решту становить експорт послуг (27,1%) [1].

Аналіз показників динаміки зовнішньої торгівлі товарами України свідчить про зростання імпорту і нарощування від'ємного сальдо (рис. 1).

У період 2010–2012 рр. внаслідок активізації зовнішнього попиту на товари вітчизняного виробництва та поступового виходу з кризи національної економіки значно збільшилися обсяги як експорту, так і імпорту. Проте залишаються значні диспропорції у структурі експорту та імпорту товарів.

У 2011 р. обсяг експорту збільшився порівняно з 2010 р. на 33,0%, або на 16 989,0 млн. дол. США. У 2012 р. зростання експорту відбулось на 436,2 млн. дол. США порівняно з 2011 р. У 2013 р. обсяг експорту зменшився з 68 830,4 млн. дол. США, у 2012 р. – до 63 320,7 млн. дол. США, що можна пояснити невдалими організаційними змінами у виконавчих органах державного управління, функцією яких є захист інтересів вітчизняних експортерів. У цьому разі йдеться про те, що Міністерство економіки України передає функцію з управління торговельно-економічними місіями (ТЕМ) Міністерству закордонних справ України. Останнє ліквідувало ТЕМ та утворило відділи з економічних питань (ВЕМ) у складі закордонних дипломатичних установ. Як наслідок,

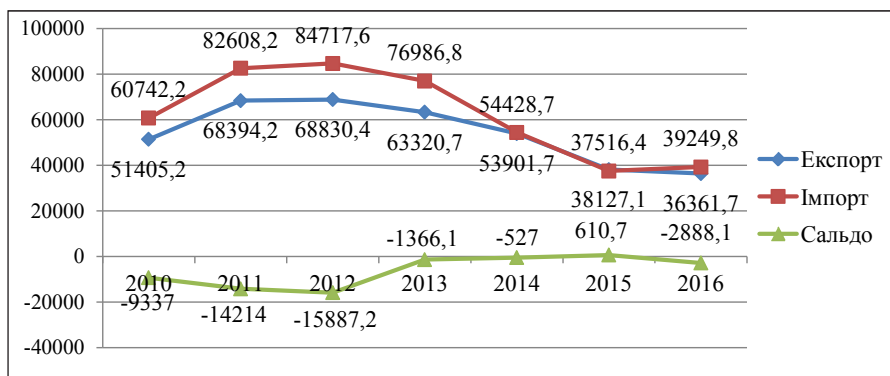


Рис. 1. Динаміка зовнішньої торгівлі (імпорту-експорту) товарами у 2010–2016 рр. [7; 8]

сьогодні Міністерство економічного розвитку та торгівлі України втратило повноваження відстоювати інтереси вітчизняних суб'єктів експортно-імпоротної діяльності на іноземних ринках, а Міністерство закордонних справ України, маючи такі повноваження, позбавлене економічних інструментів, важелів управління, адже воно займається переважно дипломатичними проблемами.

Отже, це призвело до розбалансування системи зовнішньоекономічної діяльності, ускладнило надання допомоги українським виробникам у захисті їхніх економічних інтересів за кордоном, просуванні на іноземні ринки їхніх товарів і послуг, послабило підтримку національних товаровиробників, проти яких за кордоном ведуться антидемпінгові, антисубсидійні, спеціальні та судові розслідування [12, с. 7].

Однак відбулись певні позитивні зрушення упродовж 2014–2015 рр., попри зміну адміністративно-правових умов розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Так, у зв'язку із загостренням дипломатичних та економічних відносин з Російською Федерацією через військові дії на Сході України у 2014 р. український експорт певною мірою переорієнтувався з Російської Федерації (у 2014 р. порівняно з 2010 р. обсяг експорту до Російської Федерації знизився на 20,6%, або 3 858,3 млн. дол. США, а у 2015 р. порівняно з 2014 р. обсяг експорту знизився на 80%, або 5 473,5 млн. дол. США) на країни ЄС (у загальному обсязі зовнішньоторговельних операцій частка країн ЄС порівняно з 2014 р. збільшилась і становила в експорті 34,1%, в імпорті – 40,9% (за 2014 р. 31,5% і 38,7% відповідно)). За результатами 2016 р. експорт товарів складав 366 361,7 млн. дол. США, порівняно з 2015 р. зменшився на 1 765,4 млн. дол. США, а порівняно з рівнем 2010 р. скоротився на 15 043,5 млн. дол. США, або 29,1% [7; 8].

Для українських виробників й досі залишаються традиційними експорт товарів на ринки СНД. У 2016 р. частка експорту товарів на ринки СНД становила 16,6%, у 2010 році вона складала 36,4%, тобто експорт на ринки СНД зменшився на 67,8%.

Так, експорт українських товарів у 2016 р. до Казахстану зменшився на 312,6 млн. дол. (на 43,9%), Азербайджану – на 70,8 млн. дол. (на 22,2%), Туркменістану – на 61,3 млн. дол. (на 36,0%), Киргизстану – на 35,1 млн. дол. (на 46,5%), Узбекистану – на 32,1 млн. дол. (на 18,4%), Вірменії – на 12,6 млн. дол. (на 12,4%), Грузії – на 11,9 млн. дол. (на 3,0%), Таджикистану – на 4,6 млн. дол. (на 15,2%), Монголії – на 3,6 млн. дол. (на 12,8%). [11].

З 2011 р. (найвищої точки) до 2016 р. обсяг експорту товарів до РФ скоротився більш ніж у п'ять разів, а частка РФ в експорті знизилася з 26,3% до 9,3% відповідно. Найменше знизився обсяг експорту продовольчих товарів (у 2016 р. він займав 44% експорту), зокрема завдяки частковій переорієнтації їх поставок до Білорусі (зокрема, м'яса, зернових культур та насіння олійних). Основними продовольчими товарами, що зараз постачаються до СНД, є хлібобулочні вироби, кондитерські вироби, цукор, олія та тютюн [1].

Негативно вплинуло на експорт України та ВВП також призупинення РФ дії Договору про зону вільної торгівлі з Україною з 1 січня 2016 р., в результаті чого запроваджені ставки ввізного мита на рівні режиму найбільшого сприяння замість попередньо чинних «нульових» ставок ввізних мит. Окрім того, РФ заборонила імпорту деяких сільськогосподарських товарів українського походження (м'ясо та продукція з нього, риба, молоко та молочна продукція, овочі, фрукти та горіхи, деякі продукти харчування) та обмежила транзитний рух вантажу з України через територію Росії до трьох країн, Казахстану та Киргизстану.

Такі обмежувальні заходи призвели до суттєвого скорочення експортного постачання товарів українського виробництва не тільки до деяких країн СНД (країни Центральної Азії та Закавказзя), але й до інших країн Азії.

Присутність України у глобальній виробничій мережі істотно зросла за досліджуваний період, але все ще залишається недостатньою. Для активного включення до глобальних ланцюгів доданої вартості необхідно змінити товарну структуру українського експорту і перейти на виробництво середньо- та високотехнологічної продукції.

Підприємствами спостерігається тенденція до виходу на нові ринки, головним серед яких є ринок ЄС.

Сукупна частка ринку ЄС в обсязі українського експорту товарів зросла з 25,5% у 2010 р. до 37,1% у 2016 р., зокрема внаслідок отриманих Україною автономних торгових преференцій та початку дії Угоди про поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі між ЄС та Україною. Збільшується експорт до Єгипту та Індії, адже у 2016 р. на них припадали 6,3% та 5,2% загального обсягу експорту українських товарів.

У 2016 р. частка експорту товарів до Росії складала 9,9%, а у 2010 р. – 26,1%. Збільшується експорт до Єгипту, Туреччини та Індії: у 2016 р. на них припадали 6,2%, 5,6% та 5,2% загального обсягу експорту українських товарів.

Основними країнами-партнерами ЄС в експорті товарів у 2016 р. були Польща, Італія, Німеччина, Угорщина, Іспанія, Нідерланди та інші країни-партнери. Загальний обсяг експорту українських товарів у 2016 р. до Польщі склав 16,3%, Італії – 14,3%, Німеччині – 10,5%, Угорщині – 7,8%, Іспанії – 7,4%, Нідерландів – 7,4%, інших країн-партнерів – 36,3%.

Імпорт товарів в Україні знизився за останні роки і склав у 2016 р. 392 249,8 млн. дол. США порівняно з 60 742,2 млн. дол. США у 2010 р. та 84 717,6 млн. дол. США у 2012 р. Порівняно з рівнем 2010 р. імпорту зменшився на 35,4%, а порівняно з рівнем 2012 р. – на 53,7%. Це зниження обумовлене низкою причин, серед яких слід назвати слабку виробничу активність, падіння реальних доходів населення, скорочення внутрішнього попиту, девальвацію гривні, введення тимчасового додаткового імпортного збору.

Аналіз показників динаміки зовнішньої торгівлі товарами свідчить про випереджаюче зростання імпорту і нарощування від'ємного сальдо. Від'ємне сальдо у 2016 р. складає 2 888,1 млн. дол. США, порівняно з 2010 р. воно зменшене у 3,2 рази, від'ємне сальдо у 2010 р. складало 9 337,0 млн. дол. США. Від'ємне сальдо у 2011 р. складає 14 214,0 млн. дол. США, у 2012 р. – 15 887,2 млн. дол. США, у 2013 р. – 13 666,1 млн. дол. США, а у 2014 р. – 527,0, тобто відносно рівня 2012 р. у 2014 р. воно зменшилось у 30,1 рази. У 2015 р. експорт перевищував імпорту на 610,7 млн. дол. США.

З найвищої точки імпорту товарів до країн СНД (50 220,4 млн. дол. США у 2012 р.) він зменшився до 30 684,4 млн. дол. США у 2016 р., або на 38,9%. До інших країн світу імпорту товарів у 2016 р. складає 8 565,4 млн. дол. США. Порівняно з 2012 р. він зменшився на 77,0%, а відносно рівня 2010 року – на 37,9%.

Імпорт товарів країнами ЄС у 2016 р. складав 17 140,8 млн. дол. США, порівняно з 2010 р. його зменшено на 2 010,6 млн. дол. США, або 10,5%.

За результатами аналізу Україна недостатньо використовує потенціал зовнішньої торгівлі з такими країнами, як, зокрема, Канада, Китай, Франція, Німеччина, Ірландія, Японія, Швеція, Швейцарія, Велика Британія, Сполучені Штати Америки, в результаті чого станом на 2015 р. Україна недоотримала майже 6 млрд. доларів США [1].

Продукція сільського господарства є ресурсною складовою виробництва в різних галузях національного господарства, а в харчовій промисловості – її основою. Від ступеня насичення ринку продовольчими товарами сільськогосподарської переробки, їхньої якості та ціни (доступності) залежить забезпечення населення продуктами харчування, що є одним з основних завдань виробництва [2, с. 16].

З метою здійснення оцінювання перспектив розвитку експортного потенціалу харчової промисловості необхідно насамперед дослідити динаміку виробництва хоча б основних видів її продукції. Перш ніж перейти власне до структурно-динамічного аналізу експорту Україною продукції харчової промисловості, слід зазначити, що впродовж 2010–2016 рр. питома вага експорту продукції харчової промисловості України в загальному експорті країни збільшувалася. Частка АПК та харчової промисловості у 2010 р. складала 19,3%, у 2011 р. – 20,2%, у 2012 р. – 20,2%, у 2013 р. – 20,2%, у 2014 р. – 20,2%, у 2015 р. – 20,2%, у 2016 р. – 20,2%, тобто за досліджуваній період товарного експорту збільшилась у 2,2 рази [7; 8].

Товарна структура експорту сільськогосподарської та харчової продукції показана на рис. 2.

Товарна структура експорту Україною продукції харчової промисловості не є диверсифікованою, закріплює залежність від зовнішньої кон'юнктури одночасно з низькою здатністю підприємств оперативного реагувати на потреби ринку з урахуванням наявного рівня їх інформаційно-аналітичного забезпечення. Це посилює чутливість до цінкових коливань та криз на міжнародних ринках і ще раз підкреслює необхідність дослідження флуктуацій на світовому ринку, що можуть спричинити структурні зміни експорту Україною продукції харчової промисловості. У 2016 р. експорт продуктів рослинного походження склав 8 093,7 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. експорт збільшився на 4 117,5 млн. дол. США, тобто зріс у 2,0 рази. А саме збільшено експорт овочів на 28,0%, зернових культур – у 2,4 рази, продукції борошномельно-круп'яної промисловості – на 71,6%, насіння і плодів олійних рослин – на 41,4%. Питома вага продуктів рослинного походження в загальній структурі експорту харчової та сільськогосподарської промисловості України була найвищою впродовж 2010–2016 рр. (40,1% – у 2010 р., 40,1% – у 2011 р., 51,6% – у 2012 р., 52,1% – у 2013 р., 52,4% – у 2014 р., 54,8% – у 2015 р., 52,9% – у 2016 р.).

Продуктів тваринного походження експортовано у 2016 р. на 775,0 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. експорт збільшився лише на 3,6 млн. дол. США, тобто зріс на 0,5%. Зокрема, збільшено експорт м'яса та їстівних субпродуктів у 2016 р. на 297,6 млн. дол. США (склав 387,8 млн. дол. США), тобто порівняно з 2010 р. він збільшився у 4,3 рази (склав 90,2 млн. дол. США); молока та молочних продуктів, яєць птиці експортовано у 2016 р. на 775,0 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. експорт зменшився на 318,3 млн. дол. США, або на 49,1%. Відсоток живих тварин та продуктів тваринного походження за досліджуваній період постійно знижувався. У 2010 р. він склав 7,7%, 6,8% – у 2011 р., 5,1% – у 2012 р., 6,4% – у 2013 р., 6,1% – у 2014 р., 5,6% – у 2015 р., 5,1% – у 2016 р.

У 2016 р. експорт жирів та олій тваринного й рослинного походження склав 3 963,0 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. експорт збільшився на 1 345,7 млн. дол. США,

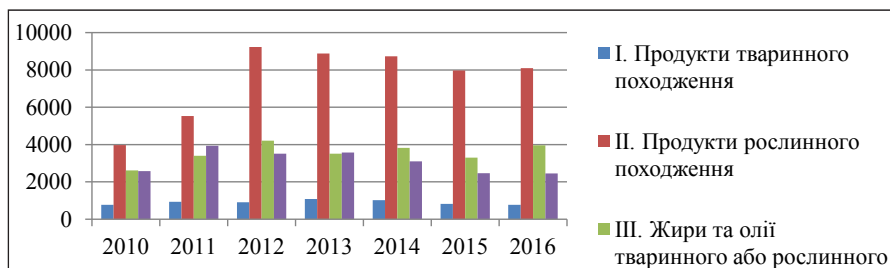


Рис. 2. Товарна структура експорту сільськогосподарської та харчової продукції у 2010–2016 рр. [7; 8]

тобто зріс на 51,4%. Жири та олії тваринного й рослинного походження у 2010 р. склали 26,4% від загального експорту продукції харчової та сільськогосподарської промисловості України, у 2011 р. – 24,6%, у 2012 р. – 23,6%, у 2013 р. – 20,6%, у 2014 р. – 22,9%, у 2015 р. – 22,7%, у 2016 р. – 25,9%.

Готових харчових продуктів у 2016 р. експортовано на 2 450,1 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. експорт зменшено на 121,0 млн. дол. США, або на 4,7%. Збільшено обсяги експорту цукру і кондитерських виробів з цукру у 2016 р. порівняно з 2010 р. на 70,5%, залишків і відходів харчової промисловості – у 2,05 рази, тютюну і промислових замінників тютюну – на 50,4%. Зменшено обсяги експорту продуктів з м'яса та риби на 70,6% (48,7 млн. дол. США у 2010 р., 14,3 млн. дол. США у 2016 р.), алкогольних і безалкогольних напоїв та оцту на 63,1% (443,7 млн. дол. США у 2010 р., 163,8 млн. дол. США – у 2016 р.), какао та продуктів з нього на 36,3%, продуктів переробки овочів на 35,4%. Питома вага готових харчових продуктів у загальному обсязі експорту харчової та сільськогосподарської промисловості України у 2010 р. складала 25,8%, у 2011 р. – 28,5%, у 2012 р. – 19,7%, у 2013 р. – 20,9%, у 2014 р. – 18,6%, у 2015 р. – 16,9%, у 2016 р. – 16,1%.

За аналізований період зменшуються обсяги імпорту сільськогосподарської та харчової продукції в Україну. Товарна структура імпорту сільськогосподарської та харчової продукції показана на рисунку 3. За аналізований період обсяг імпорту знизився з 5 763,6 млн. дол. США у 2010 р. до 3 484,4 млн. дол. США у 2016 р.

У 2016 р. імпорт готових харчових продуктів склав 1 731,0 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. імпорт зменшився на 772,1 млн. дол. США, тобто на 29,8%. А саме зменшено імпорт цукру і кондитерських виробів з цукру на 75,7%, какао та продуктів з нього – на 46,7%, продуктів переробки овочів – на 50,4%, продуктів з м'яса та риби – на 38,6%. Питома вага готових харчових продуктів в загальній структурі імпорту харчової та сільськогосподарської промисловості України була найвищою впродовж 2010–2016 рр. (43,5% – у 2010 р., 47,7% – у 2011 р., 46,5% – у 2012 р., 39,4% – у 2013 р., 43,0% – у 2014 р., 46,2% – у 2015 р., 44,6% – у 2016 р.).

Географічна структура імпорту рослинницької продукції показує, що основними регіонами, звідки вона ввозиться в Україну, є країни Європи та Азії. У 2016 р. продуктів рослинного походження імпортовано в Україну на 1 284,8 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. імпорт зменшився на 279,1 млн. дол. США, тобто на 17,9%. Зокрема, зменшено імпорт їстівних плодів та горіхів на 257,1 млн. дол. США (склав 1 284,8 млн. дол. США), тобто порівняно з 2010 р. зменшився на 35,1% (склав 1 563,9 млн. дол. США). Аналіз основної імпортованої групи рослинницької продукції «Їстівні плоди та горіхи» свідчить про те, що географія імпорту за аналізований період розширилась. До переліку головних країн,

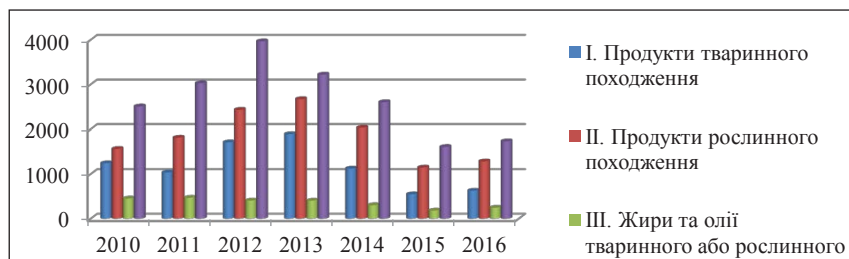


Рис. 3. Товарна структура імпорту сільськогосподарської та харчової продукції у 2010–2016 рр. [7; 8]

з яких імпортувалися плоди та горіхи в Україну, стабільно входили Еквадор, Польща, Туреччина, а також Аргентина, Італія, Іспанія, Греція, Грузія, Молдова. Насіння і плодів олійних рослин імпортовано у 2016 р. на суму 319,5 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. імпорт збільшився на 140,6 млн. дол. США, або на 78,6%. Відсоток продукції борошномельно-круп'яної промисловості за досліджуваній період постійно знижувався.

У 2016 р. імпорт жирів та олій тваринного й рослинного походження складав 246,0 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. імпорт зменшився на 205,6 млн. дол. США, або на 45,5%. Жири та олій тваринного й рослинного походження у 2010 р. складала 7,8% від загального імпорту продукції харчової та сільськогосподарської промисловості України, у 2011 р. – 7,4%, у 2012 р. – 4,8%, у 2013 р. – 4,9%, у 2014 р. – 5,0%, у 2015 р. – 5,2%, у 2016 р. – 6,3%.

Продуктів тваринного походження у 2016 р. імпортовано на 626,3 млн. дол. США. Порівняно з 2010 р. імпорт зменшено на 615,7 млн. дол. США, або на 49,6%. Зменшено обсяги імпорту м'яса та їстівних субпродуктів у 2016 р. порівняно з 2010 р. на 49,6% (1 242,0 млн. дол. США – у 2010 р., 626,3 млн. дол. США – у 2016 р.). Головними країнами, звідки Україна імпортувала м'ясо та субпродукти, були Сполучені Штати Америки, Бразилія, Польща та Німеччина. Зменшено обсяги імпорту молока та молочних продуктів, яєць птиці на 56,2% (135,6 млн. дол. США – у 2010 р., 59,5 млн. дол. США – у 2016 р.). Питома вага продуктів тваринного походження у загальному обсязі імпорту харчової

та сільськогосподарської промисловості України у 2010 р. складала 21,6%, у 2011 р. – 16,3%, у 2012 р. – 20,1%, у 2013 р. – 23,1%, у 2014 р. – 18,5%, у 2015 р. – 15,7%, у 2016 р. – 16,1%. Географічна структура імпорту тваринницької продукції свідчить про те, що основним регіоном, звідки вона ввозиться в Україну, є країни Європи. Сукупна частка країн СНД, Азії та Африки залишається дуже незначною. З групи «Інші країни», що експортують до нас продукцію тваринництва, варто виокремити країни Америки, кількісні показники яких тут найбільші.

Висновки. Динаміка зовнішньої торгівлі товарами в Україні за досліджуваний період мала нестійкий характер, зазнаючи різких коливань у періоди глобальної нестабільності. При цьому закріплюються позиції України як виробника і постачальника сировинної та низькотехнологічної продукції. Так, переважна частина українського експорту, зокрема сільськогосподарської та харчової продукції, які є товарами з досить низьким рівнем доданої вартості, значно залежить від коливань цін на світових ринках. На сучасному етапі факторами, що стримують активну участь України в експортно-імпортній діяльності товарів, є брак стратегічних та організаційних засад цієї діяльності на рівні держави, недосконалість правової бази, неупорядкованість фінансово-платіжної системи, низька купівельна спроможність і незначний попит населення, специфічні умови формування ринкового середовища, наявність тіньової економіки. Крім того, сучасна система контролю продовольчої продукції в Україні не відповідає стандартам, які запроваджені в розвинутих країнах світу. Подальший розвиток експорту продовольчих товарів є важливим елементом структурних змін і технічної модернізації національного господарства. Властивий Україні постачально-збутовий і посередницько-торговельний характер виходу у світогосподарську сферу, який не реалізує всіх потенційних експортних можливостей у виробництві продовольчих товарів, зумовлює необхідність переорієнтації та переходу до нової моделі взаємодії національного господарства зі світовим.

Список використаних джерел:

1. Аналіз тенденцій зовнішньої торгівлі товарами України за регіонами і товарними групами / НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=50356637>.
2. Венгерська Н.С., Калантарова А.Р. Експортний потенціал харчової промисловості України. Економіка розвитку. 2014. № 4(72). URL: http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu144_72/e144ven.pdf.
3. Гончар І.А., Бабірад-Лазунін В.О. Характер формування зовнішньої торгівлі України: статистична оцінка. Статистика України. 2013. № 2. С. 16–20.
4. Пенська І.О. Торговельні орієнтири України на світових ринках. Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси. 2013. № 2. С. 5–11.
5. Покришка Д.С., Тишук Т.А. Динаміка зовнішньої торгівлі в Україні в умовах трансформації внутрішніх і зовнішніх чинників зростання. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Економічні науки. 2015. № 56. С. 82–83.
6. Мазаракі А.А., Мельник Т.М. Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі: монографія. Київ: КНТЕУ, 2010. 470 с.
7. Зовнішня торгівля України за 2013 рік / за ред. А.О. Фризоренко. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 104 с.
8. Зовнішня торгівля України за 2016 рік / за ред. А.О. Фризоренко. Київ: Державна служба статистики України, 2017. 85 с.
9. Тишук Т.А. Пріоритети забезпечення зовнішньої стійкості економіки України. Стратегічні пріоритети. 2013. № 1. С. 52–60.
10. Трігуб С.О. Розвиток та ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств України в сучасних умовах господарювання. Наука й економіка. 2012. № 4(28). Т. 2. С. 329–333.
11. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України. URL: www.me.gov.ua/Documents/Download?id=dacb14b1.
12. Клименко І.В., Федірко О.А., Ус І.В. Три роки членства у СОТ: тенденції зовнішньої торгівлі України у посткризовий період. Київ: НІСД, 2011. 120 с.
13. De Loecker J. Detecting Learning by Exporting. American Economic Journal: Microeconomics. 2013. № 5(3). P. 1–21.
14. De Loecker J. Do Exports Generate Higher Productivity? Evidence from Slovenia. Journal of International Economics. 2007. № 73. P. 69–98.
15. Hessels J., van Stel A. Entrepreneurship, Export Orientation, and Economic Growth. Small Business Economics. 2011. № 37(2). P. 255–268.
16. Silva A., Afonso O., Paula Africano A. Learning-by-Exporting: What We Know and What We Would Like to Know. FEP Working Papers. 2010. 44 p. URL: http://www.fep.up.pt/investigacao/workingpapers/10.03.01_wp364.pdf.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО НАРАЩИВАНИЯ

Аннотация. В статье исследована динамика внешней торговли товарами в Украине, отмечено, что одним из важнейших направлений развития экспортных возможностей национальной экономики является внешнеэкономический потенциал предприятий пищевой промышленности Украины. Охарактеризован свойственный Украине поставочно-сбытовой и посреднически-торговый характер выхода в мирохозяйственную сферу. На основе анализа предложены новые подходы, которые будут способствовать формированию стойкой системы продовольственной безопасности, определено, что рост внешнеэкономического потенциала пищевой промышленности является определяющим фактором развития внешнеэкономических связей, важным звеном внешнеторгового обмена.

Ключевые слова: внешняя торговля, структура экспорта и импорта, пищевая промышленность, модернизация.

FOREIGN ECONOMIC POTENTIAL OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES AND POSSIBILITIES OF ITS LANDING

Summary. The article examines the dynamics of foreign trade in goods in Ukraine, it is noted that the foreign economic potential of enterprises of the food industry of Ukraine is one of the most important directions of development of export opportunities of the national economy. Characterized by Ukraine's supply-and-sales and mediation-trade character of the output in the world-economic sphere. Based on the analysis, new approaches have been proposed that will contribute to the formation of a robust food security system. It is determined that the growth of the foreign economic potential of the food industry is a determining factor in the development of foreign economic relations, an important link in foreign trade exchanges.

Key words: foreign trade, export and import structure, food industry, modernization.

УДК 330.322.1

Бірбіренко С. С.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри*

*економіки підприємства та корпоративного управління
Одеської національної академії зв'язку імені О.С. Попова*

Жаданова Ю. О.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри*

*економіки підприємства та корпоративного управління
Одеської національної академії зв'язку імені О.С. Попова*

Birbirenko S. S.

*Candidate of Economic Sciences, assistant professor,
Assistant professor of Department*

*of Enterprise Economics and Corporate Governance of
Odessa National Academy of Communications named after O.S. Popov*

Zhadanova Yu. O.

*Candidate of Economic Sciences, assistant professor,
Assistant professor of Department*

*of Enterprise Economics and Corporate Governance of
Odessa National Academy of Communications named after O.S. Popov*

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОПЕРАТОРА ЗВ'ЯЗКУ

Анотація. У статті запропоновано до практичного застосування напрями підвищення рівня конкурентоспроможності оператора зв'язку у сучасних ринкових умовах. Також запропоновано до використання як результат кількісного аналізу конкурентоспроможності інтегральний показник конкурентоспроможності телекомунікаційного оператора, який дає змогу зіставляти підприємства між собою.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, конкурентоспроможні фактори, конкурентні переваги, інтегральний показник, сфера зв'язку та інформатизації України.

Вступ та постановка проблеми. Сфера телекомунікацій є одним із найбільш важливих секторів світової та національної економіки більшості країн. Ця сфера динамічно розвивається та впливає на сталий розвиток

суспільства та економіки загалом. Телекомунікаційні підприємства надають широкий спектр сучасних телекомунікаційних послуг, якісні характеристики яких відповідають високим потребам споживачів [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань, пов'язаних з формуванням механізму управління сферою телекомунікацій України, фінансовим забезпеченням, економічним розвитком, моделюванням динаміки інноваційних процесів, розглянуте в роботах таких вітчизняних та закордонних учених, як, зокрема, А. Мазаракі, І. Малій, О. Швиданенко, В. Орлов, В. Гранатуров, І. Кораблінова, С. Новицька (Бірбірєнко), Т. Лозова, П. Воробієнко, С. Воробієнко. Однак не вирішеною проблемою залишається формування організаційно-економічних механізмів розвитку сфери телекомунікацій, що обумовлює актуальність досліджуваного питання.

Метою роботи є вивчення основних аспектів конкурентоспроможності підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності оператора зв'язку.

Результати дослідження. Основною метою кожного підприємства є підвищення конкурентоспроможності підприємства та утримання свого місця на ринку. Для того щоб підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства, необхідно слідкувати за ресурсами підприємства, розвитком ринку та конкурентів.

1. Підвищення ефективності використання ресурсів.

Ефективність використання ресурсів характеризує зв'язок між кількістю ресурсів, витрачених у процесі виробництва, і кількістю товарів і послуг, отриманих у результаті використання цих ресурсів. Збільшення кількості товарів і послуг, яку виробляє національна економіка з цього обсягу ресурсів, означає підвищення ефективності використання ресурсів. І навпаки, зменшення обсягу продукції, який одержують із цієї величини залучених ресурсів, свідчить про зниження ефективності використання ресурсів. Ефективне використання ресурсів передбачає досягнення повної зайнятості ресурсів, повного обсягу виробництва.

2. Підвищення якості послуг. Важливими вимогами до якості телекомунікаційних послуг є їх доступність, тобто можливість користувачів передавати інформацію в потрібний час та у потрібному місці. Крім цього, загальною вимогою до всіх видів продукції та послуг будь-якої галузі є безпечність користування. Звідси випливають такі загальні вимоги, яким повинна відповідати виробнича діяльність в галузі зв'язку: швидкість передавання інформації; точність передавання та відтворення (достовірність) інформації; надійність і стабільність дії систем зв'язку; безпека користування; доступність послуг; зручність користування; культура обслуговування. У подальшому кожна з цих вимог може бути поділена на значну кількість окремих показників якості, склад яких залежить від виду телекомунікаційної послуги.

3. Використання інноваційних технологій. Для підтримки конкурентоспроможності телекомунікаційні компанії проводять активну інноваційну політику та планомірно виводять на ринок нові послуги. Це пояснюється високою наукоємністю галузевої продукції та значно коротшим порівняно з іншими галузями життєвим циклом товару, а також відносно обмеженими можливостями щодо диференціації вже наявних продуктів через їх високу стандартизацію [2]. Інноваційна діяльність телекомунікаційних компаній робить великий вплив на традиційні галузі світової економіки, висуваючи нові технологічні вимоги до продукції, організації виробництва, внутрігалузевої комунікації та управління персоналом. Для успішного функціонування в умовах нового інформаційного суспільства всім ринковим суб'єктам необхідно своєчасно адаптуватися до останніх досягнень телекомунікаційних компаній.

4. Підвищення ефективності використання трудових ресурсів. Завдання управління трудовими ресурсами:

- формування кількості та складу працівників підприємства, які відповідають специфіці його діяльності та здатні забезпечувати реалізацію завдань з його розвитку;
- вибір найбільш ефективних форм залучення трудових ресурсів на підприємство;
- створення необхідних організаційних та економічних умов для поєднання економічних інтересів працівників з інтересами підприємства та його власників;
- забезпечення високих та сталих темпів зростання продуктивності та ефективності праці;
- пошук та застосування ефективних форм мотивації та матеріального стимулювання персоналу.

На сучасному етапі напрямами покращення ефективного використання трудових ресурсів в Україні можуть бути [2; 3; 6]:

1) активна політика держави (напрями політики включають соціальну підтримку, розвиток гнучкого ринку праці, його правове забезпечення, працевлаштування, підготовку та перепідготовку кадрів);

2) економічне зростання вимагає збільшення кількості, поліпшення якості робочих місць (створення нових та реконструкція вже наявних робочих місць, зменшення робочих місць зі шкідливими умовами праці, захист середовища);

3) з огляду на особливості сучасного ринку праці, а саме поширеність підприємницької діяльності, ринок праці не може існувати поза конкурентною, заснованою на приватній власності економікою та демократичними суспільними інститутами, що відповідають світовим стандартам;

4) витрати на розвиток трудових ресурсів, що поступають з державного бюджету, від приватних фірм, корпорацій та окремих підприємств, мають не обкладатися податками та ставити трудящих у зв'язку з цим в юридичну або фактичну залежність від підприємств, держави, суспільства загалом;

5) надання можливостей міжнародного працевлаштування на користь якнайкращої реалізації робочої сили (працевлаштування не в Україні);

6) покращення використання ефективного організаційного принципу ринку праці (співпраця між підприємцями, профспілками і державою);

7) запозичення досвіду зарубіжних країн щодо укладення колективних договорів на вищому національному рівні між асоціацією підприємців та керівництвом профспілок; на рівні корпорацій та окремих підприємств;

8) для стримання прагнення прадавців переманювати до себе кваліфікованих спеціалістів, а також бажання працівників змінити місце роботи необхідно ввести на підприємствах рівну оплату за рівну працю;

9) розробка проекту для застосування на практиці загальнодоступних банків даних, що мають надавати кожному, хто шукає роботу, повну інформацію про вакантні місця по професіях, галузях і регіонах країни;

10) покращення якості освіти; запровадження курсів, систем підвищення освітнього рівня безробітних, перепідготовка за професіями, що мають попит на ринку праці; організація семінарів для молодих спеціалістів, які допоможуть їм оволодіти вміннями самопрезентації, проаналізувати власні очікування, співвіднести їх з потребами ринку праці, знайти на ньому своє місце;

11) державне фінансування програм ринку праці, що сприяє активному розвитку трудових ресурсів, включає забезпечення географічної мобільності робочої сили шляхом фінансування переїзду сімей в райони, де є вакантні робочі місця, з гарантією поліпшення матеріальних умов життя; організацію для молоді суспіль-

них робіт з гідною платою; заохочення підприємців до прийняття на роботу людей з обмеженими здібностями та до створення спеціального технічного устаткування робочих місць для них; стимулювання розвитку підприємницької діяльності; збільшення соціального захисту населення на ринку праці;

12) впровадження додаткового заробітку для студентів шляхом організації оплачуваних робіт на базі місця навчання (навчального закладу);

13) підвищення шансів працевлаштування працівників зі старших вікових груп, відповідальність працевлаштовувачів за необгрунтоване звільнення співробітників;

14) створення сприятливих умов для розкриття інтелектуального розвитку, ефективного застосування трудового потенціалу, впровадження ефективних фінансових і нематеріальних способів мотивації; вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання додаткових доходів;

15) управління ефективним використанням трудового потенціалу, постійне забезпечення покращення його якості, забезпечення відповідності трудового потенціалу вимогам міжнародного рівня; підтримка висококваліфікованих спеціалістів.

5. Моніторинг конкурентів. В сучасних умовах інформація стосовно зміни в сильних та слабких місцях конкурентів не буде повною без дослідження архітектури ланцюга накопичення вартості конкурентів порівняно з фірмою, що досліджується. Згаданий метод дає змогу визначити можливості оптимізації та координації взаємозв'язків між ланцюгом цінності компанії та ланцюгами постачальників, каналів розподілу та покупців.

Оскільки отримання інформації про конкурентів потребує часу, а вона надходить не єдиним потоком, то є сенс для кожного конкурента заводити картку обліку, яку доцільно розділити на три вище розглянуті блоки, до яких буде вноситися вся інформація, що надходить. Зібрану інформацію повинні оцінити експерти, а для кожного конкурента описати його стратегію та зробити прогноз щодо реакції на реалізацію стратегічних ініціатив фірми.

У зв'язку з тим, що формування потенціалу підприємства є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості реалізації, важливо визначити, які саме фактори обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість і ефективність використання.

Очевидно, що в основі побудови системи цих факторів повинен лежати принцип сфери впливу на елементи потенціалу, відповідно до якого усі фактори можна класифікувати на зовнішні та внутрішні відносно формування та розвитку потенціалу.

До зовнішніх факторів відносяться економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними або стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил тощо. Такими заходами, як правило, виступають податкові, процентні ставки, законодавчі, етичні, суспільні норми, тиск політичних сил [3].

Крім того, важливим зовнішнім фактором є ринкові умови на вході (умови конкуренції на ринках ресурсів) і виході із системи (умови конкуренції безпосередньо в галузі).

Відповідно до вищевикладеного матеріалу розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності телекомунікаційного оператора пропонуємо проводити за такою формулою:

$$K = f(K_{\text{фін.п.}}^{\text{зв}}, K_{\text{тех.п.}}^{\text{зв}}, K_{\text{послуг}}^{\text{зв}}, K_{\text{кадр.п.}}^{\text{зв}}, K_{\text{інтл.п.}}^{\text{зв}}, K_{\text{марк.п.}}^{\text{зв}}, K_{\text{інв.-іннов.п.}}^{\text{зв}}) \quad (1)$$

$$\text{або} \\ K = \sum_{i=1}^m K_i^{\text{зв}}, \text{ де } K_i^{\text{зв}} = K_i * n_i, \quad (2)$$

де $K_i^{\text{зв}}$ – зважений частковий показник конкурентоспроможності окремих складових потенціалу оператора загальним числом m ;

K_i – частковий показник конкурентоспроможності;

n_i – коефіцієнт значущості.

Отже, результатом кількісного аналізу конкурентоспроможності є визначення такого показника, як рівень конкурентоспроможності, який дає змогу зіставляти підприємства між собою. Відповідно до цілей підприємства необхідно вибрати правильну стратегію розвитку.

Стратегії концентрованого зростання. Ці стратегії пов'язані зі зміною продукту/ринку. Під час їх використання суб'єкт підприємницької діяльності намагається поліпшити свій продукт або виробляє новий, не змінюючи галузь. Щодо конкретного ринку, то суб'єкт шукає можливості поліпшення на ньому своїх позицій або переходу на новий ринок.

Стратегії інтегрованого зростання. Це стратегії бізнесу, пов'язані з розширенням суб'єкта підприємницької діяльності шляхом додаткового утворення нових структур. Зазвичай підприємства використовують такі стратегії за умов перебування в сильному бізнесі, а інтегроване зростання не суперечить їх довгостроковим цілям. Підприємство може здійснювати інтегроване зростання як шляхом придбання власності, так і шляхом розширення. При цьому в обох випадках відбувається зміна його позицій всередині галузі.

Розрізняють два основні типи стратегій інтегрованого зростання:

- стратегія зворотної вертикальної інтеграції, спрямованої на зростання підприємства шляхом включення до своєї структури підприємств, які вже здійснюють постачання, або посилення контролю над постачальниками;

- стратегія вертикальної випереджальної інтеграції, що виявляється у зростанні підприємства шляхом придбання або підсилення контролю над структурами, що розміщуються між ним і кінцевим споживачем, зокрема системами розподілу і продажу.

Стратегії диверсифікованого зростання. Ці стратегії реалізуються тоді, коли суб'єкт підприємницької діяльності не може розвиватися на конкретному ринку з певним продуктом у межах конкретної галузі.

До основних належать такі стратегії диверсифікованого зростання:

- стратегія центральної диверсифікації, що базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів;

- стратегія горизонтальної диверсифікації, що припускає пошук можливостей зростання на наявному ринку шляхом освоєння випуску нової продукції, що потребує нової технології;

- стратегія конгломеративної диверсифікації, яка полягає в тому, що підприємство розширюється шляхом виробництва продуктів/послуг, технологічно не пов'язаних з уже виробленими новими продуктами, які реалізуються на нових ринках.

Стратегії скорочення. Часто для подолання кризових ситуацій суб'єкти підприємницької діяльності використовують стратегії цілеспрямованого скорочення виробництва. Зазвичай такі стратегії легко реалізувати. Однак необхідно чітко усвідомлювати, що їх неможливо уникнути. Розрізняють чотири види стратегій цілеспрямованого скорочення бізнесу:

– ліквідації, що є граничним випадком стратегії скорочення і здійснюються тоді, коли підприємство не може продовжувати діяльність;

– «збирання врожаю», що припускає відмову від довгострокової перспективи існування певного бізнесу за для одержання максимальних доходів за короткий період, тобто розуміння, що бізнес принесе швидкі та порівняно великі гроші, але короткий період; скажімо, страйк авіакомпаній сприяє поживленню залізничних та автоперевезень, що деякий час приносить великі прибутки; цю стратегію застосовують малоперспективні підприємства, що не можуть бути вигідно продані, але можуть принести доходи під час «збирання врожаю»; ця стратегія припускає скорочення витрат на закупівлі, на робочу силу і максимальне одержання доходу від розпродажу наявного продукту.

Після вибору стратегії необхідно вдосконалювати управління усіма процесами на підприємстві.

1. Постійне використання інновацій виробничої інфраструктури зв'язку. В умовах ринкової економіки конкуренція та загроза банкрутства спонукають удосконалювати виробництво, підвищувати якість продукції, знижуючи її собівартість. Рушійною силою зростання конкурентоспроможності підприємства є також впровадження інновацій. Саме на їх основі розробляються сучасні технології, нові підходи до організації виробництва, управління якістю продукції, які обумовлюють успіх та ефективність діяльності підприємства. Конкуренція лише створює ситуацію необхідності пошуку конкурентних переваг фірми та конкурентоспроможності товару, тобто лише спонукає удосконалювати увесь процес, а саме від виробництва до збуту і споживання. А самі конкурентні переваги забезпечує реалізація підприємством інновацій [3].

2. Пошук нових ідеальних форм надання конкурентоспроможних послуг. Товар постійно потрібно видозмінювати та удосконалювати, щоб утримувати свою конкурентну позицію на ринку.

3. Надання послуг. Чим вище на сегменті вимоги до якості товару, тим важче туди потрапити та утримувати боротьбу за певний сегмент, а якщо підприємству вдається утримати свої позиції на цьому сегменті, то це свідчить про високий рівень підприємства та про його конкурентоспроможну продукцію.

4. Використання якісних технологій надання послуг зв'язку. Якщо підприємство використовує якісні матеріали для виготовлення товару, то товар буде якісним, довгостроковим. В такому разі у покупців не з'явиться бажання перейти до інших продавців.

5. Проведення постійних наукових досліджень ринку зв'язку. Маркетингові дослідження ринку є обов'язковою умовою успіху товарів, пропонованих на ринку. Вони ефективні тоді, коли розглядаються не тільки як процес отримання важкодоступної комерційної інформації, але й як засіб, що забезпечує керівництво організації аналітичними висновками про зміни маркетингового середовища з метою покращення можливостей системи управління [4].

6. Інвестування наукових досліджень у сфері зв'язку та інформатизації. Інноваційна діяльність здійснюється за такими напрямками, як проведення наукових досліджень і розробок, спрямованих на створення об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічної продукції; розробка, освоєння, випуск та поширення принципово нових видів техніки і технології; розробка і впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, призначених для поліпшення соціального та екологічного становища; технічне переозброєння, реконструкція, розширення, будівництво нових підприємств, що здійснюються вперше як промислове освоєння виробництва нової продукції або впровадження нової технології [5].

Висновки. Якщо підприємством управляти ефективно, а також дотримуватися запропонованих нами рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства, на нашу думку, підприємство буде утримувати свою конкурентну позицію на ринку та економічно розвиватись, бо ці дві економічні властивості взаємопов'язані.

Список використаних джерел:

1. Гранатуров В., Кораблінова І. Конкуентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління: монографія / за наук. ред. В. Гранатурова. Київ: Кафедра, 2012. 320 с.
2. Гранатуров В., Осипов В. Удосконалення системи визначень у сфері конкурентоспроможності. Економіка промисловості. 2005. № 3(29). С. 143–157.
3. Воробієнко С. Визначення складу показників конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг. Економіка: проблеми теорії та практики. 2009. Т. 5. Вип. 248. С. 101–109.
4. Довбенко В. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації. Зовнішня торгівля: право та економіка. 2007. № 6(35). С. 29–35.
5. Балабанова Л., Кривенко А. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія. Донецьк: ДонГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. 147 с.

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОПЕРАТОРА СВЯЗИ

Аннотация. В статье предложены к практическому использованию направления повышения уровня конкурентоспособности оператора связи в современных рыночных условиях. Также предложено к использованию как результат количественного анализа конкурентоспособности интегральный показатель конкурентоспособности телекоммуникационного оператора, который позволяет сопоставлять предприятия между собой.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, конкурентоспособные факторы, конкурентные преимущества, интегральный показатель, сфера связи и информатизации Украины.

PRACTICAL RECOMMENDATIONS FOR INCREASING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF THE TELECOMMUNICATIONS OPERATOR

Summary. The article considers and proposes to practical use the directions for increasing the level of competitiveness of the telecommunications operator in modern market conditions. As an outcome of a quantitative analysis of competitiveness, an integral indicator of the competitiveness of a telecommunications operator, this will make it possible to compare enterprises among themselves.

Key words: competitiveness, competition, competitive factors, competitive advantages, integral indicator, sphere of communication and information of Ukraine.

Близиук Т. П.
кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри менеджменту та бізнесу
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Blyznyuk T. P.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Doctorate Student of Management and Business Department
Simon Kuznets Kharkov National University of Economics

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КРОС-КУЛЬТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В КРОС-КУЛЬТУРНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Анотація. У статті визначено, проаналізовано концептуальні підходи крос-культурних досліджень в контексті крос-культурного менеджменту. Роздвоєність цілей крос-культурних досліджень привела до виникнення двох основних концептуальних підходів (etic-підхід та emic-підхід). Etic-підхід спрямований на вивчення універсальних властивостей поведінки людей, що виявляються в будь-якій культурі, а emic-підхід – на пошук крос-культурних відмінностей і порівняння поведінкових особливостей людей. Зовнішня поведінка, яка спостерігається, відноситься до проявів emic-підходу, а внутрішні чинники, що визначають цю поведінку, відносяться до проявів etic-підходу. Саме тому комплексне дослідження зовнішніх проявів поведінки носіїв культури та внутрішніх чинників цієї поведінки в крос-культурному менеджменті поєднує ці два концептуальні підходи.

Ключові слова: крос-культурні дослідження, концептуальний підхід, etic-підхід, emic-підхід, крос-культурний менеджмент, концептуальні засади.

Вступ та постановка проблеми. З розвитком міжнародної торгівлі та активізацією глобальних зв'язків стає актуальною необхідність поглиблення взаєморозуміння та налагодження крос-культурного діалогу між представниками різних культур як в бізнесі, так і в політиці та науці. Дедалі очевиднішим стає той факт, що для цього потрібно не тільки більш інтенсивне та повномасштабне вивчення іноземних мов, але й розуміння чужих звичаїв і культур, толерантне ставлення до них. Водночас стає зрозумілим, що врахування культурно-інституційних відмінностей в менеджменті дає змогу досягти успіху в глобальній конкуренції, до якої залучено як різні фірми, так і різні країни. Саме тому крос-культурні дослідження є одним з основних напрямів сучасних досліджень процесу глобалізації світового господарства загалом та кожної країни зокрема. У крос-культурних дослідженнях проводиться порівняльний аналіз поведінки, свідомості та особливостей феноменів, що відносяться до проявів культури, в різних етнокультурних групах, тому такі дослідження є міждисциплінарними. Однак в рамках кожної науки (крос-культурного менеджменту, крос-культурної комунікації, крос-культурної психології тощо) визначено конкретні проблеми та методи їх дослідження, а також методологічні переваги відповідних концепцій і теорій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх сорока років закордонні вчені активно розробляють концептуальні засади проведення крос-культурних досліджень в рамках різних дисциплін. Так, Е. Аронсон [1] вперше визначив основні цілі крос-культурних досліджень, а Дж. Беррі [2] вперше сформулював концептуальні наукові підходи до крос-культурних досліджень. Д. Мацумото [3] виділив основні напрями крос-культурних досліджень та основні обмеження для проведення цих досліджень. В контексті крос-культурного менеджменту крос-культурними дослідженнями займаються такі провідні закордонні вчені, як Р.Д. Льюїс [4], Ф. Тромпенаарс, Ч. Хемпден-Тернер [5], Е. Холл [6] та Г. Хофстеде [8], які розробили відповідні класифікації національних культур

на основі крос-культурного порівняння. Однак в більшості досліджень не приділено достатньої уваги особливостям концептуальних підходів до крос-культурних досліджень в контексті крос-культурного менеджменту. Саме тому цей напрям досліджень потребує більш детального розгляду.

Метою роботи є визначення та аналіз концептуальних засад крос-культурних досліджень в контексті крос-культурного менеджменту.

Результати дослідження. Кожен концептуальний підхід передбачає попереднє розроблення концепції дослідження, яка включає комплекс ключових положень, що визначають спрямованість, архітектуру та спадкоємність дослідження. Тому детально розглянемо основні складові концептуальних засад крос-культурних досліджень та визначимо їх особливості в контексті крос-культурного менеджменту.

Відповідно до Е. Аронсона [1, с. 71–72], загалом існують дві основні цілі крос-культурних досліджень:

- 1) визначення подібностей у представників різних культур, тобто пошук спільних рис незалежно від культури, виховання, соціального устрою суспільства, географічних умов проживання;
- 2) визначення відмінностей між представниками різних культур, тобто визначення того, як культура впливає на її носіїв.

Така роздвоєність цілей крос-культурних досліджень, яка складається в одночасному пошуку як подібностей, так і відмінностей, знаходить методологічне вираження в двох концептуальних підходах, особливості яких визначено Дж. Беррі [2], а саме:

- 1) etic-підхід, орієнтований на вивчення універсальних властивостей поведінки людей, що виявляються в будь-якій культурі;
- 2) emic-підхід, спрямований на пошук крос-культурних відмінностей і порівняння поведінкових особливостей людей.

Г. Тріандіс [8, с. 23] відзначає універсальність людського пізнання різних культур в рамках etic-підходу, яка виявляється в трьох аспектах:

1) однаковому розумінні подібностей всіх асоціативних форм соціальної поведінки (підтримка, схвалення, заохочення) та їх відмінностей від дисоціативних (уникнення, агресія);

2) відокремленні поведінки, властивої старшим за посадою (критика, накази, розпорядження), від поведінки, що означає підпорядкування (виконання розпоряджень, конформізм);

3) усвідомленні відмінностей між близькістю (тобто саморозкриттям) і формалізованістю (виконання того, чого вимагає етикет).

Д. Мацумото [3] зазначає, що етіс- і еміс-підходи є протилежними полюсами людської поведінки: на одному полюсі перебуває універсальність, а на іншому – культурна відносність.

На думку Дж. Беррі [2], для досягнення валідності крос-культурних досліджень необхідно спочатку провести низку досліджень на основі еміс-підходу, які організовані за єдиною програмою; потім провести та сформулювати узагальнення в рамках етіс-підходу.

На думку вчених [2; 9], виключно жорстка орієнтація тільки на один концептуальний підхід значно знижує якість крос-культурних досліджень. Однак жоден дослідник не може повністю бути вільним від впливу рідної культури, тому подолання етноцентризму стає одним з етапів проведення досліджень. Саме тому в крос-культурному менеджменті необхідно поєднувати обидва

концептуальні підходи для більш глибокого дослідження культур, аналізуючи, з одного боку, зовнішню поведінку носіїв культури (етіс-підхід), а з іншого – внутрішні чинники саме такої поведінки (еміс-підхід).

Відповідно до визначених концептуальних підходів до крос-культурних досліджень Д. Мацумото [3, с. 106] виділяє два основні напрями крос-культурних досліджень:

1) етнографічне дослідження, тобто глибинне вивчення однієї культури, що вимагає занурення дослідника в цю культуру протягом тривалого часу; такі дослідження проводяться переважно антропологами, які часто живуть серед представників іншої культури; вони досліджують звичаї, ритуали, традиції, вірування та спосіб життя представників іншої культури; порівняння з іншими культурами проводиться на основі власного знання та досвіду дослідників, а також на основі наукових відомостей про інші культури;

2) крос-культурне порівняння, тобто аналіз і порівняння поведінкових та психологічних особливостей вибірки індивідів з двох або більше культурних груп; саме цей напрям крос-культурних досліджень притаманний крос-культурному менеджменту.

На думку Д. Мацумото [3], крос-культурні порівняння можуть бути трьох видів:

1) перевірка гіпотези про культурну детермінацію культурної змінної; в такому дослідженні шукаються відмінності цієї змінної між культурами, а саме дослідження

Таблиця 1

Основні характеристики ключових методів крос-культурних досліджень

Назва методу	Характеристики методу
Дослідження етнологічних явищ	
1 клас. Етнографічні методи.	– Найбільш традиційні за своїм характером; – полягають у спостереженні та описі побуту, звичаїв, традицій, ритуалів досліджуваних культур; – дають інформацію про стереотипи поведінки, вербальні та невербальні прийоми спілкування представників конкретної культури.
2 клас. Історико-культурні методи.	Призначені для аналізу народної творчості (міфів, легенд, переказів, епосу) та історичних даних.
3 клас. Соціально-психологічні методи.	Виявляють внутрішні суб'єктивні характеристики людей, що належать до різних етнічних груп.
Соціально психологічні методи	
1. Методами спостереження є включене спостереження, невключене спостереження.	Техніка, за допомогою якої дослідник спостерігає за оточуючими людьми та систематично відзначає їх поведінку.
2. Анкетні методи (опитування).	– В репрезентативній вибірці ставляться питання (найчастіше анонімно) про їх поведінку або відносин; – найчастіше використовуються під час вивчення крос-культурних відносин.
3. Методи вивчення особистості.	Вивчення особистості представників різних культур за допомогою різних особистісних тестів і опитувальників.
4. Психоаналітичні методики.	Використовуються для інтерпретації етнічної сутності людини (аналіз сновидінь, символів, вірувань).
5. Дослідження невербальних форм спілкування (поз, жестів, міміки тощо).	– Вивчення особливостей невербальних форм спілкування, характерних для різних культур; – використовуються для визначення крос-культурних відмінностей.
6. Контент-аналіз.	Аналіз особистого, біографічного матеріалу з метою розкриття мотивів поведінки, почуттів, етнопсихологічних установок, стереотипів, упереджень.
7. Проективні психологічні методики.	Використовуються для визначення тих установок людини, які неможливо виявити на підставі вербальних або поведінкових параметрів.
8. Експериментальні методи.	– Вимагають особливої ретельності і такту з боку дослідників; – найчастіше використовуються польові експерименти, тобто дослідження в природних умовах, а не в лабораторії.

Джерело: сформовано автором на основі джерел [1; 9; 13; 14]

лише фіксує існування відмінностей; прикладами таких досліджень в крос-культурному менеджменті є класифікації культур, розроблені Е. Холлом [6] та Р.Д. Льюїсом [4];

2) встановлення причин виникнення культурних відмінностей; в такому дослідженні не просто шукаються відмінності за обраними змінними, але й проводяться вимірювання інших змінних, які можуть виступати причиною культурної варіабельності; подібні дослідження використовують експериментальні методи; прикладом такого дослідження в крос-культурній психології є серія лабораторних експериментів, проведених Г. Теджером зі своїми співробітниками [10], що отримали назву «експерименти мінімальної міжгрупової дискримінації»;

3) екологічний аналіз і визначення типу культури; в такому дослідженні як основна одиниця аналізу використовується країна або культура з визначенням усереднених для кожної культури значення, а отже, визначенням типу культури; прикладами таких досліджень в крос-культурному менеджменті є класифікація культур за культурними цінностями, розроблена Г. Хофстеде [7], та аналіз культурних синдромів, проведений Г. Тріандісом [8].

Як відзначено в роботах вчених [9; 11; 12], сучасні крос-культурні дослідження можуть бути проведені або на основі експерименту або шляхом емпіричного дослідження.

Експериментальні дослідження націлені на виявлення причин і наслідків соціально-психологічних або культурних впливів та передбачають обов'язкове порівняння двох груп, а саме контрольної (де експеримент не проводився) та експериментальної (де експеримент проводився). Експеримент завжди включає пряме втручання з боку дослідника. Змінюючи тільки одну змінну, дослідник спостерігає та фіксує наслідки, визначаючи причинно-наслідкові зв'язки. Математичне оброблення результатів такого дослідження проводиться за допомогою кореляційного аналізу.

Емпіричне дослідження проводиться шляхом опитування респондентів про якості їх особистості, взаємини з іншими людьми, установки, очікування та інші соціально-психологічні явища. Таке дослідження ґрунтується на порівнянні відповідей та оцінок двох та більше груп респондентів, що належать до різних соціальних або культурних спільнот, а його метою є виявлення взаємозв'язків між культурними змінними. Основним методом математичної обробки отриманих результатів є кореляційний аналіз. Як відзначає А. Свенцицький [12], перевага такого типу досліджень полягає в тому, що визначаються дані про напрям та силу взаємозв'язку між двома змінними, які визначаються за допомогою коефіцієнта кореляції. На сучасному етапі розвитку крос-культурного менеджменту саме ем-

піричні дослідження є основним шляхом проведення крос-культурних досліджень.

Відповідно до визначених напрямів крос-культурних досліджень можна класифікувати основні методи крос-культурних досліджень. Так, для етнографічних досліджень характерні методи дослідження етнологічних явищ. Згідно з класифікацією І. Кона [13] існують три основні класи методів дослідження етнологічних явищ. Для крос-культурних порівнянь використовуються соціально-психологічні методи, які можна об'єднати у вісім груп методів [9]. Основні характеристики ключових методів крос-культурних досліджень, притаманних обома напрямом крос-культурних досліджень, систематизовано та наведено в табл. 1.

Оскільки культура є багаторівневим складним явищем, то, на думку Г. Мацумото [3], вирішальне значення в проведенні та оцінюванні результатів дослідження має

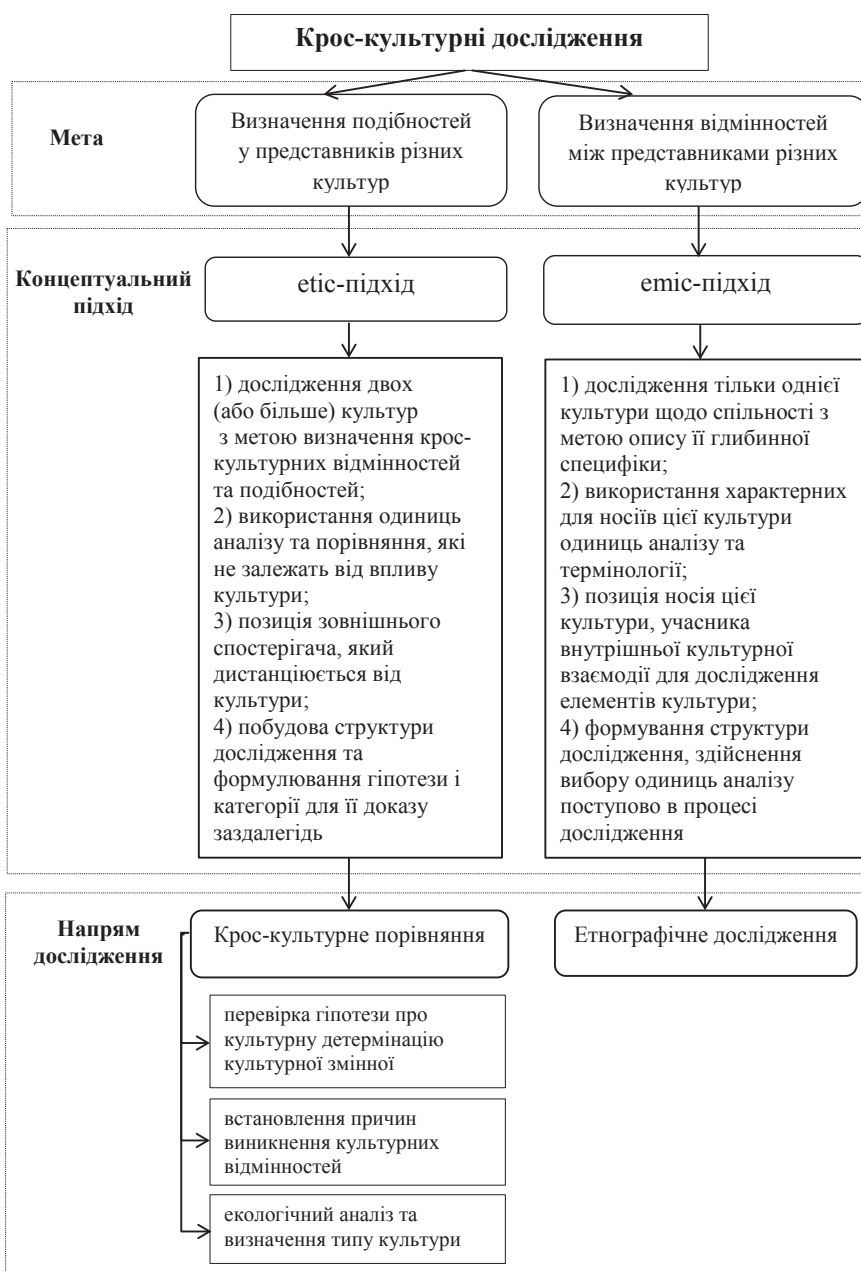


Рис. 1. Концептуальні підходи до крос-культурних досліджень

Джерело: сформовано автором на основі джерел [1; 2; 9]

рівноцінність культур як стан або умова схожості в концептуальному значенні та під час емпіричного дослідження, саме це дає можливість порівнювати ці культури в контексті крос-культурного менеджменту. Саме тому Г. Мацумото [3, с. 104] виділив два основні обмеження для проведення крос-культурних досліджень:

1) наявність рівнозначності культур (якщо вона відсутня, то дослідження втрачає сенс);

2) наявність певних обмежень в культурі, які впливають на результати дослідження.

На думку Г. Тріандіса [8, с. 118], щоб крос-культурне дослідження відповідало всім вимогам наукового дослідження, дослідники повинні:

– мати значну кількість однакових (схожих) характеристик в досліджуваних культурах, а відмінності виявлятимуться в структурі подібних характеристик;

– використовувати значну кількість методів, а процедури проведення дослідження і дані, отримані за допомогою цих методів, мають збігатися;

– здійснити перевірку методів дослідження на придатність до використання як всередині культури, так і на крос-культурному рівні;

– провести перевірку корегуючих гіпотез та їх винятків з дослідження;

– вимірювати конструкти емпіричними процедурами на основі етіс-підходу з включенням пунктів за кожною культурою з еміс-підходу;

– дотримуватися етичних норм;

– контролювати прояви власного етноцентризму та андроцентризму.

Таким чином, визначено, проаналізовано основні складові концептуальних підходів до крос-культурних досліджень в контексті крос-культурного менеджменту, які наведено рис. 1.

Висновки. В результаті проведеного дослідження визначено, що роздвоєність цілей крос-культурних досліджень привела до створення двох основних концептуальних підходів до крос-культурних досліджень, таких як етіс-підхід та еміс-підхід. Етіс-підхід спрямований на вивчення універсальних властивостей поведінки людей, що виявляються в будь-якій культурі, а еміс-підхід – на пошук крос-культурних відмінностей і порівняння поведінкових особливостей людей. Вибір одного концептуального підходу в контексті конкретного крос-культурного дослідження визначається перш за все метою та предметом конкретного дослідження. Однак загалом можна стверджувати, що зовнішня поведінка носіїв культури, яка спостерігається, відноситься до проявів еміс-підходу, а внутрішні чинники, що визначають цю поведінку (прояв ввічливості і доброзичливості), відносяться до проявів етіс-підходу. Тому комплексне дослідження зовнішніх проявів поведінки носіїв культури та внутрішніх чинників їх поведінки в крос-культурному менеджменті потребує поєднання обох концептуальних підходів в процесі дослідження і, відповідно, використання притаманних ним напрямів та методів дослідження.

Список використаних джерел:

1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. Санкт-Петербург: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. 560 с.
2. Berry J.W. On cross-cultural comparability. *International Journal of Psychology*. 1969. № 4 (2). P. 119–238. URL: <http://dx.doi.org/10.1080/00207596908247261>.
3. Мацумото Д. Психология и культура: Современные исследования / пер. с англ. 3-е изд. СПб: Прайм-Еврознак, 2002. 414 с.
4. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / пер с англ. 2-е изд. Москва: Дело, 2001. 448 с.
5. Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / пер. с англ. Е. Самсонов. Минск: ООО «Попурри», 2004. 528 с.
6. Hall E.T. A system for the notation of proxemics behavior. *American Anthropologist*. 1963. Vol. 65. P. 1003–1026.
7. Hofstede G. *Cultures Consequences: International Differences in Word-Related Values Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. N.Y.: McGraw-Hill, 1996. 279 p.
8. Триандис Г. Культура и социальное поведение / пер. В. Соснина. Москва: Форум, 2007. 382 с.
9. Почебут Л. Кросс-культурная и этническая психология. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 336 с.
10. Tajfel H. *The Achievement of Group Differentiation. Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations* / edited by H. Tajfel. Published in cooperation with European Association of Experimental Social Psychology by Academic Press. London, New York and San Francisco, 1978. 474 p.
11. Сравнительный менеджмент / под ред. С. Пивоварова. Санкт-Петербург: ООО «Лидер», 2006. 385 с.
12. Свенцицкий А. Социальная психология. Москва: ТК Велби, Проспект, 2004. 336 с.
13. Кон И. В поисках себя: личность и ее самосознание. Москва: Политиздат, 1984. 335 с.
14. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. Санкт-Петербург: Питер, 2000. 336 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В КРОСС-КУЛЬТУРНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Аннотация. В статье определены, проанализированы концептуальные подходы кросс-культурных исследований в контексте кросс-культурного менеджмента. Раздвоенность целей кросс-культурных исследований привела к возникновению двух основных концептуальных подходов (етіс-подход и еміс-подход). Етіс-подход направлен на изучение универсальных свойств поведения людей, которые существуют в любой культуре, а еміс-подход – на поиск кросс-культурных различий и сравнение поведенческих особенностей людей. Внешнее поведение, которое наблюдается, относится к проявлениям еміс-подхода, а внутренние факторы, определяющие это поведение, относятся к проявлениям етіс-подхода. Именно поэтому комплексное исследование внешних проявлений поведения носителей культуры и внутренних факторов этого поведения в кросс-культурном менеджменте объединяет эти два концептуальных подхода.

Ключевые слова: кросс-культурные исследования, концептуальный подход, етіс-подход, еміс-подход, кросс-культурный менеджмент, концептуальные основы.

CONCEPTUAL BASES OF CROSS-CULTURAL STUDIES IN CROSS-CULTURAL MANAGEMENT

Summary. The conceptual approaches to cross-cultural studies in the context of cross-cultural management are identified and analyzed in this study. The separation of the goals of cross-cultural studies led to the formation of two basic conceptual approaches (the etic-approach and the emic-approach). The etic-approach is aimed to study the universal properties of people's behavior that exist in any culture, and the emic-approach is aimed to find cross-cultural differences and compare behavioral characteristics of people. External behavior that is observed refers to manifestations of the emic-approach, and the internal factors that determine this behavior are related to manifestations of the etic-approach. That is why a comprehensive study of external manifestations of behavior of cultural bearers and internal factors of their behavior in cross-cultural management unites these two conceptual approaches.

Key words: cross-cultural studies, conceptual approach, etic-approach, emic-approach, cross-cultural management, conceptual bases.

УДК 338.242.2

Богашко О. Л.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти
Уманського державного педагогічного університету
імені Павла Тичини*

Bogashko O. L.

*Ph.D., associate professor,
Assistant professor of Marketing, management and business management,
Education and Research Institute for Economics and Business Education,
Uman State Pedagogical University named after Pavlo Tychyna*

МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОЇ СИСТЕМИ ЯК ВІДПОВІДЬ НА НОВІ ЗАПИТИ СВІТОВОГО РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ПРАЦІ

Анотація. У статті простежено сучасні процеси трансформування світового ринку праці. Розглянуто актуальні питання підвищення якості освіти в умовах глобалізації та зростання конкуренції. Висвітлено проблеми розвитку вищої освіти в Україні. Проаналізовано попит та пропозицію на ринку праці за професійними групами. Досліджено закордонний досвід у сфері підготовки сучасних фахівців відповідно до запитів світового ринку висококваліфікованої праці.

Ключові слова: вищий навчальний заклад, модернізація освіти, розвиток економіки, світовий ринок праці, якість підготовки фахівців.

Вступ та постановка проблеми. Сучасні проблеми світового економічного розвитку пов'язані насамперед з інтелектуалізацією праці, наданням найвищого пріоритету процесам продукування нових знань, які здатні забезпечити соціально-економічний прогрес. В умовах глобалізації та зростання конкуренції проблема якості освіти стала особливо актуальною. Адже виняткове місце в розвитку економіки посідають професіонали, що володіють спеціальними знаннями, навичками та досвідом.

Україна має розгалужену мережу навчальних закладів та достатній науковий потенціал, щоби посідати гідне місце у світовій економіці. Саме тому питання підготовки сучасних фахівців у вищих навчальних закладах набувають особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Численні дослідження вітчизняних науковців та низка нормативних положень з регулювання освітньої галузі України свідчать про особливу актуальність питань її розвитку відповідно до загальноєвропейських та світових тенденцій. Серед науковців, що досліджували проблеми розвитку вищої освіти, людського потенціалу, інтелектуального капіталу, формування економіки знань в Україні, слід назвати

таких, як Л.І. Антошкіна, О.Л. Кірдан, Д.М. Стеченко, Ж.О. Шульга.

Віддаючи належне напрацюванням як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, здійсненим у галузі теорії та практики розвитку освіти й економіки, зазначаємо, що проблематика підготовки конкурентоздатних фахівців не знайшла свого остаточного вирішення. Недостатньо розкритими залишаються також питання інтеграції науки та виробництва, забезпечення взаємозв'язку між потребами економіки та якістю знань випускників.

Метою роботи є аналіз систем розвитку освіти для виявлення критеріїв та розроблення підходів, що сприяють підвищенню професіональних знань фахівців як основних носіїв інтелектуального капіталу нації.

Результати дослідження. На світовому ринку інтелектуальної праці все більш затребуваними стають фахівці, які мають сучасну підготовку з менеджменту, маркетингу, фінансів, планування та прогнозування. З'являється нова тенденція в структуруванні попиту на фахівців нової форми, тобто тих, що мають не лише звичайну вищу освіту, але й вчений ступінь (магістра, доктора або рівень випускника бізнес-школи).

Помітна активізація виробництва у високотехнологічних секторах економіки всіх розвинених країн суттєво збільшила попит на фахівців технічного профілю, основу підготовки яких формують точні науки, перш за все математика. Внаслідок цього з'явилась ще одна тенденція: формування попиту на ринку праці на інтелектуалів з математичною підготовкою, здатних формулювати і практично вирішувати складні завдання з безліччю задалегідь прорахованих цілей.

В багатьох країнах доводиться модернізувати не лише вищу, але й загальноосвітню школу, систему суспільних поглядів, пріоритетів. Найчастіше доводиться відновлювати втрачені традиції науково-технічної переваги, науково-інженерні школи, системи дитячо-юнацького винахідництва тощо.

За еволюційного розвитку економіки зміни на ринку праці теж відбуваються плавно. Як правило, прогнозовані зміни в техніці і технології реалізуються протягом декількох років, і за цей період суспільна система встигає підготувати необхідних для обслуговування цих нововведень фахівців (загальновідома практика попереднього замовлення навчальним закладам різного типу щодо підготовки нових робітничих професій, інженерів, менеджерів тощо). Однак нові виклики в економіці багатьох країн різко скоротили час підготовки затребуваних у великій кількості фахівців, що мають сучасну освіту. Різко виник попит на перепідготовку фахівців, який ще не забезпечений адекватною пропозицією, хоча багато університетів Америки і Західної Європи, реагуючи на попит, постійно анонсують десятки новітніх спеціалізацій додатково до двох-трьох десятків традиційних спеціальностей. Звичайно, для провідних університетів ця ситуація не стала несподіваною, більш того, її прогнозували.

І все ж таки, маючи реальну автономію, найширші можливості самостійного вирішення всього комплексу організаційно-методичних питань в усіх напрямках діяльності, ефективно мотивований професорський та викладацький склад, сучасну матеріально-технічну та інформаційну базу, вони не можуть самостійно впоратися з усім комплексом проблем, пов'язаних із задоволенням цього попиту, адже потрібна відповідна реакція на ці проблеми з боку держав і великого бізнесу. Йдеться не тільки про фінансовий бік справи, але й про вплив організаційного характеру на рівні країни та найбільших компаній.

Багаторівневу і багатопрофільну індустрію освіти в розвинених країнах потужно й ефективно обслуговує настільки ж розвинена інформаційна індустрія. Громадськості регулярно і в різній формі подається надзвичайно великий обсяг інформації широкого спектру, а саме спеціальності і спеціалізації в навчальних закладах різного рівня; умови навчання, гарантії, привілеї різним категоріям студентів; розмір інформаційного фонду, характеристики інформаційних систем для користування власними і зовнішніми фондами; характеристики кампусів (розмір території, наявність паркової зони, умови проживання, харчування, дозвілля, параметри системи охорони тощо); відомості про професорсько-викладацький склад, наукові досягнення і можливості, традиції, успіхи випускників різних років тощо. Такі відомості, як обсяг набору і курсу, подаються зазвичай ближче до початку навчального року або початку циклу навчання.

Природно, що за такої кількості інформації зацікавлені абітурієнти з особливою увагою відбирають відомості про майбутню кар'єру і зарплату. Їх щорічно надають органи державної статистики, компанії, а також професійні асоціації (зокрема, за відомостями останніх можна судити про зарплати фахівців, а саме працівників охорони

здоров'я, вчителів, юристів, інженерів). Зокрема, Міністерство праці США щорічно публікує інформацію про середні очікувані стартові річні зарплати, які пропонують компанії країни особам, які здобудуть в тому ж році ступінь MBA (Master of Business Administration) [1, с. 15].

Розглянутий приклад фахівців зі ступенем MBA вибраний як особливо показовий аспект нової тенденції на ринку висококваліфікованої праці, адже не йдеться про їх використання обов'язково як науковців, оскільки швидкозростаючим компаніям потрібен їх творчий потенціал для вирішення будь-яких завдань компанії, а наявність наукового ступеня у працівника підтверджує його творчі здібності. Цим і пояснюється той факт, що в розвинених країнах мільйони людей зараз не просто стурбовані проблемою перепідготовки, а прагнуть отримати в результаті такої перепідготовки вчений ступінь або ступінь MBA.

Здебільшого люди, що навчаються в університетах і коледжах, здобуття вищої освіти пов'язують з отриманням диплома бакалавра (of Bachelor's Degree) за відповідною спеціальністю. При цьому питання статусу такого диплома ні в США, ні в інших західних країнах не існує (на відміну, наприклад, від пострадянських країн). Інша річ, що тепер для серйозної кар'єри такої освіти недостатньо; залишається лише вирішення питання пріоритетності під час вибору ступеня післядипломного навчання: MBA або PhD (Philosophy Doctor, доктор філософії).

Незважаючи на певні відмінності між цими ступенями, вони визнаються всіма компаніями, тобто є практично рівними з точки зору забезпечення успішної кар'єри в західних країнах. Інтерес до фахівців з такими ступенями стали виявляти і деякі українські компанії, а особливо представництва західних компаній, інтереси яких пов'язані з фінансами і фондовим ринком (притому, що на офіційному рівні ці ступені не визнаються всупереч розрекламованим свого час зобов'язаннями України вступити в європейський освітній простір і виконувати Болонські угоди).

Формальні відмінності між ступенями MBA і PhD складаються головним чином в площині їх практичного використання. До навчання на ступінь MBA допускаються фахівці, що мають досвід роботи на керівних посадах. У програмах акцент зроблений на поглибленій систематизації навичок управління компанією та її підрозділами. У строгому сенсі MBA – це не вчений ступінь, а сертифікат відповідності вимогам управлінської діяльності на середніх і вищих рівнях компанії [1, с. 16].

До докторантури приймаються особи, які мають ступінь магістра. У західних університетах докторська програма розрахована на 4–6 років: перші два роки слухачі вивчають профільні предмети, після чого складають кваліфікаційний іспит. Час, що залишився, витрачається на підготовку наукової роботи, написання статей і викладацьку діяльність. У підсумку доктор філософії реалізує себе або в академічній кар'єрі (викладання в університеті і наукова робота), або у сфері бізнес-консалтингу, або в науково-дослідних організаціях. У кожній з цих трьох сфер робота добре оплачується і відрізняється більшою стабільністю, ніж діяльність в компанії.

В західній практиці використовується безліч варіантів, коли людині не потрібно змінювати свої звичні життєві засади, адже університети часто запрошують успішних менеджерів компаній зі ступенем MBA для ведення різних семінарів і практикумів в бакалавріаті та магістратурі, а компанії широко використовують як наукових консультантів університетських професорів, тобто докторів PhD.

За високої вартості навчання в розвинених країнах воно було б недоступним для більшості претендентів на

отримання диплому, якщо б не існувало гарантованих державою систем грантів, кредитів і субсидій. Ці системи обслуговують переважно лише громадян своїх країн. Зазвичай кредити надаються на термін від 5 до 30 років залежно від умов кредиту та його розміру. Після завершення навчання випускники мають піврічну перерву, після закінчення якої починаються щомісячні платежі.

Серед визначальних факторів, від яких залежать перспективи розвитку української системи освіти, на перший план висувається проблема якості підготовки фахівців. Вона суттєво актуалізується у зв'язку з постійно зростаючою конкуренцією між ВНЗ та новими вимогами ринку праці.

Знання, культура та моральність, які виступають важливою складовою інтелектуального капіталу, формуються в системі вищої освіти та професійної підготовки. Незважаючи на позитивні зміни у сфері української освіти та науки, нові закони та реформи в цій галузі, освітній рівень населення знижується.

Основною проблемою української вищої освіти є її значна невідповідність потребам суспільства. Структура підготовки бакалаврів та магістрів не враховує реальних потреб ринку праці. Внаслідок цього значна частина випускників на працює за спеціальністю і змушена витратити час та гроші на перепідготовку. Багато студентів розглядають вищу освіту лише як шлях до одержання диплома незалежно від здобутої спеціальності.

Однак, навіть незважаючи на високу значущість в українському суспільстві вищої освіти і велике бажання абітурієнтів її здобути, кількість студентів вищих навчальних закладів та кількість самих ВНЗ постійно зменшується. Так, після 2005/2006 н. р. спостерігається постійне зменшення кількості осіб, що навчалися у вищих навчальних закладах (505 тис. на початок 2005/2006 н. р., 217 тис. на початок 2016/2017 н. р. у ВНЗ I–II рівнів акредитації; 2 204 тис. на початок 2005/2006 н. р., 1 369 тис. на початок 2016/2017 н. р. у ВНЗ III–IV рівнів акредитації). Ці тенденції підтверджують також і показники кількості осіб, що навчалися з розрахунку на 10 тис. населення. Так, за даними (табл. 1) спостерігаємо зменшення кількості студентів зі 108 у 2005/2006 н. р. до 51 на початок 2016/2017 н. р. у ВНЗ I–II рівнів акредитації; зменшення кількості студентів з 470 у 2005/2006 н. р. до 321 на початок 2016/2017 н. р. у ВНЗ III–IV рівнів акредитації. Подібна ситуація спостерігається також у професійно-технічних навчальних закладах.

Кількість вищих навчальних закладів за досліджуваний період також скоротилась, а саме із 664 до 370 ВНЗ I–II рівнів акредитації (на 44%) та з 315 до 287 ВНЗ III–IV рівнів акредитації (на 9%). Найбільша кількість ВНЗ I–II рівнів акредитації зосереджена в Харківській, Дніпропетровській областях та м. Києві, найменша – в Луганській, Закарпатській та Волинській областях. Найбільша кількість ВНЗ III–IV рівнів акредитації зосереджена в м. Києві, Харківській та Дніпропетровській областях, найменша – в Кіровоградській, Чернівецькій, Волинській, Луганській та Чернігівській областях [3, с. 127, 129].

Скорочення кількості вищих навчальних закладів перш за все пов'язане зі скороченням населення країни, зокрема молоді. Їх розміщення за регіонами є прямим відображенням ефективності регіональної політики, особливостей демографічної ситуації та міграційного руху населення. Однак, незважаючи на причини та тенденції, наслідок один, а саме зниження освітньо-наукового рівня населення країни, а отже, людського та інтелектуального потенціалів.

Серед студентів коледжів, технікумів, училищ 3,6 тис. становлять інваліди, 2,8 тис. – діти-сироти і діти, позбавлені батьківського піклування (віком до 18 років); серед студентів університетів, академій, інститутів – 11,1 тис. та 4,6 тис. відповідно. У ВНЗ навчаються 52,1 тис. студентів, які є іноземними громадянами. У 2016 р. підготовлено 51,2 тис. магістрів, 105,7 тис. спеціалістів, 106,2 тис. бакалаврів, 123,5 тис. молодших спеціалістів. На початок 2016/17 н. р. у ВНЗ працювали 159,7 тис. педагогічних та науково-педагогічних працівників, з них 13,2 тис. докторів та 63,6 тис. кандидатів наук, 11,6 тис. професорів та 43,1 тис. доцентів [3, с. 126].

Відтворення людського капіталу значною мірою здійснюється завдяки ринку праці, адже він є основною сферою, де людина може реалізувати особистий інтелектуальний капітал, а за посередництвом організації – організаційний капітал.

Проаналізувати структуру зайнятості населення України за професійними категоріями в економіці за умов припинення висвітлення таких статистичних даних досить складно. Можна лише зауважити, що в минулому десятилітті професійний склад був нераціональним, що найгірше, тенденції його змін були вкрай негативними для відтворення людського капіталу України. Постійно скорочувалась частка професіоналів, фахівців, кваліфікованих працівни-

Таблиця 1

Кількість осіб, які навчалися у навчальних закладах України (на початок навчального року, тис.)

Показник	2000/01	2005/06	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
<i>Усього</i>	2 456	3 206	6 131	2 721	2 593	2 444	2 005	1 909	1 872
У професійно-технічних навчальних закладах	525	497	434	409	423	391	316	304	286
У вищих навчальних закладах									
I–II рівнів акредитації	528	505	361	357	345	329	251	230	217 ¹
III–IV рівнів акредитації	1 403	2 204	2 130	1 955	1 825	1 724	1 438	1 375	1 369 ²
<i>На 10 тис. населення</i>									
У професійно-технічних навчальних закладах	107	106	95	90	93	86	73	71	67
У вищих навчальних закладах									
I–II рівнів акредитації	107	108	79	78	76	72	58	54	51
III–IV рівнів акредитації	285	470	465	428	401	380	335	322	321 ²

¹ з 2016/17 навчального року – коледжі, технікуми, училища;² з 2016/17 навчального року – університети, академії, інститути

Попит та пропозиція робочої сили за професійними групами

Професійні категорії	Кількість зареєстрованих безробітних, тис.		Потреба роботодавців у працівниках для заміщення вільних робочих місць (вакантних посад), тис.		Навантаження на одне вільне робоче місце (вакантну посаду), осіб	
	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.
<i>Усього</i>	490,8	390,8	25,9	36,0	19	11
Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі)	67,1	64,5	1,9	2,7	35	24
Професіонали	43,0	33,2	3,8	4,7	11	7
Фахівці	49,3	36,6	2,8	3,9	17	9
Технічні службовці	30,2	20,4	1,2	1,6	26	12
Працівники сфери торгівлі та послуг	73,8	54,9	4,2	4,8	18	11
Кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства	24,3	21,7	0,3	0,4	74	55
Кваліфіковані робітники з інструментом	48,9	35,9	5,2	7,9	9	5
Робітники з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин	82,4	70,4	3,8	5,8	22	12
Найпростіші професії*	71,8	53,2	2,7	4,2	26	13

* включаючи осіб без професії

ків сільського та лісового господарства, робітників з обслуговування технологічного устаткування та технічних службовців. Натомість різко зростала частка працівників найпростіших професій та кількість працівників торгівлі та послуг, яка фактично не впливала на розвиток та формування інформаційного суспільства та економіки знань.

Враховуючи часткове скорочення діяльності великих промислових підприємств, можемо зробити висновок, що за останнє десятиліття ситуація навряд чи суттєво покращилась. Як раніше, так і сьогодні структура зайнятості населення України не відповідає вимогам постіндустріальної економіки, де найбільшу частку в структурі зайнятості повинна становити інформаційна сфера, а в професійній структурі мусить постійно зростати питома вага висококваліфікованих фахівців.

Аналізуючи попит та пропозицію робочої сили за професійними групами (табл. 2), можемо зазначити, що найменше навантаження на одне вільне робоче місце (вакантну посаду) у працівників таких професій: кваліфіковані робітники з інструментом – 5 осіб, професіонали – 7 осіб, фахівці – 9 осіб, працівники сфери торгівлі та послуг – 11 осіб.

Найскладніше ж працевлаштуватися кваліфікованим робітникам сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства – 55 осіб, законодавцям, вищим

державним службовцям, керівникам, менеджерам (управителям) – 24 особи на одне робоче місце.

Такі статистичні показники вражають, а особливо тоді, коли більшість розвинених країн цілеспрямовано реформує свою імміграційну політику так, щоб полегшити переїзд в країну інженерів, вчених прикладних спеціальностей, математиків, вчителів з природничих наук та інших фахівців, інтелектуальний потенціал яких заздалегідь вивчається й оцінюється.

Висновки. На світовому ринку праці, на відміну від українського, позначилися тенденції досить значного зростання попиту на робочу силу, підготовлену для вирішення широкого кола інтелектуально набагато складніших завдань управління та відтворення науково-технологічних інновацій. Розвинені країни неоднаковою мірою виявилися готовими забезпечити цей попит своєчасною та якісною пропозицією, у зв'язку з чим в кожній ведеться робота з реформування та якісного вдосконалення систем підготовки національних кадрів. Дефіцит часу у вирішенні цих завдань змусить деякі з розвинених країн активізувати процеси науково-технічної імміграції.

З цих позицій успіх України в досягненні конкурентоспроможності залежить від її здатності якомога швидше адаптувати свій потенціал у сфері створення, використання та поширення знань до потреб національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Антошкина Л.И. Новые тенденции на мировом рынке интеллектуального труда. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2011. № 4(16). С. 12–21.
2. Кірдан О.Л. Педагогічні аспекти професійної підготовки педагогів у зарубіжних країнах. Методичний потенціал, тренди та формати трансформації Європейських освітніх систем: матеріали Міжнародної науково-методичної конференції. Харків: ХНУБА, 2018. С. 141–142.
3. Статистичний щорічник України за 2016 рік. Київ: Державна служба статистики України, 2017. 611 с.
4. Стеченко Д.М., Тимошенко Н.Ю. Особливості підготовки фахівців в університетах дослідницького типу. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2012. № 1(17). С. 90–93.
5. Шульга Ж.О. Особливості економіки знань на сучасному етапі розвитку суспільства. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2012. № 1(17). С. 94–99.

6. Bogashko O.L. Formation of the human capital of nation in the conditions of anti-crisis development of economy. International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, Part II, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing. P. 107–110.

МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ КАК ОТВЕТ НА НОВЫЕ ЗАПРОСЫ МИРОВОГО РЫНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ТРУДА

Аннотация. В статье прослежены современные процессы трансформации мирового рынка труда. Рассмотрены актуальные вопросы повышения качества образования в условиях глобализации и роста конкуренции. Освещены проблемы развития высшего образования в Украине. Проанализированы спрос и предложение на рынке труда по профессиональным группам. Исследован зарубежный опыт подготовки современных специалистов в соответствии с запросами мирового рынка высококвалифицированного труда.

Ключевые слова: высшее учебное заведение, модернизация образования, развитие экономики, мировой рынок труда, качество подготовки специалистов.

MODERNIZATION OF THE EDUCATIONAL SYSTEM AS A RESPONSE TO NEW RECOMMENDATIONS FOR THE WORLD MARKET OF INTELLECTUAL LABOUR

Summary. The article deals with modern processes of transforming the world labour market. The urgent issues concerning improving the quality of education in the conditions of globalization and increasing competition are considered. The problems of the development of higher education in Ukraine are highlighted. The demand and supply in the labour market by professional groups are analyzed. The foreign experience in training of modern specialists in accordance with the demands of the world market of highly qualified labour is researched.

Key words: higher educational establishment, modernization of education, economic development, world labour market, quality of training of specialists.

Бурляй А. П.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки*

Уманського національного університету садівництва

Бурляй О. Л.

кандидат економічних наук, професор,

*доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Уманського національного університету садівництва*

Рябченко О. О.

кандидат економічних наук,

*доцент кафедри економіки підприємства
Національного університету
біоресурсів і природокористування України*

Burliay A. P.

*PhD, Associate Professor,
Department of Economy*

Uman National University of Horticulture

Burliay O. L.

Professor,

Department of business, trade and exchange activities

Uman National University of Horticulture

Ryabchenko O. O.

PhD, Associate Professor,

Department of Economy of Enterprise

The National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

РОЛЬ СІЛЬСЬКИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Анотація. У статті розглянуто роль сільських домогосподарств у сталому розвитку України. Проведено аналіз виробництва сільськогосподарської продукції сільськими домогосподарствами, визначено фактори, що сприятимуть їх функціонуванню відповідно до концепції сталого розвитку.

Ключові слова: сталий розвиток, сільські домогосподарства, екологічна свідомість, стале сільське господарство, стале споживання.

Вступ та постановка проблеми. Концепція сталого розвитку є пріоритетною моделлю розвитку більшості країн світу, включаючи Україну. Її виникнення було вимогою часу для розв'язання назрілих гострих проблем соціально-економічного та ресурсно-екологічного характеру в результаті бурхливої людської діяльності. Особливо важливими проблемами сталого розвитку є для сільськогосподарського виробництва, оскільки його діяльність безпосередньо пов'язана з використанням природних ресурсів та впливом на навколишнє природне середовище.

Сільські домогосподарства в Україні беруть участь у сільськогосподарському виробництві на одному рівні із сільськогосподарськими підприємствами. Це зумовлює необхідність комплексного дослідження теоретичних та практичних аспектів ролі сільських домогосподарств в умовах стійкого розвитку України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Світова спільнота усвідомила необхідність об'єднання з метою вирішення низки проблем глобального характеру. Ці проблеми пов'язані насамперед з вичерпанням невідновлювальних природних ресурсів, їх нерациональним використанням, забрудненням навколишнього природного середовища тощо. Виникла необхідність розробки стратегії подальшого розвитку людства, яка б запобігала погіршенню якості навколишнього середовища та забезпечила б ресурсами не лише теперішні покоління, але й майбутні [1]. Саме такою стратегією стала Концепція сталого роз-

витку, яка була офіційно проголошена у 1992 році на Міжнародній конференції з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро, а також прописана в Програмі дій «Порядок денний на XXI століття» [2]. До цієї Концепції долучилися багато країн, які намагаються дотримуватися її основних положень, серед яких слід назвати країни Європейського Союзу, США. В Україні в 2015 році прийнято Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020», яка визначає основні напрями та пріоритети розвитку країни, а також містить 25 ключових показників, за якими можна буде оцінити перебіг виконання реформ і програм [4].

Проблемам сталого розвитку присвячують свої дослідження видатні вітчизняні та зарубіжні вчені. Серед них можна виокремити таких, як О. Білорус [5], В. Трегобчук [6], Ж. Поплавська [7], І. Бистряков [8], Т. Кульман, Дж. Фаррінгтон [9], Д. Тільман [10], У. Адамс [11]. Проте сьогодні проблема сталого розвитку суспільства не втратила своєї актуальності, а лише вимагає подальшого дослідження та вирішення.

На початковому етапі переходу до стійкого розвитку, як справедливо зазначає А. Філіпенко, домінувала екологічна складова [3]. Проте з часом під стійким розвитком почали розуміти збалансоване поєднання трьох основних аспектів, а саме екологічного, економічного та соціального. Елементом реалізації концепції сталого розвитку є домогосподарства, оскільки вони є активними учасниками всіх економічних процесів, що відбуваються в країні.

Відповідно до рекомендацій ООН щодо проведення перепису населення (2009 рік) під домогосподарством розуміють особу або групу осіб, які досягли між собою певних домовленостей стосовно спільного проживання та споживання [12].

Серед усієї класифікації домогосподарств слід виділити сільські домогосподарства, які охоплюють господарства населення, особисті селянські господарства (як складову господарств населення), виробників сільськогосподарської продукції на присадибних ділянках, на ділянках колективного та індивідуального садівництва і городництва, а також на дачних ділянках. Основними чинниками, які спонукали їх розвиток, є зниження рівня соціальної захищеності населення, падіння реального рівня заробітної плати, зростання безробіття (особливо в сільській місцевості) та загальна економічна криза, що охопила всі галузі національної економіки [14].

М. Кропивко вбачає роль сільських домогосподарств як у забезпеченні продовольчої безпеки, так і у збереженні та відтворенні соціокультурного середовища нашої країни. Адаже у середньому за 25 років незалежності України частка цих господарств у валовому виробництві сільськогосподарської продукції складала понад 50,5% їхнього загального обсягу. Така діяльність відіграє не лише суттєву роль у забезпеченні фізіологічних потреб людини, але й за рахунок продажу власно виробленої продукції або наданих послуг, пов'язаних із сільськогосподарським виробництвом чи обслуговуванням, частково забезпечує потреби членів домогосподарств у непродовольчих товарах, реалізації їхнього творчого потенціалу, розвитку й передачі знань та формуванні навичок молодого покоління, соціокультурній адаптації селян тощо [15].

Згідно з дослідженнями А. Жулавського та О. Каленської сучасне домогосподарство слід розглядати в системі екологічно-економічних відносин, тому що домогосподарство як економічний суб'єкт чинить вплив на навколишнє середовище, але й одночасно зазнає впливу зміни факторів навколишнього природного середовища, що впливає на його господарювання і споживання [13].

Наведене вище дає змогу зробити висновок про те, що сільське домогосподарство є важливим елементом реалізації концепції сталого розвитку, адже і в економічній, і в соціальній, і в екологічній сферах домогосподарства є не лише суб'єктами господарювання, але й активними учасниками переходу до концепції сталого розвитку.

Метою роботи є дослідження ролі сільських домогосподарств у сталому розвитку України.

Теоретичною та методологічною основою дослідження стали фундаментальні положення сучасної економічної теорії, праці зарубіжних і вітчизняних вчених, чинні законодавчі та нормативні акти з питань сталого розвитку суспільства.

У процесі дослідження використані такі методи дослідження, як, зокрема, діалектичний, історичний, порівняння, статистичного групування, графічний, системного аналізу, абстрактно-логічний, дедуктивний, індуктивний, узагальнення.

Результати дослідження. Зміни, які відбуваються в процесі переходу до сталого господарювання, чинять вплив на всіх економічних суб'єктів, зокрема на домогосподарства. Особливо це стосується домогосподарств, що проживають на сільській території і здійснюють там сільськогосподарське виробництво. Адаже, відповідно до концепції сталого розвитку, свою діяльність необхідно організувати з повагою до навколишнього природного середовища, тобто раціонально використовуючи природні ресурси, не забруднюючи навколишнє середовище та виробляючи екологічно безпечну продукцію.

Перехід до сталого сільськогосподарського виробництва розширив цілі та функції цієї галузі. Сьогодні, крім економічної мети сільського господарства, виділяють соціальну, культурну та екологічну цілі. Серед функцій сталого сільського господарства найважливішою є виробництво безпечних продуктів споживання. Проте не менш важливою є екологічна функція, оскільки наслідками сільськогосподарської діяльності є виробництво суспільних благ, зокрема підвищення родючості ґрунту, збереження якості водних ресурсів та атмосферного повітря, збереження біорозмаїття, стабілізація клімату. Проаналі-

Таблиця 1

Класифікація функцій сталого сільського господарства

Виробнича функція	Споживча функція	Соціальна функція	Культурна функція	Екологічна функція
Виробництво продуктів харчування для реалізації.	Виробництво якісних продуктів харчування для споживання і самозабезпечення.	Покращення якості життя через економічний розвиток.	Захист і збагачення культурних традицій виробництва.	Захист навколишнього природного середовища, біорозмаїття.
Виробництво с.-г. продукції для промислової переробки.	Використання відходів с.-г. виробництва для енергозабезпечення.	Забезпечення робочими місцями, покращення соціального захисту.	Зміцнення культурної самобутності.	Раціональне природокористування.
Виробництво с.-г. продукції для виробництва енергії.		Зменшення захворюваності.	Збагачення культурного ландшафту сільських територій.	Безвідходне виробництво.
Надання послуг, зокрема доставки продукції, агротуристичних послуг.		Сприяння згуртованості населення.		Альтернативна енергетика.
Використання новітніх технологій, зростання інвестицій.		Стабілізатор (буфер) зовнішніх шоків через економічні та інституційні зміни.		Екологічно-безпечні технології виробництва.

Джерело: сформовано авторами

зувавши дослідження різних вчених, можемо здійснити класифікацію функцій сталого сільського господарства (табл. 1).

Всі функції сталого сільського господарства взаємопов'язані між собою і є одночасно необхідними. Для візуалізації функцій сталого сільського господарства можна скористатися так званим методом будинку таких вчених, як Л. Флєскенс, Ф. Дуарт, І. Ейхер [16]. Ці функції метафорично складають силует будинку, який символізує середовище життя (рис. 1). Кожній функції відводиться певна роль в будинку. Так, фундаментом, основою будинку є екологічна функція. Однією стіною є функція виробництва, а другою – культурна функція. Культура пов'язує екологію та споживання, а виробництво – екологію та економіку. Дах будинку сформований з ліній економічних та соціальних функцій. Якщо економічні та соціальні функції перебувають у стані рівноваги з екологічними функціями, то «хребет» даху знаходиться посередині, отже, «будинок» набуває стійкості. Якщо ж зростає навантаження на екологію, то буде відбуватися руйнування будинку.

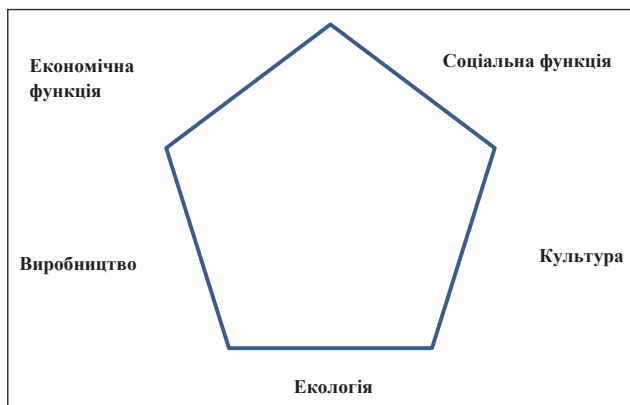


Рис. 1. Модель «будинку» (функцій сталого сільського господарства)

Джерело: побудовано авторами з використанням джерела [16]

Ця концепція з використанням метаморфоз показує важливість дотримання рівноваги в сучасному сільському господарстві.

Наведені функції сталого сільського господарства є характерними для своїх суб'єктів, зокрема для сільських домогосподарств, які є його невід'ємною частиною. Адже глибока криза в секторі аграрних підприємств, пік якої припав на кінець минулого – початок поточного століття, вивела господарства населення в категорію основних виробників сільськогосподарської продукції в Україні [17].

В Україні, згідно з даними Державної служби статистики, на початку 2017 року налічувалися 4 075,2 тис. особистих селянських господарств, які використовували площу ведення особистого селянського господарства та товарного сільського виробництва розміром 5 399,8 тис. га (86% загальної земельної площі). Середній розмір землі домогосподарства складає 1,23 га. Ними вироблено 109 521,5 тис. грн. валової продукції, що становить 43,7% загального обсягу валової продукції сільського господарства, причому 39,7% складає продукція рослинництва, 53,9% – валова продукція тваринництва, вироблена в Україні всіма категоріями господарств (табл. 2).

Серед областей України найбільший обсяг продукції господарствами населення за період 2014–2016 років вироблено у Вінницькій, Харківській та Дніпропетровській областях. Найменший обсяг продукції господарствами населення виробляється в Луганській області.

Виробництво сільськогосподарської продукції господарства населення здійснюють за допомогою сільськогосподарської техніки, кількість якої за період з 2000 року зросла більш ніж удвічі, а в 2016 році склала 207 тис. штук тракторів та 15 тис. штук зернозбиральних комбайнів. Звісно, така забезпеченість технікою не може сприяти інтенсифікації галузі. Крім того, слід зазначити, що, як правило, через високу вартість нової техніки ця техніка вже є фізично та морально застарілою. Цей факт має негативні екологічні наслідки на навколишнє природне середовище, призводить до суттєвого виснаження природних ресурсів і не сприяє стійкому розвитку сільського господарства в Україні.

Таблиця 2

Структура виробництва продукції сільського господарства за категоріями господарств в Україні (тис. грн.)

Рік	Продукція сільського господарства		Продукція рослинництва		Продукція тваринництва	
	Сільськогосподарські підприємства	Господарства населення	Сільськогосподарські підприємства	Господарства населення	Сільськогосподарські підприємства	Господарства населення
2010	48,4	51,6	53,8	46,2	38,7	61,3
2011	52,0	48,0	56,8	43,2	40,6	59,4
2012	50,8	49,2	55,2	44,8	41,9	58,1
2013	54,3	45,7	58,8	41,2	43,8	56,2
2014	55,3	44,7	59,4	40,6	45,5	54,5
2015	55,1	44,9	59,1	40,9	45,5	54,5
2016	57,0	43,0	61,3	38,7	45,6	54,4
2017	56,3	43,7	60,3	39,7	46,1	53,9

Джерело: [21]

Питома вага виробництва сільськогосподарської продукції господарствами населення в Україні,
% до всіх категорій господарств

Продукція	2000 рік	2005 рік	2010 рік	2015 рік	2016 рік
Культури зернові та зернобобові	18,4	24,3	24,2	22,7	21,3
Буряк цукровий	12,2	21,5	7,9	7,5	4,7
Соняшник	12,5	21,2	17,5	14,6	13,9
Картопля	98,6	98,8	97,4	97,8	97,8
Овочеві культури	83,1	89,3	88,1	86,1	85,9
Плодоягідні культури	81,8	88,2	83,6	80,9	81,5
М'ясо у забійній вазі	73,7	63,2	44,9	37,0	35,9
Молоко	71,0	81,2	80,3	74,9	73,9
Яйця	66,2	50,5	39,9	41,8	46,6
Вовна	61,4	78,3	83,1	86,2	87,2
Мед	93,2	96,6	97,7	98,6	98,5

Джерело: [21]

Незважаючи на це, господарства населення вносять значний вклад у виробництво сільськогосподарської продукції в Україні (табл. 3).

Дані табл. 3 показують значну роль господарств населення у виробництві сільськогосподарської продукції в Україні. Так, серед продукції рослинництва в 2016 році більше 80% картоплі, плодоягідних та овочевих культур вироблено у господарствах населення, що свідчить про переміщення виробництва цих культур у присадибне господарство. Питома вага виробництва продукції зернових та технічних культур за досліджуваній період також зростає.

Щодо виробництва тваринницької продукції, то в цій галузі складається аналогічна ситуація, за винятком виробництва м'яса та яєць. Звісно, наведені в табл. 3 цифри доводять значну роль господарств населення у формуванні стійкого сільського господарства в Україні.

Саме тому, на нашу думку, необхідною умовою стійкого розвитку сільського господарства є формування екологічної свідомості сільських домогосподарств в Україні. М. Шедловська пропонує таке визначення екологічної свідомості: «це сукупність певних поглядів, думок та емоцій, що відображають специфічний спосіб ставлення до природи, в основі якого лежить відповідне співвідношення конкретних потреб суспільства/групи/людини та природних можливостей» [18]. У своєму дослідженні вона виділяє три основні типи екологічної свідомості:

1) антропоцентрична екосвідомість (людина визнається найбільшою цінністю, а природа – лише її власністю, котра повністю їй підпорядкована, відбувається повне ігнорування прав природи в процесі задоволення людських потреб);

2) природоцентрична екосвідомість (найбільшою цінністю є природа, людство ж має бути цілком і повністю їй підпорядкованим, в основі мають лежати самообмеження та самопожертвування на благо природи);

3) екоцентрична екосвідомість (гармонійний взаємозв'язок, взаємодія та взаєморозвиток людини та природи) [18].

Звичайно, стійкий розвиток – це гармонійний взаємозв'язок між людиною та природою, а це означає необхідність формування екоцентричної екологічної свідомості в сільських домогосподарствах України.

На думку Е. Гірусова, з практичної точки зору екологічну свідомість часто визначають як усвідомлення людиною (суспільством) загострення екологічної ситу-

ації та негативних наслідків екологічної кризи; вміння та звичку діяти по відношенню до природи так, щоб не порушувати зв'язків і кругообігів природного середовища; сприяти покращенню та охороні довкілля заради не лише нинішнього, але й майбутніх поколінь [19]. Для створення екологічної свідомості людей надзвичайно важливо будувати системи, які дають змогу вивчати екологічні проблеми та шляхи їх вирішення, взаємозв'язки між різними сферами людської діяльності і навколишнім середовищем на різних рівнях освіти.

Формування екологічної свідомості сільських домогосподарств відбувається під впливом різних факторів, серед яких доцільно виділити соціальні норми в суспільстві; інформацію в засобах масової інформації; місце проживання та екологічну освіту. Важливими факторами, що впливають на екологічну свідомість людини, є почуття власної безпеки; знання та інформація; зовнішні чинники; почуття особистої відповідальності за навколишнє природне середовище та готовність до особистих обмежень.

Серед зовнішніх факторів, які формують екологічну свідомість домогосподарств, особливу увагу слід приділити зростаючому престижу купівлі та споживання органічних продуктів та загальному концепції екологічного споживання. В її основі лежать такі складові, як, зокрема, споживання продуктів, безпечних для здоров'я людини та навколишнього середовища; екологічно безпечне виробництво; зберігання та переробка продукції; зменшення відходів або ж безвідходне виробництво; відсутність зайвих витрат для виробництва ексклюзивної продукції; відсутність жорстокості у галузі тваринництва. Згідно з дослідженнями Н. Нічитайлової найвищий рівень екологічної свідомості виявляють громадяни, які проживають у високо розвинутих країнах Західної Європи, Північної Америки, Австралії та Японії. Це переважно мешканці великих міст середнього віку з вищим рівнем доходів і кращою освітою, значною мірою молодь. Екологічна якість продуктів у цьому разі тісно пов'язана з наявними системами культурних цінностей, як це має місце, наприклад, в Японії, або може забезпечуватися впровадженням формалізованих систем якості, зокрема норм (стандартів) ISO 9000 [20]. В Україні на цьому етапі поняття «екологічна свідомість» та «екологічне споживання» лише починають набувати вагомого значення серед споживачів сільськогосподарської продукції. Більше того, частина споживачів досить скептично ставиться до споживан-

ня екологічно чистої продукції, оскільки така продукція має вищу ціну, а складні економічні умови сьогодення не дають змогу її купувати, незважаючи на бажання. Крім того, неврегульованість законодавчої бази щодо поняття «екологічна продукція» не створює довіри до вітчизняних товаровиробників. Проте, на наш погляд, така ситуація є тимчасовою і поширення та популяризація екологічних знань сприятимуть розвитку екологічної свідомості та екологічного споживання сільських домогосподарств.

Екологічне споживання сільських домогосподарств лежить в основі поняття сталого споживання, тобто споживання товарів і послуг для задоволення своїх потреб та потреб майбутніх поколінь з раціональним використанням природних ресурсів, енергії та мінімальною шкодою для навколишнього природного середовища. Питання сталого споживання є однією з найважливіших проблем детальних концепцій сталого розвитку суспільства загалом. Ця тема часто була предметом обговорення в контексті конференцій та обговорень, проведених у сфері сталого розвитку. Умовою збалансування споживання в суб'єктивній системі є поширення екологічної обізнаності серед домогосподарств, яку вони будуть втілювати у своєму виробництві.

Реалізація впровадження стійкого споживання пов'язана з проведенням відповідної політики в рамках економічної політики держави. Серед них слід особливо відзначити здійснення:

- екологічної політики, яка переважно має бути спрямована на питання, пов'язані з впливом споживання на навколишнє середовище;
- соціальної політики, завдання якої полягає в реалізації принципів справедливості всередині поколінь (доступ до основних товарів для всіх споживачів);
- політики захисту споживачів, яка спрямована на захист споживачів від недобросовісності виробників і роздрібних торговців;
- державної політики, спрямованої на підтримку споживання екологічної продукції;
- фіскальної політики, що здійснюється шляхом заохочення виробництва та споживання екологічної продукції.

З огляду на все вищевказане можна зробити висновок, що розвиток екологічної свідомості та сталого споживання сільських домогосподарств є необхідною умовою сталого розвитку суспільства.

Висновки. Розвиток України відбувається відповідно до Стратегії сталого розвитку суспільства «Україна – 2020», яка передбачає гармонійне поєднання економічних, соціальних та екологічних аспектів. Нині в Україні сільські домогосподарства поряд із сільськогосподарськими підприємствами різних форм власності відіграють вагомий роль в економіці країни, а отже, здійснюють значний вплив на сталий розвиток України. Важливим чинником їх ефективного функціонування є розвиток екологічної свідомості та сталого споживання.

Список використаних джерел:

1. Кулініч О. Сталий розвиток національної економіки як ознака цивілізаційних процесів ХХІ століття. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 1. С. 25–31.
2. Програма дій «Порядок денний на ХХІ століття»; ухвалена конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро (Саміт «Планета Земля», 1992 рік) / пер. з англ. 2-ге вид. Київ: Інтелсфера, 2000. 360 с.
3. Філіпенко А. Економічний розвиток сучасної цивілізації. Київ: Либідь, 2000. 234 с.
4. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>.
5. Білорус О., Мацейко Ю. Глобальна перспектива і сталий розвиток (системні маркетинг. дослідж.). Київ: МАУП, 2005. 492 с.
6. Трегубчук В. Концепція сталого розвитку для України. Вісник національної академії наук України. 2002. № 2. С. 31–40.
7. Поплавська Ж., Поплавський В. Як дорости Україні до сталого розвитку? Вісн. НАН України. 2007. № 9. С. 8–14.
8. Бистряков І. Сталий розвиток України: постмодернізм, простір, методологія управління. Вісн. НАН України. 2012. № 7. С. 47–53.
9. Kuhlman T., Farrington J. What is sustainability? Sustainability. 2010. № 2(11). P. 3436–3448.
10. Tilman D., Cassman K.G., Matson P.A., Naylor R., Polasky S. Agricultural sustainability and intensive production practices. Nature. 2002. № 418 (6898). 671 p.
11. Adams W.M. Green Development: environment and sustainability in the Third World. Routledge, 2003.
12. Принципы и рекомендации в отношении переписей населения и жилого фонда. Издание Организации Объединенных Наций. 2009. Нью-Йорк. URL: <https://bojidarivkov.files.wordpress.com/2012/08/attachment457.pdf>.
13. Жулавський А., Каленська О. Домогосподарство в системі еколого-економічних відносин. Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка. 2009. № 2. С. 59–63.
14. Крисанов Д., Удова Л., Варченко О. Сільські домогосподарства України в умовах глобалізації. Економіст. 2012. № 4. С. 32–39.
15. Кропивко М. Соціально-економічні напрями розвитку господарств населення в Україні. Економіка і менеджмент культури. 2017. С. 34–46.
16. Fleskens L., Duarte F., Eicher I. A conceptual framework for the assessment of multiple functions of agro-ecosystems: A case study of Trás-os-Montes olive groves. Journal of Rural Studies. 2009. № 25(1). С. 141–155.
17. Соловей Ю. Участь у інтегрованих структурах як засіб активізації функцій особистих селянських господарств. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. № 4. С. 72–77.
18. Шедловська М. Означення та типи екологічної свідомості. Український соціум. 2011. № 2. С. 95–100.
19. Гирусов Э. Экологическое сознание как условие оптимизации взаимодействия общества и природы. Философские проблемы глобальной экологии. Москва, 1983.
20. Нічитайлова Н. Екологічна свідомість споживачів, як чинник формування вимог до екологічної якості товарів. Механізм регулювання економіки. 2010. № 3. С. 205–208.
21. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

РОЛЬ СЕЛЬСКИХ ДОМОХОЗЯЙСТВ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ УКРАИНЫ

Аннотация. В статье рассмотрена роль сельских домохозяйств в устойчивом развитии Украины. Проведен анализ производства сельскохозяйственной продукции сельскими домохозяйствами, определены факторы, которые будут способствовать их функционированию в соответствии с концепцией устойчивого развития.

Ключевые слова: устойчивое развитие, сельские домохозяйства, экологическое сознание, устойчивое сельское хозяйство, устойчивое потребление.

ROLE OF RURAL HOUSEHOLDS IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF UKRAINE

Summary. The role of rural households in the sustainable development of Ukraine is considered in this paper. The analysis of agricultural production by rural households has been carried out, and factors have been identified that will facilitate their functioning in accordance with the concept of sustainable development.

Key words: sustainable development, rural households, ecological consciousness, sustainable agriculture, sustainable consumption.

УДК 332.1+339.9

Бутусов О. Д.

*аспірант кафедри економіки підприємства,
старший викладач кафедри
фінансів, економіки та інформаційних технологій
Карпатського університету імені Августина Волошина*

Butusov O. D.

*Post-graduate student of the Department of economics of the enterprise,
Senior lecturer of the
Department of finance, economics and information technologies,
Carpathian University named after Augustine Voloshin*

МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНКА ВІДКРИТОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ЯК КЛЮЧОВОЇ КОМПОНЕНТИ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Анотація. У статті здійснено моніторинг відкритості регіонів України на основі комплексного та систематизованого застосування результатів міжнародних рейтингів, індексів та статистичних індикаторів. За результатами розрахунків та спостережень об'єктивно визначено та оцінено динаміку змін індикаторів відкритості регіонів як основи їх конкурентоспроможності в умовах фінансової та інформаційних криз.

Ключові слова: регіони, конкурентоспроможність, моніторинг, оцінка, індекси.

Вступ та постановка проблеми. Категорія конкурентоспроможності є однією з найбільш вживаних в умовах глобалізаційних викликів. Низка науковців висловлює своє бачення щодо розуміння цього терміна, обтяжуючи можливість його оцінки та моніторингу. В економічній літературі поняття «конкурентоспроможність» аналізується та інтерпретується по-різному залежно від того, до якого економічного об'єкта воно застосовується, а саме до національної економіки загалом, регіону, галузі, підприємства, продукції. Саме від розуміння частіше залежить і механізм її оцінки та моніторингу. Досліджуючи компоненти конкурентоспроможності регіону, визначили, що однією з ключових є відкритість.

Поняття відкритості економічної системи теж має діалектичний характер, бо, з одного боку забезпечує приток іноземного капіталу в країну та регіони, використання порівняльних переваг міжнародного поділу, а з іншого боку, може загрожувати їх економічній безпеці. Тому, беззаперечно, така риса формує конкурентоспроможність регіону та потребує моніторингу

з метою формування керуючих сигналів для прийняття управлінських рішень органами державного управління та місцевого самоврядування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідність формування «відкритої» економіки в умовах трансформаційного розвитку обґрунтована в праці Г.Я. Аніловської [1]; основні ознаки відкритої економіки, індекси, показники її оцінки визначені в праці О.Г. Михайленко [2]; визначення сутності відкритості національної економічної системи, систематизацію факторів та напрямів її оцінки здійснено у дослідженнях О.І. Кремень [3].

Метою роботи є моніторинг відкритості регіонів України на основі комплексного та систематизованого застосування результатів міжнародних рейтингів, індексів та статистичних індикаторів. Такий підхід забезпечить композицію переваг від застосування міжнародних зовнішніх оцінок відкритості регіонів та внутрішніх статистичних, як результат, більш об'єктивно промоніторити зміну конкурентоспроможності регіонів в умовах фінансової та інформаційних криз.

Результати дослідження. Відкритість регіонів оцінюється за показниками діяльності бізнесу, легкості його ведення, сприятливості бізнес-середовища, експорторієнтованості, зовнішньоекономічної діяльності, політичної характеристики регіону.

Інформація щодо діяльності бізнесу легкості, його ведення та сприятливості бізнес-середовища не розраховується в межах традиційних статистичних спостережень. Для досягнення цієї мети можуть бути застосовані різноманітні зовнішні рейтинги та індекси, спрямовані на оцінку ділового клімату та ділового середовища. Так, індекс ділового клімату, який розраховується в рамках «Щорічної оцінки ділового клімату» (ABCA, Annual Business Climate Assessment), є дослідженням малого та середнього підприємництва (МСП), дає змогу здійснювати моніторинг змін, що відбуваються в діловому середовищі [4].

Проектом передбачається, що продукти дослідження ABCA, зокрема індекс ділового клімату, можуть використовуватися для різних аналітичних потреб. Зокрема, індекс ділового клімату, а також його складові (без індексу змін регуляторного середовища) варто використати для моніторингу відкритості регіонів до діяльності бізнесу, легкості його ведення, сприятливості бізнес-середовища загалом.

Індекс ділового середовища МСП (короткостроковий) вимірює оцінки та прогнози щодо короткострокових змін бізнес-середовища протягом шести місяців. Він складається з двох показників оцінки поточного середовища та очікуваних змін ділового середовища, а також може застосовуватися як показник діяльності бізнесу в регіоні. Результати індексу за регіонами України представлено в табл. 1.

З даних табл. 1 видно, що найкращий показник індексу ділового середовища МСП (короткостроковий) спостерігається у Вінницькій області. Окрім цього, це єдина область, де значення цього індексу є додатним (0,05). Це означає, що позитивні оцінки ділового середовища у цій області переважають негативні. Найгірший показник індексу ділового середовища зафіксовано у Луганській області (-0,34). Індекс ділової активності МСП (короткостроковий) вимірює оцінки та прогнози щодо змін фінансово-економічної ситуації на підприємствах протягом наступних шести місяців. Він складається з двох показників оцінки поточної фінансово-економічної ситуації на підприємстві та очікуваних змін фінансово-економічної ситуації за результатами роботи підприємства в наступні шість місяців [8]. За цим індексом перше місце також посідає Вінницька область (0,22), яка значно відірвалася від решти регіонів. Найгірший показник у Донецької області (-0,8).

Таблиця 1

Індекс ділового клімату та ділових настроїв за регіонами України, 2016 р.

Область	Індекс ділового середовища МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності (довгостроковий)	Індекс ділового клімату	Регіональний індекс ділових настроїв
Вінницька	0,05	0,22	0,34	0,25	0,20
Волинська	-0,01	0,08	0,11	0,12	0,06
Дніпропетровська	-0,24	0,08	0,12	0,08	-0,01
Донецька	-0,24	-0,08	0,06	0,01	-0,09
Житомирська	-0,16	-0,01	0,11	0,08	-0,02
Закарпатська	-0,10	0,10	0,08	0,14	0,03
Запорізька	-0,24	0,03	0,11	0,06	-0,04
Івано-Франківська	-0,12	0,08	0,19	0,12	0,05
Київська	-0,09	0,06	0,17	0,12	0,05
Кіровоградська	-0,11	0,14	0,13	0,11	0,06
Луганська	-0,34	-0,04	0,06	0,00	-0,11
Львівська	-0,06	0,11	0,32	0,18	0,12
Миколаївська	-0,24	0,00	0,09	0,04	-0,05
Одеська	-0,18	0,07	0,08	0,07	-0,01
Полтавська	-0,22	0,12	0,18	0,11	0,03
Рівненська	-0,12	0,14	0,29	0,18	0,11
Сумська	-0,12	0,01	0,15	0,11	0,01
Тернопільська	-0,03	0,08	0,25	0,17	0,10
Харківська	-0,31	-0,03	0,04	0,00	-0,10
Херсонська	-0,25	0,03	0,13	0,05	-0,03
Хмельницька	-0,09	0,09	0,15	0,13	0,05
Черкаська	-0,17	0,05	0,12	0,06	0,00
Чернівецька	-0,21	0,00	-0,07	0,04	-0,09
Чернігівська	-0,19	0,07	0,20	0,11	0,03
м. Київ	-0,26	0,10	0,14	0,07	-0,01

Примітка: найкращі позиції регіонів виділені темним кольором, найгірші – сірим

Джерело: складено на основі джерела [4, с. 39–40]

Індекс ділового середовища регіонів України та його складові, 2016 р.

Область	Індекс регіонального ділового середовища	Економічне середовище	Економічний результат	Законодавство	Державне управління	Інфраструктура	Технологія	Людські ресурси	Освіта
Вінницька	3,16	3,15	3,62	2,43	2,67	3,29	3,17	2,99	3,15
Волинська	3,08	2,88	3,14	2,83	2,40	3,27	3,19	3,20	3,31
Дніпропетровська	3,86	4,04	3,84	2,78	2,58	3,88	4,61	4,04	3,88
Донецька	3,00	3,22	2,63	2,18	2,26	3,90	3,50	2,94	2,82
Житомирська	2,89	2,97	3,01	2,50	2,22	3,27	3,00	2,84	2,86
Закарпатська	3,20	3,20	3,50	2,70	2,47	3,37	3,20	3,19	3,26
Запорізька	3,57	3,81	3,76	2,54	2,73	3,29	4,18	3,51	3,46
Івано-Франківська	3,30	3,07	3,48	2,62	2,34	3,57	3,68	3,31	3,48
Київська	3,88	3,73	3,97	2,88	2,45	4,44	4,57	4,33	2,95
Кіровоградська	2,96	3,11	3,50	2,71	2,36	2,83	3,11	2,65	2,75
Луганська	2,48	2,62	2,01	2,37	2,11	3,05	2,93	2,41	2,37
Львівська	3,67	3,65	3,71	2,77	2,47	3,99	4,09	3,53	4,32
Миколаївська	3,50	3,70	3,96	2,43	2,50	3,09	3,76	3,83	3,05
Одеська	3,59	3,79	3,68	2,47	2,16	3,41	3,79	4,35	3,42
Полтавська	3,42	3,24	4,08	2,57	2,27	3,24	3,89	3,42	3,10
Рівненська	2,97	2,87	3,02	2,80	2,34	3,28	2,89	2,98	3,43
Сумська	3,13	3,08	3,46	2,59	2,40	2,67	3,46	3,30	3,00
Тернопільська	3,03	2,86	3,12	2,67	2,30	3,43	3,04	2,86	3,79
Харківська	3,76	4,04	3,44	2,81	2,50	3,58	4,45	4,10	4,01
Херсонська	3,03	3,11	3,07	2,54	2,26	2,78	3,64	3,05	2,92
Хмельницька	3,02	2,90	3,25	2,45	2,23	3,31	2,90	3,16	3,37
Черкаська	3,13	3,12	3,50	2,47	2,12	3,69	3,29	2,98	3,02
Чернівецька	3,11	3,32	2,80	2,21	2,10	3,72	3,12	3,18	4,06
Чернігівська	2,96	2,85	3,22	2,93	2,35	3,17	3,17	2,81	2,74
м. Київ	3,88	3,73	3,97	2,88	2,45	4,44	4,57	4,33	2,95

Примітка: найкращі позиції регіонів виділені темним кольором, найгірші – сірим

Джерело: складено на основі джерела [5]

Індекс ділової активності (довгостроковий) вимірює потенціал до зростання ділової активності підприємств у перспективі двох років. Він складається з двох показників оцінки змін ділової активності підприємства за останні два роки та очікуваних змін ділової активності в наступні два роки. У Вінницькій, Львівській, Рівненській та Тернопільській областях зафіксоване найвище значення цього індексу (0,34, 0,32, 0,29 та 0,25 відповідно). Найгірший показник спостерігався у Чернівецькій області: це єдина область, де індекс ділової активності (довгостроковий) має від'ємне значення (-0,07). Це обумовлене тим, що значна частка МСП цієї області скоротила обсяги виробництва протягом двох попередніх років.

Результати «Щорічної оцінки ділового клімату в Україні» у 2016 р. показали, що найкращий показник ділового клімату в країні зафіксовано у Вінницькій області (0,25), де воно вище, ніж середнє значення цього індексу загалом по Україні та в інших 24 областях. Другу позицію посідає Львівська область зі значенням 0,18, третю – Рівненська (0,18), четверте – Тернопіль-

ська (0,17) області. П'яте місце належить Закарпатській області (0,14).

В рамках аналізованого дослідження також є оцінка настроїв та планів МСП, яка представлена у вигляді регіонального індексу ділових настроїв. Найвище значення цього індексу також у Вінницькій області (0,2). Наступними за рейтингом є Львівська (0,12), Рівненська (0,11) та Тернопільська (0,10) області. Найнижчі показники регіонального індексу ділових настроїв зафіксовано в Луганській (-0,11), Харківській (-0,10), Донецькій (-0,09) та Чернівецькій (-0,09) областях.

Ще одним індексом, який був використаний для моніторингу/оцінки відкритості регіону, а саме діяльності бізнесу, легкості його ведення, сприятливості бізнес-середовища, є індекс ділового середовища, який розраховується в рамках Проекту «Транспарентність, фінансове здоров'я та конкурентоспроможність муніципалітетів» [5].

Регіони України оцінюються за їх регіональним індексом ділового середовища за шкалою від 1 до 24.

Високий рейтинг означає, що регіональне бізнес-середовище є сприятливим для створення і функціонування підприємств, і навпаки, низький рейтинг означає, що регіональне бізнес-середовище несприятливе для створення і функціонування підприємств. Складовими рейтингу ділового середовища є такі показники: 1) економічне середовище; 2) економічний результат; 3) законодавство; 4) державне управління; 5) інфраструктура; 6) технологія; 7) людські ресурси; 8) освіта (табл. 2).

Найкращі показники цього індексу спостерігаються у Дніпропетровській, Київській, Харківській, Львівській областях та м. Києві. Найгірші показники – у Житомирській, Кіровоградській, Луганській, Рівненській, Чернігівській областях.

Ще одним показником відкритості регіону, який було враховано під час моніторингу його відкритості, є загальна кількість підприємств, яка відображає сприятливість бізнес-середовища з позицій створення нових та діючих підприємств. Як представлено у табл. 3, у 2016 р. майже по всіх областях України (окрім Луганської) спостерігається негативна динаміка щодо зростання кількості підприємств.

У 2016 р. відбулося масове скорочення кількості підприємств по всіх регіонах. Такого не відбувалося навіть

у кризовому 2014 р. Такі динаміка вказує на те, що за останні два роки аналізу нових підприємств в областях не створюється, крім того, діючі підприємства масово зникаються. Така динаміка свідчить про глибокі кризові процеси в країні та несприятливе ділове середовище.

Існують безліч показників, що характеризують зовнішньоекономічну відкритість регіону, однак, на нашу думку, з позиції відображення рівня постіндустріальної економіки актуальним є моніторинг показника зростання імпорту послуг (табл. 4).

Найкращі результати за цим показником у 2016 р. спостерігалися у Вінницькій, Житомирській, Івано-Франківській, Київській та Львівській областях. Найгірші – у Луганській, Сумській, Харківській, Херсонській, Чернігівській областях.

Для порівняння, у 2011 р. Вінницька та Житомирська області входили до п'ятірки найгірших областей за показником зростання імпорту послуг, тоді як Сумська – до найкращих.

Наступним показником, що увійшов в систему моніторингу та оцінки конкурентоспроможності регіонів, став аналіз покриття експортом імпорту, який відображає збалансованість зовнішньої торгівлі. Це відношення доходів від експорту до витрат на імпорту (табл. 5).

Таблиця 3

Темпи зростання кількості підприємств за регіонами України, 2011–2016 рр.

Область	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вінницька	1,01	1,08	1,07	1,00	1,01	0,92
Волинська	0,94	1,06	1,06	1,00	1,02	0,90
Дніпропетровська	0,98	1,02	1,03	0,93	1,04	0,94
Донецька	1,06	0,97	1,03	0,40	1,03	0,89
Житомирська	0,98	1,00	1,07	0,99	1,00	0,90
Закарпатська	0,96	1,01	1,07	1,01	1,01	0,83
Запорізька	1,02	0,96	1,03	0,98	1,00	0,93
Івано-Франківська	1,00	1,00	1,04	0,99	1,00	0,87
Київська	1,08	1,06	1,07	0,96	1,02	0,98
Кіровоградська	0,98	1,06	1,05	1,04	1,01	0,94
Луганська	1,01	0,97	1,06	0,28	1,04	1,05
Львівська	0,82	1,04	1,08	0,99	1,00	0,84
Миколаївська	0,76	1,20	1,06	0,97	1,01	0,95
Одеська	0,94	1,05	1,05	0,92	1,00	0,88
Полтавська	1,01	1,01	1,04	0,99	1,01	0,89
Рівненська	0,96	1,01	1,05	1,00	1,01	0,89
Сумська	1,01	1,00	1,07	1,00	1,00	0,90
Тернопільська	1,05	0,97	1,09	0,99	0,99	0,83
Харківська	1,00	0,97	1,05	0,95	1,00	0,82
Херсонська	0,94	1,14	1,06	1,01	0,98	0,90
Хмельницька	0,99	1,03	1,05	1,01	1,00	0,89
Черкаська	0,98	1,01	1,10	1,03	1,02	0,97
Чернівецька	0,70	1,07	1,04	0,98	1,00	0,86
Чернігівська	1,07	1,07	1,06	0,97	1,00	0,87
м. Київ	1,07	0,81	1,15	1,01	1,00	0,87
м. Севастополь	0,99	2,25	0,49	н/д	н/д	н/д
АР Крим	0,89	1,06	0,45	н/д	н/д	н/д

Примітка: найкращі позиції регіонів виділені темним кольором, найгірші – сірим

Джерело: розраховано на основі даних Державної служби статистики України

Темпи зростання імпорту послуг за регіонами України, 2011–2016 рр.

Область	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вінницька	1,12	1,30	1,00	0,86	0,62	1,51
Волинська	1,85	0,96	1,07	0,70	0,81	1,02
Дніпропетровська	1,25	0,97	0,82	0,87	0,70	0,78
Донецька	1,51	0,90	0,97	0,52	0,57	0,85
Житомирська	1,07	0,84	1,00	0,74	0,86	1,69
Закарпатська	1,48	1,01	1,03	0,84	0,58	1,22
Запорізька	1,67	0,89	0,87	0,90	0,69	0,82
Івано-Франківська	1,64	0,92	0,59	0,83	0,61	1,30
Київська	1,41	1,13	0,99	0,79	0,69	1,47
Кіровоградська	1,21	1,26	0,85	0,83	0,52	0,77
Луганська	1,56	1,14	0,93	0,55	0,31	0,57
Львівська	1,58	1,05	0,79	0,93	0,59	1,33
Миколаївська	1,20	0,86	1,04	0,68	0,91	1,12
Одеська	0,89	1,37	0,80	0,61	0,47	1,01
Полтавська	1,06	1,17	0,84	0,99	0,74	0,95
Рівненська	0,98	1,06	0,72	0,86	0,72	1,02
Сумська	1,73	0,83	0,95	0,86	0,73	0,41
Тернопільська	1,55	1,04	1,04	0,87	0,85	0,55
Харківська	1,24	1,20	0,83	0,83	0,68	0,59
Херсонська	1,48	0,87	1,33	0,68	0,76	0,62
Хмельницька	1,20	1,02	0,86	0,72	0,75	0,93
Черкаська	1,35	1,13	0,86	0,84	0,55	1,16
Чернівецька	1,44	1,07	0,90	0,71	0,70	0,79
Чернігівська	1,48	0,97	1,08	0,90	0,72	0,55
м. Київ	1,38	1,15	1,02	0,76	0,72	0,89
м. Севастополь	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
АР Крим	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д

Примітка: найкращі позиції регіонів виділені темним кольором, найгірші – сірим

Джерело: розраховано на основі даних Державної служби статистики України

Як видно з табл. 5, найкращі показники покриття експортом імпорту у 2016 р. представлені в таких областях, як Вінницька, Донецька, Миколаївська, Кіровоградська, Запорізька. У 2010 р. найкращі показники представлені у Донецькій, Луганській, Запорізькій, Херсонській, Полтавській областях.

Найбільш незбалансованою зовнішня торгівля у 2016 р. була у м. Києві, Волинській, Київській, Харківській, Львівській областях. Для порівняння, у 2011 р. це були м. Київ, Київська, Одеська, Львівська, Тернопільська, Чернігівська області.

Темпи зростання прямих інвестицій (акціонерного капіталу) відображають зростання зовнішньоекономічної діяльності регіонів, а також є свідченням готовності іноземних інвесторів до вкладення капіталу в регіон чи країну.

У табл. 6 показано, що у 2017 р. максимальні темпи зростання спостерігались у таких областях, як Чернігівська, Запорізька, Кіровоградська, Закарпатська, а також м. Київ. Мінімальні – у Харківській, Донецькій, Рівненській, Сумській та Херсонській областях. Найбільш негативна динаміка щодо зростання прямих інвестицій (акціонерного капіталу) по всіх регіонах України спостерігалась у 2015–2016 рр.

Представлені показники відкритості регіонів можна розширити інформацією про ринки, на яких працюють підприємства регіону. Така інформація не формується в рамках традиційних статистичних звітів, проте може форматуватися в процесі моніторингу конкурентоспроможності регіону за допомогою додаткових опитувань. Прикладом накопичення такої інформації може стати «Щорічна оцінка ділового клімату в Україні» [4].

На рис. 1 представлено результати опитування підприємств за 2016 р., а саме інформація щодо їх виходу на міжрегіональні та міжнаціональні ринки.

З рис. 1 видно, що значна кількість підприємств представлена на ринку свого міста та регіону. Значно менша частка підприємств веде свою діяльність в межах інших регіонів та по Україні загалом. Щодо міжнародних ринків, то на ринку ЄС максимальну представленість мають підприємства Закарпатської (19%) та Волинської (16%) областей.

На ринках інших країн максимальну представленість мають підприємства Луганської області (15%), а також Івано-Франківської (13%) та Чернігівської (12%) областей.

Важливість накопичення інформації щодо ринків, на яких працюють підприємства, є вкрай важливою

Коефіцієнт покриття експортом імпорту за регіонами України, 2011-2016 рр.

Область	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вінницька	1,64	1,31	1,37	1,73	3,18	3,28
Волинська	0,76	0,60	0,58	0,90	1,02	0,54
Дніпропетровська	1,49	1,54	1,83	1,89	1,98	1,70
Донецька	4,28	3,42	3,06	3,96	3,07	3,09
Житомирська	0,92	1,43	1,58	2,32	1,79	1,44
Закарпатська	0,86	0,69	0,63	0,80	1,08	1,07
Запорізька	2,35	1,97	2,09	2,36	2,70	2,30
Івано-Франківська	0,78	0,84	0,82	1,01	1,27	1,41
Київська	0,43	0,41	0,42	0,49	0,65	0,58
Кіровоградська	1,80	2,22	3,53	4,07	3,86	2,32
Луганська	2,97	2,11	1,92	1,87	0,81	1,22
Львівська	0,48	0,40	0,49	0,53	0,83	0,75
Миколаївська	1,84	2,65	2,34	2,91	2,79	2,43
Одеська	0,48	0,42	0,47	0,86	1,79	1,23
Полтавська	2,08	2,57	2,39	1,94	1,82	1,70
Рівненська	0,91	1,10	1,47	1,67	1,87	1,25
Сумська	1,59	1,65	1,43	1,34	1,50	1,24
Тернопільська	0,63	0,70	1,04	1,18	1,12	1,07
Харківська	0,78	0,74	0,87	0,96	1,02	0,69
Херсонська	2,16	1,58	1,34	1,93	1,69	1,48
Хмельницька	0,63	0,82	1,01	1,46	1,55	0,96
Черкаська	1,78	1,75	1,55	1,50	1,90	1,63
Чернівецька	0,92	0,71	0,79	1,16	1,38	1,25
Чернігівська	0,85	1,00	0,95	1,32	1,45	0,91
м. Київ	0,43	0,49	0,46	0,57	0,60	0,53
м. Севастополь	1,54	1,10	0,93	н/д	н/д	н/д
АР Крим	1,72	0,62	0,88	н/д	н/д	н/д

Примітка: найкращі позиції регіонів виділені темним кольором, найгірші – сірим

Джерело: розраховано автором на основі даних Державної служби статистики України

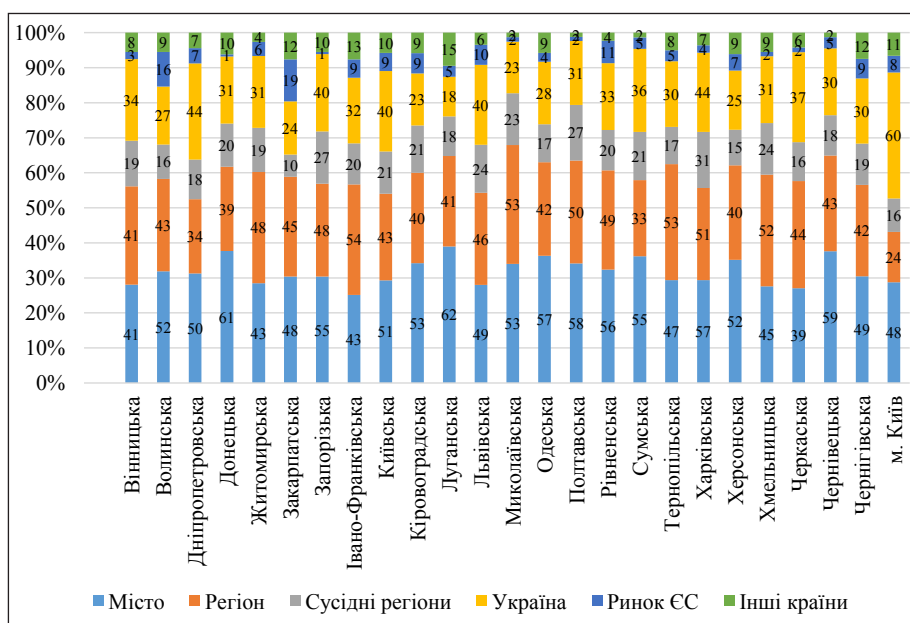


Рис. 1. Ринки, на яких працюють опитані підприємства, за регіонами за 2016 р., % опитаних [4, с. 312]

Темпи зростання прямих інвестицій (акціонерного капіталу) за регіонами України, 2011–2017 рр.

Область	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Вінницька	1,11	1,10	1,10	1,25	0,72	0,84	0,96
Волинська	0,66	1,33	1,31	0,90	0,79	0,91	1,01
Дніпропетровська	1,23	0,96	0,97	0,90	0,65	0,69	0,87
Донецька	1,16	0,82	1,00	1,06	0,61	0,75	0,71
Житомирська	1,10	1,35	1,10	1,08	0,72	0,86	0,97
Закарпатська	1,00	0,96	1,17	1,08	0,76	0,93	1,02
Запорізька	1,04	1,04	1,10	1,05	0,78	0,81	1,26
Івано-Франківська	0,80	1,27	1,03	1,27	1,14	0,90	0,99
Київська	1,06	1,09	1,05	1,09	0,90	0,91	0,95
Кіровоградська	0,75	1,14	1,53	1,62	0,48	0,74	1,12
Луганська	1,09	1,13	1,10	1,05	0,70	0,77	0,98
Львівська	1,05	1,10	1,01	1,05	0,87	0,92	1,01
Миколаївська	1,02	0,92	1,61	1,16	0,81	0,93	1,00
Одеська	1,06	1,10	1,33	1,03	0,86	0,93	1,00
Полтавська	1,22	1,27	1,34	1,13	0,98	0,96	1,00
Рівненська	1,01	0,94	1,07	1,05	0,83	0,82	0,80
Сумська	1,48	1,01	1,07	1,09	0,62	0,76	0,95
Тернопільська	0,90	1,04	1,03	1,08	0,81	0,88	0,98
Харківська	1,30	1,04	0,77	0,98	0,81	0,90	0,41
Херсонська	1,03	1,02	1,33	1,09	0,76	1,01	0,95
Хмельницька	0,83	1,02	1,10	1,09	0,84	0,88	0,96
Черкаська	1,30	0,99	3,09	1,01	0,58	0,68	0,96
Чернівецька	1,00	1,00	1,04	1,25	0,86	0,86	0,97
Чернігівська	1,07	1,06	1,04	1,22	0,78	0,92	2,62
м. Київ	1,18	1,16	1,11	1,08	0,78	0,96	1,16

Примітка: найкращі позиції регіонів виділені темним кольором, найгірші – сірим

Джерело: розраховано на основі даних Державної служби статистики України

для оцінювання потенціалу відкритості регіону. В цьому контексті важливим є запровадження накопичення цієї інформації на національному рівні в рамках обов'язкових статистичних спостережень.

З урахуванням сучасної тенденції до цифровізації світових економік важливим показником відкритості регіонів має стати їх цифрова відкритість. Такий показник також не формується в рамках традиційних статистичних звітів, проте може формуватися в процесі моніторингу конкурентоспроможності регіону за допомогою додаткових опитувань. Прикладом накопичення такої інформації також може стати «Щорічна оцінка ділового клімату в Україні» [5]. У табл. 7 представлено результати опитування щодо інструментів інтернет-комунікацій, які використовують підприємства для просування товарів або послуг.

Як представлено у табл. 7, до основних інтернет-комунікацій відносяться веб-сайт підприємств, їх присутність у соціальних мережах та на інтернет-майданчиках для продажу товарів/послуг; застосування інтернет-реклами, пошукової оптимізації, тендерних майданчиків; розміщення інформації про себе в інтернет-каталогах, запровадження e-mail-маркетингу.

Дослідження демонструє, що в середньому по Україні не використовує інтернет-технології для просування майже 31% опитаних підприємств. Так, наприклад,

у Чернігівській області цей показник найгірший та становить 47%. Також незадовільні показники мають Вінницька, Волинська, Кіровоградська, Миколаївська, Одеська, Херсонська, Чернівецька області.

Щодо лідерів інтернет-просування, то до них можна віднести Дніпропетровську, Запорізьку, Івано-Франківську, Київську, Харківську області, м. Київ (понад 45% опитаних мають власний веб-сайт).

Вкрай незадовільною є тенденція щодо застосування тендерних майданчиків (лише 1% від усіх опитаних підприємств), які є запорукою прозорості проведення торгів та ефективності використання не лише комерційних, але й державних коштів.

Одним з важливих показників відкритості регіонів є їх політична характеристика. Цей показник важко оцінити за допомогою традиційних статистичних спостережень. Найкращим серед наявних в Україні варіантів оцінки політичної характеристики регіонів є рейтинг «державо-партнер», «державо-перешкода», «державо-ворог», «баланс партнер/ворог», який відображає баланс довіри до держави. Цей рейтинг розраховується в рамках «Щорічної оцінки ділового клімату в Україні» [4]. Результати його оцінки за 2016 р. представлено в табл. 8.

Відповідно до цього дослідження серед усіх опитаних МСП 28% вважають державу ворогом бізнесу.

Цифрова відкритість регіонів України, 2016 р.

Область	Веб-сайт	Соціальні мережі (SMM)	Інтернет-майданчики для продажу товарів/ послуг	Інтернет-реклама (контекстна, банерна, медіа та тощо)	Пошукова оптимізація	Розміщення інформації про підприємство в інтернет-каталогах, «жовтих сторінках»	Е-mail-маркетинг	Не використовують Інтернет для просування	Тендерні майданчики
Вінницька	33	25	23	18	14	22	13	39	1
Волинська	32	36	14	20	11	25	16	36	0
Дніпропетровська	48	26	34	28	19	24	19	26	1
Донецька	42	27	35	24	14	33	17	30	2
Житомирська	41	31	19	26	17	15	9	35	0
Закарпатська	31	36	17	14	10	26	14	33	0
Запорізька	45	29	33	27	10	21	15	26	0
Івано-Франківська	52	21	25	30	5	32	11	32	2
Київська	47	33	27	22	16	19	10	31	1
Кіровоградська	32	26	23	11	6	6	9	38	0
Луганська	36	28	38	23	13	18	15	31	3
Львівська	45	40	25	27	14	35	12	27	1
Миколаївська	40	23	15	17	9	19	11	36	0
Одеська	37	32	18	27	17	22	12	36	0
Полтавська	39	30	31	16	14	17	8	34	0
Рівненська	40	29	36	16	9	36	13	24	0
Сумська	19	31	31	21	7	21	14	29	0
Тернопільська	42	36	14	30	9	28	18	33	0
Харківська	53	27	26	23	15	29	12	24	3
Херсонська	41	32	24	29	9	27	24	36	0
Хмельницька	36	19	16	19	7	14	10	29	2
Черкаська	42	29	31	26	10	15	6	29	0
Чернівецька	30	27	11	23	5	20	5	39	0
Чернігівська	30	28	28	14	14	21	12	47	0
м. Київ	66	36	38	33	23	27	17	20	1

Примітка: найкращі позиції регіонів виділені темним кольором, найгірші – сірим

Джерело: складено за джерелом [4, с. 329–330]

Ці опитані МСП увійшли до групи «держава-ворог». 14% зазначили, що держава є партнером бізнесу. Ці опитані МСП сформували групу «держава-партнер».

У Полтавській, Рівненській, Івано-Франківській та Дніпропетровській областях, а також у м. Києві в середньому 23% опитаних МСП вважають, що держава – це партнер.

У Вінницькій, Миколаївській, Житомирській, Чернігівській, Тернопільській областях також в середньому 23% опитаних МСП вважають, що держава – це ворог.

Щодо показника «баланс партнер/ворог», то найкращі показники продемонстрували Полтавська, Рівненська, Донецька, Кіровоградська області та м. Київ. Найгірші показники – Вінницька, Хмельницька, Миколаївська, Житомирська, Тернопільська області.

Висновки. В умовах глобалізаційних викликів оцінку відкритості економіки країни та її регіонів недоцільно

здійснювати лише за допомогою статистичних індикаторів, оскільки вони не забезпечують адекватну оцінку. Тому ефективнішою є оцінка конкурентоспроможності на основі поєднання результатів моніторингу за статистичними даними та міжнародними рейтингами.

Найсприятливішим є ділове середовище МСП у короткостроковому вимірі у Вінницькій області, оскільки позитивні оцінки ділового середовища у цій області переважують негативні. Найгірший показник індексу ділового середовища зафіксовано в Луганській області (-0,34).

За індексом ділової активності на перспективу до двох років у Вінницькій, Львівській, Рівненській та Тернопільській областях зафіксоване його найвище значення. Найгірший показник спостерігався у Чернівецькій області, що обумовлене тим, що значна частка МСП скоротили обсяги виробництва протягом двох попередніх років.

Рейтинги «держава-партнер», «держава-перешкода», «держава-ворог», «баланс партнер/ворог» за регіонами України, 2016 р.

Область	«Держава-партнер»	«Держава-перешкода»	«Держава-ворог»	«Баланс партнер/ворог»
Вінницька	7	3	25	1
Волинська	8	23	3	15
Дніпропетровська	21	5	16	18
Донецька	18	22	2	21
Житомирська	3	10	23	4
Закарпатська	1	25	4	7
Запорізька	19	14	5	20
Івано-Франківська	23	1	19	19
Київська	16	15	14	11
Кіровоградська	10	24	1	22
Луганська	9	21	9	12
Львівська	20	7	15	17
Миколаївська	6	6	24	3
Одеська	14	19	11	14
Полтавська	25	2	8	25
Рівненська	24	4	7	24
Сумська	12	17	13	10
Тернопільська	4	12	21	5
Харківська	17	16	12	16
Херсонська	13	11	18	8
Хмельницька	2	18	20	2
Черкаська	15	13	17	9
Чернівецька	11	20	10	13
Чернігівська	5	9	22	6
м. Київ	22	8	6	23

Примітка: найкращі позиції регіонів виділені темним кольором, найгірші – сірим

Джерело: складено за джерелом [8, с. 123]

За результатами моніторингу оцінки ділового клімату в Україні у 2016 р. найкращий показник зафіксовано у Вінницькій (0,25), Львівській (0,18), Рівненській (0,18), Тернопільській (0,17), Закарпатській (0,14) областях.

За індикаторами зовнішньоекономічної відкритості найкращі результати у 2016 р. спостерігалися у Вінницькій, Житомирській, Івано-Франківській, Київській та Львівській областях. Найгірші показники – у Луганській, Сумській, Харківській, Херсонській, Чернігівській областях. На ринку ЄС максимальну представленість мають підприємства Закарпатської (19%) та Волинської (16%) областей. На ринках інших країн максимальну представленість мають підприємства Луганської (15%), Івано-Франківської (13%) та Чернігівської (12%) областей.

В середньому по Україні не використовує інтернет-технології для просування майже 31% опитаних підприємств. У Чернігівській області цей показник найгірший та становить 47%; незадовільні показники також у Вінницькій, Волинській, Кіровоградській, Миколаївській, Одеській, Херсонській, Чернівецькій областях.

Щодо лідерів інтернет-просування, то до них можна віднести Дніпропетровську, Запорізьку, Івано-Фран-

ківську, Київську, Харківську області, м. Київ (понад 45% опитаних мають власний веб-сайт).

За оцінкою рівня довіри бізнесу до держави серед усіх опитаних МСП 28% вважають державу ворогом бізнесу. 14% зазначили, що держава є партнером бізнесу. У Полтавській, Рівненській, Івано-Франківській та Дніпропетровській областях, а також у м. Києві в середньому 23% опитаних МСП вважають, що держава – це партнер.

Моніторинг відкритості як основної компоненти конкурентоспроможності регіону за визначеною методикою вказує на досить неоднозначні результати, однак чітко характеризує криві процеси, що наявні в нашій державі. Крім того, варто ще раз наголосити на втраті довіри бізнесу до держави як до партнера та негативній динаміці кількості діючих підприємств. До регіонів з відкритою економікою умовно можна віднести Вінницьку, Львівську, Івано-Франківську та Закарпатську (хоча за окремими індикаторами відкритості ці регіони теж мали негативні тенденції). Втім, для надання об'єктивної оцінки існує потреба розроблення інтегрального показника, який би давав чітку карту конкурентоспроможності регіонів України, що й стане перспективою майбутніх досліджень.

Список використаних джерел:

1. Аніловська Г.Я. Відкрита економіка: проблеми економічної безпеки. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ, 2009. № 1. С. 36–47.
2. Михайленко О.Г. Показники та проблеми відкритої економіки України в умовах глобалізаційних процесів. URL: <https://dnu-wej.dp.ua/index.php/sgmev/article/view/43/53>.
3. Кремень О.І. Відкритість економіки та напрями її оцінки. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_31/Zmist/1PDF.pdf.
4. Щорічна оцінка ділового клімату в Україні: аналітичний звіт: національний та регіональний виміри. Матеріали сайту Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, 2018. URL: http://www.ier.com.ua/files/Projects/2015/LEV/ABCA2017/ABCA2016_full_report.pdf.
5. Рейтинг інформаційної відкритості веб-сайтів органів влади України обласного рівня та міста Києва. Матеріали сайту Інституту розвитку регіональної преси, 2018. URL: <https://itrp.org.ua/rejtyng-vidkrytosti-oda-oblrad>.

**МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА ОТКРЫТОСТИ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ
КАК КЛЮЧЕВОЙ КОМПОНЕНТЫ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Аннотация. В статье осуществлен мониторинг открытости регионов Украины на основе комплексного и систематизированного применения результатов международных рейтингов, индексов и статистических индикаторов. По результатам расчетов и наблюдений объективно определена и оценена динамика изменений индикаторов открытости регионов как основы их конкурентоспособности в условиях финансового и информационных кризисов.

Ключевые слова: регионы, конкурентоспособность, мониторинг, оценка, индексы.

**MONITORING AND EVALUATION THE OPENNESS OF UKRAINIAN REGIONS
AS A KEY COMPONENT OF THEIR COMPETITIVENESS**

Summary. The scientific article is devoted to monitoring of the openness of the regions of Ukraine on the basis of the integrated and systematic application of the results of international ratings, indexes and statistical indicators. According to the results of calculations and observations, the dynamics of changes in the indicators of regional openness as the basis of their competitiveness in the regions in the conditions of financial and information crises is objectively determined and evaluated.

Key words: regions, competitiveness, monitoring, evaluation, indices.

УДК 331.215.564

Васюренко Л. В.

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри обліку і аудиту
Луганського національного аграрного університету*

Vasurenko L. V.

*Candidate of economic sciences,
Lugansk National Agrarian University,
Senior Lecturer of Department of Accounting and Audit*

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РЕГУЛЮВАННЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Анотація. Стаття присвячена визначенню сутності поняття «фонд оплати праці» в системі організації оплати праці. Окреслено деякі інноваційні підходи як важелі регулювання фонду оплати праці, такі як здійснення вдосконалення організації оплати праці щодо її диференціації, впровадження напряду оплати за професійні знання і компетенції, систематизація показників, що враховуються під час встановлення диференційованої заробітної плати.

Ключові слова: організація оплати праці, фонд оплати праці, диференціація зарплати, мінімальна заробітна плата, трудові доходи, регулювання.

Вступ та постановка проблеми. У процесі організації оплати праці важливу роль відіграє управління фондом оплати праці. Як і в разі управління будь-яким іншим об'єктом, цей процес включає в себе такі складові, як планування, формування, контроль та оцінювання ефективності. Відсутність індивідуалізації заробітної плати (за фіксованого рівня мінімальної зарплати) без врахуван-

ня багатофакторності сутності поняття заробітної плати як винагороди за виконану кваліфіковану працю не дає можливості регулювати розмір фонду оплати праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження теоретично-методичних засад щодо організації оплати праці як системи загалом та таких складових, як регулювання фонду оплати праці, зо-

крема зробили В.М. Верера, С.А. Матюх, К.І. Складанна, О.О. Попкова, Н.М. Дмитренко, Г.І. Тибінка та інші провідні вітчизняні вчені. Але поза їхньою увагою залишається питання інноваційних підходів до вдосконалення регулювання фонду оплати праці в контексті диференціації заробітної плати.

Метою роботи є поглиблення методологічних підходів до розроблення інноваційних підходів у процесі регулювання фондом оплати праці.

Результати дослідження. В сучасних умовах організація оплати праці є складним та багаторівневим процесом, у якому поєднані інтереси всіх суб'єктів соціально-трудових відносин (працівників, роботодавців, держави), ринкові та неринкові механізми її формування та регулювання. Головними питаннями організації оплати праці є її нарахування, справедливість та прозорість. При цьому до роботодавця висуваються нові критерії оцінювання ефективності управління фондом оплати праці, що враховують характерні особливості та специфіку ведення бізнесу, структуру, політику й культуру управління персоналом, загальні цілі на ринку [1, с. 63].

Методичні підходи до організації оплати праці на сучасних підприємствах потребують суттєвого доопрацювання щодо одночасного збереження кадрового потенціалу та виявлення додаткових можливостей оптимізації фонду оплати праці без фінансових і кадрових втрат. Удосконалення організації оплати праці за допомогою інноваційних підходів на основі більш ефективного поєднання ринкового та неринкового механізмів є пріоритетним завданням державної політики, здійснення якого можливе лише на основі науково обґрунтованих рекомендацій.

У Законі України «Про оплату праці» та Кодексі законів про працю немає тлумачення терміна «фонд оплати праці». Так, О.О. Попкова зазначає, що поняття «заробітна плата» та «фонд оплати праці» є близькими за суттю, при цьому зміст другого в праці не розкрито [2, с. 115]. Ця економічна категорія є складною, і її не варто ототожнювати з іншими спорідненими, такими як «оплата праці», «заробітна плата». На відміну від наведених поглядів, Н.М. Дмитренко у своїй праці обґрунтувала відмінність між економічним змістом понять «фонд оплати праці» та «оплата праці» в системі національних рахунків. Оплату праці вона вважає ціною робочої сили, а фонд оплати праці – лише частиною цієї ціни [3, с. 8]. Спираючись на проведений аналіз наукових поглядів, пропонуємо таке визначення поняття «фонд оплати праці»: це інструмент базової компоненти регулювання організації оплати праці, який відображає фінансову сутність соціально-трудових відносин між працівником та роботодавцем.

На нашу думку, одним з важелів удосконалення організації оплати праці повинна бути диференціація рівня заробітної плати, тобто посилення залежності між оплатою та її продуктивністю, ділових якостей працівника. Найбільш широко диференціація заробітної плати застосовується для керівників і спеціалістів, дещо меншою мірою – для робітників. Диференціація здійснюється через укладання контракту між працівником і підприємцем [4, с. 128]. Базою диференційованої оплати залишається тарифна система. Підвищення досягається не тільки по вертикалі, тобто шляхом присвоєння більш високого розряду, але й за допомогою диференційованої оплати в рамках однієї тарифної ставки.

Впровадженню на фірмі індивідуалізованої системи оплати повинна передувати атестація робітничих місць, що включає перегляд організаційної структури підприємства, визначення усіх необхідних виробничо-господарських функцій та забезпечення відповідності між ними

та структурою робітничих місць на підприємстві. З огляду на функції, що закріплені за кожним робочим місцем, визначаються обов'язки працівників та критерії ефективності їх виконання. На основі цих даних визначаються індивідуальні рівні заробітної плати, надбавки та премії за досягнення відповідних показників ефективності праці. Основою диференціації заробітної плати є тарифна сітка. Одна змінна частина заробітної плати пов'язана із загальними колективними результатами роботи фірми, а друга – з індивідуальними результатами праці. Колективні надбавки виплачуються за результатами роботи за рік, результати оцінюються за зростанням товарообігу. Паралельно з цим і незалежно від колективного преміювання тільки управлінським працівником нараховується повністю індивідуалізована заробітна плата.

Розмір цієї заробітної плати встановлюється на початок кожного року з урахуванням ступеня відповідальності, професійного досвіду та трудових показників за минулий рік. За кожним рівнем відповідальності встановлюються мінімальний та максимальний розміри заробітної плати. Загальне зростання заробітної плати здійснюється і за мінімального, і за максимального розміру оплати всередині «вилки», результатом чого є зростання продуктивності праці. На нашу думку, диференційована система оплати праці може бути представлена показниками, що враховуються під час встановлення розміру винагороди за виконану роботу (табл. 1).

Таблиця 1

**Систематизація показників,
які можуть бути враховані під час встановлення
диференційованої заробітної плати**

Напрямок диференціації	Показники
Виконання планових розрахункових обсягів	Продуктивність праці; якість продукції; зниження браку; економія сировини; виконання норми виробітки.
Бальна оцінка результатів праці	Рівень кваліфікації працівника; кількість та якість випущеної продукції; кількість внесених раціоналізаторських пропозицій.
Дотримання правил внутрішнього розпорядку	Дисципліна праці.
Володіння професійними компетентностями	Результати атестації, результати виконання поточних завдань.

Джерело: систематизовано автором

Диференціація заробітної плати повинна базуватися на тому принципі, що підвищення основної заробітної плати, як і нарахування різних премій і надбавок, досить тісно пов'язується з конкретними результатами праці. Нині у середовищі підприємців чітко виявляється тенденція йти по такому шляху підвищення заробітної плати, що не мав би незворотного характеру, тобто за рахунок таких видів надбавок, що можуть переглядатися, тобто має бути присутня складова мотивації та стимулювання до покращення результатів праці.

Наступним інноваційним підходом до вдосконалення регулювання фонду оплати праці є сильне поширення оплати за знання і компетенції. Такі системи оплати праці називають мультикваліфікаційними. Рівень заробітної плати визначається знаннями та уміннями праців-

ників, широтою та різноманіттям їх професійних навиків. В основі такої оплати праці лежить почасова система. Така система винагороди за працю переважно застосовується для управлінців, фахівців і висококваліфікованих працівників, а її методологічною основою є концепція людського капіталу. Тісний зв'язок розміру заробітної плати з рівнем кваліфікації стимулює працівників до безперервного підвищення своєї професійної майстерності, що позитивно відбивається на конкурентоспроможності підприємства [5, с. 141].

На сучасному етапі розвитку соціально-трудових відносин в країні, інноваційним вектором у державному регулюванні організацією оплати праці, затребуване національним ринком праці, є додавання вітчизняних документів про присвоєння та здобуття відповідної кваліфікації фахівцями в наявні міжнародні класифікатори країн Європейського Союзу, що забезпечить так звану конвертованість дипломів за міжнародної міграції фахівців. За аналітичними показниками оцінки діяльності закладів вищої освіти українських і розвинених країн Європейського Союзу існують принципи відмінності в їхньому трактуванні та методах виміру. На нашу думку, використання методу оцінювання здобутих загальних та фахових компетентностей доповнить кваліфікації фахівців. Саме базові компоненти оцінювання вхідного рівня компетентності фахівця, зображені на рис. 1, в системі загальної оцінки знань, умінь і навичок потенційних претендентів на відповідну посаду дадуть змогу індивідуалізувати стартову заробітну плату.

На нашу думку, крім оцінки знань та умінь у професійній площині, важливу роль відіграють дані психологічного тестування. Наступним кроком перегляду розміру заробітної плати реального працівника має бути оцінювання поточного рівня компетентності фахівця. Оцінка праці пер-

соналу за оцінками фахівців країн ЄС повинна відбуватись не рідше одного разу на рік (по статистиці 75% працівників проходять оцінку раз на рік, а 25% – раз на півроку [3]).

Оцінювання ефективності праці має включати аналіз якості вирішення професійних основних завдань. Таке оцінювання повинне обов'язково мати комплексний характер, що дає змогу розглядати організацію оплати праці з різних боків, а потім одержувати узагальнені оцінки, на основі яких будується механізм формування базової ставки оплати праці. Під час аналізування елементів оплати праці поточне преміювання найбільше впливає на поведінку працівників і результати діяльності організації [2, с. 129]. Одним із критеріїв досконалої системи преміювання є ступінь зміни суми виплат залежно від загальних результатів діяльності суб'єкта господарювання. Для оцінювання трудового внеску працівника в програми поточного преміювання використовуються як фінансові, так і нефінансові показники, які свідчать про перевагу фінансових показників на загальногосподарському рівні.

Диференційні методи встановлення шкали значень оціночних показників ґрунтуються на статистичному аналізі або експертній оцінці. У суб'єктів господарювання зі складною організаційною структурою і безліччю підрозділів індивідуальні програми преміювання персоналу сильно поширені, однак конкретні значення шкали оціночних показників змінюються залежно від стадії життєвого циклу господарської діяльності та економічних умов у галузі. Ми вважаємо, що немає можливості створити єдину систему оцінювання і стимулювання для всіх категорій працівників, тому необхідно індивідуалізувати як заробітну плату, так і системи стимулювання для різних категорій персоналу.

Враховуючи проаналізований досвід розвинених країн щодо регулювання системи оплати праці та її окремих складових, в Україні можемо вдало використати окремі з них.

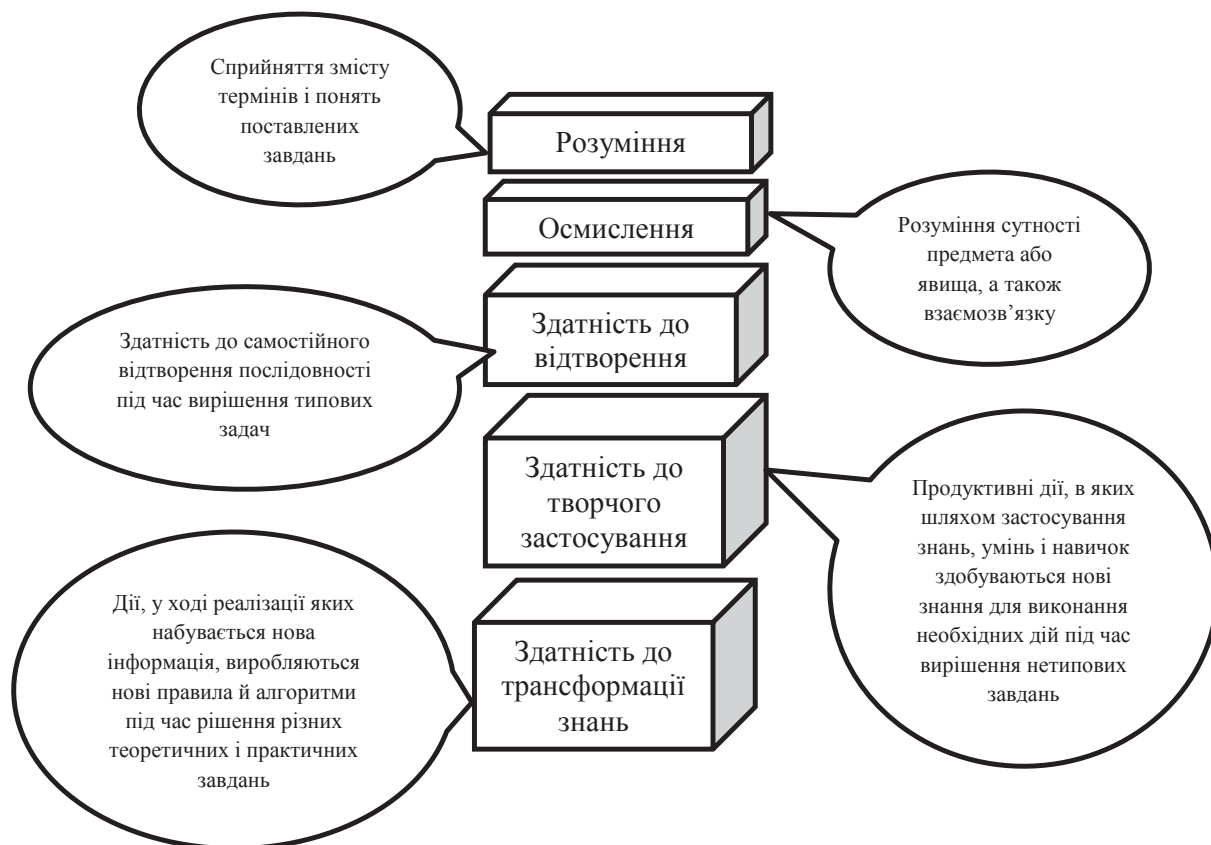


Рис. 1. Базові компоненти оцінювання вхідного рівня володіння компетентностями фахівцем

1) Серед систем оплати праці, на нашу думку, вдалою повинна бути орієнтація на досвід Німеччини та Великобританії, в яких система оплати праці побудована на стимулюванні зростання продуктивності та використанні індивідуальних контрактів. Таке впровадження дасть змогу мотивувати працівників виготовляти більшу кількість якіснішої продукції, а в укладених індивідуальних контрактах – прописувати всі умови праці. Такі заходи насамперед дадуть змогу ефективніше захищати права найманих працівників.

2) Широко застосовувати преміальну систему оплати праці, яка дає змогу диференціювати розміри заробітної плати залежно від індивідуальних результатів праці кожного працюючого.

3) Запровадити використання тарифної системи заробітної плати на підприємствах (організаціях) усіх видів економічної діяльності та форм власності, що має стимулювати підвищення кваліфікації працівників, індивідуальних результатів праці.

4) Використовувати проміжну модель формування мінімального розміру заробітної плати, яка визначатиметься у загальнонаціональних колективних угодах, які укладаються щорічно та поширюються на всіх зайнятих. Розмір мінімальної оплати праці повинен бути вище за прожитковий мінімум та значно вище за допомогу з безробіття, щоб мотивувати безробітних до пошуку роботи.

5) Проводити вибірково індексацією заробітної плати: для найманих працівників з низьким рівнем доходів – повністю, а з високим рівнем доходів – частково [6, с. 161].

Підсумовуючи вищевикладене, окреслимо такі вектори в інноваційних підходах до регулювання фонду оплати праці.

Доцільно використати правові норми й принципи європейських країн у сфері оплати праці для вдосконалення вітчизняного законодавства, що регулює заробітну плату. Це стосується визначення та запровадження мінімальної погодинної оплати праці, вдосконалення процедури колективно-договірного регулювання, захисту заробітної плати. Особливо це стосується колективно-договірного регулювання системи оплати праці, яке в сучасних умовах здобуває все більшого значення. Якщо в Трудовому кодексі Франції йому присвячено 62 статті, то в проекті Трудового кодексу України – значно менше, тому щодо цього його слід суттєво доопрацювати.

Вдосконалення в Україні потребує вся система колективно-договірного регулювання оплати праці. Вона має здійснюватися на принципах більш чіткого визначення повноважень та відповідальності всіх сторін переговорного процесу, забезпечення соціального партнерства, а не конфронтації, більшої гнучкості та адаптованості до мінливих умов використання найманої робочої сили.

В організації заробітної плати європейських країн значну роль відіграють різноманітні тарифні угоди, в яких фіксуються домовленості між працівниками і роботодавцями щодо умов праці, розміру, порядку оплати праці, захисту інтересів як працівника, так і роботодавця. Вони забезпечують високий рівень заробітної плати за умови ефективного використання трудових і матеріальних ресурсів. Для України доцільним було б використання так званих взірцевих колективних угод, що приймаються на провідних підприємствах. Їх положень могли б дотримуватися інші учасники колективних переговорів. Заслужує на увагу укладання договорів солідарності під час підписання галузевих угод, що давало би змогу усунути значну розбіжність в абсолютному та відносному рівнях оплати праці, а також вплинуло б на вирівнювання темпів зростання заробітної плати між західними та східними регіонами України.

Доцільно забезпечувати широке застосування на підприємствах України різноманітних багатофакторних та гнучких як тарифних, так і безтарифних систем оплати праці, що спрямовані на забезпечення більш тісної залежності між індивідуальними зусиллями працівника та розміром трудової винагороди.

Доцільно впроваджувати на підприємствах єдину гнучку тарифну систему, яка розробляється шляхом колективних переговорів на основі наукових рекомендацій і запроваджується як складова трудових угод. Запровадження єдиної гнучкої тарифної системи означає, по-перше, використання єдиної тарифної системи (СТС), по-друге, встановлення системи гнучких тарифних ставок (окладів). Застосування гнучкого тарифу пов'язане з реальним посиленням стимулюючої ролі основної (тарифної частини) заробітної плати. Через гнучкість тарифних ставок (окладів) забезпечуються реальні механізми врахування в тарифі відмінностей в ефективності праці конкретних працівників.

Гнучкі тарифи мають встановлюватися на півріччя, а потім переглядатися з урахуванням зміни індивідуальної продуктивності праці. За умов підвищення продуктивності й ефективності праці в поточному періоді гнучкий тариф має збільшуватися в наступному періоді, за зниження показників ефективності він може, навпаки, зменшуватися. Таким чином, гнучкий тариф дає змогу поряд зі стимулюванням підвищення кваліфікації працівників впливати на їхні індивідуальні результати праці.

Ефективною є оплата праці за системою оцінки володіння професійними компетентностями. Відомо, що, маючи однакову кваліфікацію, робітники завдяки своїм цільовим настановам і природним здібностям досягають різних результатів в роботі. Доцільна диференціація тарифних ставок залежно від індивідуальних результатів праці, а також певних особистих якостей робітника, тобто впровадження індивідуалізованої заробітної плати. Стимулювання за системою оцінки володіння професійними компетентностями може застосовуватися там, де мають місце великі розходження в кваліфікаційному рівні і практичному досвіді, а робітник може шляхом придбання більш глибоких знань, професійних навичок впливати на кількість і якість продукції, що випускається. Результати такої оцінки можуть не тільки використовуватися для визначення розмірів заохочення, але й враховуватися під час добору кандидатів на звільнення в період технічного переозброєння виробництва.

Особливо важливим для України є досвід нормування праці та забезпечення її зв'язку з оплатою. Проведене дослідження показало, що на більшості підприємств система нормування праці є малоефективною. Відродження нормування має базуватися на застосуванні досвіду провідних європейських компаній із розробки та застосування технічно обґрунтованих норм праці, де і тарифна, і нетарифна система оплати праці націлена на точний облік результатів праці кожного працівника.

Висновки. Використання досвіду європейських країн у сфері оплати праці необхідне для забезпечення переходу від низької вартості робочої сили до високого її рівня та наближення до європейських стандартів. Шляхом застосування ефективних систем оплати праці необхідно забезпечити суттєве зростання продуктивності, а на цій основі підвищення реальної заробітної плати. Доцільним є використання нагромадженого в європейських країнах досвіду щодо забезпечення залежності динаміки оплати праці від динаміки вартості життя.

Саме започаткування в системі організації оплати праці інноваційного підходу у формі диференціації роз-

міру заробітної плати методом оцінювання вхідного і поточного рівнів володіння компетентностями фахівця, а в подальшому застосування диференційних аспектів стимулювання і мотивації дасть змогу створити єдиний

комплекс взаємопов'язаних заходів для більш ефективного розв'язання проблем оплати праці в національній економіці, а на цій основі підвищити темпи економічного зростання України.

Список використаних джерел:

1. Складанна К.І. Підвищення ефективності управління фондом оплати праці на підприємстві. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2016. № 2. С. 61–67.
2. Попкова О.О. Структура фонду оплати праці як основа організації бухгалтерського обліку. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2012. № 721. С. 114–118.
3. Дмитренко Н.М. Науково-методичні підходи до прогнозування фонду оплати праці у системі макропоказників: автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.02.03. Київ, 2005. 19 с.
4. Тибінка Г.І. Шляхи вдосконалення регулювання оплати праці в Україні. Формування ринкової економіки в Україні: зб. наук. праць. Вип. 28. Львів: вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2012. С. 153–156.
5. Тибінка Г.І. Порівняльно-оціночний аналіз стану оплати праці за регіонами України. Інноваційна економіка. 2011. Вип. 3(22). С. 277–283.
6. Матюх С.А. Методи удосконалення оцінки праці управлінського персоналу в контексті євроінтеграційних процесів. Вісник Східноукраїнського національного університету імені В. Даля. 2005. № 12. С. 128–134.
7. Тибінка Г.І. Особливості регулювання оплати праці у ринкових системах зарубіжних країн та в Україні. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. 2012. Вип. 2(14). С. 158–164.
8. Braconier H., Echolm M. L'impact en Europe des delocalisations vers les pays mediterrians, jan. 2007.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕГУЛИРОВАНИЮ ФОНДА ОПЛАТЫ ТРУДА

Аннотация. Статья посвящена определению сущности понятия «фонд оплаты труда» в системе организации оплаты труда. Очерчены некоторые инновационные подходы как рычаги регулирования фонда оплаты труда, такие как осуществление совершенствования организации оплаты труда касательно ее дифференциации, внедрение направления оплаты за профессиональные знания и компетенции, систематизация показателей, учитываемых при установлении дифференцированной заработной платы.

Ключевые слова: организация оплаты труда, фонд оплаты труда, дифференциация заработной платы, минимальная заработная плата, трудовые доходы, регулирование.

INNOVATIVE APPROACHES TO THE REGULATION OF PAYROLL

Summary. The article is devoted determination of essence of concept “payroll” in the system of the organization wages. Described some innovative approaches as levers of regulation of the wage Fund: the improvement of organization of labor remuneration is in the direction of its differentiation, the implementation of direction of payment for professional knowledge and expertise, systematization of indicators to be considered when establishing a differentiated wage.

Key words: organization of wage, payroll, differentiation of wages, minimum wages, labor income, regulation.

Верхоглядова Н. І.
*доктор економічних наук, професор,
проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*
Сидоров О. А.
*здобувач кафедри обліку,
економіки і управління персоналом підприємства
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*

Verkhoglyadova N. I.
*Doctor of Science in Economics,
Professor, Vice-Rector for Scientific
and Pedagogical and Educational Work
Prydniprovs'ka State Academy of Civil Engineering and Architecture*
Sydorov O. A.
*Aspirant of Department of Accounting, Economics
and Human Resources Management of Enterprise
Prydniprovs'ka State Academy of Civil Engineering and Architecture*

ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Анотація. У статті досліджено сутність поняття «інтелектуальний потенціал». Розглянуто підходи до розуміння інтелектуального потенціалу, подано їх вичерпну характеристику. Обґрунтовано використання комплексного підходу до розуміння інтелектуального потенціалу. Досліджено взаємозв'язок між категоріями «інвестиційні ресурси», «інтелектуальний потенціал» та «інтелектуальний капітал». Надано авторське визначення інтелектуального потенціалу.

Ключові слова: потенціал, інтелектуальний потенціал, ресурси, інтелектуальні ресурси, інтелектуальний капітал.

Вступ та постановка проблеми. В рамках розбудови постіндустріальної економіки, що ґрунтується на знаннях, на перший план виходить здатність використовувати інтелектуальні ресурси та створювати нові рішення для задоволення суспільних потреб. Традиційно дослідженню ролі інтелектуального потенціалу в процесі створення суспільних благ приділялось менше уваги, ніж вивченню внеску у виробничий процес матеріальних активів. Однак останні тенденції свідчать про зростання інтересу до інтелектуального потенціалу. З огляду на це виникає необхідність уточнення змісту поняття «інтелектуальний потенціал» та вивчення його зв'язку зі спорідненими категоріями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних і практичних аспектів формування інтелектуального потенціалу присвячено роботи багатьох вчених, таких як Л. Едвінсон, В. Домарев, І. Капітан, В. Куценко, Ю. Гава, М. Розумний, І. Мойсеєнко, С. Мочерний, Б. Маліцький, О. Попович, В. Прошак, О. Тітова, С. Вовканич, О. Кендюхов, О. Зусь, Л. Мяснікова, О. Михайлова, В. Лаврентьев, А. Шаріна, Й. Ситник, В. Петренко, Б. Данилишин, А. Липовська, В. Волкова, В. Стрельбицька, В. Семиноженко, Б. Кваснюк, І. Шовкун, О. Моліна, С. Філіппова, К. Ковтуненко, О. Гончар, В. Нам'ясенко, Л. Диба, М. Семикіна, В. Гунько, С. Пасєка, С. Князь, Л. Холявка. Водночас слід зазначити, що погляди на сутність інтелектуального потенціалу потребують систематизації.

Метою роботи є систематизація підходів до визначення сутності поняття «інтелектуальний потенціал» та формування авторського бачення цього поняття на основі комплексу підходу.

Результати дослідження. Для повного розуміння феномена інтелектуального потенціалу пропонуємо об'єднати різноманітні погляди науковців, нестандартні та водночас варті уваги позиції дослідників інтелектуального потенці-

алу щодо тлумачення його сутності за підходами, що виокремлено нами під час дослідження поняття «потенціал».

Значна кількість науковців є прихильниками ресурсного підходу, за якого інтелектуальний потенціал – це сукупність інтелектуальних ресурсів, зокрема людських здібностей, творчих обдарувань, навичок, мотивацій, компетенцій, освітнього, культурного, морально-етичного, кваліфікаційного рівнів.

Л. Едвінсон відзначав, що інтелектуальний потенціал є особливим поєднанням людського капіталу (реальні та потенційні інтелектуальні здібності, а також відповідні практичні навички працівників компанії) та структурного капіталу (складові компанії), що задаються такими специфічними факторами, як зв'язки зі споживачами, бізнес-процеси, бази даних, бренди та системи інформаційних технологій [1, с. 430].

В. Домарев, характеризуючи інтелектуальний потенціал, виділяє такі його складові, як система науки та освіти, що включає державні та недержавні наукові заклади; комп'ютерне забезпечення (кількість комп'ютерів, їх якість, ступінь охоплення мережевим зв'язком); системи зв'язку (де визначальними є швидкість зв'язку, його надійність, захищеність від несанкціонованого доступу); бази даних на друкованих (бібліотеки) та електронних носіях; інтелектуальна власність у вигляді патентів, ліцензій, ноу-хау [2, с. 24].

І. Капітан вважає, що має сенс розглядати інтелектуальний потенціал лише у складі інноваційного потенціалу країни, виокремлюючи в його структурі також ринковий, фінансовий, техніко-технологічний, інформаційний, мотиваційний, комунікаційний, науково-дослідний [3, с. 130–137].

Такі науковці, як Ю. Гава, М. Розумний, визначають інтелектуальний потенціал як сукупність людського, матеріального та нематеріального потенціалу [4, с. 131; 5, с. 92].

І. Мойсеєнко стверджує, що інтелектуальний потенціал – це економічна система, що відображає сукупність зв'язків і відношень між елементами інтелектуального капіталу (персонал, ринкові активи, структурні активи, інтелектуальна власність), які встановлюються в процесі проектування, виготовлення, реалізації та споживання продукту й управління ними [6].

Отже, за ресурсного підходу інтелектуальний потенціал тісно пов'язаний з поняттям «інтелектуальні ресурси».

Прихильники функціонального підходу до тлумачення інтелектуального потенціалу переконані, що завдяки його ефективному використанню можуть бути виконані певні функції.

В економічному енциклопедичному словнику за редакцією С. Мочерного зазначено, що інтелектуальний потенціал – це сукупність розумових і творчих обдарувань людей і можливість їх збагачення, на основі яких формується їх здатність засвоювати нові знання та інформацію, а також використовувати їх для створення і впровадження нової техніки і технології, інших елементів продуктивних сил, а також усіх підсистем національної економіки [7].

Окремі автори, зокрема Б. Маліцький та О. Попович, у своїх дослідженнях акцентують увагу на необхідності впровадження в економічні процеси інноваційних механізмів, в основі яких лежить інтелектуальний потенціал [8, с. 7–13]. На їхню думку, він охоплює спектр культурно-освітніх, науково-технологічних і креативних особливостей, що характеризують пізнавальні й творчі можливості людської спільноти, а саме колективу, народу, країни, людства загалом. Характерною рисою інтелектуального потенціалу є здатність особи усвідомлено приймати раціональні, обгрунтовані рішення, вирішувати складні протиріччя у розвитку земної цивілізації тощо.

В. Петренко стверджує, що інтелектуальний потенціал – це прогнозована інтегральна здатність особистості або групи осіб (персоналу організації, підприємства, населення територіальної громади, регіону, країни, нації, людства) до створення нових духовних і матеріальних цінностей [9].

На думку В. Прошак, інтелектуальний потенціал – це сукупність знань, умінь і творчих обдарувань індивідів, їхньої освітньо-кваліфікаційний рівень, які дають змогу засвоювати набуті та творити нові знання, тобто це здебільшого можливості, якими володіє особа [10].

Як зазначає О. Тітова, інтелектуальний потенціал вбирає в себе основні властивості й одночасно має власний зміст, який визначається наявністю і прогресивним розвитком інтелектуальної власності; становленням креативного типу мислення працівників, що формує та реалізовує основні моделі відтворення кожної конкретної економічної системи та їх сукупності; переважним формуванням у такій системі інтелектуального центру, що охоплює поступово всю сукупність чинників виробництва, розподілу, обміну та споживання [2].

С. Вовканич визначає інтелектуальний потенціал як можливість нагромаджувати, створювати та використовувати нові знання, проекти, ідеї, моделі та іншу семантичну інформацію (науково-технічну, економічну, правову тощо), яка може стати інтелектуальною власністю України, сприяти її прогресивній та міжнародній інтеграції як повноправного партнера [11, с. 42].

О. Кендюхов визначає інтелектуальний потенціал як сукупність знань, умінь і творчих обдарувань індивідів, їх освітньо-кваліфікаційний рівень, які дають змогу засвоювати набуті та створити нові знання, тобто це здебільшого можливості, якими володіє особа [9, с. 12].

О. Зуєв, Л. Мяснікова визначають інтелектуальний потенціал як сукупну здатність суспільства накопичувати обсяги наукової та культурної інформації, переробляти її, використовувати та відтворювати; створювати системи виробництва й передачі знань [6]. На їхню думку інтелектуальний потенціал можна розглядати як готовність до генерування та освоєння інновацій (інтелектуальний потенціал розуміється як накопичення обсягу знань, інтелектуального рівня працівників, досвіду інноваційної діяльності, що у своїй сукупності складає основу для підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу).

О. Михайлова стверджує, що з точки зору якості робочої сили логічним виглядає визначення інтелектуального потенціалу як сукупності знань, умінь і творчих обдарувань індивідів, їхнього освітньо-кваліфікаційного рівня, що дає змогу засвоювати набуті та творити нові знання [6].

В. Лаврентєв та А. Шаріна визначають інтелектуальний потенціал як сукупність теоретичних знань, практичного досвіду та індивідуальних особливостей працівників, які виконують роботи, пов'язані зі створенням інновацій на промислових підприємствах та в організаціях [12, с. 84–85].

Згідно з трактовкою Й. Ситника інтелектуальний потенціал є прихованими відносними силами, знаннями особистостей і соціально-економічної системи для здійснення організаційно-управлінської, економічної, технологічної та іншої інтелектуально-продуктивної діяльності, які можуть реалізуватися у формі інтелектуального капіталу підприємства на ринкових та індивідуально-мотиваційних засадах [13].

За результативного підходу інтелектуальний потенціал орієнтований на досягнення певної мети шляхом отримання певного результату.

Б. Данилишин та В. Куценко конкретизують сутність поняття «інтелектуальний потенціал», вважаючи його цілеспрямованою діючою сукупністю працівників з відповідним освітньо-кваліфікаційним рівнем, тобто з їх знаннями та навичками [14, с. 18]. Автори переконані, що ефективне використання інтелектуального потенціалу може забезпечити сталий соціально-економічний розвиток національної економіки, що ґрунтується на відтворенні людського ресурсу.

А. Липовська інтелектуальний потенціал визначає як частину духовного потенціалу суспільства, спроможність інтелектуальної системи за певного рівня розвитку у певних просторово-часових рамках реалізувати свої можливості за наявності необхідних ресурсів та з метою задоволення і власних потреб, і потреб соціальної системи, до якої вона належить як підсистема [2].

В. Волкова та В. Стрельбицька вважають, що інтелектуальний потенціал – це здатність інтелектуальної системи до реалізації дослідно-пізнавальної та інтелектуальної діяльності за оптимальних умов її функціонування в інтересах досягнення поставлених цілей [15, с. 60].

Деякі науковці поєднують у своїх визначеннях ресурсний та результативний підходи до розуміння сутності інтелектуального потенціалу. Наприклад, на думку В. Семиноженка, Б. Кваснюка, І. Шовкуна, інтелектуальний потенціал має розглядатися як сукупність інтелектуальних ресурсів, що втілюють наукові здобутки суспільства, трудових ресурсів із притаманними їм інтелектуальними, освітніми та кваліфікаційними характеристиками, раціональне використання яких (в оптимальному співвідношенні з іншими економічними ресурсами) забезпечує досягнення нової якості економічного розвитку, що ґрунтується на знаннях [16].

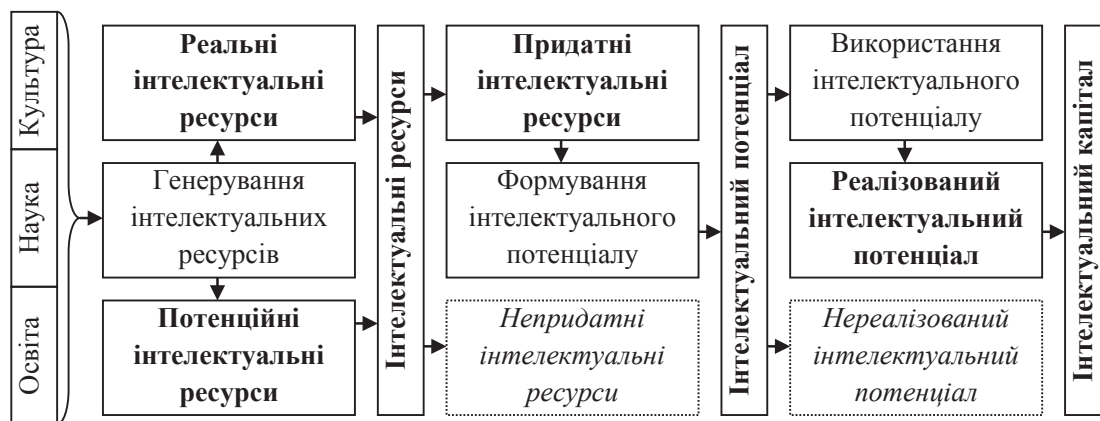


Рис. 1. Взаємозв'язок між категоріями «інвестиційні ресурси», «інтелектуальний потенціал», «інтелектуальний капітал»

Джерело: побудовано авторами

Л. Діба визначає інтелектуальний потенціал як можливість, надані інтелектуальними ресурсами в певний час і в майбутньому, які можуть бути використані для досягнення певної мети [17].

У своїй дослідженнях О. Моліна наголошує на тому, що інтелектуальний потенціал є сукупністю інтелектуальних якостей (інтелектуальних ресурсів), які можуть бути використані системою для вирішення завдань, що стоять перед нею, стосовно самозбереження та розвитку [18, с. 368].

С. Філіппова та К. Ковтуненко стверджують, що інтелектуальний потенціал визначається наявністю і прогресивним розвитком інтелектуальної власності, нематеріальних активів, а також знань та навичок працівників, що в комплексі зумовлює підвищення продуктивності праці й очікуваного економічного ефекту [19, с. 230].

О. Гончар, В. Нам'ясенко вважають, що інтелектуальний потенціал – це нематеріальний ресурс/актив підприємства, що є розумовими здібностями кожного працівника окремо, а також усього персоналу загалом, що завдяки синергії має здатність до постійного нагромадження та зростання в геометричній прогресії і може бути використаний сьогодні та в майбутньому для досягнення певних цілей [20, с. 57].

Низка вчених у своїх визначеннях інтелектуального потенціалу базуються на сполученні ресурсного та функціонального підходів. Так, М. Семикіна, В. Гунько, С. Пасека трактують інтелектуальний потенціал як сукупність усіх інтелектуальних ресурсів, включаючи людей, зайнятих працею в економіці, їх знання, інтелектуальні здібності, нематеріальні активи, які характеризують сукупні інтелектуальні можливості, що можуть бути використані в процесі функціонування економіки, перетворюючись на інтелектуальний капітал, забезпечуючи рух до прогресивних соціально-економічних перетворень, а можуть так і залишитися повністю або частково невикористаними [2].

С. Князь та Л. Холявка дають таке визначення інтелектуального потенціалу: це сукупність інтелектуальних ресурсів, а також цілісна, динамічна система, у якій всі інтелектуальні складові перебувають у взаємозв'язку і взаємодії. На їхню думку, інтелектуальний потенціал як система характеризується такими ознаками: інтелектуальний потенціал є сукупністю взаємодіючих між собою та із зовнішнім середовищем компонентів, які формують єдине ціле, що має загальні властивості; як цілісний

об'єкт інтелектуальний потенціал складається з компонентів, кожен з яких містить низку елементів, які взаємодіють між собою та із зовнішнім середовищем; кожному компоненту інтелектуального потенціалу притаманні певні властивості, які відрізняють його від інших компонентів; у своїй взаємодії і взаємозв'язку компоненти інтелектуального потенціалу забезпечують виконання поставлених завдань заради досягнення визначеної мети [21, с. 192]. Такий підхід комплексно характеризує інтелектуальний потенціал.

Автори наводять таке визначення інтелектуального потенціалу: система інтелектуальних ресурсів, які у своїй взаємодії і взаємозв'язку створюють внутрішні, актуальні в певний період часу можливості підприємства для провадження інноваційно-спрямованої господарської діяльності з метою забезпечення його конкурентних переваг [21, с. 192].

Ці автори є єдиними, хто дотримується комплексного підходу до трактування інтелектуального потенціалу. Варто погодитись із цими науковцями щодо того, що інтелектуальний потенціал має включати інтелектуальні ресурси, які можуть використовуватися для здійснення інноваційно-спрямованої діяльності, виконуючи інноваційну функцію. Водночас якщо розглядати інтелектуальний потенціал на макрорівні, то, на нашу думку, потребують уточнення цілі, з якими здійснюються формування та використання інтелектуального потенціалу з конкретизацією ресурсів, які можуть вважатися інтелектуальними.

Такий взаємозв'язок може бути відображений на рис. 1.

Висновки. Таким чином, обґрунтовано застосування комплексного підходу до розуміння сутності поняття «інтелектуальний потенціал». Встановлено, що в науковій, освітній та культурній сферах генеруються реальні та потенційні інтелектуальні ресурси. Інтелектуальні ресурси можуть бути придатними або непридатними для формування інтелектуального потенціалу. Саме придатні інтелектуальні ресурси формують інтелектуальний потенціал. Лише в тому разі, коли інтелектуальний потенціал набуває форми реалізованого, створюється інтелектуальний капітал.

Отже, на нашу думку, інтелектуальний потенціал – це частина інтелектуальних ресурсів, що мають потенційну здатність у процесі свого формування та використання перетворюватись на інтелектуальний капітал.

Список використаних джерел:

1. Эдвинссон Л., Мэлоун М. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В. Иноземцева. Москва: Academia, 1999. С. 429–447.
2. Семикіна М., Гуньо В., Пасека С. Интеллектуальный потенциал: соціальні виміри використання та розвитку: колективна монографія / за ред. М. Семикіної. Черкаси: МАКЛАУТ, 2012. 336 с.
3. Капітан І. Формування структури інноваційного потенціалу підприємств й управління його розвитком. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 12. С. 130–137.
4. Гава Ю. Интеллектуальный капитал – шлях до економічного зростання України. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 4. С. 129–134.
5. Розумний М. Интеллектуальный потенциал України: проблема реалізації. Наукові записки інституту журналістики. 2003. Т. 12. С. 90–93.
6. Мойсеєнко І. Управління інтелектуальним потенціалом: монографія. Львів: Аверс, 2007. 304 с.
7. Економічний енциклопедичний словник: у 2 т. / за ред. С. Мочерного. Львів: Світ, 2005. 616 с.
8. Маліцький Б., Попович О. Стан використання вітчизняного інтелектуального потенціалу. Интеллектуальна власність. 2005. № 12. С. 7–13.
9. Петренко В. Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах: монографія. Івано-Франківськ: Нова Зоря, 2006. 352 с.
10. Прошак В. Вплив освіти та науки на формування інтелектуального потенціалу України. Формування ринкової економіки в Україні: наук. посібник. Львів: Інтереко, 1999. С. 495–500.
11. Вовканич С. Соціогуманістична стратегія інтелектуального забезпечення інноваційного розвитку. Регіональна економіка. 2004. № 3. С. 41–52.
12. Лаврентьев В., Шарина А. Интеллектуальный потенциал предприятия: понятие, структура и направления его развития. Креативная экономика. 2009. № 2(26). С. 83–89.
13. Ситник Й. Интеллектуальный потенциал як фактор інтелектуалізації систем менеджменту підприємства. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2012. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evkpi/2012/6MO/42.pdf.
14. Данилишин Б., Куценко В. Відтворення інтелектуального потенціалу у контексті розвитку знаннєвої економіки. Вісник НАН України. 2004. № 7. С. 15–24.
15. Волкова В., Стрельбицкая Л. Роль высшей школы в формировании интеллектуальных ресурсов НТП. Интеллектуальные ресурсы развития научно-технического прогресса: тез. докладов (Нальчик, 23–27 мая 1988 г.). Москва: ВНИИПИ, 1988. С. 59–62.
16. Сучасні виклики XXI століття суспільству та економіці України: в 3 т. / за ред. В. Гейця, В. Семиноженка, Б. Кваснюка. Київ: Фенікс, 2007. 544 с.
17. Диба Л. Сутність понять «інтелектуальний потенціал» та «інтелектуальний капітал» як економічних категорій. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2011. Вип. 17. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_1/Dyba.pdf.
18. Моліна О. Підвищення конкурентоспроможності регіону на основі удосконалення відтворення його освітнього потенціалу. Вісник соціально-економ. дослідж. 2010. Вип. 40. С. 365–372.
19. Філіппова С., Ковтуненко К. Интеллектуальный потенциал як головний чинник формування інтелектуального капіталу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. 2013. № 754. С. 227–232. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPP_2013_754_34.
20. Гончар О., Нам'ясенко В. Интеллектуальный потенциал як один із основних факторів розвитку промислового підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2013. № 3. Т. 2. С. 55–58.
21. Князь С., Холявка Л. Складові системи формування інтелектуального потенціалу підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2014. Вип. 6(2). С. 191–194. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_6\(2\)_51](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_6(2)_51).

ПОДХОДИ К ПОНИМАНІЮ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛА

Аннотация. В статье исследована сущность понятия «интеллектуальный потенциал». Рассмотрены подходы к пониманию интеллектуального потенциала, предоставлена их исчерпывающая характеристика. Обосновано использование комплексного подхода к пониманию интеллектуального потенциала. Исследована взаимосвязь между категориями «инвестиционные ресурсы», «интеллектуальный потенциал» и «интеллектуальный капитал». Предоставлено авторское определение интеллектуального потенциала.

Ключевые слова: потенциал, интеллектуальный потенциал, ресурсы, интеллектуальные ресурсы, интеллектуальный капитал.

APPROACHES TO INTELLECTUAL POTENTIAL

Summary. The essence of the concept of “intellectual potential” is explored. Approaches to the understanding of intellectual potential are considered, their comprehensive characterization is given. The use of the integrated approach to the understanding of intellectual potential is substantiated. The interrelation between the categories “investment resources”, “intellectual potential” and “intellectual capital” are investigated. Author’s definition of intellectual potential is provided.

Key words: potential, intellectual potential, resources, intellectual resources, intellectual capital.

УДК 339.9:005.44(045)

Гаврилко Т. О.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
факультету економіки та бізнес-адміністрування
Національного авіаційного університету*

Гавриленко А. В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
факультету економіки та бізнес-адміністрування
Національного авіаційного університету*

Gavrillo T. A.

*PhD in Economics,
Associate Professor of Department of Finance and Accounting,
Faculty of Economics and Business-Administration
National Aviation University*

Gavrilenko A. V.

*PhD in Economics,
Associate Professor of Department of Finance and Accounting,
Faculty of Economics and Business-Administration
National Aviation University*

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ СВІТОВОГО РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. У статті досліджено розвиток світового ринку авіаційних послуг в умовах глобальних трансформацій. Оцінено регіональне зростання світового ВВП. Проаналізовано динаміку перевезень пасажирів повітряним транспортом у світі. Досліджено країни-лідери світового ринку авіаційних перевезень. Розглянуто прогноз світового пасажирообороту до 2036 року.

Ключові слова: повітряний транспорт, авіаційні послуги, пасажиропотік, пасажирські авіаперевезення, пасажирооборот, економічне зростання.

Вступ та постановка проблеми. В умовах глобалізації світової економіки авіаційний комплекс держави стає важливим елементом інтеграції країн в сучасну систему міжнародних економічних зв'язків. Він має особливе значення для розв'язання соціально-економічних задач, підвищення якості життя населення країни та належить до стратегічно важливих секторів економік держав. Розвиток та вдосконалення повітряно-транспортної системи дає змогу налагодити тісні соціальні та економічні взаємозв'язки з іншими країнами, розширити потенційні ринки збуту авіабудівної продукції, забезпечити участь авіапідприємств у виконанні іноземних проектів та посісти гідне місце у глобальному конкурентному середовищі авіатранспортних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми розвитку міжнародних авіаційних перевезень присвячено наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема О.Ф. Аксенова, І. Ансоффа, В.Д. Бордунова, О.А. Гуревича, Р.Р. Гудими, К.І. Загребмо, Т.О. Коломоїця, В.К. Колпакова, С.П. Корольова, Л.К. Каденюка, Ф. Котлера, В.С. Лукінського, Л.Б. Міротіна, А.Г. Некрасова, В.І. Сергєєва, А.І. Семеновко, Л.В. Фролової, Дж. Чойа, Н.І. Чухрай, Ш.К. Шкарпури, В.В. Щербакова.

Проте, незважаючи на такий значний обсяг досліджень у цій сфері, ціла низка аспектів цього напрямку ще недостатньо вивчена з позицій змін світового ринку авіаційних послуг в умовах глобальних трансформацій.

Метою роботи є дослідження трансформаційних змін світового ринку авіаційних послуг в умовах глобалізації.

Результати дослідження. Авіаційний транспорт нині є однією з найбільш важливих галузей світової економіки, технічні та сервісні досягнення якого роблять його високоефективним інструментом розвитку сучасного суспільства. Прямий щорічний економічний ефект від діяльності світового цивільного повітряного флоту становить понад 700 млрд. дол. США. Щорічне зростання пасажиропотоку останніми роками становить 6–7%. Реалізація продукції майже 25% компаній у світі залежить від повітряного транспорту, при цьому для 70% представників бізнесу використання цивільних літаків є ключовим фактором розширення ринку [1].

Постійно зростаюча потреба в різних видах авіаційних перевезень привела до створення комплексної повітряної транспортної системи нового покоління, що володіє достатньою гнучкістю та економічною ефективністю. Під час побудови перспективної транспортної системи вирішення завдання досягнення максимальної мобільності в повітряному просторі стає одним з основних факторів, що впливають на подальший розвиток галузі. Нова конфігурація повітряного простору вимагає розроблення літаків поліпшеної конструкції, здатних виконувати польоти по складних траєкторіях в умовах інтенсивного повітряного руху [2].

Жорсткі стандарти побудови повітряної транспортної системи наступного покоління також висувають особливі вимоги до розвитку наземної інфраструктури аеропортів і до самих авіакомпаній.

Для подальшого зниження тимчасових і фінансових витрат по послугах, що надаються службам аеропор-

тів, необхідно в перспективі вирішувати такі завдання: формувати нові бізнес-моделі щодо розподілу «вікон в розкладах» для авіаперевізників та управління графіком повітряного руху; впроваджувати максимально автоматизовані комплекси обробки пасажирських і вантажопотоків; створювати більш ефективну систему управління рухом по льотному полю і координації часу злетів/посадок.

В умовах зростаючої конкуренції у сфері повітряних перевезень авіакомпанії зіткнуться з необхідністю надавати великі обсяги послуг для пасажирів і під час доставки вантажів. Введення поїздок за схемою “gate-to-gate” дає змогу об'єднати всі етапи польоту пасажирів і переміщення вантажів. Водночас основними критеріями комфорту для пасажирів залишається зручний розклад і його точне дотримання, якісні послуги на борту, наявність компенсацій за можливі затримки в розкладі зльоту/посадки [1].

Темпи зростання показників світової економіки, необхідність створення нових робочих місць, задоволення майбутнього попиту на повітряні перевезення, надання якісних послуг відповідно до потреб пасажирів та вимог авіакомпаній, а також підтримка іміджу авіації як найбільш екологічного і безпечного виду транспорту в про-

гнозний період будуть ключовими факторами, що впливають на динамічний розвиток ринку авіаційних перевезень.

Відповідно до очікувань більшості експертів основне економічне зростання в майбутні десятиліття (2017–2036 роки) пов'язується з Китаєм та Азійсько-Тихоокеанським регіоном загалом, які будуть демонструвати темпи зростання, що суттєво випереджають середньосвітовий рівень. Лише регіони Близького Сходу, Африки та Латинської Америки вийдуть на рівень, який вище середньосвітових темпів зростання ВВП. Північна Америка, Європа та Росія за темпами зростання ВВП будуть значно поступатися лідерам і відставати від середньосвітового рівня [2] (рис. 1).

Згідно з прогнозними даними IATA (Міжнародна асоціація повітряного транспорту) в “Economic performance of the airline industry” у 2017 році понад 4 млрд. осіб скористалися послугами повітряного транспорту для виконання ділових і туристичних поїздок. Порівняно з 2016 роком кількість перевезених пасажирів збільшилася на 7,5%, згідно з поточними прогнозами, до 2018 року має перевищити 4,3 млрд. осіб. Тобто у 2017 році авіарейсами скористалися рекордні 4,081 млрд. людей по всьому

світі, а авіакомпаніями було виконано близько 37 млн. рейсів [3] (рис. 2).

Згідно з даними ІКАО імпульс розвитку авіаперевезень у 2017 році додав збільшення обсягу інвестицій в економіку країн, що розвиваються, а також вплинув на зростання кількості лоукостерів, що пропонують квитки за мінімальними цінами з мінімальним рівнем обслуговування. Лоукостери у 2017 році перевезли 1,2 млрд. пасажирів, що становить близько 30% від загальної кількості. Вантажні перевезення у 2017 році збільшилися на 9,6%, що дало змогу заявити про суттєві обсяги зростання [2].

Варто зазначити, що низька ціна на нафту дала змогу авіакомпаніям стримати зростання цін, отже, стимулювати перевезення. Ціна на авіагаз у 2017 році збільшилася на 25% порівняно з 2016 роком та стала найнижчим показником за останні десять років [4].

Розгляд ретроспективи світового пасажирообороту в період з 1970 по 2016 роки демонструє, що раніше відзначалися періоди уповільнення загального зростання, які були пов'язані зі складними процесами загальносвітового значення в економічній (паливна криза 70-х років ХХ ст. або банківська криза 2008 року) та геополітичній сферах (криза в Перській затоці початку 90-х років, терористична атака 9/11, війна в Іраку). Прогноз динаміки пасажирообороту до 2036 року передбачає зростання із 7 до 17 трлн пас./км в тому разі, якщо нові драматичні події не втрутяться в поточні прогнозні очікування [1].

Якщо порівняти динаміку міжнародних і внутрішніх перевезень

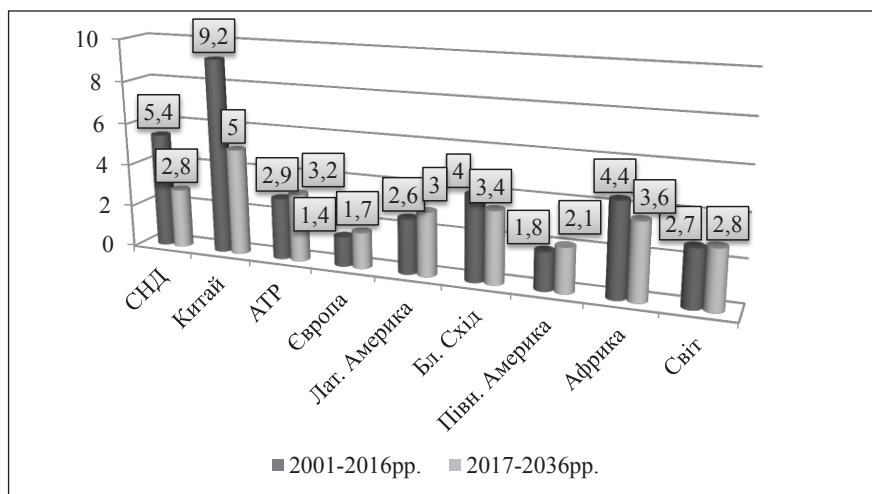


Рис. 1. Регіональне зростання світового ВВП у 2001–2016 роках, прогноз на 2017–2036 роки (%)

Джерело: розроблено авторами за даними джерела [2]

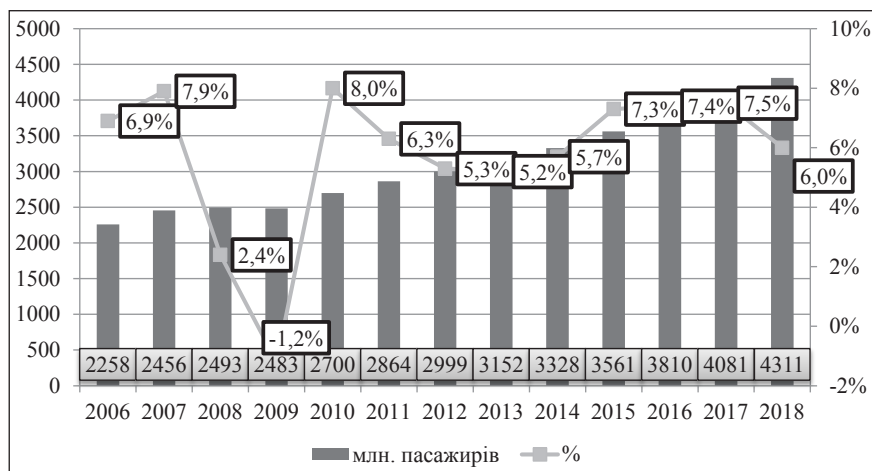


Рис. 2. Динаміка перевезень пасажирів та темпи зростання/спадання повітряним транспортом у світі у 2006–2017 роках, прогноз на 2018 рік (млн. пасажирів, %)

Джерело: розроблено авторами за даними джерела [3]

пасажирів у світі у 2006 та 2016 роках, то можна помітити, що кількість пасажирів за досліджуваною період зросла майже в 2 рази. Загальна кількість пасажирів, перевезених на регулярних рейсах у 2016 році, зросла до 3,81 млрд. пасажирів, що на 7,4% більше, ніж у попередньому році, а кількість відправлень повітряних суден у 2016 році досягла 35,4 млн., що на 3,7% більше, ніж у 2015 році [5].

Обсяг регулярних пасажирських авіаперевезень, виражений у виконаних комерційних пасажиро-кілометрах (КПК), показав приріст на 7,4%, склавши 7 124 млрд. КПК, виконаних у 2016 році. Згідно з прогнозними даними ІКАО у 2021 році він становитиме 9 трлн. пас./км, у 2026 році – 11,5 трлн. пас./км, у 2031 році – рівно в 2 рази більше, ніж у 2016 році, а саме 14,2 трлн. пас./км. Рекордним обсяг пасажирських авіаперевезень буде в 2036 році, а саме 17,1 трлн. пас./км [2] (рис. 3).

Пасажирські авіаперевезення одними з перших реагують на зміну макроекономічного клімату. Динаміку розвитку індустрії авіаперевезень уже давно визнано одним із ключових індикаторів економічного благополуччя конкретних регіонів і світу загалом. Внаслідок цього світовий повітряний транспорт характеризується високою концентрацією регіональних перевезень.

За географічним розподілом у 2017 році Європа залишається найбільшим авіаринком світу, займаючи 37% від загального обсягу перевезень і демонструючи стійке зростання у 8,1% до 2016 року [4] (рис. 4).

Друге місце посідає Азійсько-Тихоокеанський регіон з часткою в 29% та приростом у 9,6%. Близький Схід складає 14% та 11,2% темпів зростання у 2017 році. Північна Америка займає 13% глобального ринку, демонструючи найповільніше зростання в 4,9% серед інших регіонів. На Латинську Америку і Карибську зону разом припадають 4% світових авіаперевезень, при цьому регіон зростає швидше за інших, маючи збільшення в 10% до 2016 року. Африка займає 3% світового ринку, демонструючи зростання в 7,6%, що трохи краще за попередні показники [3].

Традиційно найбільший обсяг світового парку повітряних суден зосереджений в мережевих авіакомпаніях. Водночас низькобюджетні авіаперевізники останніми роками також розвиваються досить динамічно. Однією з останніх тенденцій стало взаємопроникнення елементів різних бізнес-моделей авіакомпаній, що призвело до ускладнення їх класифікації по групах.

Варто зазначити, що 2017 рік став найбезпечнішим за всю історію авіації. З 1 січня до полудня 31 грудня 2017 року у світі відбулось 9 авіакатастроф, в результаті яких загинули 67 осіб. Це найнижчі показники за всю історію авіації, про що повідомляє "Aviation Safety Network" (ASN) [6].

Можливості населення щодо використання повітряного транспорту в найближчі 20 років продовжать рости:

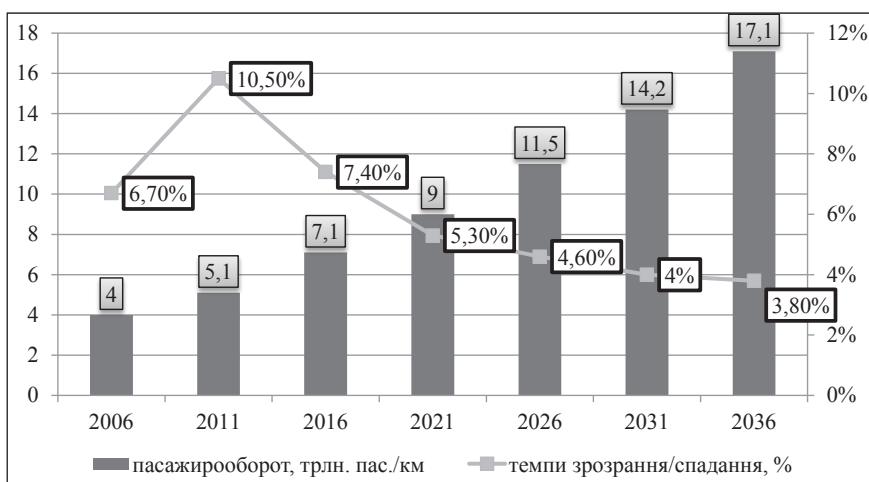


Рис. 3. Динаміка світового пасажирообороту та темпи зростання/спадання у 2006–2016 роках, прогноз на 2017–2036 роки (трлн. пас./км, %)

Джерело: розроблено авторами за даними джерела [2]

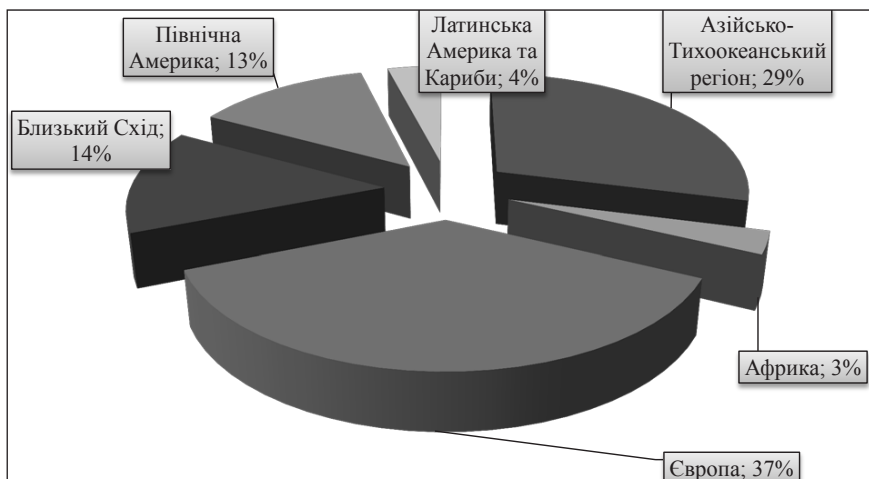


Рис. 4. Регіональний розподіл повітряних перевезень пасажирів у світі у 2017 році (%)

Джерело: розроблено авторами за даними джерела [3]

лідерами зростання стануть КНР, країни Латинської Америки і Близького Сходу, при цьому загальносвітові темпи зростання авіамобільності трохи сповільняться порівняно з попереднім десятиліттям, що пов'язане з процесами насичення ринку [7].

Згідно з даними IATA в регіональному прогнозі галузі до 2022 року Китай обжене США за обсягом перевезень вантажів і пасажирів, а також стане лідером світового авіарейтингу. Останнім часом китайські авіакомпанії значно розширили свої міжнародні напрямки. Розширення авіаринку змушує чиновників розвивати інфраструктуру, а виробників – створювати нові повітряні судна. Уряд КНР поставив за мету за 2016–2020 роки побудувати 44 нові аеропорти до тих 30, які споруджують зараз [7].

Згідно з даними IATA в найближчі 20 років вплив Європи на світовий ринок авіаперевезень падатиме, а Азії – посилюватиметься. У десятку країн-лідерів увійдуть «азійські новачки», а саме Індія, Індонезія, Таїланд і Туреччина, а Франція та Італія позбудуться головних позицій в авіарейтингу [8].

У 2017 році цей рейтинг ще очолюють США, на другому місці КНР, третіми йдуть ОАЕ. Також до п'ятірки лідерів входять Великобританія та Німеччина [3] (рис. 5).

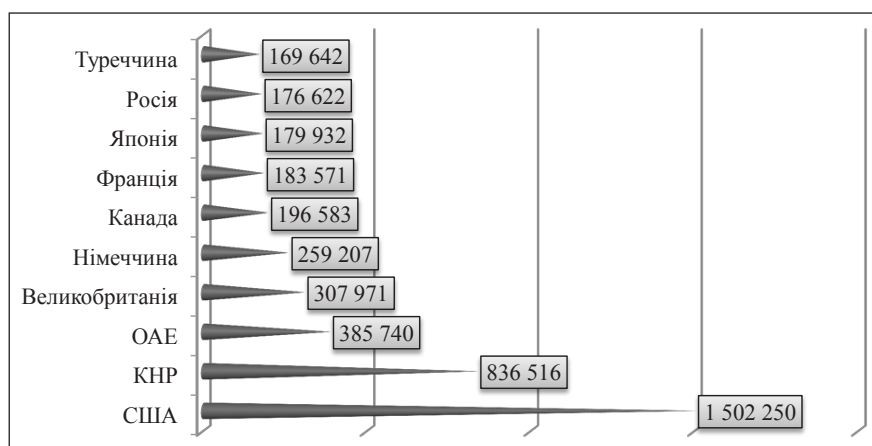


Рис. 5. Країни-лідери світового ринку авіаційних перевезень у 2017 році (млн. пас./км)

Джерело: розроблено авторами за даними джерела [3]

Зазначимо, що за допомогою міжнародних авіаційних організацій забезпечується нормальне функціонування міжнародної цивільної авіації, створення та розвитку норм міжнародного повітряного права. Провідне місце серед них посідають Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО) та Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА), які вже багато років вносять свій вклад у стабільний та безпечний розвиток міжнародних авіаційних перевезень у світі. Так, під безпосереднім контролем ІКАО та ІАТА відбувається близько 95% пасажирських авіаперевезень по всьому світі.

Висновки. Отже, згідно з оцінками таких двох найавторитетніших міжнародних авіаційних організацій, як Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО) та Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА), світова авіаційна галузь у 2017 році мала тенденції до стабільного зростання.

Згідно з попередніми підсумками ІАТА у 2017 році понад 4 млрд. осіб скористалися послугами повітряного транспорту для виконання ділових і туристичних поїздок, що на 7,5% більше, ніж у 2016 році, а до 2018 року ця кількість має перевищити 4,3 млрд. осіб.

Список використаних джерел:

1. Обзор рынка 2017–2036. URL: <http://uacrussia.ru/upload/iblock/9f3/9f381b3b71c64fc49e94e91076549c2d.pdf>.
2. Офіційний сайт Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО). URL: <http://www.icao.org>.
3. Офіційний сайт Міжнародної асоціації повітряного транспорту (ІАТА). URL: <http://www.iata.org>.
4. Офіційний сайт Європейської конференції цивільної авіації. URL: <http://www.ecac-ceac.org>.
5. IATA-Economic-Performance-of-the-Industry-end-year-2017-report.pdf. URL: <http://www.iata.org>.
6. Офіційний сайт Федеральної Авіаційної Адміністрації США (ФАА). URL: <http://www.faa.gov>.
7. Regional Briefing - Asia-Pacific - December 2017. URL: <http://www.iata.org/Reports/regional-reports/Asia-Pac-Dec17.pdf>.
8. G20 leaders (and IATA) call for action on trade facilitation. URL: <http://www.iata.org/Reports/chart-of-the-week/chart-of-the-week-12-jan-2018.pdf>.
9. Passenger load factor rises above 82% for the first time. URL: <http://www.iata.org/Reports/chart-of-the-week/chart-of-the-week-19-Jan-2018.pdf>.
10. What's the outlook for regional financial performance in 2018? URL: <http://www.iata.org/Reports/chart-of-the-week/chart-of-the-week-12-jan-2018.pdf>.

ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ МИРОВОГО РЫНКА АВИАЦИОННЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация. В статье исследовано развитие мирового рынка авиационных услуг в условиях глобальных трансформаций. Оценен региональный рост мирового ВВП. Проанализирована динамика перевозок пассажиров воздушным транспортом в мире. Исследованы страны-лидеры мирового рынка авиационных перевозок. Рассмотрен прогноз мирового пассажирооборота до 2036 года.

Ключевые слова: воздушный транспорт, авиационные услуги, пассажиропоток, пассажирские авиаперевозки, пассажирооборот, экономический рост.

Варто зазначити, що світовий ринок авіаційних перевезень у 2017 році отримав валовий чистий прибуток у розмірі 34,5 млрд. дол. США. Згідно з прогнозами ІАТА прибутки світової індустрії авіаперевезень на поточний 2018 рік досягнуть 38 млрд. дол. США, що пов'язане з рекордною завантаженистю авіарейсів та успішними діями авіакомпаній щодо скорочення витрат. Крім того, середня ціна нафти знизилася цього року, що дало змогу стримати витрати на паливо авіаперевізників [10].

ІАТА прогнозує, що авіакомпанії в усіх регіонах світу будуть беззбитковими у 2018 році, але обсяги й темпи зростання прибутку будуть різнитися. Основними чинниками зростання залишаються сильний

попит в Китаї та інтерес до далекомагістральних перевезень. Рентабельність компаній у Північній Америці підтримують серйозні структурні реформи [10].

Щодо прогнозу на 2018–2036 роки, то світове економічне зростання (ВВП) очікується в середньому щорічно на 2,8% в реальному вираженні. Найбільший показник зростання пасажирських перевезень, який дорівнює 5% щорічно в перебігу періоду до 2036 року, буде у авіакомпаній КНР, за якими слідують перевізники Азійсько-Тихоокеанського регіону та Африки зі щорічними середніми темпами зростання 3,6% та 3,2% відповідно [1].

Таким чином, темпи зростання показників світової економіки, необхідність створення нових робочих місць, задоволення майбутнього попиту на повітряні перевезення, надання якісних послуг відповідно до потреб пасажирів та вимог авіакомпаній, а також підтримка іміджу авіації як найбільш екологічного і безпечного виду транспорту в прогностичний період будуть ключовими факторами, що вплинуть на динамічний розвиток ринку авіаційних перевезень.

TRANSFORMATION CHANGES IN THE WORLD MARKET OF AVIATION SERVICES IN GLOBALIZATION CONDITIONS

Summary. The development of the world market of aviation services in the conditions of global transformations was analyzed in the article. The regional growth of world GDP was estimated. The dynamics of passenger transportation by air transport in the world also was analyzed. The countries-leaders of the world market of aviation transportations were investigated. The forecast of the world passenger traffic up to 2036 was considered.

Key words: air transport, aviation services, passenger traffic, passenger air transportation, passenger turnover, economic growth.

УДК 336.027

Галайко А. М.

*аспірант кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту
Львівського національного університету імені Івана Франка*

Halaiko A. M.

*Postgraduate Student at the Department of finance, money and credit
Ivan Franko National University of Lviv*

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СТРАХУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції в Україні. Розкрито особливості державної фінансової підтримки страхування продукції сільськогосподарських підприємств. Проаналізовано проблеми реалізації державної фінансової допомоги у страхуванні сільськогосподарської продукції. Наведено напрями реформування державної підтримки страхування продукції сільськогосподарських фірм. Запропоновано світовий досвід вирішення проблем в реалізації державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції.

Ключові слова: страхування, сільськогосподарське підприємство, страхова премія, страхова компанія, державна підтримка.

Вступ та постановка проблеми. Державна підтримка страхування є складовою частиною фінансової політики розвитку аграрного сектору економіки України і здійснюється шляхом субсидування частини страхових платежів. Цей вид державної фінансової підтримки сьогодні має велике значення, оскільки забезпечує реалізацію одного з найризикованіших видів страхування. Відшкодування частини страхових платежів з боку держави зміцнює фінансовий стан страхувальників і створює сприятливі умови діяльності для страховиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції здійснювали М.І. Ібатуллин, Т.Д. Кривошлик, О.О. Непочатенко, В.К. Юдін та багато інших українських вчених-економістів. Попри численні наукові дослідження, сьогодні залишається необхідним вдосконалення механізму державної часткової компенсації страхових платежів.

Незважаючи на широке висвітлення проблем державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції, за умов динамічних змін в економіці України необхідно систематизувати й узагальнити систему державної підтримки страхування продукції сільськогосподарських виробників, яка б дала змогу сформулювати практичні рекомендації, які можуть забезпечити належну якість державної підтримки. Залишається необхідним вдосконалити механізм державної часткової компенсації страхових платежів з прив'язкою до фінансових результатів діяльності страхувальників.

Метою роботи є дослідження та формулювання практичних рекомендацій щодо вдосконалення державної

підтримки страхування сільськогосподарської продукції в Україні.

Результати дослідження. Державною підтримкою страхування продукції сільськогосподарських підприємств виступає надання з державного бюджету сільськогосподарським виробникам фінансових ресурсів у вигляді субсидій на компенсацію частини страхових платежів, яка фактично відшкодована за договорами страхування сільгоспвиробників. Перелік сільськогосподарських страхових ризиків, об'єктів страхування і частина страхових премій, що субсидуються із державного бюджету, визначаються урядом за подання Міністерства аграрної політики та продовольства України [1].

Фінансування з бюджету здійснюється з метою захисту майнових інтересів сільгоспвиробників від ризику знищення сільськогосподарських культур через часткове відшкодування страхових платежів і забезпечення стабільності виробничого процесу в сільському господарстві. Фінансові ресурси з бюджету також спрямовуються на погашення бюджетної кредиторської заборгованості, яка зареєстрована в органах Державної казначейської служби України [2].

Державну підтримку страхування продукції отримують сільськогосподарські підприємства, які виробляють сільськогосподарську рослинницьку продукцію в Україні; уклали зі страховиком стандартну угоду страхування сільськогосподарських рослинницьких товарів з державною підтримкою від виробничих ризиків сільськогосподарського походження; сплатили страховикам страхові платежі за угодами страхування в розмірах, що розраховані

з огляду на стандартні страхові послуги; не є на етапі ліквідації і щодо яких не має порушеної справи про банкрутство; не мають прострочену понад шість місяців заборгованість перед Пенсійним фондом України і державним чи місцевим бюджетом. Страхування сільськогосподарської продукції може здійснюватися на повний період вирощування, на термін перезимівлі, на весняний і літній періоди в разі вимерзання, випрівання; заморозків в повітрі на стадії створення репродуктивних складових озимої пшениці; удару блискавки чи граду; землетрусу, земельного зсуву, лавини, земельного-водного чи земельного селю; пилової бурі, сильного вітру, видування, шквалу, смерчу або суховію; тривалих дощів, сильного дощу, вимокання, повені чи паводка; посухи в літній і весняний періоди; зимової посухи; пожежі або епіфітотії; місця масового розмноження шкідників; спалаху масової репродукції шкідників рослин; вторинних хвороб рослин; осушення земель, що підлягають зрошенню чи заводненню, ґрунтової кірки та випадіння рослин; протиправних дій інших осіб щодо сільськогосподарських рослин [2].

Центральний орган виконавчої влади, який забезпечує формування та реалізацію державної аграрної політики, має право вносити пропозиції уряду стосовно списку ризиків, об'єктів страхування і частини страхових премій, що субсидується з державного бюджету; визначення за погодженням з Національною комісією, яка виконує державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, порядку та умов ведення страховиками індивідуального обліку контрактів продукції сільськогосподарських фірм з державною підтримкою; встановлення форм інформування страховиком про кожну укладену, продовжену чи достроково припинену угоду страхування і про випадки виплати страхових відшкодувань; вивчення та впровадження міжнародного досвіду щодо питань страхування. Також Міністерство аграрної політики та продовольства України може проводити нарахування і виплату страхових субсидій; ведення інформаційної бази даних стосовно страхування продукції сільськогосподарських компаній; розроблення разом з Аграрним страховим пулом нової страхової продукції, стандартних принципів страхування, процедур врегулювання збитків та андеррайтенгу; підготовку разом з Аграрним страховим пулом розрахунків та прогнозів стосовно державної підтримки страхування продукції сільськогосподарських компаній; збирання та реєстрацію відомостей за угодами страхування сільгосппродукції із державною підтримкою; визначення обсягу бюджетного фінансування; збирання, узагальнення та аналіз відомостей про страхові випадки і страхові виплати; визначення ціни 1-ці сільгосппродукції [1].

Міністерство аграрної політики та продовольства України в рамках виділених асигнувань проводить розподіл фінансових ресурсів пропорційно потребам страховальників на відповідний період, проте не більше 50% вартості страхового платежу, після чого впродовж п'яти днів доводить його до Мінагрополітики Автономної Республіки Крим і головних управлінь аграрного розвитку обласних та управління промисловості, розвитку інфраструктури та агропромислового комплексу Севастопольської міської державної адміністрації. Міністерство аграрної політики та продовольства України також спрямовує бюджетні призначення Мінагрополітики Автономної Республіки Крим та головному управлінню аграрного розвитку обласних, управління промисловості, розвитку інфраструктури та агропромислового комплексу Севастопольської державної адміністрації. Міністерство аграрної політики та продовольства України Автономної Республіки Крим та головні управління аграрного розвитку об-

ласних, управління промисловості, розвитку інфраструктури та агропромислового комплексу Севастопольської міської державної адміністрації на основі рішень комісії Міністерства аграрної політики та продовольства України подають до головних управлінь Державної казначейської служби України реєстр страхувальників та платіжні доручення на виплату відшкодування шляхом перерахування фінансових ресурсів на поточні рахунки страхувальників. З 2012 року проводиться державна допомога аграрним виробникам у формі відшкодування не більше 50% вартості страхових платежів [2].

Страховики, які здійснюють страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою, об'єднані в Аграрний страховий пул. Участь цих страховиків є умовою для проведення страхування сільськогосподарських товарів з державною підтримкою. До функцій Аграрного страхового пулу входять забезпечення взаємодії учасників страхування аграрної продукції; організація програм перестрахування з метою забезпечення гарантій виконання зобов'язань страховиків перед страхувальниками; участь в розробленні стандартних страхових послуг; створення централізованої бази даних зі страхування аграрної продукції та ведення обліку укладення угод страхування; проведення досліджень у сфері ринку страхування аграрної продукції; здійснення контролю за дотримання умов договорів страхування сільськогосподарських товарів; забезпечення відшкодування катастрофічних ризиків в разі появи надзвичайних ситуацій; керування фондом покриття катастрофічних ризиків та інвестування накопичених фінансових ресурсів [1].

Державна підтримка страхування агропромислових товарів шляхом субсидування частини страхових премій є більш результативною формою допомоги, ніж пряма державна підтримка в разі появи катастрофічних ризиків. Проте вона зараз не має стабільності і стійкої тенденції до росту, що певною мірою стримує розвиток сільськогосподарського страхування. До негативних факторів впливу на стан страхування сільськогосподарських товарів з державною підтримкою у найближчій перспективі також відносяться недостатня грошова спроможність держави, невелика довіра сільськогосподарських виробників до страхових фірм, відсутність механізму захисту прав аграрних підприємств в цій галузі страхування [3, с. 61]. Погано впливають на розвиток страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою факт того, що аграрні суб'єкти господарювання мають дефіцит обігових коштів для страхування, і відсутність обґрунтованих тарифів для страхування сільськогосподарської продукції для визначення оптимального рівня захисту залежно від притаманних їм ризиків і зональності вирощування [4, с. 36].

Сьогодні планується реформування державної підтримки страхування аграрної продукції за проектом Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою»» (перший варіант) і за проектом Закону України «Про державну підтримку сільськогосподарського страхування» (другий варіант). За першим варіантом пропонується здешевлювати страхові платежі за угодами страхування сільськогосподарських товарів з державною фінансовою допомогою в обсязі не менше 50% суми страхових платежів, проте не більше суми, яка розрахована на основі страхових тарифів та процентів від страхових платежів, за якими розраховується страхова державна субсидія, що встановлені в типовій страховій послугі. Гранично дозволений ступінь покриття/франшизи для страхування сільськогосподарської продукції

з державною підтримкою може встановлюватися урядом, але не менше 50% граничного рівня покриття і не більше 50% для граничного рівня франшизи [5].

Другий варіант реформування державної підтримки страхування продукції сільськогосподарських виробників радить відмовитись від Аграрного страхового пулу, а натомість створити Державне агентство сільськогосподарського страхування, основними функціями якого виступають імплементація державної політики в галузі сільськогосподарського страхування з державною підтримкою; інформування учасників ринку стосовно аграрного страхування; здійснення функцій розпорядника фінансових ресурсів, які надаються державою у вигляді державної підтримки сільськогосподарського страхування; формування та ведення баз даних страхування продукції суб'єктів сільськогосподарського бізнесу для реалізації своїх завдань; розміщення грошових коштів з метою одержання пасивних доходів; допомога у вирішенні спірних питань між суб'єктами страхування сільськогосподарських товарів з державною підтримкою. Також цей варіант передбачає фінансову відповідальність страховиків за порушення умов страхування продукції аграрних виробників з державною підтримкою. Отже, за порушення термінів страхової виплати страховики відшкодовують державі пеню за прострочення в розмірі 0,3% страхової виплати за кожен день прострочення, проте не вище подвійної облікової ставки Національного банку України, яка діяла в період, за який відшкодовувалась пеня. Також передбачається накладання на страховиків штрафу в розмірі від 100 до 2 000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян за невчасне подання чи подання недостовірних відомостей Агентству [6].

Обидва варіанти реформування державної підтримки страхування аграрної продукції спільні щодо бачення державної фінансової допомоги сільськогосподарського страхування через відшкодування державою частини страхових платежів у вигляді субсидій. Щодо Аграрного страхового пулу України, то обидва варіанти дуже близькі в тому, що кожен з них наголошує на його малій результативності, тому другий варіант взагалі радить відмовитись від нього, а перший варіант передбачає добровільну участь в ньому страховиків. Хоча, звісно, перший варіант має більше пропозицій щодо вдосконалення державної підтримки продукції сільськогосподарських фірм, яким пропонуються державна підтримка страхування товарів сільськогосподарських компаній через щорічні субсидії на часткове відшкодування страхових платежів, що нараховані за угодами страхування сільськогосподарських товарів; вимоги до укладення угод страхування продукції аграрних виробників; державна можливість встановлення вимог стосовно страхування окремих сільськогосподарських товарів (на основі типових угод); встановлення фермерським господарствам, сільськогосподарським виробничим кооперативам, колективам сільськогосподарських підприємств, особистим селянським господарствам державної фінансової допомоги під час страхування сільськогосподарських товарів [7].

Для вдосконалення державної підтримки страхування продукції сільськогосподарських фірм можна використати світовий досвід. Міжнародна практика страхування сільськогосподарських ризиків має дві основні моделі, якими є так звані європейська та американська. Характерною рисою «американської» моделі є значна участь держави в підтримці страхування сільськогосподарських ризиків, а саме надання субсидій на сплату частини страхових платежів. Негативною стороною цієї моделі є великі адміністративні державні витрати.

«Європейська» модель характеризується мінімальним втручанням держави в сільськогосподарське страхування, яка зводиться до виконання контролюючих функцій стосовно діяльності страхових фірм в цьому секторі ринку страхових продуктів. Наслідками реалізації такої моделі стає незахищеність страхувальників та обмежені шанси розвитку страхової системи.

Обидві ці моделі мають недоліки та переваги, проте, як свідчить світовий досвід, найбільш ефективним способом страхування сільськогосподарських ризиків виступає поєднання «європейської» та «американської» моделей («змішана» модель). Така модель характеризується такими ознаками, як добровільність страхування, покриття ризиків у системі, що здійснюють приватні страхові фірми на базі солідарної відповідальності (співстрахування) [8, с. 574].

На нашу думку, державна часткова компенсація страхових платежів повинна бути прив'язаною до фінансових результатів діяльності сільськогосподарських виробників та бути плаваючою. Механізм компенсації страхових платежів полягає в тому, що встановлюється залежність між державною допомогою і збитками або прибутками від діяльності страхувальників. Часткова державна компенсація встановлюється в розмірі 50% страхових платежів в тому разі, якщо страхувальник в результаті його діяльності не отримав прибутків і не зазнав збитків, тобто перебував у точці беззбитковості. В разі прибуткової діяльності страхувальника часткова компенсація страхових платежів збільшується на 0,3% на 1% приросту чистого прибутку, який спрямований на подальше виготовлення сільськогосподарської продукції. Таким способом держава може забезпечувати ефективне страхування продукції рентабельних сільськогосподарських підприємств. Коли страхувальники в минулому звітному періоді одержали збитки, то компенсація страхових платежів буде зменшуватися на 0,5% на 1% приросту збитків. Отже, будуть економитися бюджетні кошти на підтримку страхування сільськогосподарської продукції нерентабельних фірм. При цьому базою розрахунку часткової компенсації залежно від позитивних чи негативних фінансових результатів діяльності сільськогосподарських компаній виступає розмір часткової компенсації страхових платежів у разі перебування агрофірми в точці беззбитковості.

Висновки. Держава здійснює підтримку сільськогосподарських виробників шляхом компенсації не більше 50% страхових платежів. Міністерство аграрної політики та продовольства України в межах виділених асигнувань розподіляє грошові кошти пропорційно потребам страхувальників. Страховики, що здійснюють страхування сільськогосподарських товарів із державною підтримкою, об'єднані в Аграрний страховий пул.

Сьогодні існують проблеми державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції, які пов'язані з її нестабільністю та відсутністю тенденцій до зростання. Також негативно на розвиток державної підтримки страхування продукції сільськогосподарських фірм впливають недостатня фінансова спроможність держави, невисока довіра до страхових компаній та відсутність механізму захисту прав аграріїв у цій сфері страхування.

Реформування державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції планується за двома варіантами. Обидва варіанти мають спільні та різні бачення стосовно напрямів реформування державної фінансової допомоги страхування сільськогосподарських виробників. Спільним баченням цих варіантів виступає вдосконалення Аграрного страхового пулу та відшкодування частини страхових платежів. Ці варіанти розбігаються

в тому, що другий варіант пропонує ліквідувати Аграрний страховий пул і створити Державне агентство сільськогосподарського страхування.

Запропоновано вдосконалену модель державного відшкодування частини страхових платежів з прив'язкою до фінансових результатів діяльності страховальників. Така модель пропонує збільшувати компенсацію страхових платежів на 0,3% на 1% приросту чистого прибутку, що спрямований на подальше виробництво продукції, і змен-

шувати компенсацію страхових платежів на 0,5% на 1% приросту збитку. Коли страховальник перебував в точці беззбитковості, то компенсація надається в розмірі 50% страхових платежів, яка є базою розрахунку компенсації страхових платежів за прибутках чи збитках. Перспективами подальших досліджень виступає вдосконалення цієї моделі шляхом встановлення різних ставок збільшення або зменшення компенсації з огляду на розвиток аграрного сектору економіки.

Список використаних джерел:

1. Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою: Закон України від 9 лютого 2012 року № 4391-VI; станом на 9 серпня 2017 року. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/4391-17>.
2. Про затвердження Порядку та умов надання сільськогосподарським товаровиробникам державної підтримки у страхуванні сільськогосподарських культур шляхом здешевлення страхових платежів (премій) і переліку сільськогосподарських культур та видів страхових ризиків (продуктів), на які у 2012 році надається компенсація вартості страхових платежів (премій): Постанова Кабінету Міністрів України від 15 серпня 2012 року № 813 / Кабінет Міністрів України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/813-2012-%D0%BF/paran12#n12>.
3. Кривошлик Т.Д. Державна підтримка страхування сільськогосподарської продукції в Україні. Економіка: теорія та практика. 2014. № 1. С. 57–61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econom_2014_1_12.
4. Ібатулін М.І. Сучасний стан та проблеми державної підтримки виробництва сільськогосподарської продукції в Україні. Інноваційна економіка. 2014. № 6. С. 34–37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2014_6_7.
5. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою» / Верховна Рада України. 2017. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=61597.
6. Проект Закону про державну підтримку сільськогосподарського страхування / Верховна Рада України. 2017. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=61709.
7. Паламара І. Сільськогосподарські виробники потребують державної підтримки в страхуванні сільськогосподарської продукції. 2017. URL: <https://usba.com.ua/silskogospodarski-virobniki-potrebut-derzavnoi-pidtrimki-v-strahuvanni-silskogospodarskoi>.
8. Непочатенко О.О., Юдін В.К. Страховий захист аграрних ризиків. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 2. С. 572–577. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/102.pdf.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА СТРАХОВАНИЯ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Статья посвящена исследованию государственной поддержки страхования сельскохозяйственной продукции в Украине. Раскрыты особенности государственной финансовой поддержки страхования продукции сельскохозяйственных предприятий. Проанализированы проблемы реализации государственной финансовой помощи в страховании сельскохозяйственной продукции. Приведены направления реформирования государственной поддержки страхования продукции сельскохозяйственных фирм. Предложено мировой опыт решения проблем в реализации государственной поддержки страхования сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: страхование, сельскохозяйственное предприятие, страховая премия, страховая компания, государственная поддержка.

STATE SUPPORT OF THE INSURANCE OF PRODUCTS OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISES

Summary. The article focuses on the research of state support of insurance of the agricultural products in Ukraine. The peculiarities of the state financial support of the insurance of products of agricultural enterprises are revealed. The problems of realization of the state financial aid in insurance of agricultural products are analyzed. The directions of reforming the state support of the insurance of products of agricultural firms are given. The world experience of solving problems in the implementation of the state support of agricultural products insurance is offered.

Key words: insurance, agricultural enterprise, insurance premium, insurance company, state support.

Галасюк В. В.
кандидат економічних наук,
Голова Комітету Верховної Ради України
з питань промислової політики та підприємництва

Halasiuk V. V.
PhD, Chairman of the Committee of the Verkhovna Rada of Ukraine
on industrial policy and entrepreneurship

ЕКСПОРТНО-КРЕДИТНЕ АГЕНТСТВО ЯК МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ

Анотація. У статті обґрунтовано необхідність запуску в Україні експортно-кредитного агентства (ЕКА) з метою забезпечення державного гарантування, страхування та доступного кредитування експортних поставок. Проаналізовано досвід зарубіжних країн у сфері забезпечення ефективної роботи національних експортно-кредитних (експортно-страхових) агентств. Узагальнено норми міжнародного торгового права, що регулюють і легітимізують використання ЕКА як механізму активізації експортних поставок. Досліджено сучасні проблеми, окреслено перспективи створення власного ЕКА в Україні. Доведено безальтернативність ЕКА в системі державного сприяння експорту високотехнологічної продукції та товарів з високим рівнем доданої вартості. З використанням методів економіко-математичного моделювання визначено вплив запуску ЕКА в Україні на динаміку ключових макроекономічних показників та галузей національного господарства у середньостроковому періоді.

Ключові слова: експортно-кредитне агентство, просування експорту, гарантування, страхування, експортне кредитування.

Вступ та постановка проблеми. За підсумками одинадцяти місяців 2017 року частка в українському експорті чотирьох основних товарних груп сировини і продукції первинної обробки, таких як зернові культури, жири та олії, залізна руда, чорні метали, складала 52,2%. Водночас частка продукції вітчизняних галузей машинобудування в сукупності складала всього 10,4% [1]. Очевидно, що за наявності таких структурних диспропорцій суттєво зростає роль держави у забезпеченні сприятливих умов для просування високотехнологічної продукції на зовнішні ринки. Однак на сучасному етапі уряд практично позбавлений необхідних для цього важелів, оскільки в Україні, на відміну від більшості країн світу, досі не побудовано власну інституційну систему фінансової підтримки національного експорту з боку держави, що обумовлює неможливість стимулювати розвиток високотехнологічних експортно-орієнтованих галузей промисловості достатньою мірою. Це завдає відчутного удару по конкурентних позиціях вітчизняних товаровиробників на міжнародних ринках і сприяє консервації неефективної структури зовнішньоторговельного товарообміну та економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем ефективного функціонування системи просування експорту шляхом державного гарантування, страхування та пільгового кредитування експорту присвячено наукові праці низки видатних вчених-економістів, серед яких особливо варто виділити доробки Б.В. Соболева [2], В.П. Онищенко [3], І.Ю. Гужви [4], С.В. Волосович [5], І.М. Іванової [6], Т.Б. Топольницької [7]. Вищезазначеними вченими ґрунтовно доведено неможливість повноцінного розвитку експорту в Україні без запровадження державної фінансової підтримки експортних поставок з урахуванням практичних аспектів світового досвіду, а також окреслено науково-методичні та практичні рекомендації щодо забезпечення нормативно-правового, інституційного та фінансового аспектів створення ЕКА. Віддаючи належне наявним напрацюванням, зазначаємо, що з набуттям чинності Законом України «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт,

послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту» [8] вперше визначено чіткі регуляторні рамки функціонування вітчизняного ЕКА, що обумовлює необхідність подальших досліджень у цьому напрямі.

Метою роботи є визначення перспектив розвитку української промисловості та експорту продукції з високим рівнем обробки та доданої вартості в умовах запуску роботи вітчизняного ЕКА.

Результати дослідження. Досвід провідних країн світу засвідчує визначну роль спеціалізованих фінансових установ у вигляді експортно-кредитних агентств у системі державної підтримки експорту. Такі установи створені в більшості країн світу, серед країн Європи власного ЕКА досі не мають лише Албанія, Молдова та Україна. В решті країн ЕКА беруть безпосередню й активну участь у забезпеченні виконання державної функції зі стимулювання та сприяння збільшенню обсягів експортних поставок високотехнологічної продукції з високим рівнем доданої вартості.

Основна мета ЕКА полягає в покритті ризиків, які закономірно виникають в зовнішньоторговельній діяльності та можуть виявлятися в разі прострочення платежу чи в результаті банкрутства іноземних контрагентів, з якими уклали відповідні угоди вітчизняні суб'єкти ЗЕД. Досягається ця мета шляхом виконання функцій державного страхування, гарантування та кредитування національних компаній, що займаються зовнішньою торгівлею та ведуть бізнес за кордоном. В Україні давно назріла потреба запровадження низки механізмів державної фінансової підтримки експорту, що здійснюється з використанням ЕКА. Зокрема, це:

- страхування зовнішньоекономічних договорів, експортних кредитів, а також страхування ризиків українських експортерів;
- надання вітчизняним експортерам гарантій за зовнішньоекономічними договорами та гарантій банкам за експортними кредитами;
- надання гарантій виконання зобов'язань українськими експортерами під час участі в міжнародних тендерах;

– часткова компенсація відсотку, який сплачується українськими експортерами за наданими в комерційних банках експортними кредитами, а також надання експортних кредитів за пільговою процентною ставкою.

Однією з найважливіших сфер діяльності ЕКА, безумовно, є страхування експортних кредитів, основною метою якого є мінімізація комерційних та політичних ризиків, що виникають під час експортного фінансування. Страхування експортних кредитів є необхідним фінансовим механізмом, який спрямований на захист національних експортерів, що має позитивний вплив на розвиток зовнішньої торгівлі. У страхуванні експортних кредитів, окрім підприємств, зацікавлені банки. Під час страхування експортних кредитів ризики щодо невиконання зобов'язань з боку іноземних контрагентів бере на себе ЕКА, що суттєво впливає на умови надання кредиту банком. Державна страхова компанія, яка безпосередньо страхувала б експортні операції або контракти від політичних (некомерційних) ризиків, відсутня в Україні. Отже, за таких умов продукція експортерів часто є неконкурентною на світовому ринку, оскільки укласти зовнішньоекономічні угоди без відповідного страхування товарів вкрай ризиковано та невигідно як з боку сторони експортера, так і з боку одержувача товару.

Надання державних гарантій також суттєво зменшує ризики експортної та іншої зовнішньоекономічної діяльності, що супроводжується зниженням вартості страхових послуг і процентних ставок за кредитами. Водночас масштабні міжнародні проекти на постачання складної та високотехнологічної продукції машинобудування чи розміщення в країні експортно-орієнтованих інноваційних виробництв без надання державних гарантій в сучасному світі практично неможливі. Хоча державні гарантії нині надаються вітчизняним суб'єктам господарювання з метою реалізації інвестиційних, інноваційних, інфраструктурних та інших проектів розвитку, проте жодних організаційно-правових умов для надання державних гарантій підтримки саме експортерів в Україні досі створено не було. Отже, очевидно, що функції страхування, гарантування та забезпечення доступного кредитування експорту тісно взаємопов'язані, а разом дають синергетичний ефект спрощення доступу вітчизняної продукції на зовнішні ринки і підвищення довіри іноземного бізнесу та інвесторів до національних компаній.

Єдиної моделі ЕКА у світі не існує, натомість наявні різні набори видів діяльності, які здійснюють подібні установи. Кожна країна самостійно, виходячи зі своїх поточних проблем та пріоритетів, визначає, які саме види послуг вона надаватиме через таку спеціальну установу. Однак спільною рисою для всіх є те, що діяльність цих установ здійснюється з урахуванням забезпечення повноцінної державної політики сприяння експорту. Відповідні установи з підтримки експорту різної форми власності діють практично в усіх розвинених країнах та країнах, що активно розвиваються (рис. 1).

Сьогодні ЕКА успішно функціонують у понад 100 країнах світу. Найвідомішими серед наявних у світі ЕКА є "Eximbank" (США), "NEXI" (Японія), "Euler Hermes" (Німеччина), "COFACE" (Франція), "Atradius" (Нідерланди), "SBCE" (Бразилія), "CESCE" (Іспанія), "SEK" (Швеція), "Sinasure" (Китай). Відповідні установи створені й у країнах Східної Європи, зокрема у Чехії, Польщі, Угорщині, Болгарії, Литві, Естонії. При цьому страхування, з одного боку, та надання банківських послуг, з іншого боку, зазвичай є взаємовиключними видами діяльності, які не надаються однією організацією. Тому створюються установи, що здійснюють відповідні види діяльності, надаючи або банківські, або страхові послуги. У цьому разі для прямої та опосередкованої підтримки експорту існують одночасно кілька установ, діяльність яких пов'язана з кредитуванням та страхуванням експорту, а також які доповнюють одна одну. Наприклад, у Німеччині такими установами є "KfW" (банк) та "Euler Hermes" (страхова установа), у Франції – "WriFrance" (банк) та "COFACE" (страхова установа), у Чехії – Чеський експортний банк і Агентство по гарантуванню і страхуванню експорту [10, с. 99].

Роль ЕКА зазначених країн у їх розвитку важко переоцінити. Так, канадське експортно-кредитне агентство "Export Development Canada" щороку обслуговує близько 17% експорту, що забезпечує робочими місцями 570 тис. осіб та дає додатково до 62 млрд. дол. США у ВВП. Особливо важливим є напрям діяльності "Export Development Canada" на ринках країн, що розвиваються, адже на нього за весь час діяльності установи спрямовано 26,5 млрд. дол. США.

Класичним прикладом успішної діяльності у сфері просування експорту є німецька ЕКА "Euler Hermes" (EH), що охоплює процеси управління ризиками ЗЕД

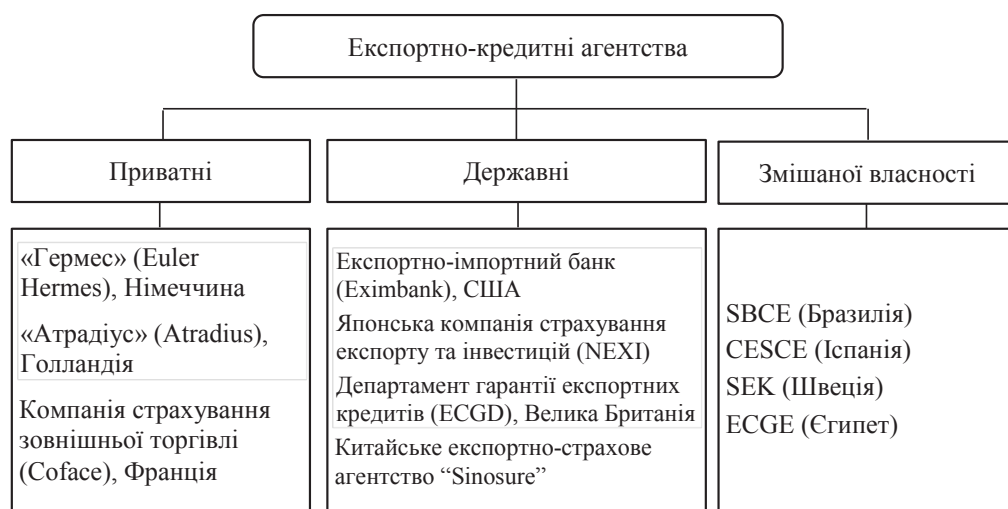


Рис. 1. Види та приклади експортно-кредитних агентств в країнах світу

Джерело: укладено автором за даними джерела [9, с. 27]

на п'яти континентах та має філії і своїх представників у 54 країнах світу. Сьогодні укладені договори страхування кредитних ризиків забезпечують покриття поставок товарів і послуг у 245 країнах. У компанії працює більше 6 тис. співробітників, обслуговуючи близько 52 тис. клієнтів. Чистий прибуток компанії постійно зростає, і нині він сягає 500 млн. євро на рік, а власний капітал – 2,5 млрд. євро [11]. “ЕН” щороку фінансує близько 18% експорту Німеччини. Діяльність цієї корпорації дала змогу сформувати близько 60% робочих місць, що сьогодні існують в машинобудівній галузі Німеччини, а також на 40% диверсифікувати німецький експорт продукції хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості й машинобудування за рахунок зростання в них питомої ваги продукції з вищим рівнем обробки та доданої вартості.

Спільною ознакою діяльності всіх ЕКА є те, що вони керуються міжнародними правилами та принципами, головні з яких закріплені так званім Консенсусом (рекомендації стосовно надання/страхування експортних кредитів, що офіційно підтримуються державою) країн-членів Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), а також договорами порозуміння Бернського союзу. Зазначимо, що саме Бернський союз був створений у 1934 році з метою надання професійної підтримки міжнародній торгівлі, а одним з його першочергових завдань постало вироблення та застосування узгоджених умов кредитування і страхування міжнародної торгівлі [12, с. 196]. Таким чином, відповідні міжнародні правила державної підтримки кредитування та страхування експорту на основі залучення бюджетних коштів офіційно визнаються (СОТ), ЕКА належить до абсолютно законних форм підтримки експорту, що, на відміну від прямих експортних субсидій, не зустріне спротиву з боку міжнародної спільноти та не завдаватиме шкоди іміджу країни на міжнародній арені.

Слід також принципово зазначити, що альтернативи фінансуванню, забезпеченому ЕКА, не існує, адже будь-які інші доступні фінансові інструменти (наприклад, документарні та резервні акредитиви) мають певні недоліки порівняно з фінансуванням, забезпеченим ЕКА, яке спеціально призначене для досягнення цілей торгового фінансування. Крім того, вищезазначені інструменти використовуються банківськими установами переважно для фінансування імпорتنних операцій. Оскільки значні фінансові ресурси зосереджені на Заході, такі умови фінансування зовнішньої торгівлі завжди будуть означати для України переважання імпорту над експортом.

Характерно, що діяльність іноземних ЕКА продовжує суттєво впливати на динаміку вітчизняного імпорту високотехнологічної продукції, що часом негативно позначається на українських товаровиробниках, які виготовляють відповідні аналоги, що не поступаються якістю. Так, у 2012 році Україна закупила корейські електропоїзди “Hyundai”, за що уряд було піддано об'єктивній критиці через нехтування вітчизняними виробниками продукції вагонобудування. Проте умови поставки електропоїздів “Hyundai” передбачали надання корейським експортно-імпортним банком (аналог ЕКА в Південній Кореї) кредити українській стороні на їх придбання. Отже, більш вигідні умови оплати завдяки діяльності іноземної ЕКА послабили міжнародну конкурентоспроможність вітчизняного виробника на внутрішньому ж ринку.

З огляду на зазначене беззаперечним здобутком можна вважати набуття чинності в Україні Законом «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту»,

яким передбачено створення вітчизняного ЕКА. Ключовими завданнями ЕКА визначено:

- захист українських експортерів від ризику неплатежів та фінансових втрат, пов'язаних з виконанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів), шляхом страхування, перестрахування та гарантування;
- впровадження сучасних фінансових технологій у зовнішній торгівлі та механізмів підтримки експорту шляхом страхування, перестрахування та гарантування;
- розвиток експорту товарів (робіт, послуг) українського походження, підвищення конкурентоспроможності товарів (робіт, послуг) українського походження на світових ринках;
- участь у реалізації програм часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами;
- співпраця з міжнародними та іноземними фінансовими організаціями, зокрема для акумуляції міжнародної фінансової допомоги, для забезпечення зростання експорту та економіки України [8].

Принципово важливим в українських реаліях також є те, що послуг ЕКА потребують насамперед ті суб'єкти ЗЕД, які укладають довгострокові договори з іноземними партнерами на постачання високотехнологічної продукції з високим рівнем доданої вартості під масштабні проекти розвитку. Таким чином, ЕКА в Україні виконуватиме ще одну надважливу функцію, а саме сприяння подоланню сировинної спеціалізації національної економіки. Відповідні гарантії прописані в положеннях самого закону, де чітко вказано виключний перелік товарних груп за УКТЗЕД, на які поширюватиметься діяльність ЕКА. Серед них слід назвати такі.

- 1) Група 16. Готові харчові продукти з м'яса, риби або ракоподібних, моллюсків або інших водяних безхребетних.
- 2) Група 19. Готові продукти із зерна зернових культур, борошна, крохмалю або молока; борошняні кондитерські вироби.
- 3) Група 20. Продукти переробки овочів, плодів або інших частин рослин.
- 4) Група 21. Різні харчові продукти.
- 5) Група 30. Фармацевтична продукція.
- 6) Група 61. Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні.
- 7) Група 62. Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних.
- 8) Група 64. Взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини.
- 9) Група 84. Реактори ядерні, котли, машини, обладнання і механічні пристрої; їх частини.
- 10) Група 85. Електричні машини, обладнання та їх частини; апаратура для запису або відтворення звуку; телевізійна апаратура для запису та відтворення зображення і звуку, їх частини та приладдя.
- 11) Група 86. Залізничні локомотиви або моторні вагони трамвая, рухомий склад та їх частини; шляхове обладнання та пристрої для залізниць або трамвайних колій та їх частини; механічне (у тому числі, електромеханічне) сигналізаційне обладнання всіх видів.
- 12) Група 87. Засоби наземного транспорту, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, їх частини та обладнання.
- 13) Група 88. Літальні апарати, космічні апарати та їх частини.
- 14) Група 89. Судна, човни та інші плавучі засоби.
- 15) Група 90. Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, контрольні, вимірювальні, прецизійні; медичні або хірургічні; їх частини та приладдя.

Таблиця 1

Прогнозний ефект впливу ЕКА на основні макроекономічні показники України у середньостроковому періоді

Показники	Обсяг
Підвищення ВВП	0,91 в. п.
Зростання товарного експорту	9,64%
Зростання промислового виробництва	2,77%
Інвестиційні надходження	1,97 млрд. \$
Приріст торгового сальдо	1,76 млрд. \$
Зростання зайнятості	0,47 в. п.

Джерело: розраховано, укладено на основі розрахунків автора, проведених на базі ДНДПМЕ з використанням GTAP model

16) Група 94. Меблі; постільні речі, матраци, матрацні основи, диванні подушки та аналогічні набивні речі меблів, світильники та освітлювальні прилади, в іншому місці не зазначені; світлові покажчики, табло та подібні вироби; збірні будівельні конструкції [8].

Зазначимо, що за підсумками 2017 року сукупна частка товарів в українському експорті за вищезазначеними товарними групами становила всього 16,4%. Частка всієї готової продукції в експорті України становить лише 25%, тоді як 75% досі складає сировинна продукція з низьким рівнем обробки і доданої вартості.

Спрямування діяльності ЕКА на обслуговування зовнішньоторговельних операцій за вищезазначеними товарними групами зробить вагомий внесок в усунення структурних диспропорцій вітчизняної економіки, спричинених згубною політикою попередніх років, що призвела до деіндустріалізації в Україні. Відповідно до результатів економіко-математичного моделювання, проведеного з використанням GTAP на базі Державного науково-дослідного інституту інформатизації та моделювання економіки, запуск роботи ЕКА в Україні зі статутним фондом для розпорядження у 200 дол. США забезпечить зростання ВВП України додатково на 0,91 відсоткові пункти. Зростання відбудеться насамперед завдяки збільшенню загальних обсягів експорту на 9,64% та промислового виробництва на 2,77%. Очікуваний приплив іноземних та внутрішніх інвестицій у розширення промислового

виробництва складе 1,97 млрд. дол. США. Розвиток промислового сектору приведе до загального зростання добробуту, внаслідок чого збільшиться обсяг внутрішнього ринку. Завдяки цьому продаж продукції вітчизняного виробництва на внутрішньому ринку зросте на 1,31%. Проте більша частка новоствореного внутрішнього попиту задовольнятиметься за рахунок імпорту, внаслідок чого його загальні обсяги зростуть на 4,53% (табл. 1).

Зазначені позитивні ефекти сприятимуть зростанню в експорті частки продукції, на яку поширюється діяльність ЕКА, до 22,8% у середньостроковій перспективі, або на 6,4 відсоткові пункти (рис. 2).

При цьому динаміка зростання експорту та виробництва значно різнитиметься залежно від товарних груп (табл. 2).

Таблиця 2

Прогнозні результати зростання виробничої та експортної діяльності в Україні за галузями в умовах запуску роботи ЕКА

Товарні групи	Коди УКТЗЕД	Зростання експорту, %	Зростання внутрішнього виробництва, %
Продукція харчової промисловості	16, 19, 20, 21	3,57	1,37
Транспортні засоби і механічне обладнання	86, 87, 88, 89	14,89	9,30
Фармацевтична продукція	30	15,97	8,99
Електричне обладнання	85	24,67	9,11
Інша промислова продукція	84, 90, 94	21,34	11,75

Джерело: розраховано, укладено на основі розрахунків автора, проведених на базі ДНДПМЕ з використанням GTAP model

Подальше розширення обсягів капіталу у розпорядженні ЕКА за рахунок проектів міжнародної технічної допомоги та міжурядової співпраці дасть змогу збільшити

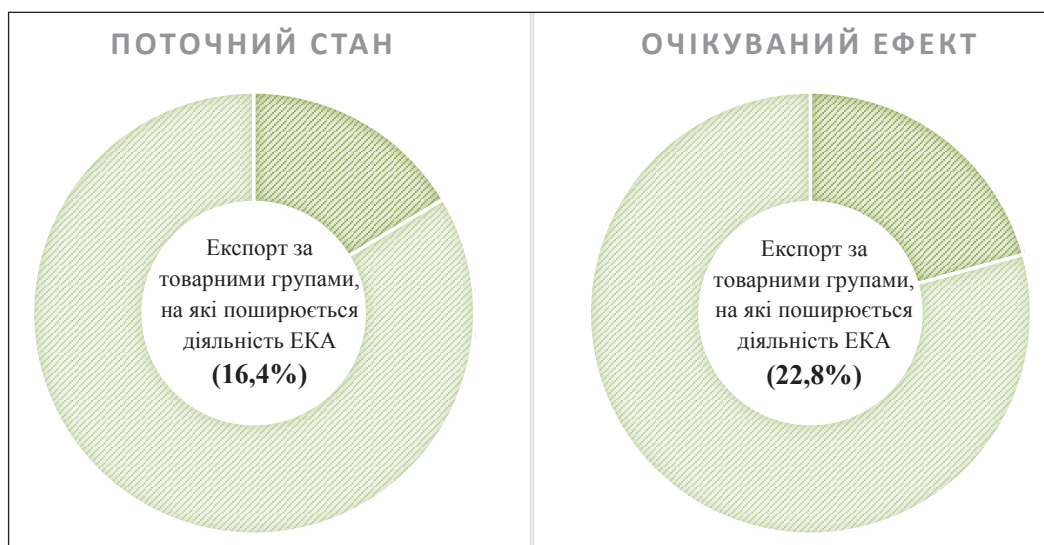


Рис. 2. Прогноз структурних змін в товарному експорті України у зв'язку із запуском роботи вітчизняного ЕКА

Джерело: укладено на основі розрахунків автора, проведених на базі ДНДПМЕ з використанням GTAP model

позитивний ефект від створення та діяльності ЕКА. Водночас позитивний ефект на динаміку експорту справлятиме й розширення номенклатури продукції за УКТЗЕД, на яку поширюватиметься діяльність ЕКА.

Висновки. ЕКА є безальтернативним механізмом державної підтримки й просування експорту продукції з високим рівнем обробки в більшості країн світу. Поєднання функцій страхування, перестрахування, гарантування та часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами дає змогу цьому інституційному механізму суттєво підвищувати конкурентоспроможність національних виробників продукції, передусім виробників, що мають довгий виробничий цикл, який потребує залучення

значних обсягів фінансових ресурсів, а поставки яких зазвичай відбуваються за довгостроковими контрактами й супроводжуються підвищеним рівнем ризику.

Введення ЕКА в законодавче поле України сформувало передумови здійснення якісної реструктуризації та нарощення обсягів вітчизняного експорту, промислового виробництва та економіки загалом. Очікуваний позитивний ефект від роботи експортно-кредитного агентства в Україні актуалізує проблему якнайшвидшого виконання урядом організаційної роботи з приєднання України до рамкової домовленості з офіційно підтримуваних експортних кредитів 1978 року, власне створення ЕКА та забезпечення його функціонування і розвитку.

Список використаних джерел:

1. Товарна структура зовнішньої торгівлі України (щомісячна інформація). Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Соболев Б.В. Світовий фінансовий порядок та національна кредитна стратегія. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2013. Вип. 115 (1). С. 89–93.
3. Онищенко В.П., Гужва І.Ю. Стимулювання національного експорту. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. № 6. С. 33–47.
4. Гужва І.Ю. Торгові домми та експортно-кредитні агентства в системі державної політики просування експорту. Формування ринкових відносин в Україні. 2015. № 12. С. 93–96.
5. Волосович С.В. Експортно-кредитні агентства як інститут розвитку. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. № 4. С. 98–107.
6. Іванова І.М. Експортно-кредитні агентства в системі державної фінансової підтримки експорту. Фінанси України. 2014. № 3. С. 51–60.
7. Топольницька Т.Б. Про створення експортно-кредитного агентства як інституційної основи сприяння експорту. Вісник Української академії банківської справи. 2013. № 2. С. 117–120.
8. Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту: Закон України від 20 грудня 2016 року № 1792-VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1792-19>.
9. Непрядкіна Н.В. Перспективи розвитку експортного фінансування в Україні із залученням експортних кредитних агентств. Бізнес Інформ. 2014. № 4. С. 25–29.
10. Шолойко А.С. Страхование экспортных кредитов как инструмент государственной поддержки экспортной деятельности в Украине. Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. 2013. № 8. С. 96–103.
11. Гужва І.Ю. Кредитувати чи страхувати, або Як підтримати українського експортера. Дзеркало тижня. 2016. № 26. URL: <https://dt.ua/macrolevel/kredituvati-chi-strahuvati-abo-yak-pidtrimati-ukrayinskogo-eksportera-.html>.
12. Волосович С.В. Страхування експортних кредитів: стан, проблеми та перспективи розвитку. Фінанси, грошовий обіг, кредит. 2011. Вип. 17/1. С. 193–198.

ЭКСПОРТНО-КРЕДИТНОЕ АГЕНТСТВО КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ЭКСПОРТА УКРАИНЫ

Аннотация. В статье обоснована необходимость запуска в Украине экспортно-кредитного агентства (ЭКА) с целью обеспечения государственного гарантирования, страхования и доступного кредитования экспортных поставок. Проанализирован опыт зарубежных стран в сфере обеспечения эффективной работы национальных экспортно-кредитных (экспортно-страховых) агентств. Обобщены нормы международного торгового права, регулирующие и легитимизирующие использование ЭКА как механизма активизации экспортных поставок. Исследованы современные проблемы, намечены перспективы создания собственного ЭКА в Украине. Доказано отсутствие альтернативы ЭКА в системе государственного содействия экспорту высокотехнологичной продукции и товаров с высоким уровнем добавленной стоимости. С использованием методов экономико-математического моделирования определено влияние запуска ЭКА в Украине на динамику ключевых макроэкономических показателей и отраслей национального хозяйства в среднесрочном периоде.

Ключевые слова: экспортно-кредитное агентство, продвижение экспорта, гарантирование, страхование, экспортное кредитование.

EXPORT-CREDIT AGENCY AS A MECHANISM FOR DEVELOPMENT OF HIGH-TECHNOLOGY EXPORT IN UKRAINE

Summary. The article argues the necessity to launch an export credit agency (ECA) in Ukraine in order to ensure state guarantees, insurance and affordable lending for export suppliers. Experience of foreign countries in the field of ensuring the effective functioning of national export-credit (export-insurance) agencies is analyzed. The norms of international trade law, which regulate and legitimize the use of ECA as a mechanism for export supplies intensification, are systemized. The modern problems and prospects of ECA creation in Ukraine are investigated. The lack of alternatives for ECA in the system of high-technology exports promotion is proved. Using the methods of economic-mathematical modeling, the impact of ECA launch in Ukraine on the dynamics of key macroeconomic indicators and sectors of the national economy in the medium-term period is calculated.

Key words: export credit agencies, export promotion, guarantee, insurance, export credit.

Глєбова Н. В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Gliebova N. V.
PhD in Economics,
Associate Professor of Accounting Department
Simon Kuznets Kharkov National University of Economics

ЕЛЕКТРОННИЙ ЦИФРОВИЙ ПІДПИС: ОБЛІКОВИЙ ТА ПОДАТКОВИЙ АСПЕКТИ

Анотація. У статті досліджено економічну сутність та особливості використання електронного цифрового підпису, що доводить важливість його застосування в умовах сьогодення. Узагальнено схему використання електронного цифрового підпису, що дає змогу побачити особливості його практичного застосування. Розглянуто спірні питання облікового та податкового відображення електронного цифрового підпису, доведено, що електронний цифровий підпис – це актив.

Ключові слова: електронний цифровий підпис, електронний документ, документообіг, нематеріальний актив, витрати.

Вступ та постановка проблеми. В умовах сьогодення з урахуванням розвитку економіки та науково-технічного прогресу кожне підприємство тією чи іншою мірою використовує сучасну техніку та технології для активізації бізнес-процесів та комунікації з контрагентами, обслуговуючими організаціями, контролюючими органами та потенційними споживачами тощо. Обмін електронними даними прискорює рух інформації як всередині підприємства, так і з зовнішнім середовищем, сприяє поліпшенню процесів управління та контролю. Він виключає викривлення інформації сторонніми особами та помилки, що трапляються під час оброблення паперових документів, сприяє підвищенню ефективності та якості ділових стосунків, а також дає змогу позбутися великої кількості паперових документів. Безумовною перевагою електронного обміну даними є те, що дані, які передаються, не залежать від особливостей програмного та апаратного забезпечення, яким володіють партнери, адже інформація проходить шифрування засобами численних стандартизованих довідників та кодів, після чого передається у структурованому вигляді.

Обов'язковою умовою здійснення господарської діяльності підприємства є документальне забезпечення всіх господарських операцій перинними документами. В умовах переходу від паперової до електронної форми документів однією з форм створення, накопичення та обміну інформацією є система електронного документообігу. Тому актуальним завданням в Україні є розвиток інфраструктури електронного документообігу.

В умовах обміну електронними даними між контрагентами великого значення набуває захищення інформації від стороннього втручання та викривлення, а також надання інформації юридичної сили. Інструментом, що дає змогу створити правові основи для електронного обміну даними (зокрема, в мережі Інтернет), є електронний цифровий підпис. Юридична сила електронного документа, підписаного електронним цифровим підписом, еквівалентна юридичній силі паперового документа з власноручним підписом правоздатної особи та печаткою. Тому в сучасних умовах підприємства зацікавлені у придбанні електронних цифрових підписів з метою організації електронного документообігу, а у бухгалтера постає питання їх обліку. В науковій літературі існують спірні питання щодо обліку електронних цифрових підписів у складі активів чи витрат підприємства, а отже, їх облік впливає на

прибуток та розмір податків, тому дослідження питань обліку електронних цифрових підписів в умовах сьогодення є актуальним та важливим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В науковій літературі є багато праць вітчизняних та закордонних вчених, присвячених питанням походження електронного цифрового підпису та його використання. Серед закордонних вчених, які вивчали застосування електронних цифрових підписів, варто відзначити таких, як Ю.М. Батурина, І.Л. Бачило, Г.Г. Абрамкін, Ю. Хаяші. Серед вітчизняних дослідників, які займалися вивченням питань сутності електронного цифрового підпису, слід згадати таких вчених, як В.І. Волинець, А.А. Гринович, Ю.І. Горбенко, М.Р. Макарова. Правовим питанням використання електронного цифрового підпису присвячені праці А.О. Борищенко, Н.Б. Новицької, В.Б. Чередниченко, Т.А. Чернової та інших науковців. Питанням захисту інформації з використанням електронного цифрового підпису присвятили свої праці А.О. Азарова, А.Д. Кожухівський, О.Б. Кукарін, В.А. Лужецький, О.М. Роїк, А.В. Сагун та інші вчені.

Законодавство України дає змогу використовувати електронний цифровий підпис під час пересилання документів для забезпечення електронного документообігу. Правові основи створення та використання електронних документів і електронного документообігу визначаються Законом України «Про електронні документи та електронний документообіг» [1]. Розділ 2 Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» присвячено електронному документу, але він не має чітких правових норм щодо його складу та структури, а також порядку розміщення обов'язкових реквізитів. У цьому ж розділі зазначено, що створення електронного документа завершується накладанням електронного цифрового підпису. У зв'язку зі значним зростанням кількості користувачів обміну електронними даними, зокрема у сфері бухгалтерського обліку та звітності, існує нагальна потреба комплексного висвітлення основних питань, пов'язаних з обліком електронного цифрового підпису.

Правові основи застосування електронного цифрового підпису визначаються Законом України «Про електронний цифровий підпис» [2], який пояснює його призначення та особливості застосування, правовий статус електронного цифрового підпису, права та обов'язки підписанта, а також надає інформацію про вимоги до серти-

фікату та акредитовані центри сертифікації електронних ключів, роз'яснює відповідальність за порушення законодавства про електронний цифровий підпис.

Крім того, варто зазначити, що Інформаційно-довідковий департамент Державної фіскальної служби України у загальнодоступному інформаційно-довідковому ресурсі постійно розміщує відповіді на запитання про отримання, внесення змін, блокування електронних цифрових підписів, а також податковий облік операцій з придбання електронних цифрових підписів. Однак податкові консультації містять спірні питання обліку електронних цифрових підписів відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та П(С)БО, з якими не погоджуються обліковці.

Метою роботи є визначення сутності електронного цифрового підпису як елементу інформаційної безпеки підприємства та особливостей його облікового відображення й оподаткування в інформаційній системі підприємства.

Результати дослідження. В Україні правові основи використання електронного цифрового підпису встановлено у 2003 році з прийняттям Закону України «Про електронний цифровий підпис» [2] та Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» [1].

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про електронний цифровий підпис» електронний цифровий підпис – це вид електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується, а також дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача [2]. Він є самостійним аналогом власноручного підпису правоздатної особи поряд з аналогом,

отриманим в результаті факсимільного відтворення підпису за допомогою засобів механічного або іншого копіювання.

Безумовною перевагою використання електронного цифрового підпису є те, що він поєднує всі реквізити електронного документа в єдине ціле і робить неможливою зміну будь-якого реквізиту документа без порушення оригінальності цифрового підпису правоздатної особи.

Щоб краще уявити процес використання електронного цифрового підпису, зобразимо його схематично (рис. 1). Схема включає такі два процеси: 1) алгоритм генерації підпису; 2) алгоритм перевірки даних та підпису.

Алгоритм генерації електронного цифрового підпису здійснюється таким чином: на першому кроці визначається хеш-функція (контрольна сума невеликого фіксованого розміру) електронного документа, яка ідентифікує його зміст; на другому кроці хеш-функція шифрується особистим ключем електронного цифрового підпису та в зашифрованому вигляді додається до даних електронного документа.

Алгоритм перевірки даних та підпису здійснюється таким чином: на першому кроці визначається хеш-функція отриманого електронного документа (даних електронного документа без даних електронного цифрового підпису); на другому кроці здійснюється розшифрування зашифрованої хеш-функції, яка міститься в отриманому електронному документі, за допомогою відкритого ключа електронного цифрового підпису; на третьому кроці здійснюється порівняння хеш-функцій, визначених на попередніх кроках. Їх збіг підтверджує справжність змісту документа та його авторство [4].

В табл. 1 наведено види електронних підписів та їх характеристику.

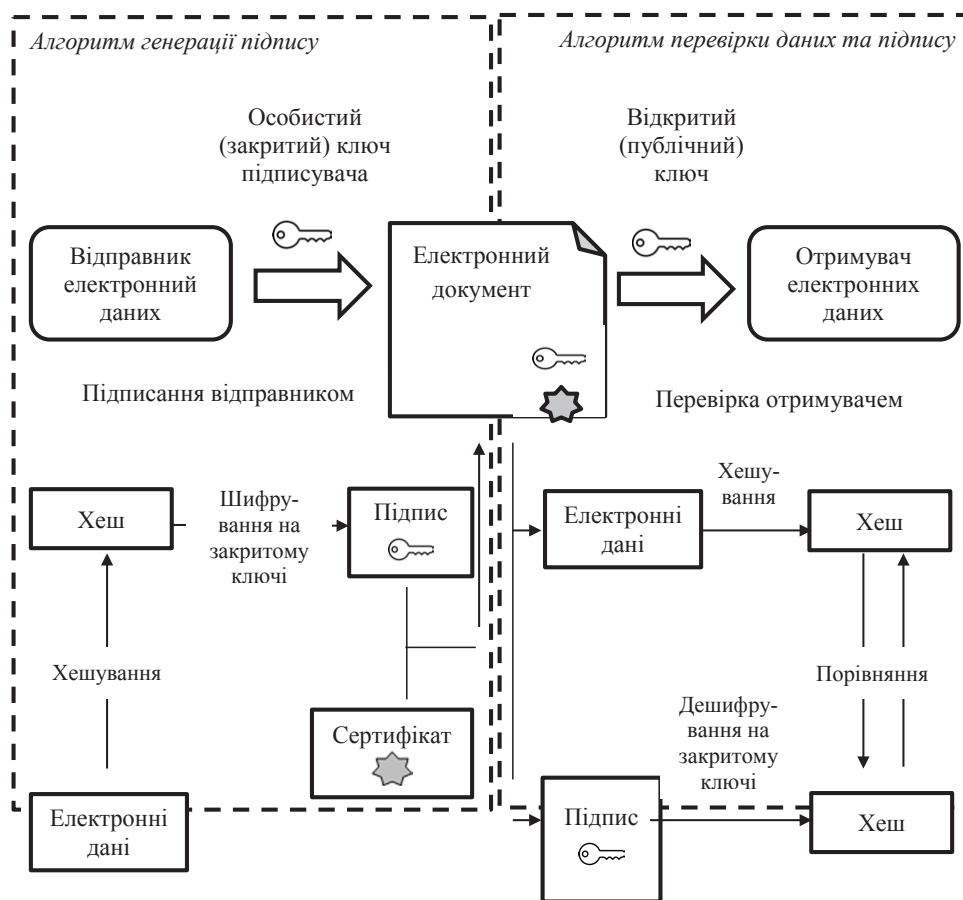


Рис. 1. Схема використання електронного цифрового підпису

Джерело: розроблено на основі джерела [3]

Види електронних підписів та їх характеристика

Вид	Характеристика
Електронний підпис з одноразовим ідентифікатором [6]	Під час його використання дані в електронній формі подаються у вигляді алфавітно-цифрової послідовності, додаються до інших електронних даних особою, яка прийняла пропозицію (оферту) укласти електронний договір, а також надсилаються іншій стороні цього договору.
Відкритий електронний цифровий підпис [2]	Параметр криптографічного алгоритму перевірки електронного цифрового підпису, доступний суб'єктам відносин у сфері використання електронного цифрового підпису.
Закритий (особистий) електронний цифровий підпис	Закритий підпис є унікальною послідовністю символів, яка призначена для створення електронного цифрового підпису в електронних документах. Параметр криптографічного алгоритму формування електронного цифрового підпису доступний тільки підписанту. Працює особистий ключ тільки в парі з відкритим ключем.

Після придбання електронного цифрового підпису на підприємстві постає питання їх обліку. В облікових та податкових консультаціях існують різні погляди на облік електронних цифрових підписів.

У спеціалізованій літературі можна зустріти такі рекомендації з обліку ЕЦП: 1) витрати на придбання підпису включаються до складу поточних витрат; 2) витрати на придбання підпису включаються до складу витрат майбутніх періодів; 3) електронний цифровий підпис – це нематеріальний актив. З метою виявлення правильного рішення щодо обліку електронного цифрового підпису, а також правильності існування тієї чи іншої концепції обліку проаналізуємо кожну з думок стосовно відповідності нормативно-правовій базі.

Аналізуючи діючу практику використання електронного цифрового підпису на підприємствах, дослідники, як правило, розглядають електронний цифровий підпис директора, головного бухгалтера та печатку підприємства (за наявності). Електронні ключі можуть бути безкоштовними та платними.

Перше питання, яке необхідно вирішити, стосується того, чи є електронний цифровий підпис активом. Відповідно до п. 3 Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку (далі – НПСБО) 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» активи – це ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, приведе до отримання економічних вигод у майбутньому [7]. Відповідно до п. п. 4, 6 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку (далі – ПСБО) 8 «Нематеріальні активи» нематеріальний актив – це немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований. Придбаний або отриманий нематеріальний актив відображається в балансі, якщо існує ймовірність одержання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням, а його вартість можна достовірно визначити [8].

Розглядаючи безкоштовні електронні цифрові ключі, отримані в Акредитованому центрі сертифікації ключів Державної фіскальної служби України, не маємо жодних підстав для визнання їх активом, оскільки неможливо оцінити отримання економічної вигоди, тобто дохід, від їх використання. Крім того, вони є безкоштовними, а в цьому разі підприємство отримує не актив (НМА), а безоплатну послугу, а отже, вони жодним чином не впливають на витрати підприємства. Електронні цифрові ключі, придбані за грошові кошти, можна визнати активом. На думку автора, у бухгалтерському обліку він є ресурсом, контрольованим підприємством, яке його придбало за плату і передбачає використовувати у господарській діяльності, а отже, в майбутньому його використання, як очікується, спричиниться до отримання економічних вигод. Отже, на думку автора, ЕЦП є активом у визначенні, наведеному у п. 3 НП(С)БО 1, і нематеріальним активом (адже його вартість може бути достовірно визначена) у визначенні, наведеному у п. п. 4, 6 П(С)БО 8.

Проте серед обліковців також існує така думка: оскільки у переліку нематеріальних активів за П(С)БО 8 немає електронних цифрових підписів, немає чітких роз'яснень з боку Міністерства фінансів щодо того, як саме відображати витрати на створення електронних цифрових підписів, дехто вважає такі витрати витратами на організацію діяльності і не бажає їх капіталізувати та амортизувати, через що відносить до складу витрат звітного періоду чи витрат майбутніх періодів.

Для внесення ясності вважаємо необхідним також розглянути строк корисного використання електронних цифрових ключів, адже вони можуть бути придатні від 1 року до 2 років. Ми вважаємо, що якщо строк корисного використання електронних цифрових підписів більше 1 року, то електронний цифровий підпис відповідає всім вимогам категорій «актив» та «нематеріальний актив». Якщо строк корисного використання електронного цифрового підпису до 1 року, то витрати на придбання електронних цифрових підписів необхідно включити до складу витрат підприємства. Вважаємо, що для обліку вартості електронних цифрових підписів (зі строком корисного використання до 1 року) варто вибирати між такими варіантами:

– витрати, понесені на придбання електронного цифрового підпису, в повному обсязі включаються до дебету рахунку 92 «Адміністративні витрати» (згідно з п. 18 П(С) БО 16 «Витрати»);

– витрати, понесені на придбання електронного цифрового підпису, спочатку відносяться до дебету рахунку 39 «Витрати майбутніх періодів», а потім щомісяця списуються в рівних сумах на рахунок 92 протягом строку дії сертифіката електронних цифрових підписів.

Проаналізувавши облікову літературу, ми дійшли висновку, що більшість обліковців (але не податківців) підтримує позицію, що електронний цифровий підпис – це адміністративні витрати, а не нематеріальний актив.

У податкових консультаціях, представлених Інформаційно-довідковим департаментом Державної фіскальної служби України у загальнодоступному інформаційно-довідковому ресурсі (категорія 102.5) [10], рекомендовано обліковувати посилені сертифікати електронних цифрових підписів як нематеріальний актив. Податківці ґрунтуються на визначенні нематеріального активу відповідно до п. 4 ПСБО 8 «Нематеріальні активи» [8], що, на їхню думку, доводить, що електронний цифровий підпис є нематеріальним активом.

У податковому обліку групи нематеріальних активів і терміни дії права користування нематеріальними активами визначені в п. п. 138.3.4 п. 138.3 ст. 138 Податкового кодексу України [9]. Відповідно до вказаного пункту в податковому обліку нематеріальні активи поділяються на 6 груп. Відповідно до податкових консультацій витрати на придбання комп'ютерних програм та витрати на придбання електронних ключів до них необхідно обліковувати окремо, а саме комп'ютерні програми належать до

групи 5 нематеріальних активів, а електронні ключі до них – групи 6. В процесі використання електронні цифрові ключі амортизуються, а витрати на їх придбання включаються до витрат поточного періоду і впливають на розмір прибутку та, як наслідок, податку на прибуток.

Основою для розрахунку податку на прибуток є прибуток, розрахований за правилами бухгалтерського обліку (ст. 134 Податкового кодексу України). Але якщо річний дохід підприємства більше 20 млн. грн., то підприємство має застосовувати податкові різниці відповідно до ст. 138 Податкового кодексу України. З одного боку, амортизаційні витрати за електронний цифровий підпис відносять до податкових різниць, а з іншого боку, ні, оскільки строк амортизації нематеріального активу 6 групи встановлюється відповідно до правовстановлюючого документа, а отже, збігається з бухгалтерським (за умови, що в бухгалтерському обліку електронний цифровий підпис є нематеріальним активом або обліковується у складі витрат майбутніх періодів).

Висновки. Дослідження економічної сутності та практичного використання електронних цифрових підписів довело, що електронний цифровий підпис спрямований на спрощення та прискорення документообігу між суб'єктами господарювання, що має зміцнити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, адже пришвидшиться процедура укладення цивільно-правових та господарських договорів, оформлення експортно-імпорتنних операцій, надання електронних банківських послуг, обміну докумен-

тів між контрагентами. Схема використання електронного цифрового підпису доводить простоту його використання та підвищення достовірності даних. Крім того, доведено що використання електронного цифрового підпису підвищує інформаційну безпеку як всередині підприємства, так і в умовах передачі електронних даних інформаційними каналами зв'язку. Крім того, електронний цифровий підпис вирішує питання відповідальності за складення та затвердження електронних документів, адже після його накладання відповідальність правоздатної особи очевидна.

Розглянувши обліково-податковий аспект обліку електронних цифрових підписів, ми дійшли висновку, що критеріями впливу на облік електронного цифрового підпису є спосіб отримання електронних цифрових підписів (безкоштовно чи за грошові кошти) та строк корисного використання. Тому з метою спрощення обліку електронних цифрових підписів підприємствам, що знаходяться на спрощеній системі оподаткування, та підприємствам, у яких річний дохід не перевищує 20 млн. грн., рекомендуємо витрати на придбання електронного цифрового підпису відносити одразу до адміністративних витрат, адже такі підприємства не розраховують податкові різниці, що спростить ведення обліку. Підприємствам, у яких річний дохід більше 20 млн. грн., рекомендуємо придбати електронні цифрові підписи строком дії до двох років та обліковувати їх як нематеріальний актив у бухгалтерському та податковому обліку, що дасть змогу уникнути податкових різниць з податку на прибуток.

Список використаних джерел:

1. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22 травня 2003 року № 851-IV. Сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/851-15>.
2. Про електронний цифровий підпис: Закон України від 22 травня 2003 року № 852-IV. Сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/-show/852-15>.
3. Електронний цифровий підпис (ЕЦП) – як отримати електронний підпис за 6 кроків: інструкція для новачків + огляд ТОП-3 засвідчувальних центрів для отримання ЕЦП. URL: <http://bigenergy.com.ua/fnansi/bznes-dlya-pdpri/948-elektronnij-pidpis-ecp-otrimati-elektronnij-cifrovij-pidpis.html>.
4. Волинець В.І. Електронний цифровий підпис: сутність, принципи дії та порядок отримання. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23292/1/111-112.pdf>.
5. Кукарін О.Б. Електронний документообіг та захист інформації: навч. посіб. / за заг. ред. Н.В. Грицяк. Київ: НАДУ, 2015. 84 с.
6. Про електронну комерцію: Закон України від 3 вересня 2015 року № 675-VIII. Сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
7. Національне положення стандарт бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 року № 73 зі змінами та доповненнями. Сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
8. Положення стандарт бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 18 жовтня 1999 року № 242 зі змінами та доповненнями. Сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.
9. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. Сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page>.
10. Інформаційно-довідковий департамент Державної фіскальної служби України. Загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс. URL: <http://zir.sfs.gov.ua/main/bz/view/?src=ques>.

ЭЛЕКТРОННАЯ ЦИФРОВАЯ ПОДПИСЬ: УЧЕТНЫЙ И НАЛОГОВЫЙ АСПЕКТЫ

Аннотация. В статье исследованы экономическая сущность и особенности использования электронной цифровой подписи, что доказывает важность ее применения в условиях современности. Обобщена схема использования электронной цифровой подписи, что позволяет увидеть особенности ее практического применения. Рассмотрены спорные вопросы учетного и налогового отображения электронной цифровой подписи, доказано, что электронная цифровая подпись – это актив.

Ключевые слова: электронная цифровая подпись, электронный документ, документооборот, нематериальный актив, расходы.

ELECTRONIC DIGITAL SIGNATURE: ACCOUNTING AND TAXATION ASPECTS

Summary. The economic essence and peculiarities of the use of electronic digital signature have been explored, which proves the importance of its use in modern conditions. The scheme of using the electronic digital signature is substantiated, which makes it possible to clearly see the features of its practical application. The disputed issues of accounting and tax mapping of electronic digital signature are considered and it is proved that electronic digital signature is an asset.

Key words: electronic digital signature, electronic document, document turnover, intangible asset, expenses.

Глубіш Л. Я.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри технологій управління
Національного університету «Львівська політехніка»

Hlubish L. Ya.
PhD in Economics, Associate Professor,
Assistant professor of Department of Management Technologies,
Lviv Polytechnic National University

ПЕРЕШКОДИ ГАРМОНІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Анотація. У статті представлено результати дослідження, спрямованого на виявлення чинників, що сприяють процесу досягнення стану системної стабільності продовольчого забезпечення населення України та стримують його. На основі отриманих результатів аналізу поля сил окреслено напрям, в якому слід спрямувати вектор регуляторних дій держави, а також обґрунтовано доцільність застосування підходу з позицій потрійного виграшу, націленого уже не на максимізацію, а на оптимізацію, оскільки передбачає узгодження цілей тріади суб'єктно-функціональних складових сфери продовольчого забезпечення.

Ключові слова: збалансованість, економічний інтерес, заінтересована сторона, економічний ефект, сторони ринкової взаємодії.

Вступ та постановка проблеми. Потреба людей у продуктах харчування становить основу піраміди потреб А. Маслоу, тому питанню ефективного функціонування сфери продовольчого забезпечення завжди приділялося багато уваги. Однак для її сучасного стану як середовища тристоронньої взаємодії характерна асиметрія, зумовлена дисгармонією інтересів заінтересованих сторін, що є наслідком прагнення максимізувати економічну вигоду від особистої участі у ринковій взаємодії. Необхідною є консолідація зусиль щодо досягнення компромісу між критеріями максимізації та оптимізації, що закладає підвалини для рівноправності та рівноцінності відносин, інтересів та цілей усіх заінтересованих сторін тріади «держава – виробник – споживач». З огляду на це актуалізується питання збалансування інтересів стейкхолдерів сфери продовольчого забезпечення як головної умови її гармонійного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій економічній літературі зустрічаються поодинокі праці, де визначено не лише пріоритетні напрями гармонізації інтересів суб'єктів економічного простору [6], але й удосконалення механізму їх узгодження як для інноваційної макроекономічної системи [5], так і для суб'єктів зернового ринку, що базується на принципах раціональності поведінки господарюючих одиниць [3]. Результати наукового доробку цих авторів взято за основу нашого дослідження, спрямованого на пошук шляхів збалансування інтересів стейкхолдерів сфери продовольчого забезпечення з огляду на причини, що стримують процес досягнення стану системної стабільності забезпечення населення України продовольством.

Метою роботи є виявлення чинників, що перешкоджають досягненню стійкої тенденції зростання кількісних і якісних параметрів споживання населенням країни продуктів харчування та на основі отриманих результатів обґрунтування шляхів усунення або мінімізації їх негативного впливу задля збалансування інтересів стейкхолдерів, тобто учасників тристоронньої взаємодії, як обов'язкової умови гармонійного розвитку сфери продовольчого забезпечення та економічної системи загалом.

Результати дослідження. Тривалий процес реформування вітчизняної економіки слугує підставою проведення

досліджень щодо забезпечення гармонійного розвитку вітчизняної економічної системи та окремих її складових на засадах збалансованого функціонування. Загальновідомо, що обов'язковою умовою економічного розвитку є економічна свобода (незалежність), що є похідною від економічної безпеки. Серед множини складових останньої чи не найважливішою компонентою є продовольча безпека, оскільки потреба у продуктах харчування є однією з фізіологічних потреб кожного. Попри те, що здоров'я людини має неабияке значення для усіх сфер, галузей та економіки загалом, сучасний стан сфери продовольчого забезпечення як середовища тристоронньої взаємодії господарюючих суб'єктів є розбалансованим. Адже держава, виробник та споживач є суб'єктно-функціональними складовими сфери продовольчого забезпечення та одночасно протилежними сторонами ринкових відносин, стейкхолдери яких, керовані усвідомленою вигодою, переслідують власні інтереси та реалізують їх, виконуючи властиві їм функції в ході конкурентних економічних відносин відповідно до поставленої мети. Звідси випливає, що під економічним інтересом слід розуміти усвідомлену заінтересованою стороною економічну вигоду, очікувану від реалізації стратегії взаємодії.

Множинність стейкхолдерів суб'єктно-функціональних складових сфери продовольчого забезпечення і різноспрямованість їх цілей та економічних інтересів породили низку протиріч та, зрештою, призвели до продовольчого неблагополуччя. Зокрема, споживач прагне задовольнити свої потреби в продовольстві, отримавши максимум користі від спожитих товарів, заплативши за них низьку ціну. Виробник, навпаки, переслідує мету реалізувати продовольчу продукцію за максимально високою ціною, мінімізувавши витрати на її виробництво.

Вирішення проблем конфронтації та різновекторності прагнень щодо отримання економічної вигоди між сторонами ринкової взаємодії з огляду на динамічність сучасного ринку можливе завдяки активізації діяльності держави, яка, вміло використовуючи наявні регуляторні важелі, окреслить організаційно-правові рамки поведінки носіїв економічних інтересів, вводячи певні правові та економічні обмеження, задля досягнення оптимального формату

взаємодії. Його сутність полягає у виборі стейкхолдерами не найбільш бажаного результату з їх множини, а результату, здатного забезпечити вигоду для усіх сторін ринку одночасно, тобто оптимального. Зміст і форма самої ринкової взаємодії визначаються множиною факторів впливу і будуть підпорядковані об'єктивним економічним законам та закономірностям, що породжуватимуться виробничо-господарськими відносинами.

З огляду на це визначальним чинником ефективного функціонування вітчизняної сфери продовольчого забезпечення є визначення пріоритетів щодо оптимального варіанта її структури, що виявляється у системі відповідних пропорцій. Для того щоб визначити, у якому напрямі слід спрямувати вектор регуляторних дій держави, доцільно виявити та встановити співвідношення між чинниками, що сприяють процесу досягнення стану системної стабільності продовольчого забезпечення населення України та стримують його. В цьому разі вважаємо доцільним застосувати аналіз поля сил, оскільки він є тим інструментом, який дає змогу виявити можливості та сильні сторони, притаманні вітчизняній сфері продовольчого забезпечення, а також чітко окреслити недоліки її функціо-

нування й загрози, відповідно до яких, можна визначити вектори розвитку сфери продовольчого забезпечення на конкретну перспективу з урахуванням отриманого досвіду та національних особливостей її становлення та функціонування (рис. 1).

Виявлені в ході аналізу поля сил досягнення стану системної стабільності процесу продовольчого забезпечення слабкі сторони та потенційні загрози є наслідком самоусунення держави від регуляторних процесів. З метою недопущення погіршення ситуації щодо продовольчої безпеки держава, узгоджуючи діалектичний взаємозв'язок економічних інтересів виробників і споживачів на принципах часткового узгодження економічних потреб та відповідного їх задоволення, має працювати над усуненням цих негативних впливів. Із частковим узгодженням економічних потреб виробника і споживача та відповідним їх задоволенням ототожнюється рівність граничних жертв, яка є головною умовою узгодженої ринкової взаємодії, бо є тим інструментом, що дає змогу досягти бажаного результату функціонування сфери продовольчого забезпечення – продовольчого благополуччя, а не максимально можливої економічної вигоди для кожної заінтересованої сторони.

Досягнення стійкого стану системної стабільності, що характеризується відсутністю загрози щодо виробництва, надходження та споживання населенням дієтично повноцінних продуктів харчування відповідно до фізіологічних норм

Сили «За»

(сильні сторони і можливості)

1. Ємність внутрішнього та зовнішнього ринків продовольства.
2. Сприятливі природно-кліматичні умови для ведення сільського господарства.
3. Автономність та економічна самостійність вітчизняної сфери продовольчого забезпечення.
4. Потужний потенціал вітчизняної сфери продовольчого забезпечення.
5. Фізична доступність в кількісному відношенні.
6. Самозабезпеченість продуктами харчування сільського населення за рахунок ведення особистого селянського господарства.
7. Квоти і тарифи на вітчизняне продовольство з боку ЄС з огляду на членство України в СОТ.
8. Наявність продовольчої програми соціального захисту.
9. Використання продовольства як потужного інструмента на світовій арені.

Сили «Проти»

(слабкі сторони і загрози)

1. Застарілі виробничі потужності та технології підприємств вітчизняного АПК.
2. Низький рівень купівельної спроможності вітчизняного споживача, зумовлений високим рівнем безробіття та інфляційними коливаннями через політичну нестабільність в країні.
3. Зниження технологічних якостей продовольства.
4. Погіршення харчової цінності продуктів харчування.
5. Дієтична неповноцінність продовольства.
6. Низький рівень фізичної та економічної доступності продуктів харчування для окремих верств населення.
7. Недотримання ресурсозберігаючих та ресурсовідновлювальних технологій в ході виробництва продуктів харчування через низький рівень державних витрат на науково-дослідні роботи.
8. Недосконала система контролю якості та безпеки продуктів харчування відповідно до прийнятих міжнародних стандартів та норм.
9. Низький рівень гастрономічної культури серед населення.
10. Погіршення стану інфраструктури країни.
11. Погіршення якості ґрунтів та, як наслідок, забруднення ґрунтових вод.
12. Високий рівень безробіття та, як наслідок, масова міграція населення до країн Західної Європи.
13. Масштабна соціально-економічна криза на фоні бойових дій на сході країни.
14. Високий рівень корумпованості усіх гілок влади.

Рис. 1. Аналіз поля сил досягнення стану системної стабільності процесу продовольчого забезпечення

Державі як третій суб'єктно-функціональній складовій сфери продовольчого забезпечення слід зосередити зусилля на пристосуванні наявних регуляторних механізмів до вимог часу. Тобто слід створити умови для угодженої в часі і просторі поведінки заінтересованих сторін трьох суб'єктно-функціональних складових сфери продовольчого забезпечення та досягнення в такий спосіб і такої структурної пропорції в розподілі економічної вигоди між ними, яка б дала змогу отримати загальний ефект – досягнення стану системної стабільності продовольчого забезпечення населення.

Необхідним є напрацювання механізмів координованості поведінки множини стейкхолдерів суб'єктно-функціональних складових сфери продовольчого забезпечення, що закладе концептуальну основу її гармонійного розвитку. Гармонізація функціонування вітчизняної сфери продовольчого забезпечення уособлює проект дій та безпосередньо дії, спрямовані на досягнення гармонії, тобто стану, до якого слід прагнути усім її суб'єктно-функціональним складовим. Характерними атрибутами кожного проекту є його

місія, стратегічна мета та тактичні цілі. Тому, виходячи з цих міркувань та поділяючи думку автора, який трактує гармонію як оптимальну різноманітність, що виявляється в сукупності господарюючих одиниць чи формуючих єдине органічне ціле частин, елементів, пов'язаних деякими відносинами як єдністю [7, с. 111], вважаємо, що функціонування сфери продовольчого забезпечення як середовища тристоронньої ринкової взаємодії має бути орієнтоване на її місію, мету та цілі, сформульовані у логічній послідовності. Місія, стратегічна мета, тактичні цілі та завдання суб'єктно-функціональних складових, тобто сторін ринку, мають бути орієнтовані на загальну місію, стратегічну мету та тактичну ціль функціонування сфери продовольчого забезпечення, одночасно слугувати орієнтиром для формулювання мети, цілей і завдань господарської діяльності стейкхолдерів, якими кожна зі сторін представлена на ринку.

Розвиток економічної системи безпосередньо залежить від продуктивної діяльності людини як «ядра системи взаємодій» [1, с. 70], тому місією функціону-

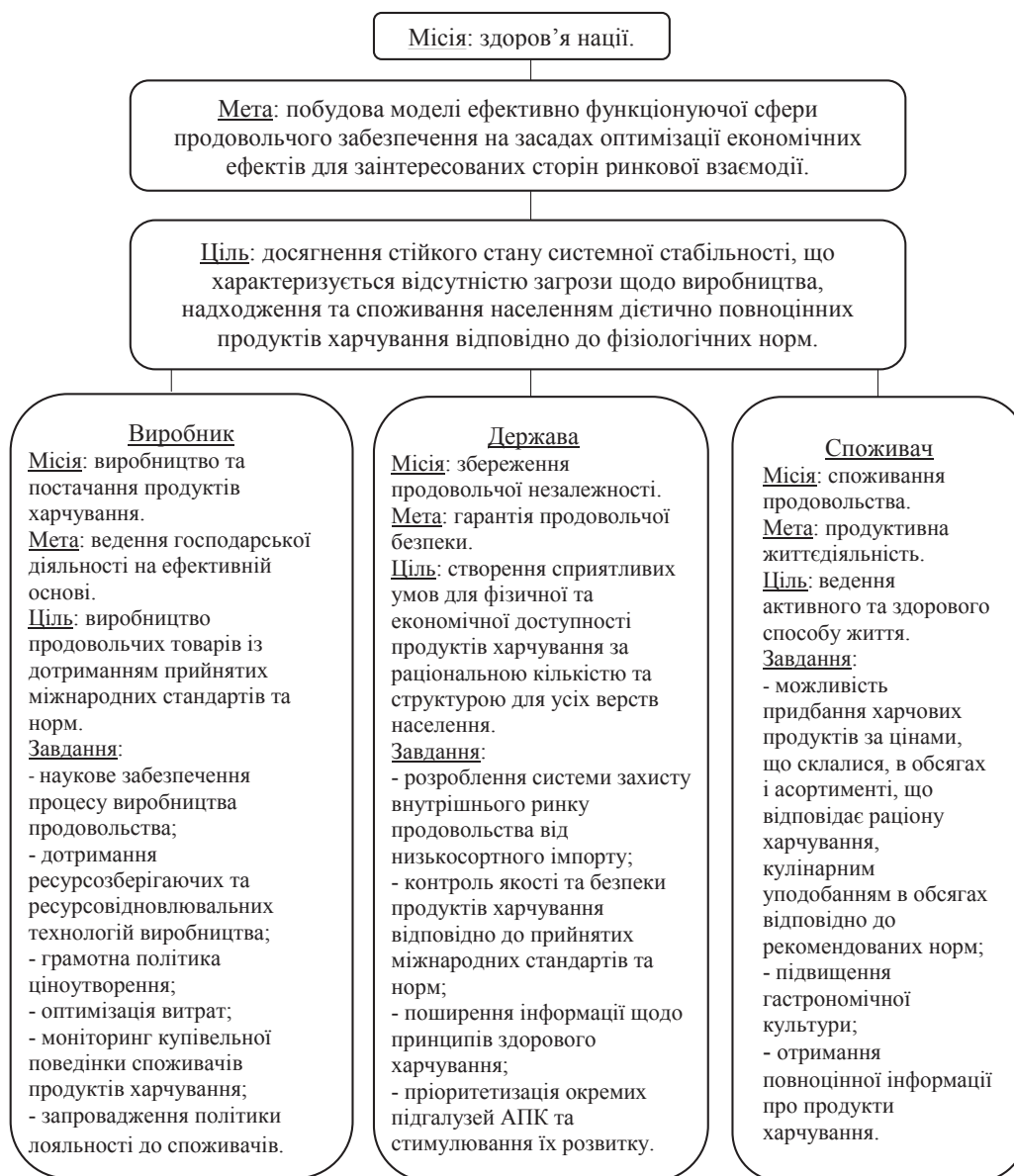


Рис. 2. Дерево цілей функціонування сфери продовольчого забезпечення

вання вітчизняної сфери продовольчого забезпечення є здоров'я нації (рис. 2). Її буде досягнуто тоді, коли цілі та завдання кожної заінтересованої сторони усіх суб'єктно-функціональних складових триєдиного механізму сфери продовольчого забезпечення відповідатимуть меті, цілям і завданням її функціонування. Такий підхід закладає підвалини рівноправності відносин, інтересів та цілей усіх заінтересованих сторін тристоронньої взаємодії.

Зусилля стейкхолдерів усіх суб'єктно-функціональних складових сфери продовольчого забезпечення мають бути спрямовані на потрійний вииграш (вигоду), оскільки він вказує на три мети: для виробника – ведення господарської діяльності на ефективній основі; для споживача – продуктивна життєдіяльність; для держави – гарантування продовольчої безпеки. Одним з основних компонентів підходу з позицій потрійного вииграшу, націленого уже не на максимізацію, а на оптимізацію, оскільки передбачає узгодження цілей тріади суб'єктно-функціональних складових «державна – виробник – споживач», є досягнення продовольчого благополуччя.

Такі міркування дають змогу стверджувати, що діалектичний метод пізнання та вирішення протиріч, який базується на принципі єдності та боротьби протилежностей, вичерпав себе, натомість постає необхідність переходу до триєдиної концепції, сутність якої полягає в гармонізації трьох частин, що становлять єдине ціле [9]. Триєдність досягається в результаті не просто взаємодії, а взаємного проникнення трьох узгоджуваних між собою категорій, які досить легко піддаються ідентифікації та вектороутворенню гармонійної діяльності [2], тому тріалектику прийнято вважати методом і теорією пізнання гармонійного розвитку економічних систем, оскільки, окрім двох протилежностей, вона передбачає наявність третього сполучного елемента, отже, всезагальність закону єдності протиріч розглядається як певна тріада [4, с. 86].

Звідси випливає, що систему реалізації економічних інтересів можна визначити як єдність взаємопов'язаних і взаємодіючих між собою структурних елементів сфери продовольчого забезпечення, економічні інтереси яких виникають і реалізуються в ході їх ринкової взаємодії, обумовленої відносинами власності, принципом економічної вигоди, мотивами і стимулами, через досягнення ними конкретних економічних цілей, що виражають ступінь задоволення їх економічних потреб, спектр яких формується під впливом системи цінностей, навіяних нагальними проблемами часу, та еволюціонує відповідно до етапів розвитку економічних відносин. Це свідчить про взаємозалежність заінтересованих сторін, яка обумовлює їх співробітництво, бо, не задовольнивши економічні інтереси одна одної, жодна із заінтересованих сторін не зможе реалізувати власні.

Безумовно, економічні інтереси стейкхолдерів тріади суб'єктно-функціональних складових сфери продовольчого забезпечення мають право бути реалізованими, проте до певної граничної межі, а саме доки вони не перешкоджають реалізації економічних інтересів інших стейкхолдерів сфери продовольчого забезпечення як середовища взаємодії, створюючи загрозу досягненню стійкого стану системної стабільності процесу продовольчого забезпечення. Сама ж стійкість забезпечується компромісом стейкхолдерів щодо збалансування їх економічних інтересів, тобто досягнення структурної пропорції в розподілі економічної вигоди між ними [10], що забезпечить їх гармонійну взаємодію, а отже, ефективне функціонування вітчизняної сфери про-

довольчого забезпечення, бо досягнення гармонійності є обов'язковою умовою ефективності.

Досягнення стану системної стабільності процесу продовольчого забезпечення населення країни на засадах взаємоузгодженої реалізації економічних інтересів потребує активізації діяльності держави, яка покликана створити і підтримувати такі умови, які б сприяли ефективній взаємодії та реалізації економічних інтересів всіх її учасників. Одночасно пріоритетами державної продовольчої політики мають стати заходи матеріально-технічного та техніко-технологічного оновлення виробничих потужностей стейкхолдерів вітчизняного АПК через здешевлення кредитів комерційних банків. Проте компенсацію доцільно здійснювати безпосередньо виробникам та продавцям агротехніки, а продавати варто за ціною, зниженою на суму компенсації. Одночасно слід запровадити суворий контроль за цільовим використанням коштів, зобов'язавши виробників складної агротехніки отриману компенсацію спрямовувати на проведення науково-конструкторських робіт, впровадження новітніх технологій виробництва, покращення якості, надійності та продуктивності техніки.

З метою недопущення опортуністичної поведінки заінтересованих сторін тріади суб'єктно-функціональних складових сфери продовольчого забезпечення прерогативою державної продовольчої політики має стати популяризація здорового харчування та здорового способу життя населення країни, оскільки це на фоні масштабної соціально-економічної кризи, зумовленої бойовими діями на сході України та новою хвилею масової міграції працездатного населення до країн Західної Європи та Північної Америки, спровокованої високим рівнем безробіття та пенсійною реформою, є чи не єдиним засобом збереження здорового генофонду нації.

Суттєвої уваги з боку держави потребує питання відновлення та розвитку інфраструктури, жорсткого контролю за якістю продуктів харчування як вітчизняного, так і імпортного походження, їх відповідності міжнародним нормам і стандартам, а також розвитку та пропагування гастрономічної культури серед населення як одного з проявів української ідентичності та соціального феномена формування солідарного українського суспільства. Не менше значення мають підтримка та розвиток ініціатив з фінансової грамотності, які охоплюють всі цільові групи суспільства, а саме від школярів до пенсіонерів.

Висновки. Таким чином, проблему досягнення стану системної стабільності процесу продовольчого забезпечення населення країни слід вирішувати не відособлено, а з урахуванням циклічності економічних систем, явищ і процесів. Тому державна продовольча політика повинна мати системний характер та охоплювати не тільки виробничу сферу агропромислового комплексу, але й питання здорового харчування населення, якості та безпеки продовольства, розвитку сільських територій, наукового забезпечення, фінансової грамотності населення. Натомість в Україні застосовувалися лише окремі елементи цілісної системи регулювання, внаслідок чого сучасний стан вітчизняної сфери продовольчого забезпечення є розбалансованим, що призвело до продовольчого неблагополуччя населення країни.

Подальші наукові дослідження слід розвивати в напрямі розроблення чіткої методики та алгоритму застосування інструментарію для побудови оптимального формату взаємодії стейкхолдерів суб'єктно-функціональних складових сфери продовольчого забезпечення України з метою збереження здорового генофонду нації.

Список використаних джерел:

1. Івашук Ю. Емерджентний інституційний порядок в економіці та його поведінкові підстави. Економічна теорія. 2016. № 3. С. 69–81.
2. Муратов А. Проблемы гармоничного развития предприятий и территориальных образований. Новокузнецк, 2012. 269 с.
3. Нікішина О. Баланс інтересів: критерій раціональності економічних відносин (на прикладі державного ринку зерна). Економіка харчової промисловості. 2010. № 4. С. 42–48.
4. Островская Е. Триалектика как метод мышления. Вопросы культурологии. 2009. № 2. С. 85–86.
5. Рябцева Н., Алсуф'єва О. Механізм узгодження економічних інтересів в інноваційній макроекономічній системі. Економічний вісник. 2013. № 2. С. 77–84.
6. Статівка Н. Гармонізація інтересів суб'єктів економічного простору в процесі державного регулювання економіки. Державне будівництво. 2008. № 1. Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2008-1/doc/1/08.pdf>.
7. Чаплыгин В. Асимметричность экономического развития: к вопросу о гармонии и симметрии. Вестник Калининградского филиала Санкт-петербургского университета МВД России. 2013. № 3(33). С. 110–113.
8. Чмут А. Сутність гармонізації як економічної категорії. Modern economics. 2017. № 1. С. 61–65.
9. Устойчивое развитие. URL: [http://yandex.ru/ru.wikipedia.org/wiki/устойчивое развитие](http://yandex.ru/ru.wikipedia.org/wiki/устойчивое_развитие).
10. Freeman R.E. Strategic Management: A stakeholder approach. Cambridge University Press, 2010.

**ПРЕПЯТСТВИЯ ГАРМОНИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
СФЕРЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

Аннотация. В статье представлено результаты исследования, направленного на выявление факторов, способствующих процессу достижения состояния системной стабильности продовольственного обеспечения населения Украины и сдерживающих его. На основе полученных результатов анализа поля сил очерчено направление, в котором следует направить регуляторный вектор регуляторных действий государства, а также обоснована целесообразность применения подхода с позиций тройного выигрыша, нацеленного уже не на максимизацию, а на оптимизацию, поскольку предусматривает согласование целей триады субъектно-функциональных составляющих сферы продовольственного обеспечения.

Ключевые слова: сбалансированность, экономический интерес, заинтересованная сторона, экономический эффект, стороны рыночного взаимодействия.

THE BARRIERS OF FOOD PROVISION SPHERE' HARMONIC DEVELOPMENT

Summary. The article presents the results of the research aimed at identifying factors, which promote and restrain the process of achieving the state of systemic stability of the food supply of the population of Ukraine. On the basis of the obtained results of the Force field analysis, determined the direction, in which the vector of regulatory actions of the state should be directed. The feasibility of the approach from the standpoint triple win, aimed not at maximization, but on optimization, because it involves the coordination of the goals of the triad of subjective-functional constituents of food supply, also grounded.

Key words: balancing, economic interest, stakeholder, economic effect, sides of the market interaction.

Нусінов В. Я.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри обліку, оподаткування,
публічного управління та адміністрування
Криворізького національного університету*

Голівер В. П.

*аспірант кафедри обліку, оподаткування,
публічного управління та адміністрування
Криворізького національного університету*

Nusinov V. Ya.

*Doctor of economic sciences, professor,
Chairman of account, taxation,
public management and administration department,
SHEE "Kriviy Rih national university"*

Holiver V. P.

*Graduate student of account, taxation,
public management and administration department,
SHEE "Kriviy Rih national university"*

ЛОГІКА ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Анотація. Стаття присвячена питанням формування національної моделі корпоративного управління на основі її еволюційного формування. Охарактеризовано етапи розвитку національної моделі корпоративного управління від початку її становлення. Наведено ознаки національної моделі корпоративного управління на початку становлення та на сучасному етапі розвитку, механізм їх трансформації. Запропоновано рекомендації щодо вдосконалення національної моделі корпоративного управління в розрізі внутрішньо- та зовнішньоорганізаційних питань, а також таких, що враховують діяльність окремих органів корпоративного управління.

Ключові слова: акціонерне товариство, корпоративне управління, модель корпоративного управління, національна модель корпоративного управління.

Вступ та постановка проблеми. Дослідження наявних у світі моделей корпоративного управління (англо-американська, європейська, японська) довело, що вітчизняна практика корпоративного управління не може бути ідентифікована з жодною з наявних сьогодні моделей. Незважаючи на виявлені в моделях недоліки, кожна з них довела свою ефективність у відповідних країнах світу з притаманними їм економіко-правовими умовами розвитку. Варто також відзначити, що дієздатність вказаних моделей формувалась десятиліттями, а подекуди й століттями, тоді як вітчизняна практика корпоративного управління ледве дотягує до 30 років.

Саме тому для України, яка має такий малий досвід практики корпоративного управління, надзвичайно актуальним є створення своєї корпоративної моделі, яка має не стільки запозичувати окремі характеристики відомих моделей, скільки відображати власні соціально-економічні та корпоративні особливості розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових працях вітчизняних та російських науковців останніми роками неодноразово робилися спроби виокремлення національної моделі корпоративного управління (вбачаємо доцільним розглянути також досвід становлення моделі корпоративного управління в Росії через її сильну схожість з національною моделлю за багатьма ознаками, такими як однаковий період та умови становлення після розпаду СРСР) [1–9]. Проте їхні думки не мають логічної єдності, а пошук ефективної моделі, яка б задовольняла інтереси всіх учасників корпоративних відносин, триває досі.

Окремі науковці вбачають у національній моделі її тяжіння до японської практики корпоративного управління (О. Мороз, Н. Карачина та Т. Халімон [1, с. 23]), а саме наявність тривісного управління; незалежне регулювання ринку цінних паперів є неефективним; управління здійснюється афілійованими особами; ключовими учасниками є фінансово-промислові групи; практично відсутній серйозний вплив індивідуальних інвесторів на діяльність корпорації. Водночас І. Челенкова [3, с. 79] та О. Калініна [7, с. 82], навпаки, вказують на її схожість з американською та європейською моделями, що призводить до існування низки суперечностей у сучасній національній моделі (подвійне трактування та нестійкість корпоративних цінностей, корпоративні конфлікти, низький рівень корпоративної соціальної відповідальності тощо). На думку Р. Глазова, початкове зародження моделі корпоративного управління мало більшість рис американської моделі [2, с. 34]. В. Сучков та А. Кінцель знаходять у ній ознаки всіх трьох моделей [5, с. 231].

Метою роботи є визначення еволюційних та специфічних передумов трансформації та розвитку національної моделі корпоративного управління, розробка рекомендацій щодо її вдосконалення.

Результати дослідження. Узагальнення низки наукових праць з питань еволюції корпоративних відносин в Україні дало змогу виокремити такі етапи формування національної моделі корпоративного управління (табл. 1).

Як видно з табл. 1, тільки на першому етапі формування національної моделі вона мала характер аутсайдерської, коли державна власність масово передавалась

Етапи формування національної моделі корпоративного управління

Етапи	Тип моделі	Характеристика
1991–1993 рр.	Аутсайдерська, розпорошена	Первинний перерозподіл прав державної власності внаслідок масової сертифікатної безоплатної приватизації.
1993–1995 рр.	Інсайдерська, розпорошена	Масове скуповування ваучерів у населення інституціональними інвесторами, формування укрупненої власності.
1995–2000 рр.	Інсайдерська, помірно концентрована	Концентрація корпоративного капіталу навколо стратегічного власника (групи власників).
2000–2007 рр.	Інсайдерська, концентрована	Подальші зміни щодо концентрації власності та збільшення частки володіння інституціональними інвесторами, в результаті чого сформовано чотири інсайдерські моделі: 1) модель «авторитарного корпоративного статусу», коли власником підприємства є вищий менеджмент (зустрічається у вітчизняній практиці корпоративного управління досить рідко) [1, с. 119]; 2) модель «повного контролю», коли вищий менеджмент не відіграє істотної функціональної ролі; вище керівництво представлене переважно людьми, які не знайомі з проблемами господарської діяльності підприємства, не є фахівцями, займають лише декларативно керуючу позицію; такі керівники дуже часто змінюються, водночас підприємство знаходиться під повним контролем зовнішнього корпоративного власника, який здійснює вплив на підприємство, колектив і господарський процес здебільшого через фаховий (середній) менеджмент; 3) модель контролю, коли функціональна роль вищого менеджменту є істотною; 4) модель «партнерських відносин», коли вищий менеджмент є окремою функціонально значимою соціальною групою учасників корпоративних відносин, що має значні права, власну позицію та власне бачення розвитку підприємства, власні можливості відстоювати свою позицію по відношенню до зовнішнього корпоративного власника.
2007 – сьогодні	Інсайдерська, концентрована	Подальша трансформація моделей з появою таких модифікацій: 1) модель «приватного підприємства», коли 99% і більше акцій зосереджені в руках одного акціонера; міноритарні акціонери позбавлені будь-яких прав та є формальною часткою власності; 2) модель «концентрованого зовнішнього контролю», коли 80% і більше акцій зосереджені в руках зовнішніх інвесторів (переважно вертикально інтегрованих структур).

Джерело: узагальнено, доповнено авторами на основі джерел [1–9]

у руки приватних власників на основі приватизаційних майнових сертифікатів, так званих ваучерів. З 1995 року і по сьогодні вона набула статусу інсайдерської з домінуванням власності в руках одного інституційного інвестора (групи інвесторів) та практичною відсутністю часток міноритарних акціонерів.

Погоджуємося з думкою І. Челенкової про те, що негативне ставлення до корпоративного управління на початку 90-х років багато в чому визначалось логікою масової ваучерної приватизації, в якій переважали інтереси зовнішніх інвесторів над внутрішніми, адже спочатку домінувала значна частка дрібних власників. Тому з позиції менеджменту підприємства акціонери виглядали як «прихлібателі», що претендують на частину прибутку підприємства. Це стимулювало виведення активів підприємства у структури, підконтрольні топ-менеджерам, наслідками чого стали практично масові «закриття» таких компаній для зовнішніх інвесторів, занепад фондового ринку ще на стадії його становлення та формування інсайдерської моделі корпоративного управління [3, с. 82–83]. Така ситуація стала основною причиною того, що в Україні так і не вдалося створити розвинутий фінансовий ринок, адже перерозподіл капіталу пройшов повз нього шляхом захоплення власності через недосконалий механізм банкрутства. Наявність у корпоративному секторі інтеграційних процесів, а особливо в межах вертикальної інтеграції, призвела до остаточної консолідації власності в руках зовнішніх власників з повним переходом в одні руки

(для вітчизняних акціонерних товариств характерним є надто високий рівень концентрації власності, а саме 90–100%). Як наслідок, вітчизняний корпоративний сектор пішов шляхом формування акціонерів з великими пакетами акцій, що дають їм змогу контролювати менеджмент, а інтереси домінуючих власників та їх взаємодія з менеджментом стали формувати засади національної системи корпоративного управління, за багатьма ознаками наближаючи її до європейської моделі.

Якщо порівнювати основні ознаки (характерні риси) національної моделі корпоративного управління на початку її зародження (на початку 90-х років) із сьогоднішньою ситуацією (рис. 1), то можна чітко побачити, що на сучасному етапі вона набула чисто інсайдерського типу з цілою низкою специфічних ознак.

Специфічні ознаки не притаманні жодній цивілізованій моделі корпоративного управління, оскільки сформовані на основі розходження траєкторії розвитку системи корпоративного управління в нашій країні порівняно з цивілізованими країнами, а також чинять негативний вплив на ефективність функціонування системи корпоративного управління.

Крім того, сьогодні в національній моделі не збереглося жодної аутсайдерської ознаки, а інсайдерські риси, які були на початку її становлення, трансформувались у більш авторитарні та монополістичні, які не дають ефективно розвиватися фондовому ринку, не захищають права міноритарних акціонерів та ставлять інші органи корпоративного управління у пряму залежність від волі власника, що

1) Відносна розпорошеність власності; 2) вільне інвестування; 3) акціонерна демократія, конкуренція інтересів та конкурентні рішення; 4) низький рівень конфлікту інтересів.	1) Низькорозвинений фондовий ринок; 2) володіння працівниками часткою у власності; 3) довгострокове співробітництво акціонерів.	1) Концентрація влади і власності в руках менеджерів; 2) недостатньо дієва система моніторингу діяльності менеджерів; 3) низький рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності.
АУТСАЙДЕРСЬКІ	ІНСАЙДЕРСЬКІ	СПЕЦИФІЧНІ
Ознаки національної моделі корпоративного управління на початку її становлення		

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОЗНАК НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Ознаки національної моделі корпоративного управління на сучасному етапі		
АУТСАЙДЕРСЬКІ	ІНСАЙДЕРСЬКІ	СПЕЦИФІЧНІ
X	1) Низькорозвинений фондовий ринок; 2) посилення монополістичних тенденцій в економіці, утворення великих корпоративних структур на основі поєднання банківського та промислового капіталу; 3) порівняно висока концентрація власності у одного власника або обмеженого кола власників; 4) орієнтація на самофінансування або використання ресурсів контрагентів (зокрема, в межах інтегрованих структур) як засіб мінімізації ризику корпоративного захоплення; 5) відсутність правового захисту міноритарних акціонерів.	1) Безпосередня участь в управлінні домінуючого власника та жорсткий контроль над виконавчим органом; 2) відсутність чітких меж між політикою і бізнесом, особлива роль держави у посиленні окремих фінансово-олігархічних угруповань; 3) фіктивність наглядової ради, яка отримує прямі вказівки від акціонерів; 4) неефективна структура власності та низький рівень корпоративної соціальної відповідальності; 5) виведення фінансових ресурсів за кордон (центри прибутку багатьох українських компаній знаходяться за кордоном).

Рис. 1. Еволюційна трансформація ознак національної моделі корпоративного управління у процесі її розвитку

Джерело: розробка авторів

призводить до порушення міжнародних принципів корпоративного управління та ставить під загрозу весь корпоративний бізнес у країні в його класичному розумінні.

У зв'язку з цим актуальності набуває вдосконалення як самої моделі корпоративного управління, так і системи органів, що входять до її складу, з метою поступового її наближення до ознак цивілізованого розвитку. У цьому контексті погоджуємося з твердженням Н. Орлової, що одними з ключових напрямів удосконалення національної системи корпоративного управління мають стати формування економічно сприятливого середовища ведення корпоративного бізнесу; удосконалення інституційного забезпечення та формування відповідної інфраструктури;

використання міжнародної практики розвитку інформаційного суспільства [4, с. 74].

Загалом же аналіз наявного наукового доробку та наявної практики корпоративного управління в нашій країні дав змогу запропонувати рекомендації щодо подальшого вдосконалення національної моделі корпоративного управління, які можна об'єднати в такі групи (рис. 2). Результатами реалізації запропонованих рекомендацій стануть усунення недоліків наявної сьогодні національної моделі корпоративного управління, спричинених її специфічними рисами (рис. 1), її доведення до змішаного інсайдерсько-аутсайдерського вигляду, а також підвищення ефективності корпоративного управління як на окремих підприємствах, так і в країні загалом.

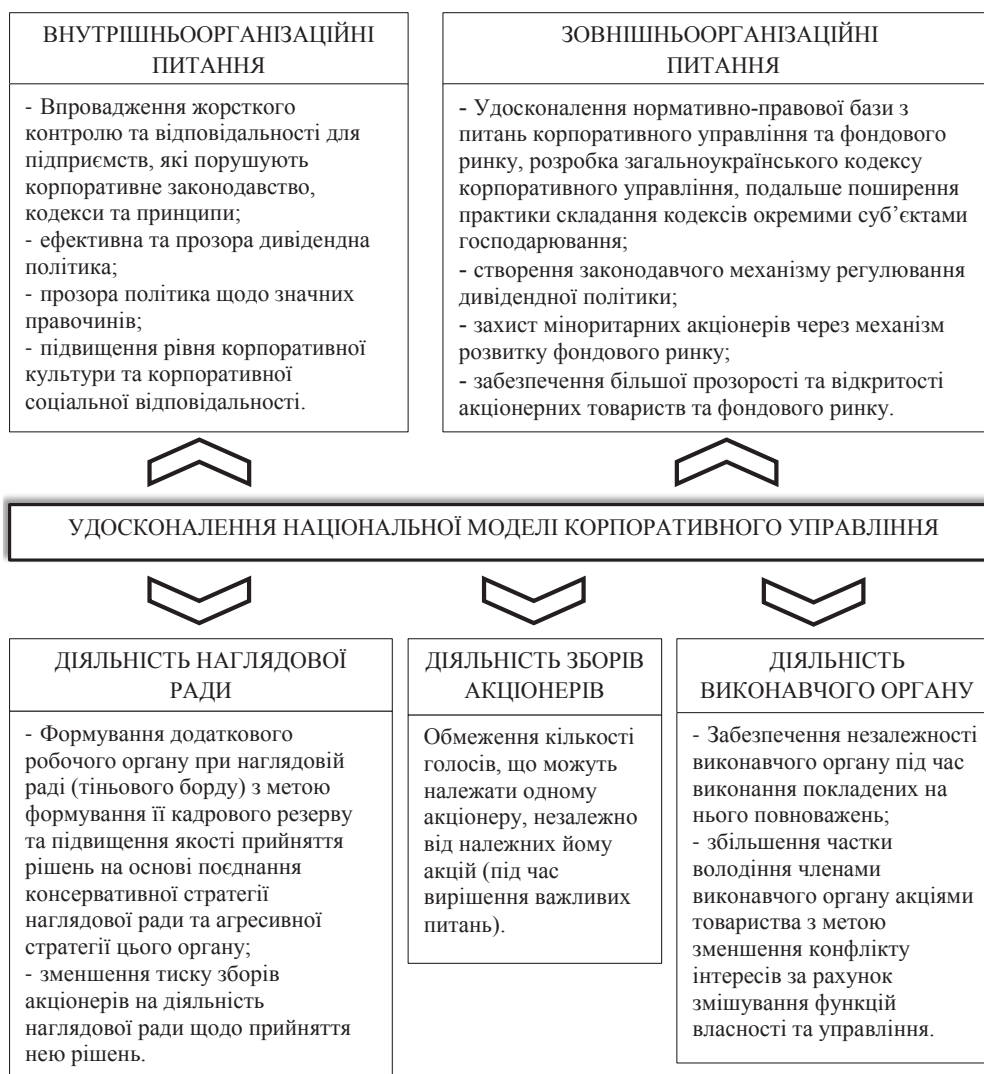


Рис. 2. Рекомендації з удосконалення національної моделі корпоративного управління з метою поступового її наближення до ознак цивілізованого розвитку

Джерело: узагальнено, доповнено авторами на основі джерел [4; 10; 11; 12; 13]

Певне удосконалення національної моделі корпоративного управління уже здійснюється сьогодні на законодавчому рівні. Зокрема, це стосується структури власності акціонерних товариств, оскільки з 1 січня 2018 р. держава посилила боротьбу з непрозорою (так званою кільцевою структурою власності, за якої компанії є засновниками (власниками) один одного та не показують при цьому кінцевого бенефіціарного власника), а саме статтю 42-1 Закону «Про акціонерні товариства» «Обмеження при визначенні кворуму загальних зборів і прав участі у голосуванні на загальних зборах» доповнено умовою, що «акції акціонерних товариств, які належать юридичній особі, яка перебуває під контролем такого акціонерного товариства, не враховують при визначенні кворуму загальних зборів і не дають право участі у голосуванні на загальних зборах» [14; 15].

Тому за «кільцевою» структури власності у акціонерного товариства може не набратися кворуму. Хоча тут у законодавстві простежується прогалина, адже Законом [14] не заборонено за кілька днів до дати складання переліку акціонерів, що можуть взяти участь у зборах, «поступитися» необхідною частиною акцій так званій футбольній команді, яка тимчасово виступить акціонером і складе

кворум на зборах. Але такі ротації теж тягнуть за собою додаткові витрати (на відкриття рахунків у цінних паперах, послуги торговця тощо), а їх проведення перед кожними зборами виглядатиме підозріло.

Висновки. Отже, за результатами проведеного дослідження теоретично обґрунтовано еволюційну трансформацію національної моделі корпоративного управління з інсайдерсько-аутсайдерської в інсайдерську. Виділено як характерні, так і специфічні ознаки цієї моделі. Специфічні ознаки не притаманні жодній цивілізованій моделі корпоративного управління, оскільки сформовані на основі розходження траєкторії розвитку системи корпоративного управління в нашій країні порівняно з цивілізованими країнами чинять негативний вплив на ефективність функціонування системи корпоративного управління. Визначено напрями вдосконалення національної моделі корпоративного управління з їх поділом на внутрішньо- та зовнішньоорганізаційні, а також у розрізі окремих органів корпоративного управління з метою її поступового наближення до ознак цивілізованого розвитку.

Перспективою подальших досліджень визначено вдосконалення системи органів корпоративного управління в межах сформованої національної моделі.

Список використаних джерел:

1. Мороз О., Карачина Н., Халімон Т. Корпоративне управління на підприємствах України: постприватизаційний етап еволюції: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2007. 180 с.
2. Глазов Р. Формирование эффективных механизмов корпоративного управления в российском предпринимательстве: дисс. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.05. Москва, 2006. 155 с.
3. Челенкова И. Корпоративное управление как система социальных взаимодействий: дисс. ... канд. соц. наук: спец. 22.00.08. Санкт-Петербург, 2014. 206 с.
4. Орлова Н. Специфіка розвитку української моделі корпоративного управління в інформаційному суспільстві. Теорія та практика державного управління. 2011. Вип. 3. С. 70–77.
5. Сучков А., Кінцель А. Моделі корпоративного управління: світовий досвід та вітчизняні реалії. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2014. № 2(26). С. 228–235.
6. Шашина М. Моделі механізму корпоративного управління державним сектором економіки. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2015. № 12. С. 64–70.
7. Калініна О. Особливості корпоративного управління в різних країнах. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2016. Вип. 17. Ч. 1. С. 79–82.
8. Білик О. Особливості моделей корпоративного управління. Формування ринкових відносин в Україні. 2015. № 4 (167). С. 39–43.
9. Петько С. Моделі корпоративного управління в діяльності корпорацій на світових ринках. Молодий вчений. 2015. № 2(17). С. 225–229.
10. Баглей Р. Формування вітчизняної моделі корпоративного управління. Сталий розвиток економіки. 2014. № 1(23). С. 199–206.
11. Романюк В. Еволюція розвитку моделей корпоративного управління в умовах конкуренції. Бізнес-Інформ. 2015. № 7. С. 288–294.
12. Хлопотна Н. Теоретичні основи і сутність визначення поняття «корпоративне управління», особливості національної моделі корпоративного управління. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2014. № 4(49). С. 162–177.
13. Жорнокуй Ю. Удосконалення корпоративного управління як спосіб попередження корпоративних конфліктів в акціонерних товариствах. Право та інновації. 2015. № 1. С. 62–68.
14. Про акціонерні товариства: Закон України від 17 вересня 2008 р. № 514-VI (зі змінами та доповненнями); поточна редакція станом на 1 січня 2017 р. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/514-17>.
15. Структура власності акціонерних товариств. Юридичні технології Києва. URL: <http://ut.kiev.ua/biblioteka-yurista/item/2363-struktura-vlasnosti-aktsionernih-tovaristv.html>.

ЛОГИКА ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. Стаття посвящена вопросам формирования национальной модели корпоративного управления на основе ее эволюционного формирования. Охарактеризованы этапы развития национальной модели корпоративного управления с начала ее становления. Приведены признаки национальной модели корпоративного управления в начале становления и на современном этапе развития, механизм их трансформации. Предложены рекомендации по усовершенствованию национальной модели корпоративного управления в разрезе внутренних и внешних вопросов организации, а также таких, которые учитывают деятельность отдельных органов корпоративного управления.

Ключевые слова: акционерное общество, корпоративное управление, модель корпоративного управления, национальная модель корпоративного управления.

LOGIC OF FORMING OF NATIONAL CORPORATE CASE FRAME

Summary. The article is sacred to the questions of national corporate case frame forming on the basis of its evolutionary forming. The stages of national corporate case frame development are described from the beginning of her development. Signs over of national corporate case frame are brought at the beginning of becoming and on the modern stage of development and their transformation mechanism. Offered to recommendation on the improvement of national model of corporate governance in the cut of internal and external questions, and also such which take into account activity of separate organs of corporate governance.

Key words: joint-stock company, corporate governance, corporate case frame, national corporate case frame.

Гончарук І. В.

*аспірант кафедри економічної теорії макро- та мікроекономіки
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Honcharuk I. V.

*Graduate student at Department
of Economic Theory of the Faculty of Economics
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

КОНКУРЕНЦІЯ БІЗНЕС-ПЛАТФОРМ НА РИНКАХ МЕДИЧНИХ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Анотація. У статті проаналізовано світовий досвід розвитку бізнес-платформ в галузі електронної охорони здоров'я; визначено головні тенденції розвитку системи електронної охорони здоров'я; визначено переваги та недоліки державної монополії та монополістичної конкуренції як основних видів ринкових структур на ринку медичних послуг; розглянуто особливості конкуренції між сторонами-учасниками платформи та конкуренції між платформами на ринку медичних товарів та послуг; досліджено особливості розвитку бізнес-платформ на ринку медичних послуг в Україні.

Ключові слова: двосторонній ринок, ринок медичних послуг, бізнес-платформа, конкуренція, монополія.

Вступ та постановка проблеми. Сучасним мейнстрімом в медицині є впровадження багатосторонніх бізнес-платформ, що є невід'ємною складовою системи електронної охорони здоров'я, а також забезпечує підвищення якості, ефективності, доступності та зручності надання медичних послуг за рахунок використання сучасних цифрових технологій. Бізнес-платформи на ринках медичних товарів та послуг характеризуються складністю інфраструктури, оскільки покликані виконувати не тільки економічні (максимізація прибутку, зниження витрат, досягнення лідерства на ринку, задоволення потреб кінцевого споживача тощо), але й соціальні, демографічні, політичні та інші завдання, що є специфікою цієї галузі.

Використання бізнес-платформ докорінно змінює конкурентні відносини, що пов'язано з динамічністю та постійним розвитком інновацій на ринках медичних товарів та послуг. Дослідження конкуренції є основою вдосконалення анти-монопольного законодавства та формування ефективного механізму державного регулювання ринків в Україні та світі. Однак сьогодні у вітчизняній науковій літературі недостатньо мірою проаналізовано такі питання, як, зокрема, вплив бізнес-платформ на природу конкуренції на медичному ринку України, особливості конкуренції між платформами та її сторонами-учасниками, система ціноутворення на багатосторонньому ринку медичних товарів та послуг, що обумовлює актуальність нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема тика багатосторонніх ринків та бізнес-платформ досить широко висвітлена у зарубіжній літературі, адже їй присвячена значна кількість наукових публікацій. Дослідженню сутності двосторонніх ринків присвячені роботи: Д. Гейла, Л. Шеплі, Ж. Тіроля, Ж. Роше, М. Армстронга, Дж. Райта, С. Яблонського, А. Шастіко, О. Паршиної, А. Ігнатюк та інших вчених.

Ф. Чу та М. Янсіті досліджують вплив якості продукції/послуг на конкурентоспроможність платформ на ринку. К. Боудрей та Л. Джеппесен аналізують, як конкуренція між сторонами платформи може зменшити інноваційні стимули для виробників додаткових продуктів. С. Ансарі та його співавтори визначають, як новий учасник може успішно конкурувати з лідером платформи, використовуючи стратегію кооперації. О. Коваленко досліджує багатосторонні платформи як мережі створення вартості тощо.

Важливу роль у дослідженні платформ на медичному ринку відіграли роботи таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як, зокрема, П. Василякопулу, М. Грізо, Т. Дженсен, Д. Волш, К. Моран, Р. Байс, А. Сальніков, В. Вишневський.

Метою роботи є аналіз конкурентних відносин, що виникають між бізнес-платформами на ринку медичних послуг в Україні та світі.

Результати дослідження. Розвиток інформаційних технологій та впровадження багатосторонніх бізнес-платформ в усі сфери діяльності людини кардинально змінюють ринкові соціально-економічні відносини. Багатосторонні бізнес-платформи сприяють розвитку усіх видів економічної діяльності, зокрема медицини.

В науковій літературі значна кількість публікацій присвячена характеристичі таких понять, як «електронна охорона здоров'я» (ЕОЗ), «телемедицина», «інтернет-медицина», однак недостатньо вивчені економічні аспекти впровадження бізнес-платформ на ринку медичних послуг, зокрема питання конкуренції.

Для аналізу конкуренції бізнес-платформ, що є невід'ємною складовою системи електронної охорони здоров'я, необхідно насамперед проаналізувати сутність поняття «електронна охорона здоров'я».

Редактор журналу "Journal of Medical Internet Research" Г. Ейсенбах у 2001 році першим спробував дати визначення терміна «електронна охорона здоров'я»: «це галузь, що виникає та розвивається на перетині медичної інформатики, охорони здоров'я та бізнесу».

Всесвітня Організація Охорони Здоров'я (ВООЗ) під електронною охороною здоров'я розуміє надання медичної допомоги пацієнтам, підвищення кваліфікації та навчання медпрацівників, виявлення захворювань та моніторинг тенденцій суспільного здоров'я за допомогою досягнень в галузі ІКТ.

У 2005 році ВООЗ прийняла резолюцію про розвиток системи електронної охорони здоров'я, що включає широкий спектр медичних послуг та інформаційних технологій. Дистанційні консультації у фахівця (телемедицина та мобільна медицина), електронні рецепти, електронні «історії хвороби», вибір лікаря, запис до лікаря за допомогою сайту тощо – складові елементи електронної охорони здоров'я, якій в іноземній літературі відповідає поняття "e-health" [18].

Розвинені країни світу впроваджують "e-health", підлаштовуючи загальні принципи, визначені ВООЗ, під осо-

бливості національної охорони здоров'я. Однак сьогодні ці дослідження неможливі без аналізу бізнес-платформ, що забезпечують підвищення якості, ефективності, доступності та зручності надання медичних послуг за рахунок використання сучасних цифрових технологій та взаємодії усіх учасників ринку.

В умовах вдосконалення ІКТ та провадження інновацій ринки медичних товарів та послуг набувають ознак багатосторонніх, що досягається шляхом використання бізнес-платформ. Високий потенціал багатосторонніх ринків медичних товарів та послуг та світова тенденція до підвищення ефективності витрачання коштів на охорону здоров'я ставлять перед розвиненими країнами нові завдання:

- використання хмарних технологій в охороні здоров'я;
- впровадження сервісів, що забезпечують інтеграцію та інтероперабельність медичних інформаційних систем;
- інтеграція даних медичних пристроїв в процес забезпечення лікування;
- розвиток мобільного здоров'я;
- використання телемедицини, віддалений моніторинг пацієнтів;
- впровадження системи візуалізації медичних зображень, обмін такими зображеннями [2].

Розвиток медицини в майбутньому буде можливим тільки завдяки платформам та їх постійному вдосконаленню.

Побудова системи електронної охорони здоров'я відбувається двома шляхами, а саме американським та європейським. Американська модель передбачає розвиток ринку медичних послуг на основі принципів вільної конкуренції бізнес-платформ, де держава виконує регулятивні функції. На ринку діють декілька медичних платформ, які конкурують між собою за споживачів, використовуючи широкий спектр методів нецінової конкуренції. Країнами, що сьогодні використали американську модель розвитку ринку медичних послуг, є США та Ізраїль.

В тих країнах, де медичне обслуговування гарантується державою, розвиток електронної охорони здоров'я відбувається за європейською моделлю, що передбачає створення загальнодержавної платформи, яка задовольняє потреби споживачів та стимулює розвиток ринку централізовано. Країнами, що вибрали європейську модель, є Данія, Швеція, Норвегія, Естонія, Росія (табл. 1) [1].

У статті П. Василагопулу та його співавторів «Створення національних платформ електронної охорони здоров'я: виклик інтеграції» проаналізовано бізнес-платформи, що були ініційовані та впроваджені державою в галузі охорони здоров'я у трьох скандинавських країнах, а саме Данії, Норвегії та Швеції. У всіх трьох країнах медичне обслуговування гарантується державою, отже, створення державної електронної системи охорони здоров'я потребувало реформування на законодавчому рівні. Створення платформи в кожній з країн ініціювалося урядом, однак були вибрані різні стратегії. В Данії у провадженні платформи брали участь всі рівні виконавчої влади, пріоритетність задач визначалася шляхом обговорення з безпосередніми учасниками в різних регіонах країни. В Норвегії створили спеціальне Агентство, яке централізовано склало план розвитку платформ на ринках медичних товарів та послуг [1].

Методи конкурентної боротьби на ринках медичних товарів та послуг визначаються відповідно до вибраної державою стратегії розвитку. В одних країнах основним драйвером розвитку цифрової медицини була держава, в інших – потреба в системній економії, або підприємці побачили можливість швидко отримати прибутки шляхом впровадження інновацій.

Якщо на ринку бізнес-платформи впроваджують на засадах американської моделі, то між платформами виникає конкуренція за пацієнтів, інвесторів, державні гранти, виробників медичних препаратів, науково-дослідницькі програми тощо.

Якщо ж бізнес-платформа створена відповідно до європейської моделі, вона має загальнонаціональний характер та впроваджується централізовано відповідними органами державної влади, які формують та визначають основні цілі та складові елементи платформи. Конкуренція на медичних ринках, де платформа є державною монополією, виникає між розробниками платформ, виробниками медичних препаратів, науково-дослідними інститутами тощо (табл. 2).

Головними особливостями конкуренції на ринках медичних товарів та послуг є:

- дія платформ в умовах державної монополії та монополістичної конкуренції;
- зміна меж ринків медичних товарів та послуг завдяки виникненню зв'язків між учасниками, які раніше не взаємодіяли між собою;
- стирання меж між класичним поділом ринків за рахунок створення мережових зв'язків між різними сторонами-учасниками платформи;
- долучення нових учасників завдяки впровадженню інновацій;
- посилення конкуренції між розробниками платформ;
- посилення конкуренції між медичними закладами за кінцевого споживача;
- конкурентне ціноутворення на ринках медичних товарів та послуг;
- використання нових методів недобросовісної конкуренції;

– конкуренція з технологічної та економічної трансформується в соціальну та культурну взаємодію [10; 11; 13].

Бізнес-платформи на ринках медичних товарів та послуг – це інструмент для підвищення прозорості ринку та зниження витрат та ризиків, завдяки чому пацієнти отримують конкурентні пропозиції та зручні послуги.

На ринку медичних послуг України вже успішно працює пілотна платформа doc.ua, яка була розроблена за рахунок інвестицій приватного сектору для залучення споживачів та завоювання ніші на ринку медичних послуг України. Однак платформа doc.ua надає досить обмежений спектр послуг (пошук лікаря та запис на прийом) та тільки частково задовольняє потреби споживачів в умовах IV промислової революції. Загальносвітові тенденції у галузі медицини ставлять перед Україною нові завдання створення системи електронної охорони здоров'я шляхом впровадження бізнес-платформи з широким асортиментом послуг, що буде задовольняти потреби усіх учасників ринку та стимулювати розвиток вітчизняної медицини до світового рівня.

В рамках загальнонаціональної медичної реформи в Україні урядом ініційовано створення єдиної державної медичної бізнес-платформи під назвою "eHealth", що є комплексом систем, які виконують одночасно кілька ключових функцій, таких як створення електронного реєстру медустанов, аптек, лікарів, працівників (Medical Service Providers, MSP), реєстру пацієнтів (Master Patient Index, MPI), реєстру декларацій, тобто контрактів між пацієнтом, медичним закладом та лікарем на надання медичних послуг; автоматизація процесів реєстрації медичних установ, аптек, їх підрозділів, лікарів, декларацій і пацієнтів (REST API); автоматизація формування білінгвового капітаційного звіту (фінансування) та майбут-

Особливості впровадження бізнес-платформ на ринках медичних товарів та послуг у різних країнах світу

Країна	Назва платформи	Значення	Характер конкуренції	Ініціатори створення платформи	Нормативно-правове регулювання	Інвестування
США	American Well, SecondOpinions.com, Inpathy, iCliniq	Платформи в межах закладу/ регіону	Монополістична конкуренція	Приватні компанії	Закон про використання медичних інформаційних технологій у клінічній та економічній діяльності; кожен медичний заклад самостійно ухвалює рішення, який саме компонент у галузі електронної охорони здоров'я він впроваджує.	Інвестиції приватного сектору
Естонія	digilugu.e.e, eesti.ee	Загально-національне значення	Державна монополія	Уповноважені органи державної влади	Закон про інформаційну систему охорони здоров'я Естонії, Постанова Уряду про обмін інформацією охорони здоров'я.	Державні інвестиції
Данія	Sundhed.dk	Загально-національне значення	Державна монополія	Уповноважені органи державної влади	Регулювання відбувається на таких трьох рівнях: керівний орган в галузі "e-health", муніципалітети, Міністерство охорони здоров'я.	Державні інвестиції
Швеція	1177.se	Загально-національне значення	Державна монополія	Кінцеві споживачі, приватні компанії	Не регламентується окремими законодавчими актами.	Державні інвестиції (регіональний рівень), інвестиції приватного сектору
Норвегія	helsenorge.no	Загально-національне значення	Державна монополія	Приватні компанії	Центральне державне агентство формує нормативно-правову базу.	Інвестиції приватного сектору
Ізраїль	Call4Life	Платформи в межах закладу/ регіону	Монополістична конкуренція	Уповноважені органи державної влади	Не регламентується окремими законодавчими актами.	Інвестиції приватного сектору
Росія	Медицина майбутнього	Загально-національне значення	Державна монополія	Уповноважені органи державної влади та науково-дослідні інститути	Законопроект «Про наукову, науково-технічну та інноваційну діяльність в Російській Федерації», Закон «Про телемедицину».	Державні інвестиції

Джерело: складено автором самостійно

нього адміністрування платформи з боку Національної служби здоров'я. Сьогодні платформа "eHealth" працює в тестовому режимі, що не дає можливості оцінити вплив на конкуренцію в повному обсязі. Однак, на нашу думку, створення бізнес-платформи в Україні в одній із найбільш складних галузей є кроком на шляху розвитку медицини в Україні до світового рівня. Платформа "eHealth" є державною власністю, тобто державною монополією на ринку медичних послуг в Україні. Хоч державою і не заборонено створення аналогів за рахунок приватних інвестицій, однак, як свідчить досвід зарубіжних країн, приватні платформи не зможуть конкурувати з державною, оскільки не в змозі залучити достатню кількість учасників [12].

Бізнес-платформа "eHealth" покликана створити конкурентне середовище на ринках медичних товарів та послуг, забезпечити прозорість надання послуг, знизити рівень корумпованості в галузі, забезпечити ринкове

ціноутворення на медичні послуги, а також створити умови для підвищення рівня кваліфікації працівників шляхом розвитку конкуренції між ними.

Однак, на нашу думку, для успішного запуску бізнес-платформи на ринку медичних послуг необхідно врахувати такі проблеми, що характерні для медичної галузі в Україні, як відсутність мереж у всіх медичних закладах України, низький рівень технічної підготовленості персоналу, недобросовісна конкуренція, асиметрія інформації, тінізація доходів, корупція.

Система електронної охорони здоров'я в Україні тільки починає розвиватися, що унеможливує аналіз конкурентних відносин на поточному етапі, однак, аналізуючи зарубіжний досвід, можемо зробити висновок, що запуск бізнес-платформи сприятиме розвитку конкуренції та потребує вдосконалення законодавства щодо захисту конкуренції з огляду на зміни на ринку.

Переваги та недоліки головних ринкових структур на ринках медичних товарів та послуг

Державна монополія		Монополістична конкуренція	
Переваги	Недоліки	Переваги	Недоліки
Держава є гарантом стабільності платформи	Бюрократизація процесу впровадження	Висока якість послуг	Географічні обмеження дії платформи
Соціальний захист всіх верств населення	Обмеженість інвестицій	Ринкове ціноутворення	Контроль здійснюється приватним сектором
Приєднання до платформи безоплатне для всіх сторін-учасників	Довгостроковість впровадження	Швидке постійне впровадження інновацій	Невідповідність чинному законодавству
Підвищений контроль якості надання послуг	Зловживання службовим становищем з боку владних структур	Зміни платформи відповідно до вимог ринку	Наявність незахищених верств населення
Загальнонаціональна база даних	Фінансування з державного бюджету	Високий рівень інвестицій	Недобросовісна конкуренція між платформами за учасників
Частина послуг (визначається на законодавчому рівні) надається на безоплатній основі	Довгостроковість впровадження інновацій	Послуги надаються відповідно до потреб споживача	Недостовірність інформації
Підвищення конкурентоспроможності на ринку	Перелік послуг, доступних на платформі, чітко визначено	Високий рівень конкуренції	

Джерело: складено автором самостійно

Висновки. Використання бізнес-платформ докорінно змінює конкурентні відносини, що пов'язане з динамічністю та постійним розвитком інновацій на ринках медичних товарів та послуг.

Основними тенденціями розвитку системи електронної охорони здоров'я є використання хмарних технологій в охороні здоров'я; впровадження сервісів, що забезпечують інтеграцію та інтеоперабельність медичних інформаційних систем; інтеграція даних медичних пристроїв в процес забезпечення лікування; розвиток мобільного здоров'я; використання телемедицини та віддаленої моніторингу пацієнтів; впровадження системи візуалізації медичних зображень та обмін такими зображеннями.

Побудова системи електронної охорони здоров'я відбувається двома шляхами, а саме американським та європейським. Американська модель передбачає розвиток ринку медичних послуг на основі принципів вільної конкуренції бізнес-платформ, де держава виконує регулятивні функції. В тих країнах, де медичне обслуговування гарантується державою, розвиток електронної охорони здоров'я відбувається за європейською моделлю, що передбачає створення загальнодержавної платформи, яка задовольняє потреби споживачів та стимулює розвиток ринку централізовано.

Головними особливостями конкуренції на ринках медичних товарів та послуг є дія платформ на ринках медичних товарів та послуг в умовах державної монополії та мо-

нополістичної конкуренції; зміна меж ринків медичних товарів та послуг завдяки виникненню зв'язків між учасниками, які раніше не взаємодіяли між собою; стирання меж між класичним поділом ринків за рахунок створення мережних зв'язків між різними сторонами-учасниками платформи; долучення нових учасників завдяки впровадженню інновацій; посилення конкуренції між розробниками платформ; посилення конкуренції між медичними закладами за кінцевого споживача; конкурентне ціноутворення на ринках медичних товарів та послуг тощо.

В рамках загальнонаціональної медичної реформи в Україні урядом ініційоване створення єдиної державної медичної бізнес-платформи під назвою "eHealth".

Платформа "eHealth" є державною власністю, тобто державною монополією на ринку медичних послуг в Україні, хоча державою і не заборонене створення аналогів за рахунок приватних інвестицій, однак, як свідчить досвід зарубіжних країн, приватні платформи не зможуть конкурувати з державною, оскільки не в змозі залучити достатню кількість учасників.

Бізнес-платформа "eHealth" покликана створити конкурентне середовище на ринках медичних товарів та послуг, забезпечити прозорість надання послуг, знизити рівень коруптованості в галузі, забезпечити ринкове ціноутворення на медичні послуги, а також створити умови для підвищення рівня кваліфікації працівників шляхом розвитку конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Vassilakopoulou P., Grisot T., Blegind J. Building National eHealth Platforms: the Challenge of Inclusiveness. Association for Information Systems. AIS Electronic Library (AISeL). 2017. URL: <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1081&context=icis2017>.
2. eHealth innovations in Western Europe. Digital Health Age. 2017. URL: <http://evercare.ru/6-glavnykh-tendentsii-razvitiya-tsifrovogo-zdravoo>.
3. E-health: как устроена «медицина без бюрократии» в разных странах. 2016. URL: <http://www.israeleco.com/e-health>.
4. Evans P.C., Gawer A. The Rise of the Platform Enterprise A Global Survey. New York: Center for Global Enterprise, 2016. URL: http://www.thecge.net/wp-content/uploads/2016/01/PDF-WEBPlatform-Survey_01_12.pdf.
5. Gawer A. Bridging differing perspectives on technological platforms: toward an integrative framework. Research Policy. 2014. № 43(7). P. 1239–1249.

6. Parker G., Van Alstyne M.W., Choudary S.P. Platform Revolution. How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you. N.Y.: W.W. Norton & Company, Inc., 2016.
7. Parker G., Van Alstyne M. Platform strategy. The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management / M. Augier, D.J. Teece (eds.). 2015. URL: <http://www.palgraveconnect.com/esm/doi/10.1057/9781137294678.0794>.
8. Vassilakopoulou P., Grisot M. Re-infrastructure for eHealth: Dealing with turns in infrastructure development. Association for Information Systems. AIS Electronic Library (AISeL). 2017. URL: <http://aisel.aisnet.org/icis2017/DigitalPlatforms/Presentations/11>.
9. Deng M., Nalin M., Petković M., Baroni I., Marco A. Towards trustworthy health platform cloud. Proceedings of IEEE 4th International Conference on Cloud Computing. 2017. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-32873-2_12.
10. Ігнатюк А. Конкурентні відносини на ринках в умовах 4-ї промислової революції. Сучасні механізми реалізації конкурентної політики України в умовах глобалізації: міжнародна науково-практична конференція. 2016. № 1. С. 52–54.
11. Ігнатюк А., Гончарук І. Розвиток багатосторонніх бізнес-платформ в умовах 4-ї промислової революції. Конкурентоспроможність національної економіки: міжнародна науково-практична конференція. 2017. № 17. С. 34–37.
12. Квашнина М. Как разрабатывалась украинская цифровая платформа здравоохранения “eHealth”. EdenLab. 2017. URL: <https://ain.ua/2017/11/21/kak-razrabatyvalas-ehhealth>.
13. Коваленко А. Проблематика исследований многосторонних платформ. Современная конкуренция. 2016. Т. 10. № 3(57). С. 64–90.
14. Ковальский В. Цифровое здравоохранение – где в нем бизнес, а где мыльный пузырь? Forbes. 2017. URL: <http://www.forbes.ru/tehnologii/339101-cifrovoe-zdravoohranenie-gde-v-nem-biznes-gde-mylnyy-puzyr>.
15. Розанова Н. Сетевой рынок в современных условиях: к новой конфигурации рыночной структуры. URL: <http://regconf.hse.ru/uploads/8e202dbee1da87a7b616ae743ef882a9c439b257.pdf>.
16. Седов К. «Цифровая экономика» угрожает конкуренции. COMNEWS. 2017. URL: <https://www.comnews.ru/node/110337>.
17. Шеян И. «Позвоночник» системы здравоохранения. ИТ в здравоохранении. 2015. URL: <https://www.osp.ru/medit/2015/10/13047318.html>.
18. Электронное здравоохранение. URL: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/20601/1/WHA58_28-ru.pdf?ua=1&ua=1.

КОНКУРЕНЦИЯ БИЗНЕС-ПЛАТФОРМ НА РЫНКАХ МЕДИЦИНСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Аннотация. В статье проанализирован мировой опыт развития бизнес-платформ в области электронного здравоохранения; определены основные тенденции развития системы электронного здравоохранения; определены преимущества и недостатки государственной монополии и монополистической конкуренции как основных видов рыночных структур на рынке медицинских услуг; рассмотрены особенности конкуренции между сторонами-участниками платформы и конкуренции между платформами на рынке медицинских товаров и услуг; исследованы особенности развития бизнес-платформ на рынке медицинских услуг в Украине.

Ключевые слова: двусторонний рынок, рынок медицинских услуг, бизнес-платформа, конкуренция, монополия.

BUSINESS PLATFORM COMPETITION IN THE MEDICAL SERVICES MARKET

Summary. The article analyzes the world experience in the development of business platforms in the field of e-health; identifies the main trends in the development of e-health systems; identifies the advantages and disadvantages of State monopoly and monopolistic competition as major types of market structures in medical services market; features peculiarities of competition between the parties to the platform and competition between the platforms in medical services market; explored peculiarities of development of business platforms in Ukrainian medical services market.

Key words: two-sided market, medical services market, business platform, competition, monopoly.

Горбачук В. М.

*доктор фізико-математичних наук,
старший науковий співробітник
Інституту кібернетики імені В.М. Глушкова
Національної академії наук України*

Дунасвський М. С.

*магістр, аспірант
Інституту кібернетики імені В.М. Глушкова
Національної академії наук України*

Сулейманов С.-Б.

*магістр, аспірант
Інституту кібернетики імені В.М. Глушкова
Національної академії наук України*

Gorbachuk V. M.

*DSc (Physics and Mathematics)
Senior Research Associate, Senior Research Associate
V.M. Glushkov Institute of Cybernetics,
National Academy of Sciences of Ukraine*

Dunaievskiy M. S.

*MSc (Finance), PhD Student
V.M. Glushkov Institute of Cybernetics,
National Academy of Sciences of Ukraine*

Suleimanov S.-B.

*MA (Economics), PhD Student
V.M. Glushkov Institute of Cybernetics,
National Academy of Sciences of Ukraine*

ОБЧИСЛЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ ДОСЯЖНОЇ СТРУКТУРИ ТОВАРНОГО ЕКСПОРТУ ЗАКАРПАТТЯ

Анотація. У статті продемонстровано алгоритм динамічного розрахунку цільової досяжної структури товарного експорту. Знайдено таку структуру для Закарпаття за даними 2006–2016 рр. Така спеціалізована структура для Закарпаття дає змогу збільшити його експорт на понад ніж 10%. Більшому експорту відповідає спеціалізація на провідних групах світового експорту. Ці групи характеризуються вищими ризиками і кадровими вимогами.

Ключові слова: цільова досяжна структура, товарний експорт, гармонізована система, диверсифікація, спеціалізація.

Вступ та постановка проблеми. На зустрічі в НАН України 14 березня 2018 р. Надзвичайний і Повноважний Посол Республіки Корея пан Лі Янг-Гу повідомив про світове лідерство Кореї за обсягами фінансового забезпечення наукової сфери. Експорт Кореї розвивався і розвивається значно швидше, ніж експорт України, адже товарний експорт Кореї за 2016 р. становив 495 418 млрд. дол., що у більш ніж 13 разів більше товарного експорту України за 2016 р. При цьому населення України до 2003 р. перевищувало населення Кореї, але через десятиріччя, станом на 2013 р., населення Кореї на більш ніж 5 млн. перевищувало населення України (згідно з даними “World Economic Outlook” Міжнародного валютного фонду у 2013 р. населення України становило 45 246 млн., а Кореї – 50 429 млн.). Можна припустити, що одним з наслідків порівняно низького експорту України є погіршення демографічної ситуації, а також соціально-економічної ситуації загалом [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями експорту України займається низка організацій, таких як Рада експортерів та інвесторів при Міністерстві закордонних справ України (rei.mfa.gov.ua), до складу якої входять десятки торговельних палат, спілок, ділових рад, бізнес-асоціацій і підприємств; Рада експортерів (www.ukrexport.gov.ua) і Рада (Офіс) з просування експор-

ту (Export Promotion Office) (epo.org.ua) при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України; державні підприємства «Державний інформаційно-аналітичний центр моніторингу зовнішніх товарних ринків» («Держзовнішінформ», dzi.gov.ua) та «Укрпромзовнішекспертиза» (www.expert.kiev.ua); Асоціація експортерів і імпортерів «ЗЕД» (zed.ua); Рада з питань експорту продовольства (www.ukrainian-food.org) [2]. Члени Ради експортерів та інвесторів мають підтримку експорту (експортерів). Офіс з розвитку експорту має Львівська обласна державна адміністрація (ОДА), а Раду з розвитку експорту – Дніпропетровська ОДА; Черкаська агенція регіонального розвитку має Офіс підтримки інвестицій та експорту.

Показано, що спеціалізація України на 20 провідних товарних групах світового експорту дала б змогу збільшити її валовий внутрішній продукт за 2016 р. приблизно на 10% [1; 2]. Водночас спеціалізація Одещини на 30 провідних товарних групах не давала змогу досягати подібного збільшення у регіональному масштабі [1; 2].

Метою роботи є оцінка ефектів спеціалізації на провідних товарних групах для Закарпаття, яке має унікальні експортні можливості.

Результати дослідження. Однією з необхідних умов регіональної спеціалізації є децентралізація з належною організацією загальнодержавних функцій. Фіскальний

федералізм – це розподіл відповідальності за надходження та видатки серед різних рівнів уряду. У більшості країн є центральний (федеральний) уряд, обласні та районні уряди (адміністрації), міські ради, селищні та сільські ради (у порядку від вищого до нижчого рівнів). Кожний рівень (уряду) має обмеження на податкові інструменти, які він може застосовувати, та видатки, які він може здійснювати. Разом ці рівні складають багаторівневий і частково дублюючий адміністративний апарат, що керує типовой розвиненою країною.

Центральний уряд зазвичай може вибирати податкові інструменти на свій розсуд, маючи свободу на свої видатки і зосереджуючись на фінансуванні державних функцій (оборони, забезпечення законності та правопорядку, підтримки інфраструктури, перерозподілу через трансфертні платежі). Податкові повноваження обласних урядів є обмеженішими (наприклад, у Великобританії місцеві уряди можуть стягувати лише податки на нерухомість (власність), а у США місцеві уряди можуть також стягувати податки на товари і доходи). Місцевий уряд відповідає за освіту, місцеву інфраструктуру, забезпечення охорони здоров'я. Місцеві уряди надають послуги з прибирання сміття й утримання парків. Відповідальність за поліцію та протипожежну службу може бути як на державному, так і на регіональному рівні. Різні рівні уряду зв'язуються дублюючими повноваженнями і трансфертними платежами між ними.

Питання фіскального федералізму не зводиться до проектування урядових механізмів країни. Сучасним поштовхом до розвитку теорії фіскального федералізму стали інституційні потреби Європейського Союзу (ЄС). Економічна й монетарна інтеграція ЄС висуває питання доповнюваності (subsidiarity) чи ступеня незалежності окремих країн у встановленні своїх податків, тобто міжнародні питання фіскального федералізму.

За (економічною) теорією фіскального федералізму багаторівневий уряд може досягати чогось більшого, ніж однорівневий, за рахунок кращої організації доступу до інформації та застосування отриманої інформації. Тоді виникає питання ефективного розподілу функцій між рівнями уряду.

У 1913 р. 16-та поправка до Конституції США надала Конгресу США юридичне право оподатковувати дохід. Податок на дохід став невід'ємною рисою фіскальної системи США і дав істотне джерело для додаткових податкових надходжень. Ці надходження сягнули 1 млрд. дол. у 1918 р., 5,4 млрд. дол. – у 1920 р., 43 млрд. дол. – у 1945 р. (зниження податків у 1981 р. пригальмувало зростання цих надходжень). Зростанню податкових надходжень відповідало зростання урядових витрат. Подібне зростання податкових надходжень та урядових витрат спостерігалося в усіх індустріалізованих економіках, незважаючи на всі культурні відмінності. Частка громадського сектору в економіках соціального ринку Північної Європи майже така сама, як в економіках вільного ринку Північної Америки й Азії. Ця частка може бути відмінною в різних розвинених країнах і країнах, що розвиваються, але вона є суттєвою. Такі частки мають схожу динаміку за подібних розподілах витратків громадського сектору.

Тоді постають питання існування громадського сектору та можливості задовільної економічної діяльності без урядового втручання. Громадський сектор забезпечує ефективність (агрегований рівень економічної діяльності) і справедливість (розподіл економічних вигадів за достатньої ефективності) в суспільстві.

Більше того, уряд, керований недобросовісними чиновниками та обмежений політичними умовами, може не

бути спроможним виправляти ринкові провали, але може бути здатним вводити нові власні витрати. Важливо усвідомлювати, що ця можливість провалу уряду має таке саме значення, як можливість провалу ринку, а ці можливості часто спричинені однаковими інформаційними проблемами. Сила примусу має лежати в основі кожного урядового втручання в економіку на базовому рівні. Всі політичні дії, скажімо, збір податків і регулювання промисловості, відбуваються на основі такої сили. Однак владою примусу можуть зловживати. Хоча ідея створення такої влади полягає в тому, що сила влади служитиме загальним інтересам громадян, немає гарантії відсутності зловживання цією владою її носіями у власних інтересах, коли громадським чиновникам надається монополія на застосування сили. Те, що досягненню цілей ефективності та справедливості краще служить певна комбінація місцевого та центрального урядів, є підставою для багаторівневого уряду.

Якщо приймаються правильні рішення стосовно рівнів забезпечення громадськими продуктами та податків, то не має значення, на якому рівні уряду ці рішення приймаються. Якщо ресурси не марнуються через дублюючі повноваження, то кількість рівнів уряду не має значення. Тому під час побудови багаторівневого уряду застосовують інформаційні та політичні особливості країни, щоб досягати кращих результатів, ніж під час побудови однорівневого уряду.

На національному рівні слід приймати економічні рішення, що стосуються громадських продуктів для всієї нації. Очевидним прикладом такого продукту є оборона, вигоди від якої не можна приписати якійсь окремій громаді в економіці. Зазвичай вважається, що всі громадяни мають однаковий доступ до закону, однакові законні права й обмеження. Застосування цього принципу справедливості передбачає правничу систему, що організовується та адмініструється центром. За централізованого забезпечення цих послуг оборони і закону природно підтримувати їх через централізовані податки.

Від місцевих громадських продуктів вирають лише мешканці цієї географічної області. Хоча рівень пропозиції таких продуктів можна визначати і фінансувати на національному рівні, є підстави брати до уваги нижчі рівні прийняття рішень.

По-перше, визначення рівня пропозиції таких громадських продуктів на місцевому рівні може враховувати точнішу інформацію, що надходить від місцевих жителів. Тому підсумки місцевих голосувань та знання місцевих обставин можуть сприяти досягненню ефективніших результатів.

По-друге, якщо рішення має прийматися на національному рівні, то політичний тиск може перешкоджати будь-якій диференціації забезпечення громадським продуктом серед громад, оскільки забезпечення різним обсягом цього громадського продукту в різних областях може бути ефективним.

Однією з визначальних рис громадського продукту є відсутність вибірковості («несуперництво»): якщо цей продукт надається, то його використання одним споживачем не впливає на обсяг цього продукту, наявний для іншого споживача. На практиці така властивість обмежена, адже обсяг використання парків, доріг, спортивних майданчиків є не вибірковим до тієї межі, коли з'являється перенавантаження. Неповністю громадські продукти не можна вважати приватними продуктами.

Продукт, який має деякий ступінь відсутності вибірковості, але допускає винятковість, називається клубним продуктом. Від клубного продукту вирає група споживачів

ців, яка формує клуб для координації забезпечення цим продуктом; очевидно, що така група може не охоплювати всього населення. На практиці спостерігаються клуби, які формуються споживачими групами. Наприклад, тенісний клуб забезпечує kortами, які є не вибірковими та винятковими для користувачів у різний час. Такі міжнародні організації, як Організація Північноатлантичного договору (North Atlantic Treaty Organization, NATO), можна інтерпретувати як клуби, оскільки NATO забезпечує оборону для всіх своїх членів, яка є частково не вибірковою і частково винятковою через те, що існування NATO стримує агресію загалом, зокрема агресію проти деяких держав, які не є повноправними членами NATO.

На практиці немає єдиного ринку зі споживачами, розташованими географічно близько до нього. Допускаючи існування кількох ринків, допускаємо існування різних споживчих цін на поїздки до різних ринків. На практиці споживачі та ринки є різними, а ціни на поїздки можуть бути значними. Тому громадські продукти, які забезпечуються в окремій географічній місцевості, не обов'язково є доступними для жителів інших місцевостей. Наприклад, радіотелевізійний сигнал можна отримувати лише в зоні ретранслятора, а поліцейський патруль може відповісти тільки за обмежену юрисдикцію. Якщо споживач розташований у цій області, то може скористатися цим громадським продуктом; якщо ж споживач розташований в іншій області, то не може скористатися цим продуктом, коли ціна поїздки до цієї області перевищує корисність продукту. Подібний продукт, який не є чистим громадським продуктом, називають місцевим громадським продуктом. Крім того, місцевий громадський продукт може не бути загальнодоступним через перенавантаженість у межах цієї області. Таким чином, географія торгівлі має значення для економічної діяльності.

Класи клубних і місцевих громадських продуктів мають спільні риси. Ті, хто платять за надання клубного продукту, можуть виключати надання цього продукту тим, хто за нього не платить. Ця риса клубного продукту відрізняє його від чистого громадського продукту, користування яким неможливо виключати для будь-кого. Клубний продукт часто зазнає перенавантаження, створюючи передумови для своєї винятковості.

Клубний продукт – це продукт, який є не вибірковим або частково винятковим, а надання цього продукту може виключатися його надавачами.

Аспект винятковості клубного продукту можна розуміти дослівно, наприклад як перевірку посвідчення членства на вході до клубу чи загальну юридичну заборону органом влади користуватися цим продуктом тим, хто не є членами цього клубу. Виграші клубу можна отримувати через добровільне рішення стати його членом, що негайно розкриватиме переваги щодо відповідного клубного продукту. Таке розкриття переваг учасниками ринку важливе для потенційного досягнення ефективності.

Місцевий громадський продукт – це продукт, від якого можуть вигравати тільки мешканці цієї географічної області. Цей продукт може бути не вибірковим або частково винятковим у межах цієї області.

Згідно з даними Міжнародного центру торгівлі (International Trade Centre) [3] загальний світовий експорт істотно знижується за основними групами товарів (відповідно до класифікації Гармонізованої системи [4]) з 2014 р. (табл. 1 [2]).

У табл. 1, 2, 3 наведено значення U_m^k експорту (тис. дол.) регіону n України (Ukraine), а саме Закарпаття, за роки $t = 2006, \dots, 2016$ для всіх товарних груп $k=1, \dots, 99$, впорядкованих за зменшенням частки (share) SW^k ек-

порту групи k у загальному світовому (world) експорті, де $U_n^0 = \sum_{k=1}^{99} U_m^k$ [5–8].

У табл. 4, 5, 6 наведено значення часток $SU_m^k = \frac{U_m^k}{U_n^0}$ (%) експорту товарної групи k Закарпаття у загальному експорті Закарпаття (за роки $t = 2006, \dots, 2016$) для всіх товарних груп $k=1, \dots, 99$, а також їхні наближені (approximated) $ASU_n^k = \max SU_m^k$ та цільові (target) TSU_n^k значення; жирним виділено значення, що відповідають ASU_n^k . У табл. 6 обчислено суму (sum) S для $\sum_{k=1}^{99} ASU_n^k$ та $\sum_{k=1}^{99} TSU_n^k = 100$.

Загальний експорт регіону n України (Ukraine) за рік t дорівнює:

$$U_m^0 = \sum_{k=1}^{99} U_m^k = \sum_{k=1}^{99} SU_m^k \times U_m^0 = U_m^0 \sum_{k=1}^{99} SU_m^k.$$

З іншого боку, $U_m^k = WU_{kn}^t \times E_t^k = WU_m^k \times (SW_t^k \times E_t^0)$, де E_t^k – світовий експорт (export) товарної групи k за рік t , WU_m^k – частка експорту регіону від світового у цій групі (табл. 7, 8, 9), SW_t^k – частка світового експорту товарної групи k у загальному світовому експорті E_t^0 . Звідси випливає, що:

$$U_m^0 \sum_{k=1}^{99} TSU_m^k = U_m^0 = \sum_{k=1}^{99} U_m^k = E_t^0 \sum_{k=1}^{99} WU_m^k \times SW_t^k.$$

Якщо метою є максимізація загального експорту регіону станом на 2016 р., то за заданих значень SW_{2016}^k для пошуку цільових досяжних значень TSU_{2016n}^k запропоновано алгоритм [1; 9], що складається з таких кроків.

Крок 1. Перенумеруємо всі товарні групи $k=1, \dots, 99$ у такому порядку $j=1, \dots, 98$, що $SW_{2016}^j > SW_{2016}^{j+1}$.

Крок 2. Визначаємо $T = 100$.

Крок 3. Вибираємо початкове наближення:

$$TSU_{2016n}^j = ASU_n^j = \max SU_m^j, \quad j=1, \dots, 99.$$

Крок 4. Якщо $S_n = \sum_{j=1}^{99} TSU_{2016n}^j > 100$, то визначаємо $T = T - 1$, обчислюємо $TSU_{2016n}^T = \min SU_m^T$.

Для простоти вважаємо, що індекс t , де досягається $\max SU_m^j$, – це індекс t , де досягається $\max WU_m^j$ (у табл. 7, 8, 9 жирним виділено всі значення, що відповідають $\max WU_m^j$). Аналогічно нехай індекс t , де досягається $\min SU_m^j$, – це індекс, де досягається $\min WU_m^j$.

Крок 5. Якщо $\Delta_n = \sum_{j=1}^{99} TSU_{2016n}^j - 100 > 0$, то переходимо на крок 4, а інакше переходимо на крок 6.

Крок 6. Визначаємо $TSU_{2016n}^T = ASU_n^T - \Delta_n$ і зупиняємося.

З урахуванням даних табл. 1, 2 [2] для значень E_t^k світового експорту (млрд. дол.), даних табл. 7, 8, 9 для часток WU_m^k експорту регіону (Закарпаття) від світового (у мікропроцентах) алгоритм з кроків 1–6 знаходить величину загального спеціалізованого на товарних групах $1, \dots, T$ досяжного експорту регіону:

$$U_{2016n}^0 = \sum_{j=1}^{T-1} E_{2016}^j \times \max WU_m^j + \sum_{j=T+1}^{99} E_{2016}^j \times \min WU_m^j + E_{2016}^T \left(\max WU_m^T - \Delta_n \right) = \sum_{k=1}^{99} TSU_n^k = 1375.805 \text{ млн. дол.,}$$

де $T = 14$ відповідає групі 94 (меблі; постільні речі, матраци, матрацні основи, диванні подушки та аналогічні набивні речі меблів, світильники та освітлювальні прилади, в іншому місці не зазначені; світлові покажчики, табло та подібні вироби; збірні будівельні конструкції). Ця група характеризується стабільною часткою у загальному світовому експорті [1].

Експорт U_m^k (тис. дол.) Закарпаття за групами $k = 0, \dots, 99$, $t = 2006, \dots, 2016$,
її наближене ASU_n^k та цільове TSU_n^k значення

k/t	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0	676867	1147966	1220596	934966	1156645	1397589	1385280	1299966	1382796	1094380	1211902
85	257212	607324	689160	497050	699006	837276	894033	786422	840410	618069	671497
84	33261	23580	29420	23864	31056	52258	40884	42436	42789	39234	40599
27		1081	102	724	127	707	88	2532	2388	685	46
87	606	518	854	2719	162	521	492	1317	1686	2313	4747
71	63	46	154	70	34						
39	1740	1251	5031	4757	4058	7358	5951	4807	7260	6484	5587
90	2065	4799	11334	19352	15900	4503	2982	7033	4195	6784	6243
30											
99											
29	12586	16184	16193	8351	14528	17347	13848	19548	15625	11915	10040
88			49	43	33	49	16	60			
72	1169	810	318	365	145				16	47	86
73	4337	9187	15909	10920	7540	3799	5195	4421	5675	4621	4595
94	48146	61433	72034	35228	26292	29871	36180	54824	57415	48630	48797
61	26251	32185	31847	24752	20304	25581	21546	18925	19464	15201	19769
62	75607	80373	79551	64911	62415	71230	67119	70196	74496	56563	58307
38	30	3	60						66	1	37
40	108	39	356	532	509	640	429	301	564	637	447
26											86
76	258	56	260	289	457	1795	774	191	363	221	300
48	21	347	1113	1350	1183	3203	1795	588	522	538	520
64	27416	32385	29819	28640	36929	43629	30391	28697	34213	28336	29001
44	63707	79514	60762	54095	61004	87060	70261	78176	82218	72017	118989
89											27
74	40	533	178	189	448	507	164	21	32	26	87
33	4	482	5169	5720	11023	11101	15467	25896	34298	20606	10476
02											
03											
08	6723	8476	3652	2304	2948	3800	4804	6339	7081	6895	6270
22	4157	9328	16409	14416	14141	16488	15630	3345	2591	13490	16104
28											
10			6	5662	202	147	573	777	4173	8784	10918
95	47227	40747	46181	41610	54851	72845	55379	57336	56480	40720	40056
12	3249	4115	2507	5637	5235	4102	4933	3564	6915	8770	12251
15						3948	14138	6839	6060	8897	11421
32	5	17	110	141	26	110	55	80	63	41	86
42	15420	20305	20806	15139	17242	17994	15629	17948	20630	16600	20933
04										2511	2771
07	2273	1707	666	728	868	615	221	106	312	487	2220
70	1686	2013	771	738	593	699	85	90	699	438	176
23				9	62	146	243	163	26	156	490

Експорт U_m^k (тис. дол.) Закарпаття за групами $k = 1, \dots, 99, t = 2006, \dots, 2016$

k/t	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
19	149	403	226	885	979	939	979	514	92	162	171
21	143	876	453	397	323	1037	129	251	147	132	71
83	4556	4020	4064	2226	2934	3272	2478	2393	3065	2587	3296
63	18605	20086	25138	24730	27764	34030	30961	27565	35761	31061	37302
82	382	632	695	350	404	372	360	294	264	392	373
20	6051	23196	14586	12472	14488	17825	15337	13161	4868	3449	2427
34	5	32	870	3822	4620	4980	3411	6010	4272	2317	911
52	555	587	747	351	248	188	102	140	236	1226	381
91						9	7	34	5	35	21
31											
69	3	168	310	62	69						
96	0	17	175	186	57	313	249	233	240	336	611
09	1	25	65	83	150	239	276	50	35	199	350
68			36	46	72	528	37	696	500	403	440
18	1072	3198	2549	1709	2424	2203	1603	120	36	576	766
17	118	274	235	205	342				14	176	328
54	58	245	310	238	211	253	141	157	128	166	454
16											156
47											
24	25	11291	13094	7560	7866					7196	6129
25	1828	2412	1996	1992	1676	2041	1837	1050	1196	948	1083
49			11	226	315	276	209	118	98	170	166
55			95	76	17	188	54	70	47	25	175
60		46	105	89	175	89	70	64	113	60	97
86	36	65	199	49	24	109	22	687			104
97											
41	4586	13573	11644	5100	772	249	198	138	159	200	378
35	83	4	194	84	158	108	152	164	171	65	32
59	9	9	741	416	254	283	148	103	217	178	335
56	1	153	441	268	202	293	189	99	144	140	235
01						137	277	105	37	9	97
06						18		511	103	294	196
75											
11	66	249	122	16	122	367	239	142	124	86	38
81											
57											
37	33	21	102	129	59						
79											
93											
51			87			76	541	1383	1345	494	276
58			38	61	27	92	41	51	37	60	60
65	53	492	137	147	210	431	119	194	108	173	159

Таблиця 3

Експорт U_m^k (тис. дол.) Закарпаття за групами $k = 1, \dots, 99, t = 2006, \dots, 2016$

k/t	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
05											
43						177	282	244	53	51	39
67											
13											
78											
92			1	57	97	68	45	37			
80		0	126	48	73						
53											
36											
66											
46										0	190
50											
45											
14								56			
98	48	252	92	97	120	102	70	68			

Таблиця 4

Частка SU_m^k (%) товарної групи $k = 1, \dots, 99$ у загальному експорті Закарпаття за роками $t = 2006, \dots, 2016$, її наближене ASU_n^k та цільове TSU_n^k значення

k/t	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ASU_n^k	TSU_n^k
85	38,00	52,90	56,46	53,16	60,43	59,91	64,54	60,50	60,78	56,48	55,41	64,54	64,54
84	4,91	2,05	2,41	2,55	2,69	3,74	2,95	3,26	3,09	3,59	3,35	4,91	4,91
27		0,09	0,01	0,08	0,01	0,05	0,01	0,19	0,17	0,06	0,00	0,19	0,19
87	0,09	0,05	0,07	0,29	0,01	0,04	0,04	0,10	0,12	0,21	0,39	0,39	0,39
71	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00							0,01	0,01
39	0,26	0,11	0,41	0,51	0,35	0,53	0,43	0,37	0,53	0,59	0,46	0,59	0,59
90	0,31	0,42	0,93	2,07	1,37	0,32	0,22	0,54	0,30	0,62	0,52	2,07	2,07
30													
99													
29	1,86	1,41	1,33	0,89	1,26	1,24	1,00	1,50	1,13	1,09	0,83	1,86	1,86
88			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00				0,00	0,00
72	0,17	0,07	0,03	0,04	0,01				0,00	0,00	0,01	0,17	0,17
73	0,64	0,80	1,30	1,17	0,65	0,27	0,38	0,34	0,41	0,42	0,38	1,30	1,30
94	7,11	5,35	5,90	3,77	2,27	2,14	2,61	4,22	4,15	4,44	4,03	7,11	2,62
61	3,88	2,80	2,61	2,65	1,76	1,83	1,56	1,46	1,41	1,39	1,63	3,88	1,39
62	11,17	7,00	6,52	6,94	5,40	5,10	4,85	5,40	5,39	5,17	4,81	11,17	4,81
38	0,00	0,00	0,00						0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
40	0,02	0,00	0,03	0,06	0,04	0,05	0,03	0,02	0,04	0,06	0,04	0,06	0,00
26											0,01	0,01	0,01
76	0,04	0,00	0,02	0,03	0,04	0,13	0,06	0,01	0,03	0,02	0,02	0,13	0,00
48	0,00	0,03	0,09	0,14	0,10	0,23	0,13	0,05	0,04	0,05	0,04	0,23	0,00
64	4,05	2,82	2,44	3,06	3,19	3,12	2,19	2,21	2,47	2,59	2,39	4,05	2,19
44	9,41	6,93	4,98	5,79	5,27	6,23	5,07	6,01	5,95	6,58	9,82	9,82	4,98
89											0,00	0,00	0,00
74	0,01	0,05	0,01	0,02	0,04	0,04	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,05	0,00
33	0,00	0,04	0,42	0,61	0,95	0,79	1,12	1,99	2,48	1,88	0,86	2,48	0,00
02													

(Закінчення таблиці 4)

03													
08	0,99	0,74	0,30	0,25	0,25	0,27	0,35	0,49	0,51	0,63	0,52	0,99	0,25
22	0,61	0,81	1,34	1,54	1,22	1,18	1,13	0,26	0,19	1,23	1,33	1,54	0,19
28													
10			0,00	0,61	0,02	0,01	0,04	0,06	0,30	0,80	0,90	0,90	0,00
95	6,98	3,55	3,78	4,45	4,74	5,21	4,00	4,41	4,08	3,72	3,31	6,98	3,31
12	0,48	0,36	0,21	0,60	0,45	0,29	0,36	0,27	0,50	0,80	1,01	1,01	0,21
15						0,28	1,02	0,53	0,44	0,81	0,94	1,02	0,28
32	0,00	0,00	0,01	0,02	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,02	0,00
42	2,28	1,77	1,70	1,62	1,49	1,29	1,13	1,38	1,49	1,52	1,73	2,28	1,13
04										0,23	0,23	0,23	0,23
07	0,34	0,15	0,05	0,08	0,08	0,04	0,02	0,01	0,02	0,04	0,18	0,34	0,01
70	0,25	0,18	0,06	0,08	0,05	0,05	0,01	0,01	0,05	0,04	0,01	0,25	0,01
23				0,00	0,01	0,01	0,02	0,01	0,00	0,01	0,04	0,04	0,00

Таблиця 5

Частка SU_n^k (%) товарної групи $k = 1, \dots, 99$ у загальному експорті Закарпаття за роками $t = 2006, \dots, 2016$, її наближене ASU_n^k та цільове TSU_n^k значення

k/t	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ASU_n^k	TSU_n^k
19	0,02	0,04	0,02	0,09	0,08	0,07	0,07	0,04	0,01	0,01	0,01	0,09	0,01
21	0,02	0,08	0,04	0,04	0,03	0,07	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,08	0,01
83	0,67	0,35	0,33	0,24	0,25	0,23	0,18	0,18	0,22	0,24	0,27	0,67	0,18
63	2,75	1,75	2,06	2,64	2,40	2,43	2,24	2,12	2,59	2,84	3,08	3,08	1,75
82	0,06	0,06	0,06	0,04	0,03	0,03	0,03	0,02	0,02	0,04	0,03	0,06	0,02
20	0,89	2,02	1,20	1,33	1,25	1,28	1,11	1,01	0,35	0,32	0,20	2,02	0,20
34	0,00	0,00	0,07	0,41	0,40	0,36	0,25	0,46	0,31	0,21	0,08	0,46	0,00
52	0,08	0,05	0,06	0,04	0,02	0,01	0,01	0,01	0,02	0,11	0,03	0,11	0,01
91						0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
31													
69	0,00	0,01	0,03	0,01	0,01							0,03	0,00
96	0,00	0,00	0,01	0,02	0,00	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03	0,05	0,05	0,00
09	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,00	0,00	0,02	0,03	0,03	0,00
68			0,00	0,00	0,01	0,04	0,00	0,05	0,04	0,04	0,04	0,05	0,00
18	0,16	0,28	0,21	0,18	0,21	0,16	0,12	0,01	0,00	0,05	0,06	0,28	0,00
17	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03				0,00	0,02	0,03	0,03	0,00
54	0,01	0,02	0,03	0,03	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,02	0,04	0,04	0,01
16											0,01	0,01	0,01
47													
24	0,00	0,98	1,07	0,81	0,68					0,66	0,51	1,07	0,00
25	0,27	0,21	0,16	0,21	0,14	0,15	0,13	0,08	0,09	0,09	0,09	0,27	0,08
49			0,00	0,02	0,03	0,02	0,02	0,01	0,01	0,02	0,01	0,03	0,00
55			0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00
60		0,00	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,02	0,00
86	0,01	0,01	0,02	0,01	0,00	0,01	0,00	0,05			0,01	0,05	0,00
97													
41	0,68	1,18	0,95	0,55	0,07	0,02	0,01	0,01	0,01	0,02	0,03	1,18	0,01
35	0,01	0,00	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,02	0,00
59	0,00	0,00	0,06	0,04	0,02	0,02	0,01	0,01	0,02	0,02	0,03	0,06	0,00

(Закінчення таблиці 5)

56	0,00	0,01	0,04	0,03	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,04	0,00
01						0,01	0,02	0,01	0,00	0,00	0,01	0,02	0,00
06						0,00		0,04	0,01	0,03	0,02	0,04	0,00
75													
11	0,01	0,02	0,01	0,00	0,01	0,03	0,02	0,01	0,01	0,01	0,00	0,03	0,00
81													
57													
37	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01							0,01	0,00
79													
93													
51			0,01			0,01	0,04	0,11	0,10	0,05	0,02	0,11	0,01
58			0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00

Таблиця 6

Частка SU_m^k (%) товарної групи $k = 1, \dots, 99$ у загальному експорті Закарпаття за роками $t = 2006, \dots, 2016$, її наближене ASU_n^k та цільове TSU_n^k значення

k/t	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ASU_n^k	TSU_n^k
65	0,01	0,04	0,01	0,02	0,02	0,03	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,04	0,01
05													
43						0,01	0,02	0,02	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00
67													
13													
78													
92			0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00				0,01	0,00
80		0,00	0,01	0,01	0,01							0,01	0,00
53													
36													
66													
46										0,00	0,02	0,02	0,00
50													
45													
14								0,00				0,00	0,00
98	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01				0,02	0,01
												140,81	100,00

У табл. 7, 8, 9 $TU_n^k = E_{2016}^k \times TSU_{2016n}^k$ – цільовий обсяг Закарпаття за товарною групою k у 2016 р. У табл. 9 підраховано загальний цільовий експорт Закарпаття $U_n^0 = \sum_{k=1}^{99} TU_n^k$ у 2016 р., який на $\frac{1375.805 - 1211.902}{1211.902} = 11.91\%$ перевищує спостережуваний експорт Закарпаття у 2016 р. На відміну від Одещини, такого перевищення Закарпаття може досягати, спеціалізуючись (експортуючи свою максимальну досяжну частку $\max WU_m^j$) на 14 з усіх 99 товарних груп, а саме на згаданій групі 94, а також на 13 інших групах [1; 2].

У табл. 7, 8, 9 $IU_n^k = E_{2016}^k \times ASU_{2016n}^k$ – ідеальний (ideal) обсяг Закарпаття за товарною групою у 2016 р. У табл. 9 підраховано загальний ідеальний експорт Закарпаття у 2016 р., який на % перевищує спостережуваний експорт Закарпаття у 2016 р.

Провідні товарні групи для спеціалізації Закарпаття охоплюють понад 70% цільової досяжної структури товарного експорту:

- 85 (електричні машини, обладнання та їх частини; апаратура для запису або відтворення звуку; телевізійна апаратура для запису та відтворення зображення і звуку, їх частини та приладдя);
- 84 (реактори ядерні, котли, машини, обладнання і механічні пристрої; їх частини);
- 27 (палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки; бітумінозні речовини; воски мінеральні);
- 87 (засоби наземного транспорту, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, їх частини та обладнання);
- 71 (перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали, метали, плаковані дорогоцінними металами, та вироби з них; біжутерія; монети);
- 39 (пластмаси, полімерні матеріали та вироби з них).

Частка WU_m^k експорту Закарпаття від світового (у мікропроцентах)

k/t	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	IU_m^k	TU_m^k
0	5663	8332	7642	7591	7678	7733	7550	6896	7339	6670	7616	1325911	1325911
85	15745	33618	35938	30984	35625	39272	41253	34052	35353	26798	29088	952343	952343
84	2111	1316	1511	1581	1730	2538	1979	2035	1996	2041	2158	47742	47742
27		57	4	41	5	22	3	78	79	38	3	1175	1175
87	60	44	69	321	15	41	38	97	121	175	352	4747	4747
71	26	16	42	21	8							272	272
39	451	280	1049	1217	839	1304	1045	798	1169	1174	1026	7104	7104
90	555	1208	2578	4889	3341	850	540	1252	732	1255	1168	26127	26127
30													
99													
29	4222	4719	4398	2726	3939	3949	3113	4343	3607	3230	2900	16338	16338
88			23	20	15	20	6	19				76	76
72	355	191	61	132	37				4	14	29	1065	1065
73	2074	3583	5171	4807	3056	1264	1697	1418	1779	1648	1773	13399	13399
94	34959	37892	40651	24126	15731	15647	17185	23990	23585	20417	20917	94834	34870
61	18105	18737	17857	15544	11347	12241	10203	8189	8144	6893	9061	40878	15039
62	47747	47240	43647	41432	36978	35926	34780	33700	31985	25780	26893	103520	55893
38	28	3	39						34	1	21	67	1
40	91	28	228	428	302	277	194	145	292	381	275	697	46
26											55	86	86
76	187	36	159	256	311	1033	491	118	211	136	192	1608	56
48	14	208	623	884	696	1690	1073	340	299	344	339	2594	22
64	37207	39092	32377	34904	38190	38230	25852	22269	24133	21176	21493	52746	28572
44	57461	64124	51520	59335	57431	72882	59024	59282	59282	57813	93077	118989	65863
89											22	27	27
74	29	355	121	177	282	274	96	13	21	20	74	421	15
33	7	625	5975	7250	12414	10797	14697	22861	29088	18546	8999	33863	8
02													
03													
08	12745	13877	5170	3427	3880	4362	5329	6404	6744	6679	5819	14953	3692
22	6085	11483	17977	18089	16250	15813	14489	2946	2284	12871	15098	19293	2436
28													
10			6	7301	239	125	476	632	3471	8452	11416	10918	6
95	68910	48615	47256	50567	65176	79291	61676	64689	61216	43852	42470	74784	40056
12	10189	9486	3915	9622	7694	4987	5259	3542	6886	10011	13700	12251	3167
15						3565	13281	6924	6276	10333	13140	11544	3099
32	9	26	161	243	36	136	70	98	76	56	118	178	6
42	39912	45716	41813	35229	33273	27392	22690	24025	27043	22286	28760	33274	16220
04										3336	3824	2771	2417
07	5917	3824	1352	1491	1539	986	374	161	470	741	3180	4131	112
70	3207	3369	1181	1370	939	975	119	120	941	643	255	2324	82
23				17	110	225	335	201	31	218	714	490	12

Частка WU_m^k експорту Закарпаття від світового (у мікропроцентах)

k/t	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	IU_m^k	TU_m^k
19	450	1045	481	1970	2040	1680	1689	795	135	255	261	1337	88
21	433	2256	1007	910	680	1876	227	398	221	212	109	1471	71
83	10446	7925	7480	5097	5792	5663	4218	3821	4579	4034	5289	6509	2381
63	50656	49336	55804	58105	57323	60636	54700	44211	53928	50860	62106	37302	26554
82	896	1314	1281	845	782	601	573	452	389	641	629	780	231
20	16796	51830	29068	27690	30406	31431	26948	21620	7947	5955	4137	30397	2427
34	15	81	1872	9059	9793	9028	6091	10326	7124	4327	1685	5582	8
52	1084	1129	1409	824	425	266	151	195	368	2175	724	1144	79
91						19	14	61	9	63	41	32	5
31													
69	9	436	750	182	174							370	4
96	1	69	665	810	211	1048	569	493	480	697	1252	611	1
09	6	93	197	273	405	466	570	111	71	412	719	350	3
68			84	138	191	1209	82	1412	954	800	906	686	40
18	4632	11624	7828	4998	6352	5070	3662	274	72	1214	1597	5577	35
17	401	908	715	594	764				30	435	729	408	13
54	150	574	721	695	513	518	293	313	250	354	1013	454	67
16											350	156	156
47													
24	93	37452	38541	22088	22655					17881	14999	15748	38
25	6176	7129	4159	6020	4348	4406	3996	2303	2562	2260	2878	2684	851
49			23	503	684	549	481	259	214	440	451	252	8
55			292	277	49	450	135	170	110	63	483	175	18
60		188	421	407	664	288	232	195	331	179	299	216	58
86	140	203	528	191	72	254	50	1706			322	550	16
97													
41	15762	43047	40036	24486	2559	764	621	388	438	666	1443	11288	102
35	490	21	875	428	707	424	576	582	579	241	122	226	6
59	53	48	3486	2294	1130	1099	603	406	825	742	1411	828	11
56	8	855	2223	1553	1001	1252	844	413	568	585	997	523	2
01						649	1247	453	151	41	468	259	8
06						85		2357	469	1542	983	471	17
75													
11	724	1978	746	117	851	2027	1295	736	632	473	220	346	20
81													
57													
37	159	101	511	762	331							111	15
79													
93													
51			630			465	3726	9550	9378	3782	2187	1207	59
58			267	574	232	710	325	379	273	477	497	86	28
65	1091	9209	2312	2792	3429	5832	1562	2292	1182	1957	1759	831	98

Частка WU_m^k експорту Закарпаття від світового (у мікропроцентах)

k/t	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	IU_m^k	TU_m^k
05													
43						1684	2307	1640	418	454	479	190	34
67													
13													
78													
92			8	1075	1661	1041	687	581				101	0
80		8	1874	1117	1077							93	0
53													
36													
66													
46										4	8389	190	0
50													
45													
14								6848				62	62
98													
U_i^0												1837229	1375805

Решту товарних груп спеціалізації Закарпаття складають промислові групи:

– 90 (прилади та апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, контрольні, вимірювальні, прецизійні; медичні або хірургічні; їх частини та приладдя);

– 30 (фармацевтична продукція);

– 99 (товари, не вказані деінде);

– 29 (органічні хімічні сполуки);

– 88 (літальні апарати, космічні апарати та їх частини);

– 72 (чорні метали);

– 73 (вироби з чорних металів).

Серед 14 вищезазначених груп для 4 груп (71, 30, 99, 88) експорт Закарпаття за 2016 р. не реєструвався. Варто за-

значити, що цільові товарні групи не обмежуються агропромисловими [10; 11]. Вузька спеціалізація на певних товарних групах за належної організації може сприяти підвищенню ефективності та міжнародної конкурентоспроможності [12; 13].

Висновки. Серед усіх 99 товарних груп спеціалізація Закарпаття на 14 провідних групах світового експорту дає змогу підвищити його загальний експорт на більш ніж 10%. Серед таких 14 груп експорт Закарпаття за 2016 р. не реєструвався для 4 груп, а саме для груп 71 (перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали, метали, плаковані дорогоцінними металами, та вироби з них; біжутерія; монети), 30 (фармацевтична продукція), 99 (товари, не вказані деінде).

Список використаних джерел:

1. Горбачук В.М., Дунаєвський М.С., Неботов П.Г. Алгоритм розрахунку цільової досяжної структури товарного експорту України та її регіонів. Національні та глобальні проблеми економіки. 2018. Вип. 22.
2. Горбачук В.М., Дунаєвський М.С., Сулейманов С.-Б. До динамічного розрахунку цільової структури товарного експорту України та її регіонів. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 16.
3. International trade statistics 2001–2017. URL: <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics>.
4. Додаток до Закону України «Про Митний тариф України» від 19 вересня 2013 р. № 584-VII. URL: http://ukurier.gov.ua/media/documents/2013/10/23/2013_10_23_584z.pdf.
5. Статистичний збірник «Регіони України» 2016. Ч. II. Київ: Державна служба статистики України, 2016. 692 с.
6. Статистичний збірник «Регіони України» 2014. Ч. II. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 724 с.
7. Статистичний збірник «Регіони України» 2011. Ч. II. Київ: Державна служба статистики України, 2011. 783 с.
8. Статистичний збірник «Регіони України» 2009. Ч. II. Київ: Державна служба статистики України, 2009. 757 с.
9. Горбачук В.М., Дунаєвський М.С., Сулейманов С.-Б. Обчислення оптимальної спеціалізованої експортної структури регіону. Інформаційно-комп'ютерні технології – 2018 (20 квітня 2018 р., Житомир). Житомир: Житомирський державний технологічний університет, 2018.
10. Горбачук В.М. Компьютерная информационная система ФАО и экономическая информатика Киев: Ин-т кибернетики им. В.М. Глушкова АН УССР, 1991. 19 с. (Препринт / Ин-т кибернетики им. В.М. Глушкова АН УССР; 91–52).
11. Горбачук В.М. Аналіз експорту держав Східної Європи за групами агропромислових товарів у 2001–2015 рр. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. Вип. 2(07). С. 316–324.
12. Горбачук В.М. Фінансові методи. Київ: Альтерпрес, 2002. 175 с.
13. Горбачук В.М. На порозі Четвертої промислової революції. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 8. С. 216–220.

ВЫЧИСЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ ДОСТИЖИМОЙ СТРУКТУРЫ ТОВАРНОГО ЭКСПОРТА ЗАКАРПАТЬЯ

Аннотация. В статье продемонстрирован алгоритм динамического расчета целевой достижимой структуры товарного экспорта. Найдена такая структура для Закарпаття по данным 2006–2016 гг. Такая специализированная структура для Закарпаття позволяет увеличить его экспорт на более чем 10%. Большему экспорту соответствует специализация на ведущих группах мирового экспорта. Эти группы характеризуются более высокими рисками и кадровыми требованиями.

Ключевые слова: целевая достижимая структура, товарный экспорт, гармонизированная система, диверсификация, специализация.

COMPUTING TARGET ATTAINABLE STRUCTURE FOR COMMODITY EXPORT OF ZAKARPATYA

Summary. The algorithm of computing target attainable commodity export structure has been demonstrated in the article. Such a structure for Zakarpattya has been found on the 2006–2016 data. Such a specialized structure for Zakarpattya allows its export growth by above 10%. A larger export corresponds to specialization on the leading world export groups. Those groups are characterized by higher risks and personnel requirements.

Key words: target attainable structure, commodity export, harmonized system, diversification, specialization.

УДК 339.137.2:005:338.43

Грановська В. Г.

*кандидат економічних наук, доцент, докторант
Херсонського державного аграрного університету*

Hranovs'ka V. G.

*PhD of economics, Assistant professor, doctoral student
Kherson State Agricultural University*

ФОРМУВАННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті досліджено теоретичні, концептуальні та методичні підходи до формування інституційного механізму забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Доведено, що вдосконалення інституціонального середовища є дієвим інструментом управління економічним розвитком агроформувань. Визначено, що інституційні трансформації сприяють ефективному використанню ресурсного потенціалу, посиленню фінансової синергії, підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Встановлено наявність зв'язку між здійсненням інституційних змін, інноваційним розвитком аграрних підприємств та зростанням їх конкурентоспроможності. З'ясовано ключові напрями необхідних трансформацій в аграрному секторі, виокремлено сутність інституціональних змін, визначено ключові складові інституційного механізму забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств.

Ключові слова: економічне зростання, інноваційний розвиток, інституційний механізм, конкурентна стратегія, конкурентоспроможність, фінансова синергія.

Вступ та постановка проблеми. Глобалізаційні процеси та необхідність забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств аграрного сектору економіки зумовлюють формування концептуально нової парадигми управління ними, спрямованої на інноваційний розвиток агроформувань. Активізація інноваційного процесу, стимулювання інноваційного попиту, зростання конкурентоспроможності агровиробників можливі тільки за умови формування ефективної системи інституціонального регулювання виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інституційного середовища аграрних підприємств на засадах конкурентоспроможності є предметом наукового інтересу Г. Азоева, Е. Вогеля, Е. Ворнера, Р. Ербе, Д. Кісінга, П. Кругмана, Д. Норта, М. Познера, М. Портера, Дж. Стренда, Е. Хекшера, В. Андріанова, Ю. Куренкова, В. Попова, Р. Фатхутдінова, О. Онищенко, М. Маліка, Л. Мельника, Л. Євчука, П. Саблука, А. Стельмашука, О. Шпичака та інших вчених. Однак проблеми формування інституційного середовища аграрних підприємств потребують проведення наукових досліджень.

А. Чухно інституціональні зміни конкурентного середовища пов'язує з пізнанням інститутів та під «інституціональними змінами» розуміє процес трансформації формальних або неформальних обмежень, а також відповідних механізмів контролю їх дотримання [5]. Д. Норт зосереджує увагу на існуванні прямих зв'язків між інституціями та різними сферами людської діяльності. Також вчений наголошує на тому, що інституційні зміни носять інкрементний, а не дискретний характер [7, с 21]. Т. Веблен зазначає, що еволюція супроводжується процесом інституціональних змін шляхом відбору і закріплення таких форм поведінки, які є найбільш сприятливими для існування та розвитку суспільства [5].

Особливе місце в системі сучасного наукового знання та методології управління належить інституціональній теорії (або інституціоналізму), в основу якого покладено ідею синтезу міждисциплінарного (економічного, соціального, політичного, культурного тощо) аналізу [2]. Інституційна теорія бере свій початок від часів становлення суспільства та пов'язана з виокремленням «соціального

інституту» як основного елементу практичної реальності та теоретичного конструкту. Інституційний підхід характеризується еkleктичністю, залученням різних сфер знань, їхньою методологією та понятійним апаратом, а також утворенням спільних для різних дисциплін понять, таких як, зокрема, «обмежена раціональність», «соціальна вкоріненість», «примусова довіра» [8, с. 63]. Інституційний аналіз свідчить про особливості та унікальність середовища розвитку соціально-економічних систем, дає змогу дослідити специфікацію впливу факторів на розвиток національної економіки та її секторів.

Визначено, що на темпи інституційних змін впливають внутрішні та зовнішні фактори. Ефективне інституційне середовище характеризується несуперечністю старих і нових інституцій, існуванням системи, здатної до опору, і наявністю соціальних верств, що підтримують реформи у країні. Внутрішні чинники змін можуть мати об'єктивний характер, зумовлений станом природного середовища, розвитком матеріально-технічного базису, ступенем досконалості технологій, особливостями людського сприйняття та реакції на навколишню реальність. Проте недостатньо широко розкриті питання подолання суперечностей конкурентоспроможного розвитку шляхом здійснення інституційних змін.

Метою роботи є з'ясування ключових напрямів трансформації економіки, виокремлення сутності інституціональних змін, визначення факторів, що їх зумовлюють, для формування інституційного механізму забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств.

Результати дослідження. З пошуком шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств актуалізується проблема забезпечення їх інноваційного розвитку. Нині інституціональне середовище несприятливе для розвитку інновацій, ресурси обмежені, а обсяг інвестицій невеликий. Оцінювання регіональної політики свідчить про те, що органи влади переважно розраховують на допомогу держави та дію її обмежених інструментів (бюджетні трансферти, державні програми), а також не мають вагомих інструментів для поліпшення інвестиційного середовища інноваційного виробництва з використанням переваг геополітичного розташування чи сприяння дії базових інститутів економіки, з якими пов'язана більшість проблем аграрної сфери. Таким чином, на територіальному рівні надзвичайно актуально залишається проблема формування пріоритетів інноваційного розвитку агроформувань. Для розширення та активізації співпраці наукових установ і ринкових суб'єктів на регіональному рівні необхідно вжити низку заходів, спрямованих на вдосконалення нормативно-правової бази наукової та науково-технічної діяльності, зокрема питань використання прав на інноваційні розробки, використання наукових робіт, які фінансувалися з Державного бюджету України, а також визначення механізму комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності. Загалом ефективний розвиток взаємовідносин у системі «держава – бізнес» можливий за умов активної участі кожної зі сторін та рівноправного партнерства. Водночас ключову роль повинна відігравати держава, функції якої мають бути спрямовані на створення таких умов ведення підприємницької діяльності в аграрному секторі, які б дали змогу підприємцям не лише отримувати економічні вигоди, але й поступово набувати статусу соціально відповідальних осіб, які беруть участь у розв'язанні соціально-економічних проблем на державному та місцевому рівнях.

Стратегічна спрямованість ринкових трансформацій на якісні перетворення аграрних підприємств посилює необхідність розроблення та впровадження механізмів

удосконалення інституціонального середовища функціонування сільськогосподарських підприємств з метою забезпечення їх конкурентоспроможності. Удосконалення інфраструктурного забезпечення та інституціонального середовища актуалізується з огляду на те, що ці складові моделі конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств є дієвим інструментом управління економічним розвитком формувань. Трансформації сприяють ефективному використанню ресурсного потенціалу, посиленню фінансової синергії, підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Важливим під час підготовки та реалізації політики інституційних змін, визначення їх пріоритетних напрямів є оцінювання конкурентоспроможності аграрних підприємств. Погоджуючись із В. Ільїним [4], вважаємо, що під час проведення аналізу конкурентоспроможності аграрних підприємств варто застосовувати методичний підхід, що ґрунтується на об'єктивності та оптимальності розрахунків за даними їх виробничо-фінансової діяльності. Дослідження передбачає певну етапність: I етап – визначення місткості ринку та особливостей функціонування його учасників; II етап – визначення інтенсивності конкуренції та рівня концентрації на ринку; III етап – порівняння підприємств за різними критеріями конкурентоспроможності; IV етап – оцінка конкурентоспроможності окремих підприємств. Таким чином, діагностика конкурентоспроможності на I–III етапах передбачає аналіз зовнішнього середовища на макро- і мезорівнях, а останній етап оцінює внутрішнє середовище функціонування суб'єктів аграрного сектору на мікрорівні.

Концепцією інституціонального аспекту структурної політики є і регулювання економічних процесів на різних рівнях, і зміна підходу до економічної моделі загалом. Також об'єктом дослідження інституціонального напрямку є пошук шляхів інвестиційної діяльності як основного чинника досягнення визначеної мети, що забезпечується зростанням рівня реальних доходів суб'єктів економічної діяльності в країні, ступенем доступності та вартістю кредитних ресурсів, розвитком фондового ринку, стабільністю ситуації на валютному, грошовому та товарному ринках країни. Необхідність аналізу наявного інструментарію бюджетно-податкового та грошово-кредитного регулювання динаміки економічного розвитку країни, визначення на його основі шляхів і напрямів покращення їх впливу на структуру національної економічної системи обумовлюють актуальність дослідження в інституціональному розрізі економічної структури [6].

Орієнтирами державної аграрної політики сьогодні є створення базових умов для сільськогосподарської діяльності та покращення фінансового стану сільгоспвиробників, приведення вітчизняного законодавства до чинних норм ЄС, врегулювання земельних відносин з метою підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва. Відбувається вжиття таких заходів щодо дерегуляції та спрощення умов ведення господарської діяльності в аграрному секторі: скасування низки обов'язкових процедур і дозволів; спрощення порядку видачі ветеринарних документів; розробка критеріїв, за якими оцінюють ступінь ризику від провадження господарської діяльності, яка підлягає державному ветеринарно-санітарному контролю та нагляду. Інституціональне регулювання мікрорівня акцентує увагу на необхідності посилення такої роботи на мезо- і макрорівнях.

Система інституціонального регулювання аграрних підприємств включає такі суб'єкти, як органи управління підприємством, інноваційна служба, інфраструктура підприємства. Основними об'єктами інституціонального регу-

лювання є безпосередньо виробництво, інноваційні відносини, кадри, ресурси, неформальні обмеження. Вихідними умовами запровадження регулятивних впливів виступають визначені цілі та ресурси інноваційного розвитку. Метою інституціональних регулятивних заходів є реалізація інноваційних проектів, інноваційний розвиток підприємства та зростання його конкурентоспроможності.

Стратегічною метою розвитку інституціонального середовища в аграрному секторі економіки є створення сприятливого інституціонального середовища для забезпечення сталого розвитку галузі через задоволення суспільних інтересів. Стратегічними напрямками розвитку інституціонального середовища в аграрному секторі є інституціональне забезпечення розвитку відтворювального потенціалу, розвиток інтеграційних процесів між учасниками інституціонального середовища в аграрному секторі економіки, формування ефективної моделі взаємодії

«держава – інституціональне середовище» в аграрному секторі, технологічна модернізація інституціонального середовища, стимулювання інституціонального середовища розвитку сільських територій. Відмінності систем інституціонального регулювання на різних рівнях управління пов'язані переважно з їх функціональними особливостями, а основні принципи побудови є подібними. Для забезпечення цілісності інституційного регулювання необхідно сформулювати сприятливе інноваційне середовище та залучити елементи державно-приватного партнерства, що потребує змін формальних норм. Чинне законодавство, що використовує концесійні умови державно-приватного партнерства, не враховує поширення цієї форми взаємодії на інноваційну та наукову сфери, передбачає складну дозвільну процедуру договорів на спільну діяльність в інноваційній сфері, не сприяє проведенню спільних досліджень і формуванню територіальної інноваційної інфраструктури [3].

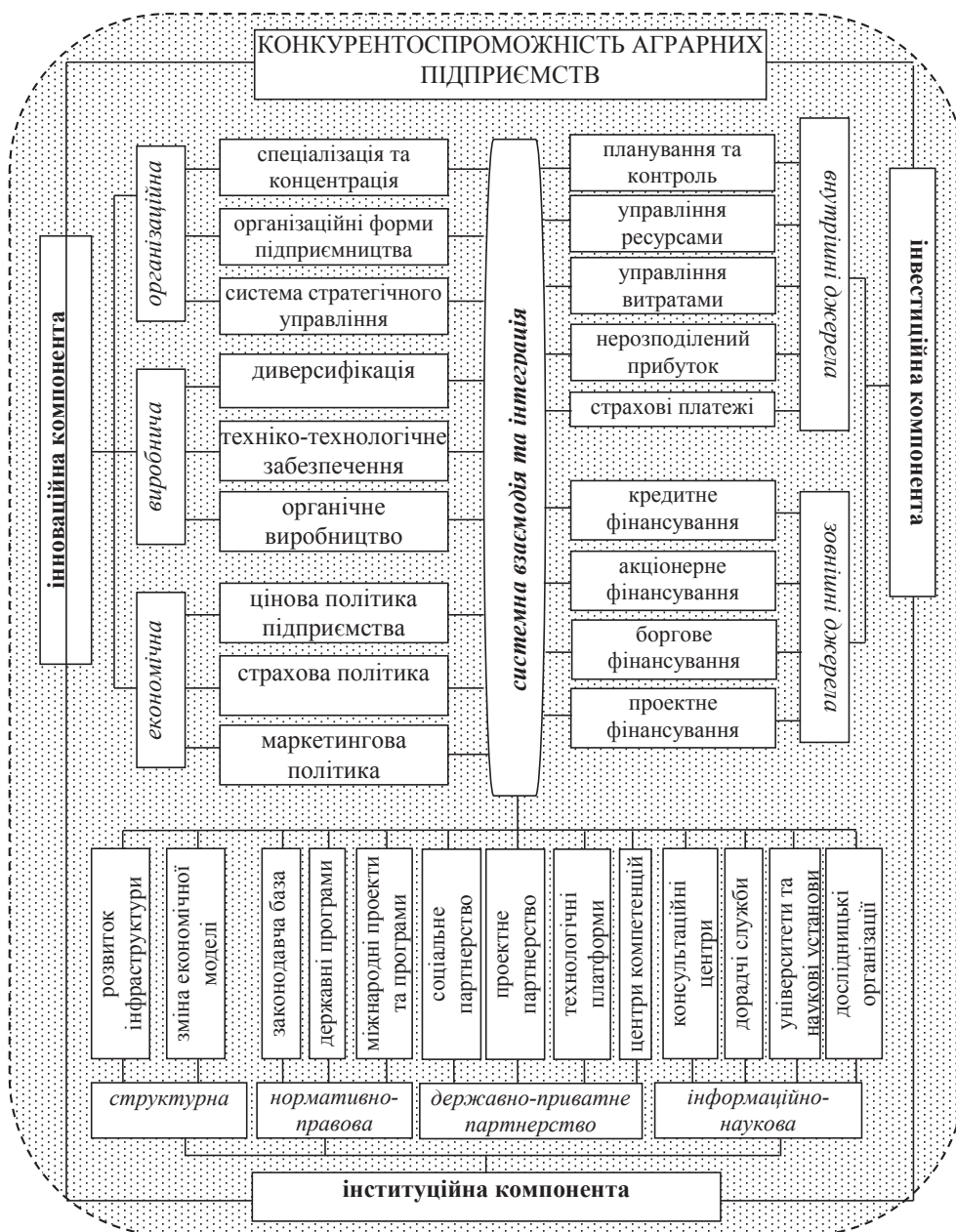


Рис. 1. Складові механізми забезпечення конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств

Джерело: розробка автора

Інституційне забезпечення розвитку аграрних підприємств є фундаментальною базою сільськогосподарської діяльності, що впливає на тісноту взаємозв'язку суб'єктів господарювання з природним середовищем і детермінує характер інституційних змін у сфері використання природних ресурсів. Інституційні зміни є ключовими в процесі забезпечення якіс-

них перетворень у системі управління аграрними підприємствами. Найвагомішими складовими в механізмі забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств є інноваційна, інвестиційна та інституціональна компоненти (рис. 1).

Формування інституційного середовища безпосередньо пов'язане із соціально-економічними та екологічними

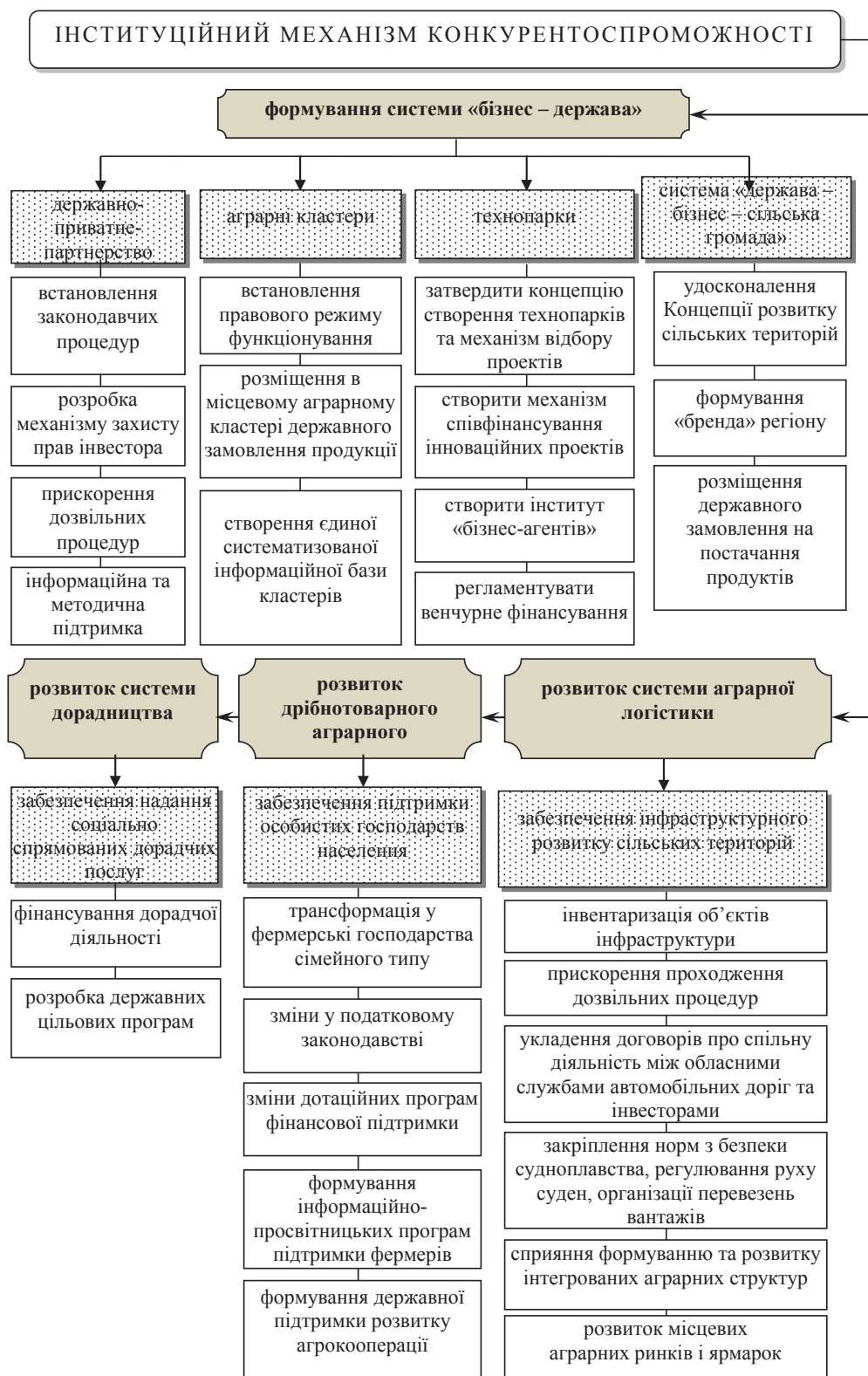


Рис. 2. Інституційний механізм забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств

Джерело: розробка автора

інтересами суб'єктів господарювання, рівнем розвитку ринкової кон'юнктури та інфраструктури, фінансово-інвестиційним забезпеченням та іншими ресурсами. Слід зауважити, що конкурентоспроможного розвитку не можна досягти шляхом посилення однієї з його детермінант. Цей процес максимально ефективний у разі комплексної взаємодії всіх його складових.

Розвиток інституціонального середовища підприємств аграрного сектору має здійснюватися комплексно за векторами за допомогою реалізації різноманітних програм і проєктів. Успішна реалізація такого підходу може бути обмеженою лише в разі відсутності послідовності в діях та належного ресурсного забезпечення відповідних майбутніх перетворень.

Визначені стратегічні напрями потребують виважених практичних дій через вертикальну та горизонтальну інтеграцію взаємопов'язаних цілей, єдність та гармонізацію пріоритетів розвитку під час врахування змін у зовнішньому середовищі. Вертикальна координація цілей дає змогу узгоджувати не пов'язані між собою напрями діяльності та формувати конкурентні переваги. Горизонтальна координація цілей забезпечує реалізацію стратегічного потенціалу інституціонального середовища. Для нижчого рівня цілі вищого рівня є орієнтиром, тоді як для вищого рівня вони є засобом [3].

Погоджуючись із думкою О. Гончаренко [1], вважаємо, що інституційна та інноваційна компоненти конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств є ключовими та прямо впливають одна на одну. Інструментарій стимулювання інноваційного розвитку аграрних підприємств має бути застосований системно, тобто на основі державних програм інноваційного розвитку та стратегій. У цьому контексті доцільним є визначення пріоритетів територіального інноваційного розвитку агроформувань, важливо адаптувати наявні та розробити нові державні програми, які будуть спрямовані на розвиток інноваційної інфраструктури, формування її нових організаційних форм, підтримку інноваційного партнерства, захист інтелектуальної власності, сприяння венчурному фінансуванню тощо.

Формування системи інституційного забезпечення розвитку аграрних підприємств передбачає упорядковану сукупність формальних та неформальних інституцій, що визначають та регулюють його територіальні, соціальні, виробничо-економічні, екологічні, нормативно-правові та організаційно-управлінські параметри. Складові ін-

ституційного середовища визначають пріоритети в межах триєдиної системи соціально-економічних, законодавчих або політичних інституцій формального змісту та неформальних ідеологічних інституцій. Під час розроблення інституційного механізму нами виділено основні його складові та інструменти (рис. 2).

Пріоритетними напрямками інституційного забезпечення конкурентоспроможного розвитку аграрного сектору в Україні мають бути формування ефективних взаємовідносин у системі «державна – бізнес», розвиток системи сільськогосподарського дорадництва, розвиток дрібно-товарного сільськогосподарського виробництва та малих організаційних форм на селі, розвиток системи аграрної логістики.

Реалізація цього механізму сприятиме підвищенню ефективності господарської діяльності, насамперед діяльності дрібних і середніх сільгоспідприємств, дасть змогу наростити виробництво високоякісної трудомісткої сільськогосподарської продукції, забезпечити інтеграцію особистих господарств населення у ринкові механізми функціонування аграрного сектору, знизити витрати аграрних підприємств в процесі зберігання, транспортування сільськогосподарської продукції, а також покращення цілорічного забезпечення населення продуктами харчування за доступними цінами.

Висновки. Отже, вдосконалення інституційного середовища через посилення його складових дасть змогу досягти позитивного економічного ефекту, що знаходить прояв у створенні організаційно-економічних умов для ефективного соціально спрямованого розвитку аграрних підприємств, забезпеченні конкурентоспроможного розвитку, ефективному використанні природних ресурсів, формуванні людського капіталу, стимулюванні розвитку малих і середніх агровиробників, розвитку сільських територій, набутті знань виробниками сільськогосподарської продукції, забезпеченні доступності інвестиційних ресурсів, удосконаленні форм і методів державної підтримки, її прозорості, прогнозованості та системності. Також до очікуваних економічних ефектів реалізації моделі інституціонального регулювання конкурентоспроможного розвитку підприємств аграрного сектору нами віднесено утворення вагомих інструментів поліпшення інвестиційного середовища задля забезпечення інноваційного виробництва, максимально ефективного використання переваг геополітичного положення, нарощування експортного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Гончаренко О. Інституціональне регулювання розвитку інновацій в агропромисловому виробництві: дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00.03. Дніпропетровськ, 2015. 487 с.
2. Дементьев В. Институциональная теория в Украине: направления исследований, особенности, перспективы. URL: <http://www.instud.org/index.php?id=4&material=15>.
3. Заскалкина О. Концептуалізація розвитку інституціонального середовища в аграрному секторі економіки України. Державне регулювання процесів економічного і соціального розвитку. 2016. № 4. С. 1–8.
4. Ільїн В. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: питання методології. Вісник Сумського національного аграрного університету. 2015. Вип. 4 (63). С. 108–111.
5. Чухно І., Юхименко П., Леоненко П. Інституціонально-інформаційна економіка: підручник. Київ, 2010. 687 с.
6. Луцков В. Структурна політика: сутність, категорії та функції. Вісник СумДУ. Серія: Економіка. 2012. № 1. С. 141–147.
7. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / пер. з англ. І. Дзюб. Київ: Основи, 2000. 198 с.
8. Лопатинський Ю., Кифяк В. Розвиток аграрного сектора національної економіки на інституційних засадах: монографія. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2014. 248 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО МЕХАНИЗМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье исследованы теоретические, концептуальные и методические подходы к формированию институционального механизма обеспечения конкурентоспособности аграрных предприятий. Доказано, что усовершенствование институциональной среды является действенным инструментом управления экономическим развитием агроформирований. Определено, что институциональные трансформации способствуют эффективному использованию ресурсного потенциала, усилению финансовой синергии, повышению конкурентоспособности предприятия. Установлено наличие связи между осуществлением институциональных изменений, инновационным развитием аграрных предприятий и ростом их конкурентоспособности. Выявлены ключевые направления необходимых трансформаций в аграрном секторе, выделена сущность институциональных изменений, определены ключевые составляющие институционального механизма обеспечения конкурентоспособности аграрных предприятий.

Ключевые слова: экономический рост, инновационное развитие, институциональный механизм, конкурентная стратегия, конкурентоспособность, финансовая синергия

FORMATION OF AN INSTITUTIONAL MECHANISM FOR PROVIDING COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Summary. The article deals with theoretical, conceptual, and methodical approaches to the formation of an institutional mechanism for ensuring the competitiveness of agrarian enterprises. It is proved that the improvement of the institutional environment is an effective tool for managing the economic development of agro formations. It is determined that institutional transformations contribute to the efficient use of resource potential, strengthening financial synergy, and increasing the competitiveness of an enterprise. The existence of a link between the implementation of institutional changes and the innovative development of agrarian enterprises and the growth of their competitiveness are established. The key directions of the necessary transformations in the agrarian sector are clarified, the essence of institutional changes is identified, the key components of the institutional mechanism for ensuring the competitiveness of agrarian enterprises are determined.

Key words: economic growth, innovative development, institutional mechanism, competitive strategy, competitiveness, financial synergy.

УДК 2964:1174

Григорчук Т. В.

*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри шоу-бізнесу та індустрії моди
Київського національного університету культури і мистецтв*

Hryhorchuk T. V.

*Candidate of Pedagogical Science (PhD), Associative Professor,
Associate Professor of the Department of Show Business and Fashion Industry,
Kyiv National University of Culture and Arts*

НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ПЕРСОНАЛ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Анотація. У статті розглядаються питання, пов'язані зі специфікою діяльності викладачів вищих навчальних закладів як осіб, що крім основної педагогічної діяльності виконують ще й маркетингові функції. Доводиться, що найефективнішим засобом просування освітніх послуг вищого навчального закладу є пропаганда під час безпосередньої комунікації науково-педагогічного працівника з його потенційними абітурієнтами. Вказується на необхідність їх додаткової спеціальної підготовки та мотивування з боку адміністрації навчального закладу.

Ключові слова: персонал вищого навчального закладу, маркетингові функції, конкурентоспроможність вищого навчального закладу, мотивування науково-педагогічних працівників.

Вступ та постановка проблеми. Широке проникнення ринкових відносин у різні сфери соціально-економічної системи нашої країни викликало чимало трансформаційних процесів у їхньому середовищі. Перспективи становлення в нашій країні соціально орієнтованої ринкової економіки, відносно непогані демографічні передумови зумовили швидкий розвиток інституцій соціально-гуманітарної сфери, що привело, зокрема, до значного зростання кількості вищих навчальних закладів III–IV рівня

акредитації (ВНЗ) різних організаційних форм і форм власності.

На зорі свого існування таке розмаїття створило гідну конкуренцію у сфері вищої освіти. При цьому частина ВНЗ зуміла посісти високі ринкові позиції не лише за рахунок популярних спеціальностей, але й використовуючи сучасні засоби маркетингу, новизну в організації та супроводі навчального процесу, демократизації навчання, залучення провідних вітчизняних і закордонних фахівців

тощо. Включення контрактної форми навчання до господарської діяльності надало можливості для належної оплати праці науково-педагогічних працівників, а відносний дефіцит студентських місць у навчальних закладах формував стійкий попит на послуги ВНЗ.

Однак впродовж останніх років у нашій країні відбулися серйозні зміни як у геополітичному порядку, так і на рівні практично всіх сфер і галузей життєдіяльності нашої країни, що, безумовно, відбилися на системі вітчизняної вищої освіти. Вказані зміни значною мірою змінили позиції вищих навчальних закладів через нагальні причини:

- тривале військове протистояння на східних кордонах і втрата Криму, а також пов'язана з цим пропаганда вороже налаштованої сторони конфлікту унеможливили одержання освітніх послуг десяткам тисяч потенційних абітурієнтів;

- затяжна економічна криза створює передумови для того, що багато потенційних абітурієнтів відмовляються від одержання вищої освіти на користь заробітчанства;

- перманентні демографічні проблеми викликають значне зменшення кількості випускників загальноосвітніх шкіл;

- доступність і дешевизна освіти за кордоном формує потоки добірних абітурієнтів для зарубіжних університетів;

- катастрофічний дефіцит робочих місць і низький рівень оплати праці у своїй країні також зумовлює пошук можливостей навчання за її межами;

- консервативні методи навчання у вітчизняних ВНЗ роблять навчання нецікавим;

- несумлінна конкуренція поміж самими навчальними закладами, де часто проявляють себе корупція, маніпулювання з розподілом державних коштів та приватних інвестицій, переманювання провідних науково-педагогічних працівників, адміністративного та допоміжного персоналу.

Очевидно, що наведений вище перелік можна продовжувати, оскільки окрім загальних причин негараздів, у кожного ВНЗ знайдеться ще чимало власних. Однак усі вони вказують на те, що в нинішніх обставинах вітчизняні університети змушені здійснювати пошук новітніх форм соціально-економічної активності, здатної забезпечити їхні ринкові позиції, підкріпити імідж, зацікавити абітурієнтів. Ці обставини формують протиріччя поміж утвореними середовищем умовами, що спричиняють зниження кількості наявних і потенційних абітурієнтів ВНЗ і необхідність їх залучення з метою забезпечення належного функціонування навчального закладу. Із цим протиріччям ми намагатимемося розібратися у цій статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як свідчить практика, у процесі загострення конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг постійно зростає увага до питань маркетингу. Зокрема, розгляду особливостей застосування концепції маркетингу у вищому навчальному закладі присвячено дослідження Ю. Петруні [1], де висвітлено погляди щодо особливостей формування комплексу маркетингу ВНЗ, вирішення потреб споживачів освітніх послуг тощо.

Питанням маркетингової діяльності у державному вищому навчальному закладі присвячено праці О. Белаши [2]. Пропонуючи цікаві підходи щодо вивчення потреб і запитів наявних і потенційних споживачів освітніх послуг, формування відповідних навчальних продуктів, їх просування на ринку тощо, автор більшою мірою адаптує свої дослідження саме до російського ринку освітніх послуг. Як відомо, цей ринок у Росії суворо регульований, а тому нас можуть зацікавити в дослідженні лише окремі запропоновані прийоми та методи маркетингової діяльності ВНЗ.

Значну увагу вітчизняні і закордонні дослідники приділяють вивченню конкурентоспроможності ВНЗ. Так І. Лошенко, спираючись на постулат, що визначальним чинником конкурентоспроможності ВНЗ є якість його послуг, вказує на необхідність більш активного використання стратегій просування, розподілу, а також цінової та продуктової політики [3].

В. Лазарев розглядає конкурентоспроможність ВНЗ в аспекті управління, що викликає інтерес із погляду формування та впровадження менеджерських процедур; розподілу та делегування повноважень; планування, коригування та контролю за розвитком конкурентних позицій ВНЗ. Автор детально досліджує організаційні структури, аналізує їх оптимальність, форми підпорядкованості, звітності тощо [4]. Проте у дослідженні замало уваги приділено саме маркетинговим аспектам.

Л. Прус пропонує впровадити термін «конкурентогнучкість». На думку авторки, конкурентогнучкість (або динамічна конкурентоспроможність) ВНЗ віддзеркалює його здатність вчасно розпізнавати зміни у зовнішньому середовищі та розвивати власний потенціал таким чином, щоб адекватно реагувати на ці зміни [5]. Ми розділяємо думку Л. Прус, оскільки вона повною мірою відповідає маркетинговому розумінню конкурентоспроможності.

Водночас слід зазначити, що дослідження науково-педагогічного персоналу як складника маркетингового комплексу ВНЗ нами практично не виявлені. Категорія «персонал» найчастіше вживається в управлінському або чисто кадровому аспекті. Ця обставина доводить важливість нашого дослідження, оскільки в ньому здійснена спроба визначення місця персоналу в комплексі маркетингу ВНЗ та з'ясування його ролі як чинника забезпечення конкурентних переваг закладу на ринку послуг вищої освіти. Зважаючи на вказане вище, постає необхідність пошуку рішень, завдяки яким ВНЗ могли б у належний спосіб відстоювати свої позиції в умовах конкурентного середовища, активно розвиватися, зростати та посідати відповідні місця в рейтингах. Очевидно, що не остання роль в цьому належить маркетингу ВНЗ і одному з найважливіших елементів маркетингового комплексу – персоналу навчального закладу, тобто науково-педагогічним працівникам. Вказані обставини дають можливість визначити мету дослідження.

Метою статті є визначення місця науково-педагогічного персоналу в комплексі маркетингу ВНЗ, з'ясування його ролі як чинника забезпечення конкурентних позицій і переваг навчального закладу, залучення планової кількості абітурієнтів і сприяння виконання його місії на ринку послуг вищої освіти.

Результати дослідження. Будь який сучасний ВНЗ являє собою суб'єкт ринку навчальних (освітніх) послуг. Свідомо або неусвідомлено кожен із навчальних закладів формує власний комплекс маркетингу, оскільки він пропонує свій продукт (набір навчальних послуг) за певною ціною (у державних чи національних ВНЗ ціна закладена в сумі державного фінансування), у певному місці, за певних умов і з відповідним рівнем компетентності керівництва та науково-педагогічного персоналу, що зумовлює рівень задоволення споживача послуг (студента). Про кожен ВНЗ розповсюджується інформація навіть за умов, коли вона не була опублікована в ЗМІ. Тут досить поділитися думками з близькими чи друзями, і необхідні дані надходять в ефір, прикрашаються, обростають чутками тощо.

Комплекс маркетингу навчального закладу, на відміну від комплексу закладу, скажімо, виробничого підприємства (тут присутні чотири основні елементи: продукт, ціна, місце і просування), доповнюється ще трьома важ-

ливими складовими частинами, такими як процес, фізичне оточення та персонал [6]. Ці три елементи притаманні комплексу маркетингу організацій, які діють у сфері послуг і чітко відрізняють його від інших сфер, оскільки послуга має нематеріальну природу, а її надання у традиційному трактуванні передбачає неподільність, одночасність надання та споживання, нездатність до зберігання та непостійність якості. Послуги також розрізняють за принципами їх надання, тобто послуга може надаватися машиною (торговельні автомати тощо) або людиною. Послуги, що надаються людиною, також різняться за рівнем кваліфікації особи, що їх надає.

Освітня послуга ВНЗ, яка значною мірою вирізняється з-поміж інших, є змішаним об'єктом (людина-машина) продажу (обміну) нематеріальних цінностей, яка, як правило, надається висококваліфікованим фахівцем у спеціально створених умовах навчального середовища. При цьому вона наділена особливими характеристиками (табл. 1).

Якщо придивитися уважніше до вказаних у таблиці якісних параметрів освітніх послуг, то неважко помітити, що практично всі вони опосередковано залежні від науково-педагогічного працівника як носія, інтерпретатора та репрезентера навчальної інформації, спрямованої на формування майбутнього фахівця. Відповідно тут може йтися про те, що викладач фокусує на собі увесь механізм надання освітньої послуги, а отже він як представник персоналу ВНЗ втілює у своїй особі найважливіший елемент комплексу маркетингу навчального закладу.

Як свідчить практика, високоякісні освітні послуги напряму формують попит на них. Вони за своєю суттю самі є джерелом комунікації з абітурієнтами, оскільки ті самостійно шукають інформацію насамперед про найбільш рейтингові навчальні заклади. Водночас слід вказати на те, що критерії якості навчальних послуг і навіть рейтингу для більшості абітурієнтів різняться між собою. Насамперед це стосується вибору напряму підготовки та спеціальності, бо очевидно, що музикант, якого цікавить консерваторія, навряд чи розглядатиме медичний університет як альтернативний ВНЗ. Не останні місця посідають такі чинники, як віддаленість ВНЗ від дому; вартість навчання (проживання в місці навчання); де вчи-

тиметься кращий друг (подруга) тощо. Загалом процес прийняття рішення про те, куди піти вчитися, проходить п'ять етапів:

- потреби і мотиви;
- збір інформації;
- аналіз альтернатив;
- вибір і вступ;
- відчуття та поведінка після вступу [7].

Незважаючи на мінливий характер рішень абітурієнтів, навчальному закладу слід докласти чимало зусиль, щоб його освітні послуги були включені до планового переліку та по можливості посідали якомога вищий рейтинг. Практично тут йдеться про можливості активного просування та маркетингових комунікацій ВНЗ щодо роботи з абітурієнтами.

Сьогодні використовується чимало форм просування ВНЗ та їхніх освітніх послуг. Часи брошур-довідників на кшталт «Куди піти вчитися» залишилися в далекому минулому. Сьогодні вітчизняні університети широко використовують можливості реклами, засоби зв'язків із громадськістю, маркетинг у соціальних мережах тощо. Однак на основі нашої практики можна дійти висновку, що найбільш дієвим засобом просування навчальних послуг ВНЗ є пропаганда під час безпосередніх зустрічей науково-педагогічного працівника з колективами потенційних абітурієнтів. Вказана форма є складною, а інколи і затратною. Але саме вона забезпечує пряму комунікацію, інтерактивність, діалог. Працівник ВНЗ має тут змогу оцінити психологічну налаштованість майбутніх абітурієнтів, їхнє ставлення до перспективи навчання в навчальному закладі, мотивацію тощо.

При цьому залучати до пропагандистської роботи науково-педагогічних працівників слід так, щоб не порушити їх психологічної чи моральної цілісності. Кожен викладач в особистісному контексті являє собою певну індивідуальність з притаманними лише йому психологічними рисами, міжособистісними характеристиками тощо. Однак, узагальнюючи, можна скласти умовний соціально-психологічний портрет викладача ВНЗ.

1. Це людина, віддана своїй справі, оскільки любить роботу з людьми, має досить професійних знань, придатних для трансляції в аудиторії чи в інший спосіб.

Таблиця 1

Особливості освітніх послуг

Якісні параметри освітньої послуги	Характеристика
1. Подільність	Перервану освіту можна продовжити, згідно з чинним законодавством, через певний час.
2. Фази реалізації	Надання послуг особам, що навчаються. Реалізація на ринку робочої сили освітньої підготовки особами, що її здобули.
3. Роль споживача	Високий ступінь залучення споживача до процесу надання освітньої послуги, високий ступінь впливу споживача на якість послуг.
4. Висока гетерогенність	Унікальність і неповторність кожної освітньої послуги.
5. Орієнтація на два ринки	Освітня послуга має надаватися з урахуванням інтересів споживачів (студентів) і споживачів (роботодавців).
6. Наявність різних джерел оплати	Оплату можуть здійснювати: студенти самостійно, батьки, роботодавці, держава.
7. Ймовірність зберігання та відновлення процесу надання послуг	Висока ймовірність за використання сформованих навчальних продуктів.
8. Суспільна спрямованість	Основні послуги споживаються суспільством загалом і розглядаються як засіб досягнення певних цілей у контексті суспільних відносин. Це зумовлює доцільність як ринкового, так і державного регулювання.
9. Залежність від компетентності носія навчальної інформації (викладача)	Переважно залежність значна, оскільки на викладача покладаються навчальні, організаційні, виховні, професійно-формуючі та інші функції.

2. Це творча особистість, оскільки через професійні вимоги розробляє навчально-методичні матеріали, шукає форми представлення навчальної інформації, моделює та проектує навчальну взаємодію.

3. Це вразлива людина через можливі невдачі, одержані у попередніх періодах кар'єри.

4. Це особистість, сповнена місіонерськими переконаннями, оскільки питання матеріального збагачення для неї є другорядними.

5. У своїй більшості викладачі – це екстраверти, які, як правило, сповнені позитивними емоціями та здатні до негайкої міжособистісної комунікації.

6. Більшість викладачів є амбітними особистостями, особливо в питаннях, що торкаються рівня їхнього професіоналізму та обізнаності в предметних галузях, що формують навчальні дисципліни, які ними викладаються.

7. Викладачі – це люди, зайняті у процесі педагогічної діяльності не лише в межах навчального закладу, але і поза ним, оскільки навчальна комунікація сьогодні здійснюється і шляхом стільникового зв'язку, і засобами електронної пошти тощо. Значну частину умовно вільного від занять часу викладач приділяє підготовці до занять, науковій роботі, виконанню завдань керівництва, самоудосконаленню.

Цілком зрозуміло, що вказані характеристики не є універсальними. Більше того, на практиці ми зустрічаємо цілком протилежні феномени. Однак часто це – винятки, а не правила. Водночас є невелика частина осіб, які пробувають себе як науково-педагогічні працівники, але на практиці виявляється їхня неспроможність до виконання цієї функції. Всі чинники неналежного професіоналізму або інші негативні характеристики викладача можуть виявлятися та надходити у вигляді інформаційних потоків до кафедр і/або деканату для ухвалення відповідних рішень.

Виявлення кращих рис викладача, який насправді покликаний виконувати покладені на нього функції, нерідко також залишається поза увагою керівництва. Така ситуація зумовлює з боку науково-педагогічного праців-

ника відчуття нерозуміння, незагребуваності або просто рутинної роботи. Зазвичай такі працівники перебувають у числі перших, хто готовий покинути навчальний заклад у пошука кращої роботи.

Практично неналежне знання професійних якостей та можливостей викладачів приховує у собі небезпечні загрози послаблення всієї маркетингової функції навчального закладу через послаблення його провідного елемента – персоналу. А це приводить до втрати загальних конкурентних позицій.

Уникнути виявлених загроз можна за допомогою вивірених заходів управління педагогічним процесом. По-перше, доцільно здійснювати постійний моніторинг роботи науково-педагогічного персоналу шляхом аналізу звітів навчальної та наукової діяльності, соціологічних досліджень тощо з метою виявлення професійних компетенцій. По-друге, слід забезпечувати методологічний супровід молодим викладачам або передбачити створення школи педагогічної майстерності. По-третє, ввести психолого-педагогічний супровід діяльності викладачів шляхом відвідування та аналізу навчальних занять викладачів відповідальними працівниками та/або експертами. По-четверте, розробити систему стимулювання за успіхи науково-педагогічних працівників у педагогічній, науковій і методичній роботах.

Висновки. Отже, на основі аналізу діяльності науково-педагогічних працівників, виявлення їхніх найбільш досконалих професійних якостей виникає можливість належного формування одного з найважливіших елементів маркетингового комплексу навчального закладу – команди компетентного персоналу. При цьому значна кількість науково-педагогічних працівників зможе вести активну роботу з просування, а увесь персонал безпосередньо сприятиме забезпеченню стійких конкурентних позицій навчального закладу на ринку освітніх послуг. Очевидно, що в майбутньому маркетингові функції виконуватимуть з активним залученням інформаційно-комунікаційних технологій та засобів сучасного зв'язку.

Список використаних джерел:

1. Петруня Ю.Є. Маркетинг на ринку освітніх послуг // Маркетинг в Україні. 2004. № 1. С. 124–129.
2. Белаш О.Ю. О маркетинговой деятельности в государственном вузе // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 1. С. 132–136.
3. Лошенко І. Інструменти формування конкурентоспроможності ВНЗ / І. Лошенко, А. Іванченко. URL: <http://intkonf.org/ktn-loshenyuk-ir-ivanchenko-a-instrumenti-formuvannya-konkurentospromozhnosti-vnz/>.
4. Лазарев В.А. Конкурентоспособность вуза как объект управления: монография / В.А. Лазарев, С.А. Мохначев. Макеевка: Изд-во «Пригородные вести», 2003. 326 с.
5. Прус Л. Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів // Вісник ТДЕУ № 2. 2006. URL: http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/u2Vay9.pdf.
6. Enache I.C. Marketing higher education using the 7 Ps framework. Bulletin of the Transilvania University of Braşov, 2011, № 4(53), p. 23–30.
7. Woodall T., Hiller A., Resnick S. Making sense of higher education: students as consumers and the value of the university experience. Studies in Higher Education, 2014, № 39(1), p. 48–67.

НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПЕРСОНАЛ КАК ЭЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные со спецификой деятельности преподавателей высших учебных заведений в качестве лиц, которые помимо основной педагогической деятельности выполняют еще и маркетинговые функции. Доказывается, что самым эффективным средством продвижения образовательных услуг высшего учебного заведения является пропаганда во время непосредственной коммуникации научно-педагогического работника с его потенциальными абитуриентами. Указывается на необходимость дополнительной специальной подготовки преподавателей и мотивации со стороны администрации учебного заведения.

Ключевые слова: персонал высшего учебного заведения, маркетинговые функции, конкурентоспособность вуза, мотивация научно-педагогических работников.

FACULTY PERSONEL AS A MARKETING-MIX'S ELEMENT OF A HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION

Summary. The article deals with issues related to the specifics of the faculty personnel's activity of higher educational institutions as individuals, in addition to basic pedagogical activity, also carry out marketing functions. It is proved that the most effective means of promoting the educational services of a higher educational institution is propaganda by faculty members during the direct communication with their potential entrants. Indicated the need for personnel's additional special training and motivation by administration of the educational institution.

Key words: faculty personnel of higher educational institution, marketing functions, competitiveness of a higher educational institution, motivation of faculty members.

УДК 658.152:330.322

Гулик Т. В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та підприємництва імені Т.Г. Беня
Національної металургійної академії України*

Кербікова А. С.

*старший викладач кафедри економіки та підприємництва імені Т.Г. Беня
Національної металургійної академії України*

Дрофа Є. А.

*асистент кафедри економіки та підприємництва імені Т.Г. Беня
Національної металургійної академії України*

Gulik T. V.

*Ph. D. in Economics, assistant professor
of Economics and business studies department n.a. T.G. Ben,
National Metallurgical Academy of Ukraine*

Kerbikova A. S.

*Senior lecturer of Economics
and business studies department n.a. T.G. Ben,
National Metallurgical Academy of Ukraine*

Drofa E. A.

*Assistant of department of Economics
and business studies department n.a. T.G. Ben,
National Metallurgical Academy of Ukraine*

АНАЛІЗ НАУКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ НАЯВНИХ МЕТОДИЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ ПРО ВПЛИВ РИЗИКУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ

Анотація. У статті розглянута наукова інформація щодо наявних методичних положень про вплив ризику на ефективність інвестицій у сучасних умовах невизначеності. Здійснено порівняльний аналіз сутності категорії «ризик». Проаналізовані типові ризики для різних етапів проектного циклу.

Ключові слова: ризик, інвестиції, інвестиційний ризик, ефективність.

Вступ та постановка проблеми. Прийняття інвестиційних рішень об'єктивно здійснюється в умовах невизначеності, яка виявляється в неможливості однозначної оцінки розвитку подій у майбутньому. Головною причиною існування невизначеності є неповнота та неточність інформації про поточне та перспективне становище як зовнішнього, так і внутрішнього середовища інвестиційного проекту, що зумовлено динамічністю і багатофакторністю їх змінюваності та розвитку, дефіцитністю якісної інформації як ресурсу. Об'єктивно неусувний характер невизначеності породжує такий же неусувний ризик ухвалення інвестиційних рішень. У словниках різних народів слово

«ризик» існує у подібних формах і визначеннях змісту (наприклад, французькою – «risque», італійською – «rischio»), німецькою – «risiko», іспанською – «riesgo» тощо). На думку філологів, воно походить від латинського терміна «rescum», який у перекладі означає «скеля» або «небезпека» та вживався прадавніми мореплавцями для означення небезпеки зіткнення з прибережною скелею. Отже, етимологічно слово «ризик» завжди пов'язується насамперед із появою небезпеки або непевності в різних сферах господарської діяльності та суспільно-економічного буття. Так, у Адама Сміта й інших англословних учених для позначення ризикованих дій часто практикувалося слово «hazard»

(небезпека). Впродовж тривалого часу поняття ризику не лише асоціювалося з багатозначними негативними проявами життєвих ситуацій, а й часто вживалося як їх синонім.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика залучення інвестицій в економіку України присвячена велика кількість робіт сучасних науковців і практиків, у тому числі таких авторів, як С.В. Онікієнко [1], А.А. Пересада та ін. [2]. Різноманітні теоретичні та практичні аспекти моделювання економічних процесів розглядаються в наукових працях Д. Блекуела, М. Бугір, І. Кольцова, О. Моляка, І. Іванілова, Дж. Фон Неймана, В. Юринця та інших.

Метою статті є дослідження наявних методичних положень впливу ризику на ефективність інвестицій. В умовах нестійкості та невизначеності важливим аспектом дослідження проблем інвестування економіки є використання сучасного математичного апарату, що ґрунтується на економіко-математичних моделях.

Результати дослідження.

У сучасній теорії ризику чітко виокремлюються два протилежні погляди на трактування категорії «ризик» – класичний, представниками якого є Дж. Міль [4, с. 46] та І. Сеньйор, і неокласичний, прибічниками якого виступають А. Маршалл [5], А. Пігу [6], Дж. М. Кейнс [7], принципів розбіжності яких походять із різного сприйняття характеру співвідношення між невпевністю та ризиком (таблиця 1).

Порівнюючи класичний та неокласичний підходи, необхідно зазначити, що погляди неокласиків є лише логічним розвитком класичних. Так, неокласична теорія передбачає, що генетичні корені ризику первинно виникають у невизначеності, яка є особливим об'єктивним станом, що згодом викликає суб'єктивне сприйняття небезпеки – невпевність.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз класичних та неокласичних поглядів на сутність категорії «ризик»

Складник теорії ризику	Неокласична теорія ризику	Класична теорія ризику
Етимологічне джерело ризику	Непевність	Небезпека
Онтологічна сутність ризику	Ймовірність отримання збитків від обраного рішення та стратегії діяльності	Ймовірність відхилення від намічених цілей
Співвідношення понять «ризик» та «непевність»	Ототожнюються	Розмежовуються

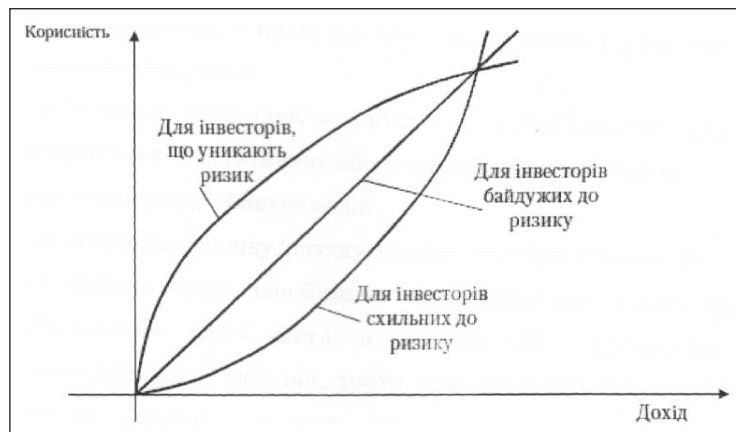


Рис. 1. Функція корисності для інвесторів із різним характером сприйняття ризику

Такий підхід дає змогу зрозуміти етимологію ризику як економічної історико-логічної категорії, в якій невизначеність і незнання зумовлюють появу об'єктивної непевності, що сприймається суб'єктами діяльності як стан відчуття небезпеки. Така суб'єктивно усвідомлена небезпека і є ризиком.

Окремі питання щодо визначення ефективності інвестиційних проектів з урахуванням впливу факторів ризику висвітлені в працях багатьох авторів (зокрема, Т.В. Майорова [3], А.А. Пересада [2], С.В. Онікієнко [1] та ін.).

Отже, з позиції різних суб'єктів інвестиційної діяльності одна і та сама ситуація може мати різні оцінки ризику, які визначаються насамперед їх індивідуальним ставленням до ризику. Суб'єктивне сприйняття ризику відбувається на зміні граничної корисності приросту очікуваних інвестиційних доходів (рис. 1).

Подані на рисунку типові графіки функції корисності наочно демонструють «золоте правило інвестування»: чим більший ризик інвестування, тим вищою має бути дохідність проекту.

Обов'язковою умовою виникнення ризику є наявність альтернативних сценаріїв розвитку подій, що зумовлює отримання різних результатів: у ситуації, коли можливим є лише один результат, незалежно від того, йдеться про втрати чи надбання, ризику не існує, оскільки не існує альтернатив. Ризик в інвестуванні – це кількісно оцінена з позиції певного суб'єкта інвестиційної діяльності невизначеність, пов'язана з можливістю виникнення у процесі реалізації інвестиційного проекту несприятливих подій та їх наслідків в формі певних фінансових втрат (зниження доходів, зростання витрат, втрата прибутку тощо). Таким чином, ключовими складниками сутності інвестиційного ризику як економічної категорії є:

- невизначеність дії ринкових факторів зараз та у майбутньому;
- існування декількох альтернатив розвитку подій;
- можливість настання несприятливої події, ймовірність втрат активів, неотримання очікуваного прибутку або інших відхилень від запланованих, прогнозованих показників;
- об'єктивна необхідність здійснення управлінських заходів щодо зменшення можливих негативних або несприятливих наслідків;
- суб'єктивне сприйняття подій.

Метою аналізу впливу ризику на ефективність інвестицій є розроблення можливих заходів щодо запобігання виникненню очікуваних фінансових втрат. Досягнення цієї мети значною мірою визначається якістю ідентифікації ризиків інвестицій, тобто повнотою виявлення всієї системи несприятливих факторів, здатних зумовити зниження обсягів доходів, зростання інвестиційних потреб у капіталі та відповідне зменшення інвестиційного прибутку. У зв'язку з цим інвестиційний аналіз передбачає складання вичерпного переліку ризиків для кожного інвестиційного проекту та оцінку відповідної структури очікуваних фінансових втрат.

Ефективність цього процесу базується насамперед на чіткій класифікації системи ризиків, їх групуванні та агрегуванні можливого впливу на результати інвестицій.

За джерелами виникнення та можливістю усунення інвестиційні ризики прийнято поділяти на систематичні (загальноекономічного характеру, спільні для всіх сфер економіки, які є такими, що не диверсифікуються) та несистематичні (пов'язані з умовами реалізації тільки цих інвес-

Огляд типових ризиків для різних етапів проектного циклу

Етап проектного циклу	Типові фактори ризику
Передінвестиційний	– віддаленість від транспортних вузлів; – доступність альтернативних джерел сировини; – рівень підготовки документів, котрі встановлюють права та обов'язки учасників проекту; – організація фінансування та страхування кредитів; – формування адміністрації; – створення дилерської мережі, центрів гарантійного ремонту та обслуговування.
Інвестиційний	– платоспроможність замовника; – непередбачені витрати, в тому числі внаслідок інфляції; – недоліки проектно-пошукових робіт; затримка поставки обладнання; – несвоєчасна підготовка персоналу; – низька якість виконання робіт підрядником.
Експлуатаційний	– фінансово-економічні: нестабільність попиту; поява на ринку альтернативної продукції; зниження цін конкурентами; збільшення обсягів виробництва у конкурентів; зростання цін на сировину, матеріали та транспортні послуги; залежність від постачальників; відсутність оборотних коштів; – соціальні: труднощі з набором кваліфікованих працівників; загроза страйків; ставлення місцевої влади; недостатній рівень заробітної плати для запобігання плинності кадрів; недостатній рівень кваліфікації кадрів; – технічні: нестабільність якості сировини та матеріалів; новизна технології; недостатня надійність технології; відсутність резерву потужності; – екологічні: ймовірність залпових викидів шкідливих речовин; шкідливість виробництва.

тичій, як правило, можливими помилками планування та організації проекту, втрати від яких можуть бути знижені за рахунок диверсифікації) ризики. На систематичні ризики, якими, наприклад, є загальна фінансова криза, інфляція тощо, припадає близько 25–50% загального ризику будь-якого інвестиційного проекту.

За характером дії ризики поділяють на прості та складні. Складні ризики є комбінацією простих ризиків, яка характеризується спільним негативним наслідком їх виникнення. Прості ризики зумовлюються дією сукупності незалежних подій, а наслідки їх виникнення оцінюються індивідуально.

Традиційно в інвестиційному аналізі виокремлюються такі агреговані типи ризиків, як:

- політичний, правовий і загальноекономічний ризики, які, на відміну від інших форм ризиків, належать до зовнішніх умов реалізації інвестицій;
- технічний ризик, зумовлений недоліками та помилками в технічному аналізі проектних рішень (наприклад, якість проектування, вибір технології, організація управління проектом тощо);
- фінансовий ризик, пов'язаний з тим, що не досягаються певні параметри розробленого фінансового плану проекту (наприклад, зміни в джерелах та обсягах фінансування, несвоєчасне надходження коштів від реалі-

зації, незадовільний фінансовий стан партнерів, зростання витрат за проектом тощо);

- маркетинговий ризик виникає через прорахунки під час оцінювання ринкових умов дії проекту, а саме ємності ринку збуту та можливостей ресурсних ринків щодо виконання проектних поставок, організації реклами та збутової мережі, часу виходу на ринок, обраної цінової політики тощо.

- екологічний ризик, пов'язаний з недостатнім розробленням питань впливу на навколишнє середовище;
- ризик учасників проекту, пов'язаний з можливими негативними подіями в управлінні та фінансовому стані учасників інвестиційного проекту.

Оскільки реалізація інвестиційних проектів проходить декілька стадій проектного циклу, то аналіз ризику необхідно проводити в розрізі відповідних етапів (таблиця 2). Ризик аналізується для кожної стадії реалізації інвестиційного проекту, а потім встановлюється сумарний ризик проекту та загальний обсяг можливих фінансових втрат.

Висновки. Незважаючи на значний науковий досвід, праці названих учених не охоплюють усієї сукупності проблем розвитку інвестиційних процесів. Внаслідок цього виникає необхідність поглиблення наукового розроблення цієї проблеми з використанням економіко-математичного інструментарію.

Список використаних джерел:

1. Онікієнко С.В. Фінансова глобалізація – альтернативи перспективи / С.В. Онікієнко // Ефективна економіка. 2013. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_9_33.
2. Пересада А.А. Проектне фінансування: Підручник. Пересада А.А., Майорова Т.В., Ляхова О.О. К.: КНЕУ, 2005 р. 761 с.
3. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність. Навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 376 с.
4. Милль Дж.С. Основы политической экономии и некоторые аспекты их приложения к социальной философии. М.: Прогресс, 1990. 352 с.
5. Маршал А. Принципы экономической науки. Т. 2. М.: Прогресс, 1993. 351 с.
6. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. Т. 1. М.: Прогресс, 1985. 512 с.
7. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Прогресс, 1978. 494 с.
8. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос АРВ, 1999. 352 с.

АНАЛИЗ НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ И КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОЛОЖЕНИЙ О ВЛИЯНИИ РИСКА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ

Аннотация. В статье рассмотрена научная информация о существующих методических положениях влияния риска на эффективность инвестиций в современных условиях неопределенности. Сделан сравнительный анализ сущности категории «риск». Проанализированы типичные риски для различных этапов проектного цикла.

Ключевые слова: риск, инвестиции, инвестиционный риск, эффективность.

ANALYSIS OF SCIENTIFIC INFORMATION AND CRITICAL ANALYSIS OF EXISTING METHODS OF INFLUENCE OF RISK ON INVESTMENT EFFICIENCY

Summary. The article deals with the scientific information on the existing methodological provisions on the impact of risk on the efficiency of investments in the current conditions of uncertainty. Had made a comparative analysis of the essence of the category "risk". The typical risks for different stages of the project cycle are analyzed.

Key words: risk, investment, investment risk, efficiency.

УДК 338.465

Даншина Ю. В.

*кандидат наук по государственному управлению,
доцент кафедры публичного управления и таможенного администрирования
Университета таможенного дела и финансов*

Danshina Yu. V.

*Ph.D. associate professor of department
of Public Administration and Customs Administration
University of Customs and Finance*

ПРОБЛЕМАТИКА ДЕЙСТВЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЕТИЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТАРИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ДЕМОКРАТИИ В УКРАИНСКИХ РЕАЛИЯХ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению проблематики действенности электронных петиций. Проведен анализ основных проблем, которые, по мнению автора, являются первопричинами вялотекущего процесса становления и формирования инструментария взаимодействия граждан с органами власти. К тому же, рассмотренные проблемы являются существенным барьером на пути построения демократического государства, такого, в котором права и интересы граждан имеют первостепенное значение для государства. Также в статье приведены примеры международных практик функционирования инструментария электронной демократии – электронных петиций. Приведенные примеры, несомненно, являются образцом для подражания.

Ключевые слова: электронная демократия, электронная петиция, инструментарий, электронное управление, государственное управление.

Введение и постановка проблемы. Невзирая на настойчивые призывы экспертов, аналитиков, и специалистов в области бенчмаркинга к проведению тщательного сопоставительного анализа и основательного оценивания характеристик, специфических черт, возможностей, методов, функции, внутренних и внешних процессов и т.д. предметов заимствования, Украина является передовиком в подражании образцовым практикам, не приводящим хоть к малейшим изменениям в украинских реалиях. Коррупционная среда парализует абсолютно любые новации, успешно доказывающие свою значимость и получившие признание в международной практике, предназначенные для того, чтобы «слушать» и «услышать» своих граждан для построения взаимодействия трех секторов в управлении государством. Не исключением стало и использование практики электронных петиций.

Анализ последних исследований и публикаций. В последнее время к проблемам внедрения ин-

струментария электронной демократии как в Украине, так и в передовых странах мира обращались такие отечественные исследователи, как М. Вершинина, М. Грачев, В. Гужва, О. Загвойская, Т. Каминская, А. Каминский, В. Ключевский, К. Линьов, И. Лопушинский, Я. Олейник, М. Пасечник, И. Рубан, А. Семенова и др.

Вместе с тем в отечественных исследованиях в большей степени освещается практика внедрения инструментария электронной демократии без анализа современного состояния действенности внедренного инструментария.

Именно поэтому целью статьи является освещение действенности электронных петиций как инструментария электронной демократии в Украине, а также обоснование выявленных проблем, приводящих к нарушению единого целостного направления развития Украины в условиях развития электронного управления и формирования и становления гражданского общества.

Результаты исследования. Термин «петиция» в [1] трактуется как письменное коллективное обращение граждан по тому или иному вопросу, которое подается в основном главе государства или иным органам государственного управления. Такой инструментарий, являющийся своеобразной формой электронного взаимодействия, позволяет органам государственного управления привлечь активных граждан и субъектов хозяйствования к участию в принятии государственно-управленческих решений.

Впервые действенность и эффективность этого инструментария была доказана правительством Шотландии в рамках проекта E-Petitioner. Вслед за Шотландией, чтобы услышать своих граждан, последовали Германия, Финляндия и ряд других стран.

Среди самых известных платформ, которые реализуют проекты э-демократии, можно выделить:

- платформу «Jolitics.com», имитирующую работу британского парламента со всеми полагающимися этапами (инициирование проекта, обсуждение и голосование). Проект позволяет гражданскому обществу Великобритании предоставлять собственные инициативы государственным органам с предложениями о корректировании социального и политического вектора развития страны в их интересах. Сегодня платформа позволяет рассматривать предложения на уровне государственной политики, но в дальнейшем планируется возможность обсуждения также проблем и на местном уровне. Пользователи платформы могут разместить свои предложения, которые подлежат обязательному общественному обсуждению, после чего они выставляются на голосование. Если инициатива набирает необходимое количество голосов, она отправляется на рассмотрение в парламент. Ко всему прочему, такая система голосования позволяет прогнозировать на ближайшее будущее потенциально важные для граждан проекты. Стоит отметить, что у граждан благодаря этой платформе существует высокий уровень доверия к правительству, так как оно не оставляет без своего внимания ни единой проблемы, выставленной на всеобщее обозрение, в дискуссии принимает участие большое количество граждан. Также стоит обратить внимание и на организационные особенности проекта. В проекте действует система закрытой регистрации, то есть для регистрации необходимо получить приглашение от уже действующего участника;

- британский проект «ePetitions» – это правительственная инициатива, созданная для внесения гражданским обществом предложений о работе правительства и создания новых проектов нормативных актов. Для рассмотрения петиции необходимо 100 тыс. голосов;

- британский проект «Comment on This» – действует с 2006 г. для комментирования национальных правительственных инициатив;

- проект Гарвардского университета «LexPop» – направлен на общественные дискуссии относительно действующего законодательства, норм, требующих внесения нормативных изменений, а также обсуждение новых нормативных актов и конструирование своего видения текста будущего законопроекта. Электронное взаимодействие правительства с гражданами в Великобритании усиливается ежедневным обнародованием данных, что повышает интерес и вовлечение граждан в принятие государственно-управленческих решений. Самой эффективной петицией, которую подписали 300 000 британцев, можно назвать петицию о выходе страны из ЕС, а самой успешной – против платных автодорог. 1,8 млн. голосов заставили правительство отказаться от этой идеи;

- американскую платформу «Popvox» – помогает наладить диалог между органами государственного управления и гражданами, а также является платформой для дискуссии и голосования заинтересованной общестственности. Платформа не принадлежит какой-либо партии. Позволяет вести учет по всем поставленным оценкам и обеспечивает оперативную доставку сообщений до адресата;

- американский проект «Центр новых медиа и вовлечение граждан» – интегрирован в деятельность электронного правительства, в частности в области организации постоянного сетевого сотрудничества власти с гражданами на федеральном, региональном и местном уровнях, содержит хронологию основных событий в мире. Проект направлен на разработку, планирование и внедрение гражданских проектов, основываясь на мнении участников сообщества, которые оказывают влияние при разработке электронных проектов демократии. Именно участием граждан в реализации проектов на ранних стадиях правительство закладывает прочный фундамент устойчивого и эффективного функционирования электронных сообществ;

- американский сервис «Open Government Dialogue» – используется на порталах 33 министерств и департаментов США для обеспечения эффективной обратной связи и поиска конструктивных идей граждан. С помощью сервиса стало возможным инициирование нормативных актов, комментирование законодательных инициатив, а также голосование за идею необходимости определенного нормативного акта;

- американский портал «We the People», официальный слоган которого – «Предоставить всем американцам возможность привлекать внимание властей к их проблемам». На портале граждане размещают свои обращения к президенту;

- финская платформа «Open Ministry» – позволяет гражданам писать собственные законопроекты и выносить их на голосование правительству. Естественно, что такой процесс создания новых законов считается пределом совершенства проявления демократии, нежели когда в написание закона вовлечен узкий круг членов парламента. Особенностью являются петиции, собравшие 50 000 голосов, которые автоматически становятся законопроектами, а власть Финляндии обязана их рассмотреть в приоритетном порядке. Еще одной особенностью является возможность авторизоваться на платформе через социальную сеть Facebook, а также проголосовать не только «за» размещенную петицию, но и «против»;

- польская консультационная платформа «Dobre pomysly» – предоставляет возможность общественного мониторинга предоставления услуг государственным органами, институтами гражданского общества с постоянным, периодическим или разовым наблюдением за качеством предоставления административных услуг с целью улучшения качества предоставления. Особенностью польской практики является широкое функционирование платформ на местном уровне, что является наиболее желательной формой взаимного диалога, подчеркивающей реальную готовность к сотрудничеству государственных органов с гражданским обществом;

- латвийская петиция, которая набрала в поддержку 10 000 голосов, обязательно должна быть включена в повестку дня заседания Сейма. В Латвии голосование за петицию осуществляется как через электронные ресурсы, позволяющие идентифицировать личность, так и в режиме off-line.

Несмотря на то, что практика применения электронных петиций в мире сравнительно молода, она пользуется

огромным спросом в различных областях жизнедеятельности. Следует отметить, что в различных странах подход к внедрению такого инструментария э-демократии имеет отличительный характер, но число вовлеченных граждан растет с каждым годом, что говорит об увеличении интереса граждан к электронным петициям.

В 2009 г. Украина, как участник Совета Европы получила Рекомендации о необходимости введения инструментария э-демократии – электронных петиций как действенного механизма взаимодействия правительства и общества.

Процесс внедрения практики электронных петиций начался с разработки законопроектов «О вотуме недоверия должностным лицам» и «О праве граждан инициировать рассмотрение нормативных документов органами власти и местного самоуправления».

События конца 2013 г. – начала 2014 г. существенно подогрели интерес граждан к электронным петициям, поскольку украинцам с первой попытки удалось собрать подписи к первой петиции с инициативой о введении санкций против действующего на тот момент президента Украины за отказ от подписания Соглашения об ассоциации с ЕС.

Вскоре ВРУ были внесены изменения в Закон Украины «Об обращениях граждан», согласно которым особой формой коллективного обращения граждан к Президенту Украины, ВРУ, КМУ и к органам местного самоуправления является электронная петиция.

По мнению экспертов, основанном на международных практиках внедрения электронных петиций, всплеск интереса к такому инструменту со стороны граждан отмечается на первых порах. Как правило, все волнующие проблемы граждан исчерпываются на десяти тысячах петиций. После этого активность подачи петиций идет на спад. Соответственно, чтобы четко перейти от процесса, характеризуемого количеством подачи петиций, к процессу качества действенности инструмента петиции, необходимо основательно подойти к умению пользоваться этим инструментом, а именно к установлению норм, регламентирующих порядок подачи и рассмотрения электронных петиций, чтобы не дискредитировать основную идею взаимодействия общества и власти.

Три года использования новейшего инструмента взаимодействия оголили проблемы, которые оказались очевидными, однако не были учтены и пренебрежены законодательством до запуска электронных ресурсов, реализующих электронные обращения. Поэтому определенная концентрация недостатков не позволила преимуществам раскрыть потенциал инструмента.

Анализ современного состояния электронных петиций как элемента украинской э-демократии следует начать с проблем, которые выступают предпосылками для нивелирования идеи электронных петиций в Украине, а именно подрывают доверие к украинской власти и не позволяют украинскому обществу присоединиться к международной тенденции.

Во-первых, поскольку электронная петиция предназначена для организации диалога между обществом и правительством, она должна достигнуть своей цели, соответственно, содержание подлежит детальной проработке в правильности постановки вопроса, точности поднятия конкретной проблемы. В противном случае, как это имело место в украинской практике, несовершенство формулировок дает возможность правительству реагировать банальной отпиской.

Во избежание таких ситуаций экспертами в соответствующей области рекомендуется учитывать различные факторы, имеющие непосредственное отношение и влия-

ющие на действенность петиции: авторитетность автора; поднятие здравомыслящих проблем; практическая значимость этой проблемы для общества; однозначность предмета петиции; организация мероприятий в поддержку петиции; анализ целевой аудитории. Изложенные предложения не подразумевают, что петиции должны содержать готовые законопроекты, однако очевиден факт полезности в учитывании таких факторов при составлении петиций.

Кроме того, ряд петиций противоречили действующему законодательству. Несмотря на что, им удалось набрать необходимое количество голосов и быть рассмотренными местными советами, согласно закону они должны были быть отклонены еще на этапе инициирования.

Во-вторых, граждане не осведомлены, как работает этот инструмент и к чьей компетенции относится та или иная проблема. Вследствие этого петиции, предназначенные ВРУ или органам местного самоуправления, завалили портал электронных петиций, предназначенных Президенту Украины (например, петиции граждан, касающиеся жетонов в Киевском метрополитене, настройки режима светофоров, переноса столицы Украины из Киева в Верхние Плавни и т.д.).

Прямое обращение граждан или общественных организаций посредством петиций непосредственно к правительству, несомненно, ускоряет решение проблемы. Однако особое положение Президента Украины в системе государственного управления приводит к замедлению темпов реакции властей на поднимаемые в петициях проблемы. Президент Украины может решать вопрос исключительно в пределах собственной компетенции, а все остальные обращения после обработки в Администрации Президента перенаправляются в соответствующий орган государственного управления. В международной практике показательно работает портал петиций на сайте президента США, практику которого учитывали украинские разработчики. Только в США другая форма правления – президентская республика, где глава государства одновременно возглавляет и исполнительную ветвь власти, а поэтому возможности для решения поднятых в петициях проблем значительно шире.

Значительная часть обращений с проблемами, не относящимися к компетенции органов местного самоуправления, направляются именно к ним. Действующее законодательство не дает возможности отклонять петиции, которые выходят за пределы компетенции, поэтому обращения не только регистрируются, но и собирают необходимое количество подписей. Затем, учитывая предусмотренную законом административную ответственность для чиновников, которые не предоставили ответ на петицию, должна последовать реакция, содержание которой носит формальный характер.

В третьих, ряд петиций, соответствующих законной формулировке, используются СМИ как инструмент информационной войны против нашего же государства. Например, информация, которая публикуется на сайте Президента, преподносится для граждан как «Президент планирует...» и т.д.

В четвертых, учитывая классификацию электронных петиций (по происхождению – индивидуальные и коллективные, по способу представления – бумажные и электронные, по юридическому характеру – консультативные и императивные), в Украине действуют электронные петиции, которые имеют лишь консультативный характер. Такие петиции вводятся для анализа общественного мнения и выявления значимых проблем для общества. Правовых последствий такая петиция не имеет. Императивные же петиции имеют обязательный характер для органов государственного управления.

Примеры таких петиций были рассмотрены выше (Финляндия – 50 тыс. подписей, автоматически становятся законопроектами и подлежат рассмотрению в приоритетном порядке; Латвия – 10 тыс. подписей, обязательно включается в повестку дня заседания Сейма; и т.д.).

В Украине и инициатор, и подписант петиции в высшие органы власти проходит идентификацию и аутентификацию через систему интернет-банкинга или реестра физических лиц налогоплательщиков, что выступает основанием для введения в Украине практики петиций, имеющим императивный характер.

Несмотря на то, что действующее законодательство не требует цифровой подписи, предварительная модерация подписей вполне реализуема. Экспертами систем электронной связи утверждается, что операторы сайтов могут с достоверностью мониторить подписанта и достоверность подписи. Согласно статистике международной практики существующих систем электронных петиций, используемые неправильные подписи в мире составляют 5–20%. В Украине пока отсутствуют общие данные подобной статистики. Тем не менее анализ подписантов одной из самых популярных в Украине петиций дал основания утверждать, что Украина укладывается в общемировые рамки. Скорее всего, это как раз и объясняется тем, что петиции имеют консультативный характер, однако будут ли такими же показатели после введения императивного характера – зависит от воли на то украинских властей.

Пятым недостатком, который усложняет процедуру реагирования властей на петиции граждан, следует назвать возможность дублирования содержания петиций. Например, четыре петиции о снятии депутатской неприкосновенности, из которых две находятся и на сайте Президента Украины, одна посвящена снятию депутатской неприкосновенности (более 26 тыс. подписей), вторая – принятию соответствующего закона (более 25 тыс. подписей). А третья и четвертая петиции на сайте ВР с 2 тыс. и 287 подписями с аналогичным требованием отмены неприкосновенности народных избранников изложены в различных формулировках. Во-первых, этот вопрос находится в пределах компетенции ВРУ, а не Президента. Во-вторых, четыре варианта одной петиции распыляют голоса граждан, что не дает возможности набрать необходимого количества подписей. Следовательно, эта действенность петиций подлежит урегулированию путем установления ответственности модераторов порталов, регулирования общей численности интернет-площадок для представления петиций и т.д.

Шестой причиной недостаточной действенности электронных петиций является отсутствие механизма контроля за реализацией петиций. Одним из путей постоянного мониторинга деятельности власти со стороны гражданского общества должна стать организация ряда петиций с целью стимулирования реализации требований петиции. Другими словами, последующая петиция должна содержать требование объяснить, что сделано по результатам предыдущей петиции. Но такой механизм использования инструмента демократии украинским гражданским обществом остался не замечен.

Вместо этого среди граждан пользуются популярностью шуточные петиции, и украинское законодательство, в отличие от практик других государств (например, Великобритания), их не запрещает. Более того, шуточные петиции подлежат рассмотрению в случае набора нужного количества подписей, что является проявлением реализации права граждан на свободу слова.

По сути, шуточные петиции создаются, во-первых, для развлечения; во-вторых, их используют как инструмент по-

литической борьбы; в-третьих, существуют контр-петиции, инициированные в противовес другим обращениям.

Но если последствия от первого варианта применения не представляют особого вреда для общества, то второй и третий вариант имеет определенную степень угрозы и подрыва доверия и к инструменту, и к властям. Примером может быть использование петиций для назначения мифических лиц на высокие должности государственного управления или использование петиций политическими партиями в собственной предвыборной агитации, борьбе против политических конкурентов с целью манипуляции общественным мнением. К примеру, в г. Стрый активисты в петиции обвиняют действующую власть в бездействии и призывают сменить руководство города.

Существенно подрывает доверие общества к инструменту электронных петиций регистрация петиций с совершенно противоположным содержанием, поскольку оказывается действенным механизмом не рассматривать проблему вообще, ссылаясь на противоречие интересов в обществе и неоднозначность общественного мнения. Например, одновременно в Киевский горсовет поступили три петиции, содержанием которых стало требование об изменении статуса Киево-Печерской лавры. Первая петиция набрала 13 549 подписей «За проведение сбора подписей общины города по переводу Киево-Печерской лавры из Московского в Киевский патриархат», вторая – 20 511 подписей «За проведение сбора подписей общины города по сохранению Киево-Печерской лавры в подчинении канонической Украинской православной церкви», и третья – 11 130 подписей «О сборе подписей киевлян по недопущению перевода Киево-Печерской лавры в Киевский патриархат».

В подобных ситуациях повысить действенность электронных петиций в Украине могут непосредственно властные институты. Организация активного взаимодействия между Президентом, Верховной Радой и другими властными институтами при рассмотрении петиций позволит реагировать на петиции до получения необходимого количества голосов и для получения ответа по закону. Заблаговременная реакция правительства позволит стимулировать рост уровня доверия граждан как к инструменту петиций, так и к власти в целом.

Но, несмотря на очевидность изложенного факта, в украинской практике такого механизма нет. Более того, на сайте для подачи петиций в ВРУ народные избранники, которые обязаны реагировать на запросы своих избирателей, не ведут никакой особой деятельности. А поэтому петиции, которые имеют более серьезный по своему содержанию контекст, чем на сайте Президента, не набирают необходимого количества голосов. Единственная петиция, которая набрала более 21 тыс. голосов, поднимает вопрос о сохранении внешкольного художественного образования. Все остальные петиции имеют не более 2 тыс. голосов.

Кроме изложенных проблем, действенность инструмента осложняется недостатками в технической работе порталов электронных петиций, что не дает возможности быстро инициировать собственную петицию или поставить подпись в поддержку другой петиции. Такой недостаток только усугубляет негативное отношение граждан к деятельности органов государственного управления.

Выводы. По мнению автора, все изложенные проблемы не имеют преимущества в очередности решения. Подход к решению существующей совокупности проблем должен иметь системный характер. Однако даже их абсолютное устранение не вернет доверия граждан к такому инструменту электронной демократии, как электронные петиции.

Список использованных источников:

1. Юридична енциклопедія: В 6 т. / Редкол.: Ю70 Ю.С. Шемшученко (голова редкол.) та ін. К.: «Укр. енцикл.», 1998. ISBN 966-7492-00-1

**ПРОБЛЕМАТИКА ДІЄВОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ ПЕТИЦІЙ
ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЮ ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ**

Анотація. Стаття присвячена розгляду проблематики дієвості електронних петицій. Проведено аналіз основних проблем, які, на думку автора, є першопричинами уповільненого процесу становлення та формування інструментарію взаємодії громадян з органами влади. До того ж, розглянуті проблеми є суттєвим бар'єром на шляху побудови демократичної держави, такої, в якій права й інтереси громадян мають першорядне значення для держави. Також у статті наведені приклади міжнародних практик функціонування інструментарію електронної демократії – електронних петицій. Наведені приклади, безсумнівно, є зразком для наслідування.

Ключові слова: електронна демократія, електронна петиція, інструментарій, електронне управління, державне управління.

**PROBLEMATICS OF THE EFFICIENCY OF ELECTRONIC PETITIONS AS AN INSTRUMENTARIUM
OF ELECTRONIC DEMOCRACY IN UKRAINIAN CIRCUMSTANCES**

Summary. The article is devoted to the problem of efficiency of electronic petitions. There has been conducted an analysis of the main problems, which pursuant to the author's opinion are the first reasons of the slow process of formation and development of the instrumentarium of interaction between citizens and government authorities. Moreover, the considered problems are the essential barrier during the process of democratic government creation, where the rights and interests of citizens are of utmost importance for the government. This article also gives the examples of international practices of the functioning of e-democracy instrumentarium of electronic petitions. The provided examples are undoubtedly the role model.

Key words: electronic democracy, electronic petition, instrumentarium, electronic governance, state governance.

УДК 658.8

Дейнега І. О.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту*

Рівненського державного гуманітарного університету

Deineha I. O.

PhD in Economics,

*Associate Professor Department of Management
Rivne State Humanitarian University*

**СУЧАСНІ ТRENДИ В УПРАВЛІННІ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ
ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Анотація. Конкретизовано зміст поняття «товарна політика» в системі управління підприємством. Ідентифіковано об'єкти управління товарною політикою підприємств. Оцінено ефективність управління товарною політикою поліграфічного підприємства. Сформульовано рекомендації щодо удосконалення управління товарною політикою поліграфічного підприємства.

Ключові слова: поліграфічне підприємство, маркетингова товарна політика, товарний асортимент, товарний знак, управління товарною політикою.

Вступ та постановка проблеми. Маркетингова діяльність підприємств, значення якої неодноразово підкреслюється у багатьох вітчизняних та закордонних наукових виданнях, є тією обов'язковою складовою частиною їх ринкового успіху, яка дає змогу сформулювати чіткий двосторонній інформаційний зв'язок між споживачами та підприємством та за рахунок цього повною мірою враховувати їхні потреби. Класично розглядають чотири основні складники, що формують маркетингову діяльність підприємств, котрі створюють матеріальні продукти: товарну, цінову, розподільчу і збутову політики.

При цьому базовою є товарна політика, завдання якої – налагодження ефективного механізму створення товарів, які найповніше задовольнятимуть ринкові потреби, а вже відштовхуючись від товару та специфіки цільового ринку, на який він спрямовується, формуються інші види маркетингової діяльності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню товарної політики підприємств присвячена значна кількість навчальної і наукової літератури. Теоретичні основи формування та реалізації товарної політики підприємств розглядали В. Кардаш [1], Є. Крикавський [2],

С. Ілляшенко [3], Н. Ткаченко [4], С. Чеботар [5]. Окрім того, окремі фрагменти практичної реалізації товарної політики в контексті управління господарською діяльністю підприємств присутні у роботах С. Гаркавенко [6], Г. Холлодного [7] тощо.

Також цікавими є здобутки науковців, що досліджували специфіку провадження маркетингової товарної політики підприємствами окремих видів економічної діяльності, зокрема фармацевтичної [8], виробничої [9], автомобілебудівної [10], оптової торговельної [11].

Малодослідженою залишається специфіка обґрунтування та формування товарної політики підприємств, які забезпечують функціонування пріоритетних галузей економіки України, зокрема тих, які надають поліграфічні послуги.

Метою статті є конкретизація теоретичних засад маркетингової товарної політики підприємств, аналіз товарної політики поліграфічного підприємства та розроблення рекомендацій щодо її вдосконалення.

Результати дослідження.

Основу розвитку ринково орієнтованих підприємств становить товарна політика, завданнями якої є створення продукту, планування його виробництва та збуту, прийняття обґрунтованих рішень щодо продовження його життєвого циклу або зняття з ринку. Вона передбачає певний набір заходів підприємства, що спрямований на розроблення нового товару та впровадження його на ринок, а також дослідження окремих компонентів, що забезпечують цей процес [2, с. 28].

Термін «товарна політика» досить широкий та охоплює різні аспекти продуктової стратегії і тактики підприємства. Це формування товарного асортименту, модифікація наявних виробів, зняття з виробництва застарілих, розроблення і налагодження виробництва нових товарів, забезпечення належного рівня їх якості і конкурентоспроможності.

Найбільш відомими визначеннями суті терміна «товарна політика» є:

- сукупність засобів впливу на споживачів за допомогою товару [1, с. 27];
- система дій підприємства для визначення місця товару на ринку, задоволення конкретного потенційного споживача товарами, широких можливостей їх вибору [4, с. 81];
- комплекс заходів, у межах яких один або декілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми [5, с. 184];
- комплекс заходів, у межах якого один або кілька товарів використовуються як основні інструменти досягнення цілей фірми [6, с. 210];
- обґрунтований алгоритм дій, що передбачає визначення виробничої програми підприємства з урахуванням інтересів споживачів, рівня впливу конкурентів, виробничих та інших ресурсних можливостей підприємства, а також стадії життєвого циклу продукту [7, с. 42].

Відповідно до наведених визначень можемо констатувати, що розроблення товарної політики підприємства передбачає реалізацію множини маркетингових та виробничих завдань, основними з яких є планування оптимального товарного асортименту (номенклатури) продукції з погляду потреб цільового ринку; визначення діапазону цін на товарні позиції в межах товарного асортименту (номенклатури) продукції та норми прибутку на них, що відповідає умовам цінової конкуренції на певному ринку; прийняття рішень щодо товарів, попит на які падає (модифікація, диверсифікація, оновлення, модернізація, елімінування). Всі ці завдання корелюють із базовою метою

діяльності будь-якого ринково орієнтованого підприємства – отримання максимального прибутку через задоволення потреб споживачів.

У понятті «маркетингова товарна політика» важливим є маркетингове розуміння сутності товару. Товаром є не просто відповідний матеріальний предмет, а категорія, що фіксує його потенціал бажаності для споживача. Це складна система переваг, за допомогою якої споживач може задовольнити свої потреби, яких відповідно до теорії А. Маслоу може бути значна кількість, вони мають ієрархічну структуру, їх задоволення здійснюється поступово. Якщо очікування споживача збігаються з рівнем його задоволення від використання товару, то такий товар вважається бажаним або повноцінним. Більшу ймовірність задовольнити потреби споживача у повному обсязі мають такі товари, в яких згідно з концепцією тривірневої сутності товару у повному обсязі є всі три рівні: ідея (задум), реальне виконання, маркетингове підкріплення / додаткові переваги.

Управління товарною політикою необхідно розглядати як цілеспрямований вплив на об'єкти, процеси і людей, які приймають у них участь, що здійснюється з метою надати певну спрямованість діяльності, реалізувати програму практичних дій із розвитку та безперервного вдосконалення конкурентних переваг і отримати бажані результати [12]. Для того, щоб процес управління був ефективним, він повинен обов'язково включати такий етап, як збір та аналіз поточного стану товарної політики підприємства.

Фірма «Овід» є суб'єктом малого підприємництва, за організаційно-правовою формою – товариством з обмеженою відповідальністю. Це видавничо-друкарське підприємство, що має свій розрахунковий рахунок у відділенні банку, користується правами юридичної особи.

Видами економічної діяльності фірми є: поліграфічна діяльність; видання книг, довідників, каталогів, журналів, періодичних видань; роздрібна торгівля газетами та канцелярськими товарами у спеціалізованих магазинах; брошурувально-палітурна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг; виробництво паперових канцелярських виробів; виробництво гофрованого паперу та картону, паперової та картонної тари; друкування іншої продукції. Основні показники, що характеризують товарний асортимент цього підприємства, наведено в табл. 1.

Результати дослідження ринкової пропозиції ТзОВ «Овід» засвідчили, що найбільші обсяги реалізації мають книги, буклети та брошури, рентабельність яких переважно відповідає середнім значенням порівняно з іншими асортиментними позиціями. Рентабельність товарів постійно змінюється.

Найбільш рентабельним у 2016 році є виробництво візитних карток і журналів, найменш – фотоальбомів та альбомів для монет. Це пов'язано з високими витратами на їх виробництво, що зумовлено складною технологією їх виготовлення порівняно з іншим товарними позиціями.

Показники товарного асортименту за 2014–2016 рр. відображено на рис. 1.

Наведені дані показують, що вагомість товарних позицій та фінансові показники діяльності фірми залишалися майже незмінними протягом трьох років. Найбільшим попитом у споживачів користувалися книги, обсяги виробництва і збуту яких були найбільшими протягом досліджуваних років. Показники збуту цієї асортиментної позиції мають стійку тенденцію до зростання. Найменше користується попитом на ринку такий товар, як паперові пакети, який має найнижчий рівень рентабельності та займає найменшу питому вагу в обсягах виробництва підприємства.

Дослідження товарного асортименту ТзОВ «Овід» за 2016 рік

Найменування продукції	Основні показники					
	Обсяги реалізації			Середня ціна, грн./ шт.	Середня собівартість, грн./ шт.	Рентабельність продукції, %
	грн.	шт.	%			
Книги	1840991	31796	18,6	57,9	48,6	19,1
Журнали	277138	9590	2,9	28,9	23,4	23,5
Газети	188058	23217	1,9	8,7	7,3	19,2
Флаєри	435503	61338	4,4	7,1	5,8	21,9
Буклети, брошури	1247123	152088	12,6	8,2	5,0	22,4
Календарі	623561	17369	6,3	35,9	30,6	17,3
Блокноти, записники	534481	15184	5,4	35,2	28,9	21,8
Ділові щоденники	900670	11231	9,1	80,2	66,5	20,6
Телефонні книги	336525	9588	3,5	35,1	29,2	20,2
Каталоги	188058	626	1,9	300,5	270,6	10,3
Фотоальбоми	583970	2332	5,9	250,4	227,1	10,3
Візитні картки	752233	3134303	7,6	0,24	0,19	26,3
Альбоми для монет	158365	1088	1,6	145,6	128,8	13
Листівки, конверти, запрошення	168263	9898	1,7	17	14,3	18,9
Друкovanі сувеніри	475094	31463	4,8	15,1	12,4	21,8
Паперові пакети	108876	15122	1,1	7,2	6,6	9,1
Плакати, афіші	1059065	117674	10,7	9,0	8,1	11,1
Разом	9897800	-	100,0	-	-	17,4

Джерело: напрацювання власне

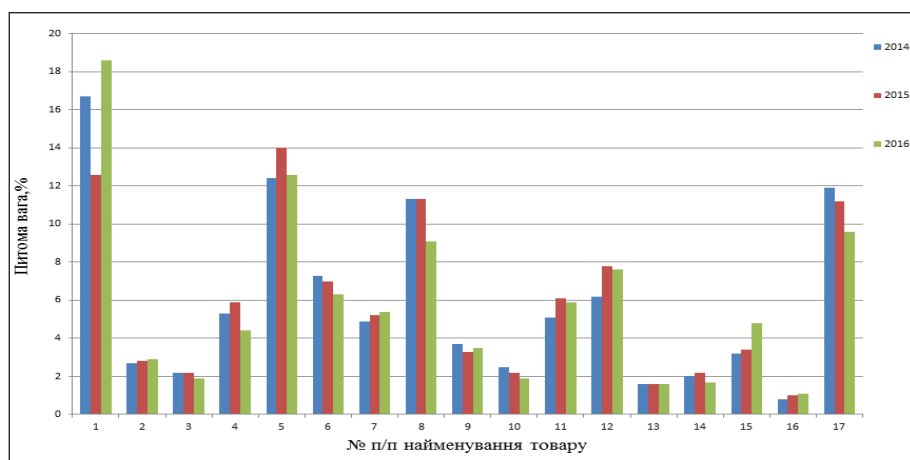


Рис. 1. Структура і динаміка товарного асортименту ТзОВ «Овід»

Джерело: напрацювання власне

Розглянемо тривірневу сутність найвигіднішого товару ТзОВ «Овід» – книг (рис. 2).

На вибір споживачами товару «книга» буде впливати оптимальність співвідношення «ціна/якість», тобто вони будуть обирати товар найвищої якості за найдоступнішою ціною. Відповідно, важливим завданням є контроль якості продукції, що виготовляється.

Управління якістю на виробничому етапі передбачає поєднання принципів стандарту ISO й економічної доцільності. Для цього треба упродовж деякого часу збирати інформацію про параметри друкарського процесу шляхом контрольних вимірювань спектрофотометрів і денситометричних відбитків [13, с. 219–220].

Обсяг товарообігу багатьох товарів залежить від ментальності покупців та ефективності маркетингових засобів. Маркетингові фактори впливу (інтенсивність маркетингових комунікацій, ефективність комунікацій на місці продажу, специфіка продукту тощо) впливають на гнучкість покупців під час прийняття рішення про покупку товару та їх реакцію на зміну цін. Показник, який дає змогу оцінити чутливість споживачів до зміни цін певних товарів, називають коефіцієнтом еластичності попиту за ціною (табл. 2).

Проаналізувавши дані, подані у табл. 2, можна сказати, що попит на книги у 2014–2015 рр. та у 2015–2016 рр. еластичний та має тенденцію до зростання. Еластичність

попиту за ціною у досліджуваному періоді зросла у 4,5 раза. Це свідчить про підвищення чутливості споживачів до зміни цін на цей товар. Факторами, що вплинули на підвищення рівня еластичності попиту, стали зниження доходів споживачів, підвищення інтенсивності конкуренції на ринку.

Така ситуація є не вигідною виробнику, оскільки в перспективі може негативно позначитися на обсягах виробництва та реалізації книг. Для зниження еластичності попиту на цей товар потрібно збільшити ступінь поінформованості про підприємство на ринку, позиціонуючи його як таке, що створює унікальну пропозицію. Також бажано знизити ціну продукції, що випускається. Зниження ціни на товар сприятиме зростанню товарообігу та підвищенню конкурентоспроможності товару на ринку. В умовах зниження платоспроможного попиту такий захід вважаємо найбільш доцільним.

ТзОВ «Овід» щодо цієї асортиментної позиції товару використовує витратний метод ціноутворення. Вважаємо вибір методу обґрунтованим, оскільки кожний вид книг відмінний від попереднього (за кількістю сторінок, дизайном обкладинки, шрифтом публікації тощо). Відповідно і на ринку, і у видавництві фірми не може бути повністю ідентичного товару, тобто кожний наступний примірник є унікальним і для нього окремо необхідно розробляти калькуляцію.

Динаміка сезонності реалізації книг ТзОВ «Овід» у 2016 р. зображена на рис. 3.

Динаміка сезонності збуту книг свідчить про те, що в лютому та березні обсяги реалізації книг значно знижуються. Про це свідчить індекс сезонності, який становив у лютому 0,78, у березні – 0,81. Тому необхідно вживати заходів щодо інтенсифікації збуту цієї асортиментної позиції за рахунок розроблення та реалізації заходів зі стимулювання збуту саме в ці місяці.

В управлінні товарною політикою значну увагу необхідно також приділяти брендингу товару та розробленню його упакування. Оскільки упакування книг виконує транспортну функцію, тобто лише оберігає товар від пошкоджень та створює одиниці для зручного його транспортування, має промисловий характер і не виконує маркетингових функцій, то більшу увагу слід приділити бренду.

Бренд – ім'я, знак, символ (або поєднання їх), за допомогою яких ідентифікують продукцію та послуги виробників і посередників. Він дає змогу створити систему переваг, які цінуються споживачем та ідентифікуються ним у процесі вибору товарів на ринку під час їх купівлі-продажу. Бренд формує відчуття споживача, той набір переваг, який якраз і відрізняє товар від продукту. Для підприємств поліграфії бренд буде формуватися з матеріальних (логотип, назва, фірмові шрифти, фірмові кольори) та нематеріальних (відчуття споживача) складників.

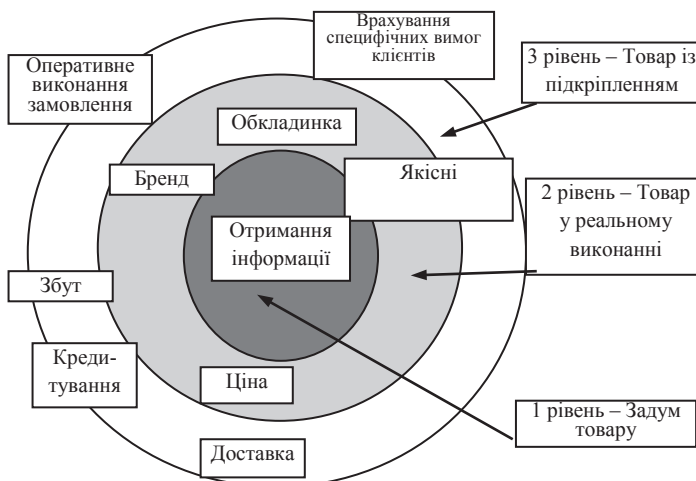


Рис. 2. Три рівні товару «книга»

Джерело: напрацювання власне

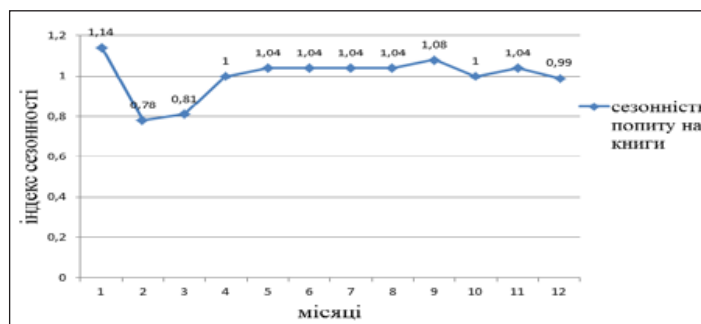


Рис. 3. Динаміка сезонності реалізації книг ТзОВ «Овід»

Джерело: напрацювання власне

Матеріальні складники описуються поняттям «товарний знак», який має правовий захист.

Назва фірми «Овід» походить від назви революційно-романтичного роману Е.Л. Войніч. Проте це слово має ще одне значення. Овід (або гедзь) – родина комах ряду двокрилих, личинки яких паразитують в організмах хребетних тварин. У будь-якому значенні назва фірми не несе в собі інформації для споживачів при вид її діяльності та переваги якості продуктів, які вона їм пропонує, що розцінюємо негативно. Підприємство з ідентичною назвою є у Вінницькій області, проте сфера його діяльності інша – торговельні поставки засобів для боротьби із комахами і гризунами, що не створює передумов для плутанини споживачів між цими підприємствами.

Позитивними моментами назви є її милозвучність та простота у вимові, що сприяє кращому запам'ятовуванню і відповідно створює умови для повторного звернення, якщо споживач залишився задоволений (табл. 3).

Таблиця 2

Розрахунок еластичності попиту на книги

Показники	Одиниці виміру	Роки		
		2014	2015	2016
Обсяги реалізації продукції	тис. грн.	1382,927	1006,438	1840,991
Середня ціна одиниці продукції	грн.	54,5	56,5	57,9
Коефіцієнт еластичності попиту	-	7,4	33,5	

Джерело: напрацювання власне

Таблиця 3

Аналіз товарного знаку ТЗОВ «Овід»

№ п/п	Традиційні вимоги	Відповідність (невідповідність) вимогам	Напрями роботи з удосконалення товарного знаку
1.	Демонструє переваги товару	не відповідає вимогам	змінювати не потрібно
2.	Індивідуальність	відповідає вимогам	змінювати назву не варто, адже вона є індивідуальною і легко запам'ятовується
3.	Відповідність вимогам чинного законодавства	відповідає вимогам	змінювати нічого не варто, оскільки ринок сформовано, споживачі вже звикли до назви підприємства
4.	Мелодійність та простота у вимові	кількість голосних і приголосних звуків, а також їх поєднання у слові є оптимальним, слово легко вимовляється	

Джерело: напрацювання власне

Таблиця 4

Характеристика кольорів товарного знаку ТЗОВ «Овід»

Колір	Естетичне значення	Вплив на психоемоційний стан людини	Вплив на економічну поведінку споживача
Блакитний	колір безпечності, ясність і прямота	заспокоює, випромінює надійність	створює відчуття впевненості та довіри до фірми
Рожевий	романтичність і доброта	викликає відчуття комфорту, заспокоює, позбавляє від нав'язливих думок	приваблення нових клієнтів
Чорний	спокійний, розмірений	пов'язаний із цікавістю, притягує до себе; надмірна кількість викликає депресію	у логотипі вказує на наявність чорного та кольорового друку; акцентує увагу на інших кольорах
Жовтий	у такому тоні – колір веселощів, теплий	підштовхує до досягнення бажаного, розкриття власного «я», збуджує	стимулює зростання обсягів збуту

Джерело: напрацювання власне на підставі [14]

У логотипі використані чотири кольори – чорний, блакитний, рожевий та жовтий, кожний з яких має своє психоемоційне навантаження (табл. 4). Підбір кольорів є оптимальним для підприємства, оскільки узгоджується із загальнофірмовою політикою та специфікою його діяльності.

Висновки. Маркетингова товарна політика підприємств є обов'язковою складовою частиною його маркетингової діяльності, що дає змогу оптимально збалансувати виробничу програму підприємств та ринкові потреби. Реалізація маркетингової товарної політики поліграфічних підприємств здійснюється з урахуванням усіх під-

ходів, що застосовуються щодо підприємств інших видів діяльності.

Специфіка формування товарного асортименту малого поліграфічного підприємства полягає в тому, що абсолютно однакових виробів у його асортименті майже немає, адже якісні та цінові характеристики продуктів переважно формуються відповідно до вимог конкретних клієнтів. За таких умов особлива увага під час управління товарною політикою поліграфічного підприємства повинна приділятися виявленню реальних ринкових потреб, формуванню бази постійних клієнтів та розробленню заходів із забезпечення їх лояльності до підприємства.

Список використаних джерел:

- Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика / В.Я. Кардаш. К.: КНЕУ, 2006. 156 с.
- Крикавський Є. Маркетингова товарна політика / Є. Крикавський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора. 3-тє вид., доп. і перероб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 360 с.
- Ілляшенко С.М. І-49 Маркетингова товарна політика: Підручник. Суми: ВТД Університетська книга, 2005. 234 с.
- Ткаченко Н.Б. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Н.Б. Ткаченко. К.: Київськ. держ. торговельно-економічний ун-т, 2000. 148 с.
- Чеботар С.І. Маркетингова товарна політика: [підручник] / С.І. Чеботар, С.М. Боняр, О.П. Луцій [та ін.]. К.: Преса України, 2007. 263 с.
- Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. 7-е вид. К.: Лібра, 2010. 720 с.
- Холодний Г.О. Розвиток управління маркетингом на підприємствах: монографія / Г.О. Холодний, Г.М. Шумська. Х.: Вид. ХНЕУ, 2010. 272 с.
- Шевченко О.Л. Маркетингова товарна політика як основа маркетингової стратегії // Економіка та підприємство: Зб. наук. праць молодих вчених та аспірантів. Вип. 6. К.: КНЕУ, 2001. С. 130–141.
- Хринюк О.С. Методичні засади механізму формування маркетингової товарної стратегії виробничих підприємств / О.С. Хринюк. URL: <http://economy.kpi.ua/uk/node/199>.
- Герасимяк Н.В. Маркетингова товарна політика автомобілебудівних підприємств на ринку легкових автомобілів України: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Н.В. Герасимяк. Луц. нац. техн. ун-т. Луцьк, 2010. 19 с.
- Тришкіна Н.І. Товарна політика оптового підприємства в системі маркетингу: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Н.І. Тришкіна. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. К., 2006. 22 с.

12. Барамыко Л.В. Повышение эффективности управления товарной политикой предприятия / Л.В. Барамыко. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/8348>.
13. Грабовський Є.М. Автоматизація процесу управління контролем якості поліграфічної продукції / Є.М. Грабовський // Наукові записки. № 4(37), 2011. – С. 214–226.
14. Дейнега О.В. Маркетингові аспекти формування дизайну товару / О.В. Дейнега, І.О. Дейнега // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права: Зб. наук. пр. в галузях економіки, правознавства, філософії, журналістики та інформатики. Львів, 2010. № 4. С. 368–373.

СОВРЕМЕННЫЕ ТRENДЫ В УПРАВЛЕНИИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Конкретизировано содержание понятия «товарная политика» в системе управления предприятием. Идентифицированы объекты управления товарной политикой предприятий. Оценена эффективность управления товарной политикой полиграфического предприятия. Сформулированы рекомендации по усовершенствованию управления товарной политикой полиграфического предприятия.

Ключевые слова: полиграфическое предприятие, маркетинговая товарная политика, товарный ассортимент, товарный знак, управление товарной политикой.

MODERN TRENDS IN MANAGEMENT OF COMMODITY POLICY OF POLYGRAPHIC ENTERPRISES

Summary. The content of the concept "commodity policy" in the system of enterprise management is specified. Objects of commodity policy management of enterprises have been identified. Evaluated the effectiveness of the management of the commodity policy printing company. Recommendations for improving the management of the commodity policy of a printing company are formulated.

Key words: polygraphic enterprise, marketing commodity policy, product range, trademark, commodity policy management.

УДК 338.62

Дем'яненко Т. І.

*кандидат економічних наук, доцент,
Українська інженерно-педагогічна академія*

Demyanenko T. I.

*PhD, Associate Professor,
Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті розглянуто господарську діяльність промислових підприємства у всіх її формах, що пов'язана з численними ризиками. Ступінь впливу ризиків на результати цієї діяльності істотно зростає зі змінами у ринковій економіці. Потенціал інституціонального середовища, який є напрямом і вектором, визначає інтенсивне функціонування економіки.

Ключові слова: промислові підприємства, інновація, інвестиція, розвиток, механізм.

Вступ та постановка проблеми. Ефективність діяльності промислових підприємств за умов фінансової нестабільності, яка останнім часом виявилася характерною як для міжнародних, так і для національних ринків, визначається не тільки показниками дохідності, але й суттєво залежить від рівня ризиковості. Ризики, що супроводжують цю діяльність, виділяються в особливу групу ризиків інноваційно-інвестиційного розвитку, що відіграють найбільш значну роль у загальному «портфелі ризиків» промислового підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств зробили такі провідні вчені, як О. Ареф'єва, С. Галуза, В. Геєць, М. Гненний, А. Гриньов, Л. Українська, Н. Хрущ, Н. Чебанова, Н. Чухрай, В. Шинкаренко та ін.

Метою статті є формування системи промислових підприємств та передбачення їх виникнення.

Результати дослідження.

Система ринкових відносин об'єктивно зумовлює існування ризику в усіх сферах господарської діяльності. Ринкове середовище вносить у діяльність підприємств елементи невизначеності і поширює «асортимент» ризикових ситуацій, які виникають у присутності конкретних умов та обставин. Ризикові ситуації формують умови для існування і реалізації економічних ризиків, на які у процесі своєї діяльності наражаються практично усі підприємства.

Таким чином, ризики – неодмінний складник ділового життя, а управління ними – частина тієї масштабної роботи, яку будь-яке підприємство веде заради створення вартості. Проте крах багатьох компаній та корпорацій, що відбувся останніми роками, свідчить

про те, що багато з них не тільки не володіють системами адекватного управління ризиками, але і погано розуміють характер та специфіку ризиків, з якими пов'язана їхня діяльність.

Якщо члени ради директорів нічого не знають про методи та механізми управління ризиками, то, як правило, це відбивається на діяльності менеджерів вищої ланки. Топ-менеджерам рідко ставиться в обов'язок орієнтуватися на фінансову результативність з урахуванням ризиків, і вони використовують у своїй роботі лише порівняно прості показники: чистий дохід, дохід на акцію або прогнози зростання курсу акцій.

Вдосконалення системи ризик-менеджменту вимагає застосування механізмів дієвого контролю з боку ради директорів та інтеграції процесу управління ризиками у щоденний процес продукування й ухвалення рішень. Компанії, яким не вдалося налагодити процес управління ризиками, стикаються з різними їх наслідками: непередбачені і доволі значні фінансові втрати приводять до коливань грошових потоків і курсів акцій, що знижує ділову репутацію компанії [3].

Зростання ступеня впливу ризиків інноваційно-інвестиційного розвитку на результати діяльності і фінансову стабільність підприємства пов'язане зі швидкою мінливістю економічної ситуації в країні і кон'юнктури фінансового ринку, розширенням сфери фінансових відносин господарюючих суб'єктів, появою нових фінансових технологій і інструментів, а також цілою низкою інших чинників. Тому виявлення економічної сутності ризиків інноваційно-інвестиційного розвитку і встановлення форм їх впливу на результати діяльності промислового підприємства є одним з актуальних завдань.

Управління ризиками інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств є системою принципів і методів розроблення та реалізації ризикових фінансових рішень, що забезпечують усебічну оцінку різних видів ризиків інноваційно-інвестиційного розвитку і нейтралізацію їх можливих негативних фінансових наслідків.

В умовах формування ринкових відносин проблема ефективного управління ризиками інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств набуває особливої актуальності. Це управління відіграє активну роль у загальній системі фінансового менеджменту, забезпечуючи надійне досягнення основних цілей фінансової діяльності підприємств.

Головною метою управління ризиками інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств є забезпечення фінансової безпеки підприємства у процесі його розвитку і запобігання можливому зниженню його ринкової вартості.

Основним в управлінні ризиками інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств є передбачення їх виникнення і мінімізація пов'язаних із ними фінансових втрат.

Процес управління ризиками інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств включає широкий спектр дій, який у систематизованому вигляді може бути поданий як послідовність етапів, наведених на рис. 1.

Розглянемо зазначені етапи більш детально.

Ідентифікація. Ця процедура полягає в установленні переліку основних видів ризику, що притаманні саме цьому підприємству:

- по-перше, формується перелік можливих внутрішніх (несистематичних) ризиків у розрізі видів діяльності підприємств, рівень виникнення яких пов'язаний з організацією управління саме на цьому підприємстві (низька кваліфікація працівників, відсутність практичного досвіду тощо);
- по-друге, визначається перелік зовнішніх (систематичних) ризиків, що пов'язані не тільки з діяльністю конкретного підприємства, але і з економічним розвитком держави (наприклад, інфляційний ризик, податковий ризик, процентний ризик), тобто вони виникають на окремих ділянках, на які підприємство не може вплинути, але може спрогнозувати їх виникнення і мінімізувати фінансові втрати за операціями, що супроводжуються цими ризиками;
- по-третє, формується загальний портфель ризиків, що пов'язані з діяльністю підприємства (можливі зовнішні і внутрішні ризики).

Складність практичної реалізації першого етапу процесу управління ризиками залежить насамперед від джерела виникнення та характеристики ризику [5].

Ідентифікувати ризик і проаналізувати його на якісному рівні необхідно, але недостатньо. Важливо виміряти величину ризику, тобто провести його квантифікацію. Ступінь ризику економічних рішень оцінюється очікуваними втратами, що є наслідками цього рішення, тому системи оцінки ризику, які формалізують процес вимірювання та розрахунків, мають визначати три основні компоненти ризику: величину (суму можливих втрат); ймовірність настання негативної події; тривалість періоду впливу ризику. На думку багатьох фахівців і науковців, виміряти та оцінити ризик є найбільш відповідальним і методично складним етапом у всій процедурі управління фінансовими ризиками, адже дати їм кількісну та вартісну характеристику чи величину є найскладнішим.

Від якості такої оцінки залежать доцільність здійснення тієї чи іншої господарсько-фінансової операції, визначення рівня необхідного доходу за нею, формування адекватних затрат зі страхування ризиків.

Під час визначення рівня ризиків інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств залізничного транспорту необхідно дотримуватися послідовного виконання таких процедур (рис. 2).

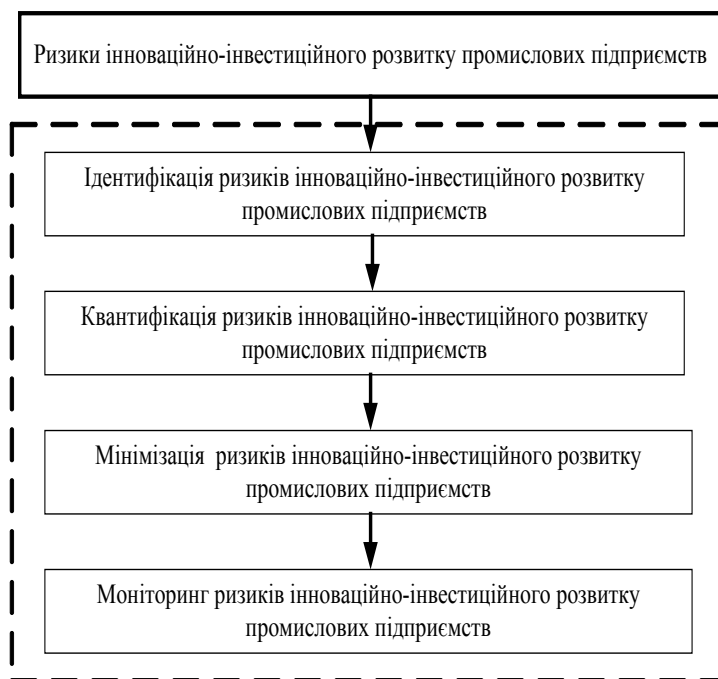


Рис. 1. Процес управління ризиками інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств

З метою оцінки ймовірності виникнення ризиків інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств доцільно використовувати такі методи:

- економіко-статистичні методи – базуються на математичній теорії ймовірності; дозволяють отримати найбільш чітке кількісне уявлення про ступінь ймовірності виникнення ризиків, але ці методи можуть бути використані за умови наявності достатньої статистичної інформації;

- розрахунково-аналітичні методи – дають змогу отримати відносно чітке кількісне уявлення про ступінь ймовірності ризиків на підставі використання внутрішньої інформаційної бази самого підприємства (наприклад, значення планових показників господарсько-фінансової діяльності); за допомогою цих методів можна оцінити економічний ризик, ризик неплатоспроможності та ризик втрати фінансової стійкості;

- аналогові методи – визначають ступінь ймовірності ризиків за окремими найбільш масовими операціями підприємства; використання цих методів можна пов'язати з оцінкою ступеня вірогідності комерційного, економічного, цінового ризику;

- експертні методи – застосовуються тільки в тому разі, якщо на підприємстві відсутні необхідні інформаційні або статистичні дані для здійснення подальших розрахункових порівнянь; ці методи базуються на опитуванні кваліфікованих спеціалістів (страхових, податкових, фінансових) з подальшою математичною обробкою результатів цього опитування; експертні методи можуть використовуватися під час визначення ступеня ймовірності цінового, інфляційного, процентного, податкового, інвестиційного та інших ризиків [1].

Обсяг можливих втрат визначається характером здійснених операцій, сумою активів або капіталу, які беруть участь у здійсненні операцій, ступенем ймовірності виникнення відповідних ризиків. За рівнем можливих втрат господарсько-фінансові операції промислових підприємств доцільно об'єднати в такі групи, як:

- I група – операції, під час здійснення яких ризик відсутній;

- II група – операції з допустимим рівнем втрат;

- III група – операції з критичним рівнем втрат;

- IV група – операції з катастрофічним рівнем втрат у розмірі всього власного капіталу або його значної частини; такі операції за небезпечного їх результату ведуть промислові підприємства до банкрутства.

На підставі визначення рівня можливих фінансових втрат за окремими операціями необхідно згрупувати їх за відповідними зонами ризику. Таке групування дає змогу:

- визначити, які операції знаходяться за межею допустимого ризику (особливо в зоні катастрофічного ризику), отже, ще раз зважити доцільність їх проведення;

- оцінити рівень концентрації ризиків за окремими операціями за допомогою визначення питомої ваги кожної операції у відповідній зоні ризиків;

- виділити операції з високим рівнем концентрації ризиків в усіх зонах.

Встановлення допустимого значення рівня ризиків за окремими операціями здійснюється залежно від виду вибраної фінансової політики на підприємстві (консервативної, помірної або агресивної) в розрізі окремої операції.

Розроблено концептуальну схему впливу ризиків на формування системи адаптивного управління інноваційно-інвестиційним розвитком промислових підприємств залізничного транспорту, яку наведено на рис. 3 [2].

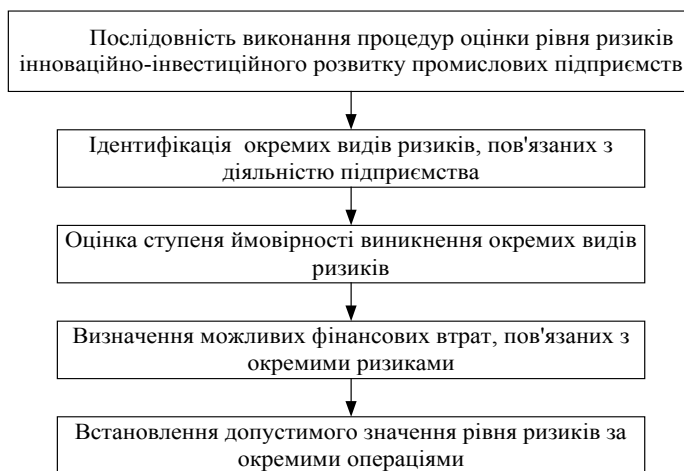


Рис. 2. Послідовність виконання процедур оцінки рівня ризиків інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств

На підставі визначення рівня можливих фінансових втрат за окремими операціями необхідно згрупувати їх за відповідними зонами впливу ризиків на формування системи управління інноваційно-інвестиційним розвитком промислових підприємств. Таке групування дає змогу: визначити, які операції знаходяться за межею допустимого, а отже, ще раз зважити доцільність їх проведення; оцінити рівень концентрації ризиків за окремими операціями за допомогою визначення питомої ваги кожної операції у відповідній зоні ризиків; виділити операції з високим рівнем концентрації ризиків в усіх зонах.

Оцінка рівня ризиків промислових підприємств логічно зумовлює проведення їх профілактики й управління з метою мінімізації втрат у разі їх виникнення та завершується порівняльним аналізом реального і допустимого рівнів ризиків.

Жоден суб'єкт господарської діяльності не в змозі уникнути всіх ризиків, тому виправданий або допустимий ризик розглядається як необхідний складник стратегії і тактики формування системи управління інноваційно-інвестиційним розвитком промислових підприємств. Отже, механізм прийняття рішень повинен не тільки ідентифікувати ризик, але й дозволяти оцінити, які ризики і якою мірою може прийняти на себе промислове підприємство залізничного транспорту, а також визначати, чи виправдує очікувана дохідність відповідний ризик.

Для кількісної оцінки ризику інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств існують різні методи, серед яких найбільше поширення одержали статистичний метод; аналітичний метод; метод використання дерева рішень і ймовірнісного підходу; метод оцінки фінансової стійкості або оцінки доцільності витрат; метод експертних оцінок; нормативний метод; метод аналізу чутливості; метод використання аналогів та інші. Кожний з названих методів має свої переваги і недоліки і використовується в цілком конкретних ситуаціях [4].

Аналітичний метод використовує традиційні показники, які застосовуються для оцінки ефективності інвестиційних і інноваційних проектів підприємств, такі як період окупності, внутрішня норма прибутковості, індекс рентабельності, чистий приведений дохід тощо. Порівнюючи значення зазначених показників альтернативних проектів, визначають ступінь їх ризику. Однак за зовнішньої переконливості розрахунків у них не береться до уваги вплив конкретних чинників ризику, що не дає змоги рекомендувати аналітичний метод у чистому вигляді для

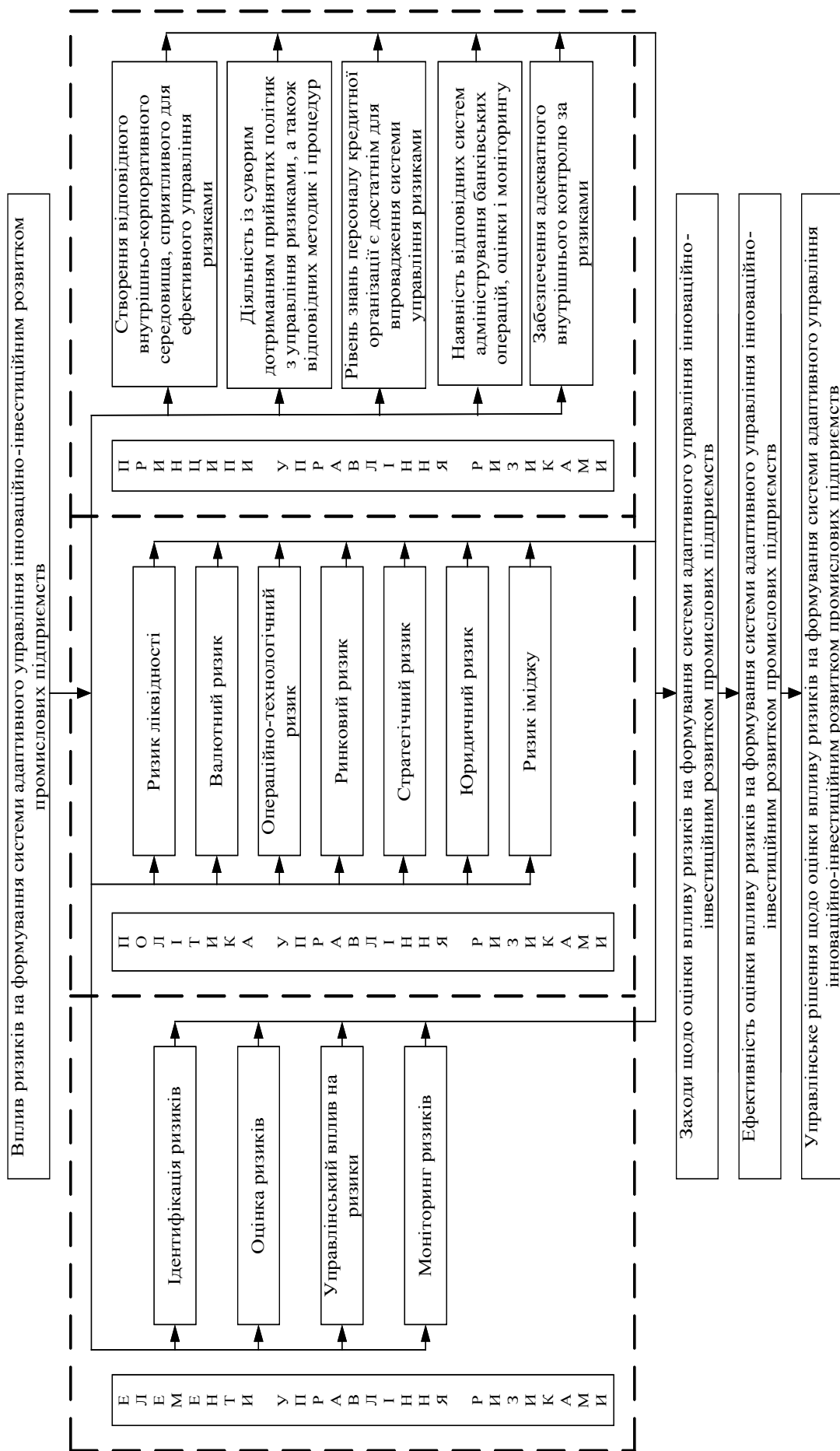


Рис. 3. Концептуальна схема впливу ризиків на формування системи управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємств

точної оцінки ризику проектів, що реалізуються в Україні, де ступінь ризику дуже високий.

Метод використання дерева рішень й імовірнісного підходу дозволяє розглядати та аналізувати різні сценарії розвитку подій, викликані впливом різних чинників ризику інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств. Суть методу полягає в тому, що в процесі аналізу ризику виділяють чинники впливу, які можуть збільшити чи зменшити ступінь ризику проекту; далі, зображуючи графічно можливі комбінації чинників, одержують дерево рішень, яке залежно від ступеня складності проблеми має різну кількість гілок. Гілкам дерева ставлять у відповідність оцінки ступеня впливу кожного з чинників на ріст чи зменшення ступеня ризику.

Висновки. Таким чином нормативний метод передбачає застосування системи відомих фінансових коефіцієнтів та їх нормативних значень, з якими порівнюють

фактичні значення. За ступенем невідповідності оцінюють величину ризику інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств. До переваг методу слід віднести простоту й оперативність розрахунків, однак, як і розглянуті вище аналітичний метод і метод оцінки фінансової стійкості, він не враховує впливу окремих чинників ризику інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств. Метод може бути рекомендований в основному для попередньої оцінки з метою «відсікання» явно неприйнятних варіантів, а оцінку тих, що залишилися, слід здійснювати іншими методами.

Суть методу аналізу чутливості проекту полягає у виявленні чутливості конкретних оціночних показників проекту за зміни значень його вхідних параметрів. За допомогою цього методу можна встановити діапазон припустимих змін вхідних величин, але цей метод не дає змоги визначити, якими будуть ці зміни насправді.

Список використаних джерел:

1. Мних О.Б. Інноваційні рішення в управлінні основним і оборотним капіталом в умовах формування економіки знань / О.Б. Мних // *Управлінські інновації* / Збірник наукових праць Тернопільського національного економічного університету. 2012. Випуск 2. С. 166–177.
2. Расвнева О.В. *Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: [монографія]* / Расвнева О.В. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. 496 с.
3. Скурихин В.І. *Проектування систем адаптивного управління виробництвом.* / В.І. Скурихин, В.А. Забродський, Ю.В. Копейченко. Х.: «Вища школа», 1984. 172 с.
4. Черваньов Д.М. *Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України* / Д.М. Черваньов, Л.І. Нейкова. К.: Т-во «Знання», КОО, 1999. 514 с.
5. Янченко Н.В. *Організаційно-економічний механізм адаптивного управління на підприємствах залізничного транспорту* / Н.В. Янченко // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011 № 34 С. 354–357.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье рассмотрена хозяйственная деятельность промышленных предприятия во всех ее формах, которая сопряжена с многочисленными рисками. Степень влияния рисков на результаты этой деятельности существенно возрастает с изменениями в рыночной экономике. Потенциал институциональной среды, который выступает как направление и вектор, определяет интенсивное функционирование экономики.

Ключевые слова: промышленные предприятия, инновация, инвестиция, развитие, механизм.

IMPROVING THE SYSTEM OF INNOVATIVE-INVESTMENT DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Summary. In this paper, the economic activity of an industrial enterprise in all its forms is associated with numerous risks. The degree of influence of which on the results of this activity increases significantly with changes in the market economy. The potential of the institutional environment, which acts as a direction and vector, determines the intensive functioning of the economy.

Key words: industrial enterprise, innovation, investment, development, mechanism.

Денис О. Б.
доктор економічних наук,
доцент кафедри банківської справи, фінансів та страхування
Інституту банківських технологій та бізнесу
Університету банківської справи
Тустановський Ю. Г.
аспірант
Університету банківської справи

Denys O. B.
Doctor of economics,
Associated professor department of finance, banking and insurance
Institute of banking technology and business
Banking University
Tustanovsky Y. G.
PhD student
Banking University

ФІНАНСОВА КОНВЕРГЕНЦІЯ ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУТІВ

Анотація. У статті висвітлено теоретичні основи фінансової конвергенції як форми розвитку фінансових інститутів. Обґрунтовано форми фінансової конвергенції. Визначено особливості інтегрованих фінансових інститутів – фінансових конгломератів. Наведено передумови та наслідки конвергенції фінансових інститутів.

Ключові слова: банки, страхові компанії, пенсійні фонди, фінансові інститути, розвиток фінансових інститутів, фінансова конвергенція, фінансовий конгломерат.

Вступ та постановка проблеми. Активно конкуруючи з приводу залучення інвестиційних ресурсів, фінансові інститути з метою розширення масштабів діяльності та більш ефективного використання фінансових ресурсів починають все більш активно взаємодіяти між собою.

З огляду на те, що конвергенція фінансових інститутів стає глобальним трендом, дослідження передумов її появи та наслідків, а також форм та механізмів її здійснення привертають все більшу увагу науковців та практиків.

Особлива увага до тематики зумовлена тим, що процеси взаємопроникнення учасників різних секторів фінансового ринку в інші ринкові сегменти та утворення нових інституційних форм фінансових об'єднань у світовому господарстві часто здійснюють помітний неоднозначний вплив на реальний і фінансовий сектори країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання проблематики конвергенції у прив'язці до глобалізації та формування фінансових конгломератів досліджували І. Школьник, В. Козирев, Ди В. Гіачінто, Ж. Писаренко, С. Козьменко, А. Єпіфанов, Г. Чернова, В. Кремень, Т. Васильєва, С. Леонов, Л. Сисоєва, О. Шакура та ін.

Водночас, віддаючи належне ґрунтовним напрацюванням учених, слід зазначити, що певні аспекти висвітлені дещо фрагментарно та потребують подальших досліджень. Це стосується, зокрема, необхідності поглиблених досліджень конвергенції як форми розвитку фінансових інститутів.

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних основ конвергенції як форми розвитку фінансових інститутів.

Результати дослідження.

Дослідження конвергенції як форми розвитку фінансових інститутів вважаємо доцільним розпочинати з уточнення сутності понять «фінансовий інститут», «розвиток фінансового інституту» та «конвергенція».

Фінансовим інститутом вважатимемо фінансового посередника, який здійснює професійну діяльність на фінансовому ринку з приводу акумулювання вільних фінансових ресурсів та їх інвестування з метою отримання фінансового (за рахунок комісійних або процентних платежів) та/чи інших ефектів.

Під розвитком фінансових інститутів розумітимемо процес незворотних кількісних та якісних змін у функціонуванні інституту, які об'єктивно відбуваються під впливом внутрішніх мотивів і зовнішніх обставин та приводять до підвищення фінансової стійкості інституту.

Як свідчить еволюція фінансового посередництва, розвиток фінансових інститутів можливий такими шляхами, як:

- автономний розвиток (розширення масштабів діяльності інституту через створення нових фінансових інструментів, розвиток інноваційних та інвестиційних процесів тощо);
- співпраця чи об'єднання з фінансовими інститутами свого сегменту фінансового сектору;
- співпраця чи об'єднання з фінансовими інститутами інших сегментів фінансового сектору.

Питання співпраці різних фінансових посередників чи/та їх інтеграції тісно пов'язані з явищем конвергенції.

У загальному розумінні «конвергенція» трактується як певний процес зближення, сходження (у різному сенсі), компромісів. При цьому основною причиною конвергентної еволюції вважається схожість певних окремих ніш інститутів чи систем. Характерною ознакою процесу конвергенції є проникнення компонентів однієї системи у проміжки інших, яке породжує нові якості та/чи функції явища. Наслідком такої конвергентної еволюції є конвергентна схожість, заснована не на їхній спорідненості, а на близькому наборі ознак, що сформувався незалежно в різних групах [1].

За аналогією, як висвітлюють у своїх працях І. Школьник, Н. Шпірко-Фандєєва, А. Єпіфанов, Ж. Писарьова, В. Кремень, фінансова конвергенція також трактується як процес взаємного проникнення й асиміляції фінансових інститутів, що володіють певними гетерогенними ознаками та водночас мають певні схожі ринкові ніші [2; 3; 4; 5; 6].

До ключових гетерогенних ознак інститутів фінансового сектору дослідники відносять:

- склад та обсяг фінансових послуг, які надають фінансові інститути;
- сегменти фінансових ринків, на яких здійснюють діяльність інститути (фондовий ринок; ринок позичкових капіталів; грошовий ринок; валютний ринок; ринок фінансових послуг; ринок золота; страхових посередників);
- неоднорідність стратегій розвитку інститутів [2; 3; 4; 5; 6].

Під час дослідження схожості певних ніш фінансових посередників, у які відбувається проникнення, автори виділяють такі типові ніші, як: клієнтська ніша, яка передбачає, що різні інститути фінансового ринку можуть мати єдиного покупця їхніх продуктів і послуг; продуктова ніша, за якої різні інститути фінансового ринку можуть мати і пропонувати споживачеві дуже близькі за своїми споживчими властивостями продукти та послуги; технологічна ніша, що виникає, коли різні інститути фінансового ринку можуть використовувати однакові технології створення, просування та продажу певних видів своїх продуктів і послуг; збутова ніша, коли різні суб'єкти різних секторів фінансового ринку можуть мати однакові ринки і канали збуту своїх продуктів і послуг тощо [7].

Практика показує, що процеси фінансової конвергенції можуть відбуватися у різних формах, таких як:

1. Автономне виконання інститутом функцій іншого фінансового посередника. Окремі дослідники вважають цю форму формою агресивного примусового проникнення у сферу діяльності іншого інституту через включення у свою діяльність сфер і/або функцій, властивих спочатку іншим секторам фінансового ринку, яка не передбачає участі в цьому процесі представників інших секторів. У цьому разі збільшення частки власної участі в загальному фінансовому ринку йде за рахунок «захоплення» певним учасником одного із секторів фінансового ринку сфер діяльності і/або функцій іншого (інших) учасників [6].

2. Співпраця та об'єднання зусиль різних фінансових посередників. Ця форма реалізується через об'єднання зусиль на основі кооперації представників різних секторів фінансового ринку, спрямованих на спільне підвищення частки участі в ньому кожного з них.

Співпраця може відбуватися різним чином:

- форма агентських відносин, яка припускає поширення послуг за угодою з іншим фінансовим посередником через його агентську мережу та включає крос-продаж спільних продуктів;

- форма кооперації, за якої партнери утворюють альянс, створюючи на договірній основі режим найбільшого сприяння в усіх галузях співробітництва. Ця форма має більш глибокий ступінь проникнення фінансових посередників один в одного. При цьому обидві сторони залишаються незалежними юридичними особами і вибудовують власні стратегії та бізнес-процеси незалежно одна від одної [8].

3. Формування нових інститутів, які об'єднують різних фінансових посередників. За зазначеної форми утворюються на основі різних фінансових посередників нові інтегровані інститути, що виконують функції учасників. До висококонвергентних фінансових посередників відносять фінансових конгломератів.

Додамо, що зазначені нами форми фінансової конвергенції можуть бути й етапами формування фінансових конгломератів. Водночас у процесі виникнення фінансового конгломерату його учасники у своїй діяльності не обов'язково проходять через усі визначені рівні [8].

Існують певні розбіжності у визначенні фінансових конгломератів та критеріїв їх ідентифікації.

Так, згідно із загальноєвропейським законодавством та загальноприйнятими підходами фінансові конгломерати визначаються як група фінансових посередників, яка повинна включати два з трьох видів фінансових посередників: банк, страхову компанію та інвестиційну компанію.

До основних критеріїв діяльності фінансових конгломератів згідно з Директивою 87/2002/ЄС віднесено:

- регульований суб'єкт (банк, страхова чи інвестиційна компанія) очолює групу або принаймні одна з дочірніх компаній у групі є регульованим суб'єктом;
- принаймні один із суб'єктів групи належить до сектору страхування і принаймні один – до банківського сектору чи сектору інвестиційних послуг;
- консолідована та/або сукупна діяльність суб'єктів групи, що належать до сектору страхування, та консолідована та/або сукупна діяльність суб'єктів групи у банківському секторі чи секторі інвестиційних послуг є значними – встановлюється на підставі низки фінансових коефіцієнтів, а також обсягу активів найменшого фінансового сектору групи, який має перевищувати 6 млрд євро [9].

Банк Англії, трактуючи фінансові конгломерати як «великі складні фінансові інститути», під час віднесення компаній до цієї категорії використовує методику визначення розміру частки фінансових інститутів у таких фінансових секторах:

- компанія входить у першу світову десятку андеррайтерів за акціями;
- компанія входить у першу світову десятку андеррайтерів за облигаціями;
- компанія входить у першу світову десятку організаторів синдикованих кредитів;
- компанія входить у першу світову десятку операторів на ринку процентних інструментів;
- компанія входить у першу світову десятку за доходами на міжнародному валютному ринку;
- компанія входить у першу світову десятку за портфелем цінних паперів, що знаходяться на відповідальному зберіганні [10].

Під час висвітлення видів фінансових конгломератів більшість дослідників відштовхується також від зазначеної Директиви 87/2002/ЄС та визначає такі види фінансових конгломератів: bancassurance – фінансові конгломерати, які включають банки і страхові компанії; assurfinance – фінансові конгломерати, до складу яких входять страхові та інвестиційні компанії; allfinance – фінансові конгломерати, які сформовані з фінансових посередників, що працюють на банківському, страховому та інвестиційному ринках [11].

На сучасному етапі в найбільш широкій інтегрованій формі фінансовий конгломерат може включати такі фінансові інститути: банківську установу, страхову компанію, пенсійний фонд, компанію з управління активами, інвестиційну, лізингову, факторингову, консалтингову компанію.

Незважаючи на досить тривалий розвиток фінансових конгломератів, однозначної відповіді на питання, які фактори ведуть до конвергенції та утворення конгломератів між фінансовими установами, немає. Загалом залежно від об'єкта дослідження науковці виділяють як внутрішні, так і зовнішні причини.

Об'єктивно зумовлена, природна трансформація, на думку В. Корнєєва, є внутрішньою необхідністю розвитку

будь-яких посередницьких структур і полягає у постійному коригуванні їхньої маркетингової політики, фінансового менеджменту шляхом просування нових фінансових послуг, реструктуризації фінансової установи та оптимізації відповідних бізнес-процесів [13]. Подібного підходу дотримується і В. Кремень, вважаючи, що головною метою створення фінансових конгломератів є збільшення прибутку учасників, посилення їхніх конкурентних позицій та забезпечення їхньої стабільної діяльності як суб'єктів глобального фінансового ринку [12].

До зовнішніх передумов активізації процесів конвергенції узагальнено науковці відносять:

1. Глобалізацію, основними трендами якої були підвищення мобільності капіталу та передачі знань і досвіду, загострення міжнародної конкуренції, що сприяє підвищенню якості споживання; стимулювання розвитку нових технологій та доступу до них більшого числа учасників фінансового ринку [4].

2. Зростання конкуренції на ринку фінансових послуг за одночасного зниження доходності основних операцій ключових гравців ринку – банківських установ.

3. Лібералізацію державного регулювання, гармонізація політики нагляду на національних фінансових ринках.

4. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та використання інтернету.

5. Примусові трансформації розвитку фінансових посередників, що здійснювалися органами державної влади – регуляторами ринку фінансових послуг [13].

В оцінці наслідків конвергенції автори виділяють неоднозначні її ефекти як на рівні інститутів, так і для розвитку національних фінансових секторів.

Як зазначає І. Школьник, асиміляція фінансових інститутів на основі гетерогенності приводить одночасно до синергетичного ефекту і до формування нової сукупності ризиків усередині складної, об'єднуючої множинності секторів фінансової структури [3]. Водночас Б. Щулєв виявив, що докази синергетичного ефекту є досить складними: у деяких ситуаціях інтегровані установи працюють більш ефективно, ніж відокремлені, але є й суперечливі приклади. Дослідник зазначає, що досі немає переконливих доказів, які підтверджують гіпотезу, що еволюція фінансових конгломератів ґрунтується суто на економічних міркуваннях і очікуванні ефективності [14].

Водночас Т. Васильєва, С. Леонов та Л. Сисоева зазначають, що з позиції здійснення ефективного інвестування конгломератна форма побудови інтеграційних структур має значно більше переваг, ніж недоліків, особливо порівняно з іншими організаційними формами [15].

Додамо, що згідно з рейтингом Forbes Global 2000, який дозволяє зіставити глобальні компанії, у 2015 р. фінансові конгломерати демонструють найкращі показники діяльності, випереджаючи добувні, автомобільні та інформаційні глобальні компанії [16].

Не заперечуючи позитивних наслідків конвергенції фінансового сектору на макрорівні (активізація конкуренції за рахунок збільшення представництва на ринку різних фінансових інституцій; підвищення якості послуг на фінансовому ринку; розподіл ризику; зниження ставок на позичкові ресурси тощо), дослідники відзначають, що ці процеси супроводжуються фінансовою нестабільністю, яка проявляється у порушенні усталених зв'язків між фінансовим та реальним секторами економіки, зменшенні рівня інформаційної прозорості фінансового ринку, підвищенні тиску на компанії з боку регулюючих установ та обмеженні конкуренції в окремих секторах фінансового ринку.

Додамо, що з огляду на те, що діяльність більшості конгломератів має глобальний характер і вони, як зазна-

чає В. Кремень, беруть на себе роль маркетмейкерів, визначаючи правила гри на фінансовому ринку та напрями змін законодавчої бази, а також впливаючи на фінансовий ринок та макроекономічну кон'юнктуру загалом [17], закономірно, що більші потенційні ризики від діяльності фінансових конгломератів виникають на фінансових ринках менш розвинутих країн – реципієнтів капіталу.

На нашу думку, прояви фінансової нестабільності внаслідок конвергентних процесів у фінансовому секторі значною мірою зумовлені часовим розривом між трансформацією функцій фінансових посередників та трансформацією інститутів, які регулюють їхню діяльність та діяльність інститутів інфраструктури фінансового ринку, що дають змогу діагностувати ризики посередництва. Практика свідчить, що розмитість кордонів між банківськими та небанківськими послугами викликала необхідність швидкої зміни підходів до їх регулювання, що на практиці регулятори одразу не змогли реалізувати.

Так, для прикладу, якщо пік утворення фінансових конгломератів припадає на 80–90 рр. ХХ століття то основні підходи до регулювання їхньої діяльності (підвищення пруденційних стандартів; покращення співробітництва і координування у сфері нагляду; покращення розкриття інформації про ризики) було сформовано на початку ХХІ ст.

З огляду на це зрозуміло на сучасному етапі є увага щодо діагностики процесів конвергенції, їх прогнозування та розроблення за необхідності підходів щодо усунення (нейтралізації) вразливих місць від цих процесів.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу дійти таких висновків та узагальнень.

Конвергенція є процесом взаємного проникнення й асиміляції фінансових посередників, що володіють певними гетерогенними ознаками та водночас мають певні схожі ринкові ніші.

За своєю суттю конвергенція фінансових інститутів є формою їх розвитку, що виникає внаслідок незворотних кількісних та якісних змін, які об'єктивно відбуваються під впливом внутрішніх мотивів і зовнішніх обставин та приводять до функціональних та/чи організаційних змін у діяльності інститутів.

Внутрішньою передумовою конвергенції є об'єктивно зумовлена, природна трансформація фінансових посередників, спрямована на розширення діяльності та отримання синергетичного ефекту.

Зовнішні передумови активізації процесів конвергенції узагальнено включають: глобалізацію; зростання конкуренції на ринку фінансових послуг; лібералізацію державного регулювання; розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та використання інтернету; примусові трансформації розвитку фінансових посередників, що здійснювалися органами державної влади – регуляторами ринку фінансових послуг.

Процеси фінансової конвергенції можуть відбуватися у різних формах: автономного виконання інститутом функцій іншого фінансового посередника; співпраці та об'єднання зусиль різних фінансових посередників; формування нових висококонвергентних інститутів, які об'єднують різних фінансових посередників (фінансових конгломератів).

Наслідки конвергенції є неоднозначними як на мікро-, так і на макрорівні. Це спричинене тим, що конвергенція фінансових інститутів приводить одночасно до синергетичного ефекту і до формування нової сукупності ризиків усередині фінансових секторів.

Ефекти від процесів фінансової конвергенції значною мірою залежать від вчасної трансформації регулятивної та ринкової інфраструктури функціонування фінансових інститутів.

Список використаних джерел:

1. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
2. Інтеграційні процеси на фінансовому ринку України [Текст] : монографія / за заг. редакцією д-ра екон. наук А.О. Єпіфанова, д-ра екон. наук І.О. Школьник і д-ра екон. наук Ф. Павелки [А.О. Єпіфанов, І.О. Школьник, Ф. Павелка та ін.]. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. 258 с.
3. Школьник І.О. Фінансові посередники та їх роль у розвитку фінансового ринку / І.О. Школьник // URL: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3233/1/Shkolnyk.I.O._33.pdf.
4. Глуха Г.Я. Глобалізація та економічне зростання // Я.Г. Глуха / Академічний огляд. 2014. № 1(40). С. 17–23.
5. Писаренко Ж.В., Чернова, Г.В. Финансовая конвергенция как механизм повышения конкурентоспособности субъектов финансового рынка / Ж.В. Писаренко, Г.В. Чернова // Финансы и кредит. 2015. № 46 (670). С. 10–23.
6. Писаренко Ж.В., Кузнецова, Н.П. Формирование механизма страхового посредничества в финансовых конгломератах / Ж.В. Писаренко, Н.П. Кузнецова // Вестн. С.-Петербургского ун-та. Сер. 5: Экономика. 2011. Вып. 4. С. 76–87.
7. Писаренко Ж.В., Кузнецова Н.П. Финансовая конвергенция и финансовые конгломераты в мировой экономике: монография / С. 338.
8. Шакура О.О. «Bancassurance» як перспективна форма конвергенції банків та страховиків / О.О. Шакура // Інноваційна економіка. 2013. № 8. С. 275–280.
9. Вплив міжнародних фінансових конгломератів на розвиток фінансового ринку України. Сайт Український діловий інформаційний каталог. URL: <http://udik.com.ua/articles/article-229>.
10. Финансовый конгломерат. Сайт Вікіпедія. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>.
11. Козьменко О. Трансформування банківської системи України під впливом іноземних фінансових конгломератів // О. Козьменко, В. Козирев / Вісник Національного банку України. 2014. Серпень. С. 12–19.
12. Кремень В.М. Розвиток bancassurance: досвід європейських країн та України / В.М. Кремень // Вісник Запорізького національного університету. Серія «Економічні науки». 2011. № 3(11). С. 184–195.
13. Корнеев В.В. Фінансові посередники як інститути розвитку : [монографія] / В.В. Корнеев; Ін-т економіки та прогнозування, НАН України. К.: Основа, 2007. 192 с.
14. Borbála Szüle Inside financial conglomerates Effects in the Hungarian pension fund market. URL: citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.617.8964&rep=rep1&type=pdf.
15. Семенов А.Ю., Пахненко О.М. Аналіз стану та структури ринку фінансових послуг Європейського Союзу. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2017. Випуск 25. Частина 2. 2017. С. 145–150.
16. Васильєва Т. Проблеми та перспективи розвитку інтеграційних об'єднань інвесторів в Україні / Т. Васильєва, С. Леонов та Л. Сисоева // Світ фінансів. 2013. № 2. С. 115–122.
17. Кремень М. Виникнення і особливості діяльності фінансових конгломератів на світовому фінансовому ринку / М. Кремень // Актуальні проблеми економіки. 2009. № 5(95). С. 32–38

ФИНАНСОВАЯ КОНВЕРГЕНЦИЯ КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ

Аннотация. В статье освещены теоретические основы финансовой конвергенции как формы развития финансовых институтов. Обоснованы формы финансовой конвергенции. Определены особенности интегрированных финансовых институтов – финансовых конгломератов. Приведены предпосылки и последствия конвергенции финансовых институтов.

Ключевые слова: банки, страховые компании, пенсионные фонды, финансовые институты, развитие финансовых институтов, финансовая конвергенция, финансовый конгломерат.

FINANCIAL CONVERGENCE AS A FORM OF DEVELOPMENT OF FINANCIAL INSTITUTIONS

Summary. The article covers the theoretical foundations of financial convergence as a form of development of financial institutions. The forms of financial convergence are substantiated. The features of integrated financial institutions – financial conglomerates are determined. The preconditions and consequences of convergence of financial institutions are presented.

Key words: banks, insurance companies, pension funds, financial institutions, development of financial institutions, financial convergence, financial conglomerate.

Дрига О. П.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту
Національного гірничого університету
Макурін А. А.
кандидат економічних наук,
асистент кафедри обліку і аудиту
Національного гірничого університету

Driha O. P.
Ph. D.
Associate Professor of the Department of Accounting and Audit
National Mining University
Makurin A. A.
Ph. D.
assistant of the department of accounting and audit
National Mining University

ГЕНЕЗИС ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто вплив євроінтеграційних процесів на податкову політику та податкову систему загалом. Актуальним питанням залишається визначення балансу інтересів держави та платників податку. Проаналізовано основні податки та їх питому вагу у формуванні бюджету держави. Визначено проблемні ділянки оподаткування, які повинні бути вирішені під час реформ податкового законодавства. Проаналізовано ставки податків в Україні та в інших країнах. Загострено увагу на скасуванні податку на прибуток та введенні податку на введений капітал.

Ключові слова: податкова політика, податкова система, адміністрування податків.

Вступ та постановка проблеми. З процесами євроінтеграції в нашій країні зміни торкнулися не тільки бухгалтерського обліку та правил ведення бізнесу, а й податкової системи. В умовах поширення різних форм власності, коли державної власності дедалі стає все менше, основним методом формування доходів «сучасної держави» стають податки. Податки є важливою ланкою, яка єднає економічні відносини суспільства та держави з моменту її утворення. Податковий тягар на підприємствах різних країн становить податкову систему.

Податкова система являє собою сукупність різних видів податків, які стягуються в державі. Податкова система у своєму функціонуванні спирається на наукові основи, які передбачають відповідність системності, встановлення бази цієї системи, формування правової основи, формування принципів. Системність ґрунтується на взаємопов'язаності між собою податків та доповненні їх один одним. Під визначальною базою тут мається на увазі обсяг коштів, який необхідний для нормального функціонування держави. Формування правової бази ґрунтується на використанні нормативних підходів до стягнення того чи іншого податку. Принципи, які належать податковій системі, передусім повинні стимулювати подальшу підприємницьку діяльність, мати пропорційний характер, не допускати податкової дискримінації, нести стабільну економічну обґрунтованість та містити єдиний підхід до стягнення податків.

Податкова політика держави прямо пов'язана з роллю, яку відіграють податки. Тому фактично податки в державі становлять податкову політику, яка виконує такі функції, як фіскальна, економічна та соціальна. Податкова політика держави вирішує два взаємопов'язаних та найгостріших завдання. По-перше, це наповнення державного бюджету держави; по-друге, наповнення бюджету за рахунок податків, платежів та зборів.

Натепер у сфері оподаткування є внутрішня неузгодженість цілісної системи податкових відносин. Це по-

стійні зміни правового законодавства, яке регламентує податкові відносини, тобто зміни приводять до нестабільності податкового законодавства; складність адміністрування податків, податкових платежів; значні суми штрафних санкцій; порушення принципів економічно та соціальної рівноваги.

Сучасна податкова політика орієнтується на досягнення балансу інтересів держави та платників податку. За таких умов податки сприяють економічному зростанню, з одного боку, а з іншого – забезпечують добробут кожного громадянина в країні. Зміни в податковій політиці нашої держави насамперед повинні відбуватися з урахуванням тенденцій розвитку системи оподаткування в країнах – сусідах та країнах – членах ЄС. Досвід європейських країн буде корисний для досягнення збалансованості державних фінансів та забезпеченості соціальної стабільності через турботу про населення України. Розвиток податкової політики та зміни податкової системи повинні бути розраховані на довгострокову перспективу та мати постійний характер.

Подальше реформування податкової політики нашої держави, яке базується на європейському досвіді податкової системи, є актуальним питанням сьогодення, оскільки це важливо на шляху інтеграції України в європейський простір на практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Функціонуванню податкової системи та формуванню податкової політики в нашій державі присвячено праці багатьох науковців та практиків у сфері не тільки податків, а й фінансів, обліку, юриспруденції. В.М. Жук займався розвитком спеціальних режимів оподаткування аграрного бізнесу. Автор доводить, що наявний механізм формування спецфонду державного бюджету за рахунок ПДВ, який наведено у Податковому кодексі України, не є прозорим та об'єктивним. Отже, отримання компенсації за його рахунок мають великі виробники, а підприємства – перероб-

ники сільськогосподарської продукції втрачають мотивацію у формуванні сировинної бази [1]. А.І. Крисоватий запропонував нові методологічні принципи та критерії стратегії, тактики і реалізації податкової політики на поглибленні теоретичного напрямку наукових шкіл оподаткування. Автор пропонує запровадити прогресивну методику оподаткування з урахуванням інтегрованого впливу такого податку, як ПДВ на доходи малозабезпечених громадян [2]. А.М. Соколовська, Т.В. Кошук проаналізували реформування податкової системи країн ЄС та встановили такі тенденції, як посилення фіскальної функції оподаткування з метою зменшення дефіциту бюджету та активне використання перерозподільної функції оподаткування з метою підвищення соціальної справедливості. Автори досліджували вплив підвищених та занижених ставок з ПДВ на всіх платників цього податку та державу загалом [3]. Л.В. Трофімова в умовах ринкової трансформації України дослідила зміни податкової політики і податкової системи. Вона наголошує на тому, що надалі залишається невирішеним питання пошуку рівноваги між податковим тягарем і вигодами оподаткування та примусовим або свідомим вибором сплати податків у бюджет. Постійні зміни факторів податкової політики вимагають чіткого стратегічного бачення подальшого розвитку податкової системи держави з метою створення найбільш сприятливих умов здійснення підприємницької діяльності для досягнення економічного розвитку країни. Отже, необхідно забезпечити рівновагу між потребами держави та можливостями бізнесу і громадян [4]. С.В. Сарана запропонував шляхи удосконалення правового регулювання податкового законодавства України, підкреслив важливість визначення правового статусу зобов'язаних і владних осіб у податкових відносинах, розробив класифікацію законів, що регулюють відносини з питань оподаткування [5].

Метою статті є встановлення впливу євроінтеграційних процесів на систему оподаткування та податкову політику України, проведення порівняння податкової системи України з країнами-сусідами та країнами, які є членами Європейського Союзу.

Результати дослідження. Податкова система вважається ефективною, коли вона здатна вирішувати завдання, пов'язані з розвитком виробництва та підвищенням життєвого рівня населення. Протягом останніх років в Україні зміни податкового законодавства не завжди економічно обгрунтовані, але кожен новий або трансформований податок позитивно впливає на наповнення державного бюджету.

У різних країнах світу категорія податків має своє значення та свої особливості. Наприклад, у Німеччині значення податку полягає в тому, що населення за допомогою

податків підтримує державу. У Великобританії сплата податків є обов'язком платників перед державою. У США податки виступають системою повернення суми державі (такса). Обов'язковим платежем вважають у Франції податок, майже таке значення податку притаманно і Польщі. У цій країні податок – безкоштовний обов'язковий і безповоротний платіж на користь держави. В Україні податки стягуються з фізичних та юридичних осіб до бюджету країни, мають постійний характер стягнення, тобто є обов'язковим платежем [6].

У сучасних умовах інтеграції податкового законодавства України до ЄС основним завданням є вирішення внутрішніх та зовнішніх проблем. Внутрішні проблеми податкового законодавства України спричинені нестабільною внутрішньою ситуацією через корупційні схеми, «оптимізацію» податкового навантаження на підприємства, корупцію, непрозорі схеми адміністрування податків та зборів, складність у визначенні об'єкта оподаткування. До зовнішніх проблем належать питання про уникнення подвійного оподаткування (наприклад ПДВ), яке підписано майже з усіма країнами, що є найбільшими торговельними й інвестиційними партнерами України. Але на практиці це вирішити дуже складно, оскільки податківці вимагають спочатку сплатити зобов'язання, а потім на основі документа з іншої країни про сплату податку відшкодують зазначену суму, тобто зменшать майбутнє податкове зобов'язання. Наступним важливим кроком до інтеграції та вирішення зовнішньої проблеми є приближення оподаткування прибутку підприємств до норм і стандартів податкового права ЄС. Гармонізація чекає на зближення оподаткування спирту, алкогольних напоїв та тютюнових виробів у частині структури акцизного збору України з ЄС [7].

Отже, численні зміни чекають вітчизняне податкове законодавство та податкову систему України, що приведе до прийняття великої кількості законів та підзаконних актів, якими повинні будуть керуватися платники податків та національна податкова служба.

Податки стягуються з фізичних та юридичних осіб, наповнюють місцевий та державний бюджет залежно від виду податків. Державний бюджет відображає відносини між державою та організаціями і населенням, що в подальшому впливає на економічні процеси в нашій державі, досягнення ефективності розвитку виробництва та рівноваги під час формування соціально-економічного суспільства. Джерелом доходів державного бюджету є податок на додану вартість (ПДВ); податок на прибуток; акцизні податки; податок з доходів фізичних осіб (НДФЛ) та ін. Структуру наповнення державного бюджету податками наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Структура наповнення державного бюджету та ставки податків за 2010–2017 рр.

Назва податку	Роки					Ставки податків 2017 р. %
	2013	2014	2015	2016	2017	
ПДВ	181717 млн грн	189241 млн грн	434041 млн грн	329911 млн грн	246858 млн грн	0; 7; 20;
ПДФО	7565 млн грн	12646 млн грн	75033 млн грн	59810 млн грн	45062 млн грн	18
Акцизний податок	35309 млн грн	44941 млн грн	108293 млн грн	90122 млн грн	63111 млн грн	адвалорні, специфічні; адвалорні та специфічні
Податок на прибуток	54318 млн грн	39942 млн грн	66912 млн грн	54344 млн грн	34776 млн грн	0; 18
Усього	278909	286770	684279	534187	389807	

Джерело: укладено на основі [8; 9]

Проаналізувавши таблицю зі структури наповнення державного бюджету, бачимо, що основну частку наповнення бюджету за 2017 рік становить ПДВ (63%). Значно менше, а саме 12%, становить ПДФО. Акцизний податок становить 16%. Податок на прибуток – 9%. Ставки податків в країнах-сусідах та країнах ЄС наведено у таблиці 2.

Податок на додану вартість у нашій країні та в інших утворює надійну базу для державних доходів. Так, у більшості країн ЄС податкові реформи супроводжувалися збільшенням ставок за податком ПДВ та акцизним збором. Підвищення ставок за податками, з одного боку, створюють основу для збільшення бюджету, а з іншого – сприяють приховуванню обсягу реалізації товарів, робіт, послуг. Запорукою для виходу держави з економічної кризи є стимулювання вітчизняних виробників до збільшення потужності та виробництва продукції більш високого рівня конкурентоспроможності.

На нашу думку, теперішня ставка ПДВ у розмірі 20% завищена та недостатньо стимулює сукупний попит, оскільки ціна на продукцію висока через високу ставку ПДВ. Тобто слід визначити «баланс» між ставками ПДВ, які впливають на формування надходжень до бюджету, та споживанням продукції. У країнах ЄС під час застосування ПДВ використовують диференційовані ставки. За стандартними ставками оподатковується основна маса товарів, за мінімальною – товари першої необхідності, за максимальною – товари розкоші [2]. У структурі доходів бюджету України цей податок за 2017 рік становив 63%.

Сьогодні робітники не можуть взяти участь у фінансуванні державних витрат через низькі доходи та значне навантаження щодо податку з доходів фізичних осіб. На жаль, населення України поки що не володіє достатнім рівнем культури податкових відносин, а середній рівень заробітної плати невисокий. Це приводить до загострення соціальних суперечностей і подальшого зниження надходжень ПДФО до бюджету. На частку ПДФО у формуванні бюджету України за 2017 рік припадає 12%. Формування податкової культури пов'язано з тим, що кожен повинен усвідомлювати свій обов'язок перед державою, а саме платити податки. Плекасмо надію, що через реформування вітчизняною податкової системи податкові відносини стануть прозорими та можна буде дослідити, на що саме витрачаються кошти. Висока податкова культура значно підвищить рівень взаємодії суспільства з державою та стане запорукою змін і відмов від заробітної плати у конвертах.

Вже кілька століть акциз є податковою формою, що стягується на території України та Європи. За 2017 рік надходження до бюджету порівняно з іншими податками становить 16%. Наприклад, із 2005 по 2010 р. акцизний збір

займав не менше третини податкових надходжень державного бюджету України [12]. Порівняно з 2017 р. причиною таких змін став спад виробництва алкогольних напоїв. На нашу думку, акцизне оподаткування в Україні потребує суттєвого вдосконалення через виявлення незаконного тінньового обігу підакцизних товарів. Під час реформування цього податку необхідно встановити мораторій на підвищення ставок цього платежу, використовувати більш захищені марки від підробок, розширити відповідальність та збільшити суми штрафів за незаконну реалізацію таких товарів, розширити перелік підакцизних товарів.

Оподаткування підприємств податком на прибуток завжди залишалось в центрі уваги податківців, науковців та власників бізнесу. Ще з 1 квітня 2011 р. набули чинності нові правила оподаткування. Податок на прибуток завжди відігравав основну роль у формуванні державного бюджету. Зараз спостерігається спад виробництва через вихід підприємств на європейські ринки, але конкурентоспроможність вітчизняної продукції не відповідає стандартам якості. Також свій відбиток на доходи підприємств залишила світова фінансово-економічна криза 2008 р. та події 2014 р. в нашій державі. Економіка держави та підприємств ще не оговталася від цих подій. Тому у 2017 р. питома вага податку на прибуток у формуванні державного бюджету становить лише 9%. Досить цікавою залишається концепція А. Лаффера, яка ґрунтується на тому, що коли податкові ставки зростають, то бізнес поступово згортається і йде у тінь [13]. Підприємствам треба шукати новий підхід до виробництва та переробляти вторинну сировину або свої відходи виробництва [14]. В Україні ставки податку на прибуток залишаються на рівні інших країн.

Останнім часом спостерігається зміни в оподаткуванні, пов'язані із запровадженням податку на виведений капітал замість податку на прибуток. Це рішення схвалили уряд та президент. Цей податок базується на міжнародному нестандартному виді корпоративного оподаткування. Вперше цей податок було запроваджено в Естонії у 2000 році. Такий податок вводила Македонія та Молдова, але згодом скасували. У Грузії схожий податок функціонує з 2017 р. Сучасна податкова система вимагає змін та перетворень, тому необхідно продовжувати наукові дослідження в цьому напрямі.

Проблема збільшення дохідної бази державного бюджету повинна вирішуватися комплексно з урахуванням податкового навантаження на населення та підприємства. Необхідно визначитися з оптимальним обсягом податкового навантаження. Невирішеним питанням залишається визначення рівноваги між ставками податків та можливіс-

Таблиця 2

Ставки податків у країнах світу станом на 2017 рік

Назва податку	Країна					
	Україна	Литва	Польща	Чехія	Естонія	Німеччина
ПДВ	0; 7; 20	5; 9; 21	0; 5; 8; 23	10; 21	0; 9; 20	7; 19
ПДФО	18	15	18; 32	15	21	47,5
Акцизний податок	адвалорні, специфічні; адвалорні та специфічні	включено у ціну товару	включено у ціну товару	включено у ціну товару	включено у ціну товару	включено у ціну товару
Податок на прибуток	18; 0	15	19	19	20	25
Податок на виведений капітал	5; 15; 20	18	19	15	20	25

Джерело: складено на основі [10; 11]

ттю підприємств і населення сплачувати податки, не приховувати їх та не йдучи у тінь.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження виявило те, що формування бюджету України залежить від податків та їх ставок. Ставки податків в країнах ЄС та країнах-сусідах нашої держави залишаються на рівні. На жаль, нам зараз бракує високої податкової культури, яка б дала поштовх для розвитку та підняття національної економіки

і піднесення вітчизняних виробників. Є деякі вади податкової системи та основних податків, які наповнюють бюджет. Актуальним залишаються визначення проблем удосконалення податкової системи України для стимулювання розвитку економіки, стимулювання інновацій, використання технологій безвідходного виробництва, проведення екологічної діяльності та інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств. Мету дослідження досягнуто.

Список використаних джерел:

1. Жук В.М. Стан і розвиток спеціальних режимів оподаткування аграрного бізнесу // Фінанси України. 2011. № 7. С. 33–42.
2. Крисоватий А.І. Податкова політика України: концептуальні засади теорії та практики // Тернопіль: ТДЕУ. 2006.
3. Соколовська А.М., Кошук Т.В. Податкова політика в Україні в контексті тенденцій реформування оподаткування у країнах ЄС // Фінанси України. 2012. № 1. С. 94–115.
4. Трофімова Л.В. Податкова політика і податкова система // Форум права. 2010. № 1. С. 364–370.
5. Сарана С.В. Загальний процесуально-процедурний податковий режим: до питання принципів формування // Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки. 2015. № 1(2). С. 115–122.
6. Еш С.М. Податкова система України. 2007.
7. Ярошенко Ф.О. Реформування податкової системи України в контексті прийняття Податкового кодексу (коментарі до пропозицій Міністерства фінансів України) // Фінанси України. 2010. № 7. С. 3–21.
8. Ціна держави. Бюджет України. URL: <http://cost.ua/budget/revenue/#1>.
9. Інформаційно-довідковий департамент ДФС. Загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс. URL: <http://zir.sfs.gov.ua/main/index/stavki>.
10. Ольвінська Ю.О. Порівняльний аналіз податкової системи України та розвинутих країн світу. 2016.
11. Названі 25 країн світу з найменшими податками. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/Nazvany-25-stran-mira-s-samyminizkimi-nalogami>.
12. Коротун В.І. Гармонізація специфічного акцизного оподаткування України до вимог ЄС. 2010.
13. Какауліна М.О., Цепелев О.А., Латкин А.П. Моделирование влияния налоговой нагрузки на экономический рост региона с учетом ресурсного потенциала // Налоги и налогообложение. 2014. № 8. С. 774–790.

ГЕНЕЗИС НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ И СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В УКРАИНЕ

Аннотация. В статье рассмотрено влияние евроинтеграционных процессов на налоговую политику и налоговую систему в целом. Актуальным вопросом остается определение баланса интересов государства и налогоплательщиков. Проанализированы основные налоги и их удельный вес в формировании бюджета государства. Определены проблемные участки налогообложения, которые должны быть решены в ходе реформ налогового законодательства. Проанализированы ставки налогов в Украине и в других странах. Заострено внимание на отмене налога на прибыль и введении налога на выведенный капитал.

Ключевые слова: налоговая политика, налоговая система, администрирование налогов.

GENESIS OF TAXATION POLICY AND TAXATION SYSTEM IN UKRAINE

Summary. The paper examines the impact of European integration processes on tax policy and the tax system. The urgent question remains the determination of the balance of interests of the state and taxpayers. The main taxes and their specific weight in the formation of the state budget are analyzed. The problematic areas of taxation are determined which should be solved during the reform of tax legislation. The tax rates are analyzed in Ukraine and other countries. Attention is drawn to the abolition of the income tax and the introduction of the tax on the withdrawn capital.

Key words: tax policy, tax system, tax administration.

Дубовіч І. А.

*кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри екологічної економіки,
спеціаліст із міжнародного права (юрист-міжнародник)
Національного лісотехнічного університету України*

Сенета З. Я.

*магістр
Національного лісотехнічного університету України*

Dubovych I. A.

*Doctor of Science (Geography),
Associate Professor of the Department of Ecological Economics,
Specialist in International Law (International Lawyer)
of the Ukrainian National Forestry University*

Seneta Z. Ya.

*Master of the Department of Ecological Economics
of the Ukrainian National Forestry University*

СУЧАСНІ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Анотація. У статті розглянуто еколого-економічні проблеми транскордонного співробітництва України із сусідніми державами Європейського Союзу у сфері сільського зеленого туризму. Розкрито сутність транскордонного співробітництва. Виявлено проблемні аспекти розвитку сільського зеленого туризму у транскордонному регіоні. Розроблено еколого-економічні заходи, спрямовані на вдосконалення транскордонної співпраці у сфері сільського зеленого туризму. Звернено увагу на необхідність використання кращого досвіду країн-сусідів із близького зарубіжжя для успішного розвитку цієї сфери.

Ключові слова: транскордонне співробітництво, сільський зелений туризм, прикордонні території, сільська садиба, держави Європейського Союзу.

Постановка проблеми. Шлях інтеграції України в економічні структури Європейського Союзу вимагає активної співпраці із сусідніми державами та тісного міжнародного еколого-економічного співробітництва, зокрема на транскордонному рівні. Сьогодні як світова, так і вітчизняна практика показують зростання попиту на природний рекреаційний відпочинок. Орієнтуючись на національні традиції України та розвиток сільського туризму у сусідніх державах Європейського Союзу, можна дійти висновку, що на прикордонних територіях є величезний потенціал і можливості для транскордонної співпраці у сфері сільського зеленого туризму.

Україна як член Ради Європи у розвитку транскордонного співробітництва повинна спиратися на головні ідеї геопросторового розвитку, що закладені у Європейських хартіях і мають реалізовуватися через національну регіональну еколого-економічну політику. Розвиток транскордонного співробітництва має здійснюватися із врахуванням збереження самобутності та національної індивідуальності кожної сторони.

Транскордонне співробітництво у сфері сільського зеленого туризму сприятиме підвищенню іміджу прикордонних регіонів, а налагодження туристичної співпраці між Україною та регіонами країн Європейського Союзу – це шлях до формування сталого розвитку прикордонних регіонів у межах нової європейської еколого-економічної політики добросусідства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові дослідження у сфері розвитку сільського зеленого туризму здійснюють вітчизняні та закордонні вчені. Вагомий внесок у виявлення проблемних питань розвитку

цього виду туризму внесли Ю.В. Вишневецька, Т.М. Булах, Ю.В. Зінько, В.Ф. Кіфяк, А.В. Дроздов, С. Медлік, Т.К. Сергєєва, А.І. Ейтінгон, В.В. Храбовченко, М.Й. Рутинський, С.П. Кузик, Х.М. Рихлицька. Серед зарубіжних дослідників особливе місце посідають праці В.В. Гаворецького, Т. Дуча, Х. Каравеллі, М. Кларка, М. Лонча.

За останній період зросла також зацікавленість учених та науковців проблемами транскордонного співробітництва. Значну увагу цим питанням приділили закордонні вчені Г. Габбе, Р. Герцог, П. Еберхардт, В. Пила, Т. Лієвскі, З. Маєла, З. Горжеляк, М. Ростішевскі, А. Стаєк, А. Зарді, а також українські науковці А. Балян, П. Бєленький, О. Братула, В. Будкін, Ф. Вашук, О. Вишняков, Р. Дацків, М. Долішній, В. Засадко, І. Ілько, Є. Кіш, М. Козоріз, С. Куліна, Я. Малик, В. Мікловда, Н. Мікула, С. Мітряєва, А. Мокій, О. Урбан, Х. Притула, Л. Супруненко, В. Толкованов, Р. Федан та ін.

Незважаючи на те, що тематика транскордонного співробітництва України та держав Європейського Союзу у сфері сільського зеленого туризму висвітлена у деяких теоретичних і практичних дослідженнях науковців, питання сучасних еколого-економічних проблем транскордонного співробітництва, пошук нових ефективних шляхів їх вирішення, вдосконалення розвитку транскордонної співпраці нашої країни з сусідніми європейськими державами у сфері сільського зеленого туризму сьогодні є недостатньо дослідженим.

Мета статті полягає у висвітленні еколого-економічних проблем транскордонного співробітництва України у сфері сільського зеленого туризму та розробленні теоретичних положень, методичних основ та практичних рекомендацій

щодо вдосконалення шляхів розвитку цієї співпраці, враховуючи досвід сусідніх держав Європейського Союзу.

Результати дослідження.

За останні десятиліття роль туристичної індустрії значно зросла, адже сьогодні туризм є не лише способом відпочинку, а й одним із найвагоміших джерел поповнення бюджетів регіонів. Туристична сфера для багатьох держав уже давно стала однією зі стратегічних галузей національної економіки. З розвитком галузі туризму одночасно сформувались і нові перспективні форми туризму, однією з яких є сільський зелений туризм, що відкриває значні можливості для вирішення низки еколого-економічних проблем сільських територій.

Враховання специфіки сільського зеленого туризму займає важливе місце у розвитку транскордонного співробітництва, адже в наш час туристичний та рекреаційний потенціали є вагомими елементами, які дозволяють успішно розвиватися прикордонним регіонам. А вирішення проблем використання туристично-рекреаційного потенціалу з урахуванням можливостей транскордонного співробітництва є актуальним питанням сьогодення.

Транскордонна співпраця – особлива сфера зовнішньоекономічної діяльності, яка відіграє важливу роль у міжнародних соціо-еколого-економічних відносинах. Це один з інструментів реалізації євроінтеграційної політики України. Головна мета транскордонного співробітництва – усунення політичних і адміністративних бар'єрів між сусідніми народами, подолання стереотипів і упереджень, формування спільних органів і суб'єктів господарювання (створення господарської, соціальної і культурної інфраструктури), покращення умов життя населення [1, с. 14].




Більшість прикордонних територій у європейських країнах є не такими розвиненими, як центральні, саме тому Європейський Союз спрямовує свою регіональну політику на усунення диспропорцій щодо розвитку регіонів та підвищення життєвого рівня населення. Для України ця ситуація виглядає дещо по-іншому з огляду на те, що в минулому західні прикордонні території держави розвивалися зі специфікою периферійності, а всі інші території – як внутрішні регіони. Поява державного кордону на цих землях внесла суттєві корективи у життєдіяльність населення. Тому основними цілями, яких необхідно дотримуватися у розвитку регіональної еколого-економічної політики у сфері транскордонного співробітництва, є нівелювання наявності кордону, використання нових можливостей щодо вирішення проблем територіального розвитку прикордонних регіонів та забезпечення зростання життєвого рівня населення цих регіонів.

Сільський зелений туризм в Україні сьогодні перебуває на стадії становлення. Системного характеру розвиток сфери туристичних послуг у сільській місцевості починає набувати з кінця ХХ століття. Відпочинок у мальовничих селах за рахунок використання наявного приватного житлового фонду гостинних господарів позитивно впливає не тільки на здоров'я відпочивальників, але і на довкілля та економіку регіонів України, розширення сфери зайнятості сільських жителів та можливість реалізації на місці екологічно чистої продукції особистого селянського господарства [2, с. 87].

Провідну роль у функціонуванні та розвитку сільського зеленого туризму в Україні відіграє Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Правлінням організації затверджено важливу програму Добровільної категоризації «Українська гостинна садиба» у сфері сільського зеленого туризму. Метою цієї програми є поступовий розвиток сільських гостинних садиб, значне підвищення

якості обслуговування туристів, надання послуг розміщення та сприяння розвитку українських сіл.

Знак «Українська гостинна садиба» містить словосполучення двома мовами: українською – «Українська гостинна садиба» та англійською – «*Ukrainian Guest House*» та зображення хатинки українського села. Під хатиною розміщена певна кількість квіток мальви – від однієї до трьох [3, с. 28]. Кількість квіток визначає категорію садиби:

- базова (найнижча) – немає жодної квітки;
- перша – наявність однієї квітки 
- друга – наявність двох квіток 
- третя – наявність трьох квіток 

Такий знак повідомляє потенційних споживачів про відповідну якість умов проживання та рівень отримання послуг. Термін його дії, підтверджений відповідним сертифікатом, становить три роки. Категоризація гостинних садиб здійснюється на підставі поданої власником оселі заяви [3, с. 28].

Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні у межах проведення XIV Міжнародної агропромислової виставки «АГРОФОРУМ-2017», що відбулася 8 листопада 2017 року, був проведений семінар із питань ознайомлення з основами надання послуг гостинності власниками особистих селянських та фермерських господарств. Учасники семінару зійшлися на думці, що для успішного розвитку сільського туризму в Україні необхідна системна загальнодержавна політика. Вдосконалюючи та підтримуючи цю сферу, варто взяти до уваги кращий досвід країн Європейського Союзу, що може стати у нагоді саме для нас. Для України найбільш ефективним та доступним є використання досвіду країн-сусідів: Польщі, Словаччини, Угорщини та Румунії.

Серед країн близького зарубіжжя для України корисним є досвід, набутий Польщею. Становлення сільського зеленого туризму у Польщі почалося з 90-х років минулого століття. За даними Всесвітньої туристичної організації, з 1997 року Польща посідає 5–7 місця серед країн Європи, які найчастіше відвідують туристи. Польське законодавство сприяє розвитку сільського зеленого туризму. Воно розмежовує основні поняття та головні принципи ведення цієї сфери відпочинку від іншого виду туристичних послуг у сільській місцевості, які законом віднесені до підприємницької діяльності [4, с. 32]. Прибутки селянських господарств звільняються від оподаткування. Також не оподатковуються доходи, отримані шляхом надання послуг ночівлі для туристів за таких умов: житловий будинок з кімнатами, які здаються, належить до селянського господарства; вільні кімнати здаються лише туристам, а не іншим особам чи сезонним працівникам; кімнати для прийому туристів знаходяться тільки у житловому будинку господарів, а не в будь-якій іншій пристосованій для туристів будівлі; господарі здають туристам не більше п'яти кімнат [5, с. 148].

Цей досвід був би досить корисним і для України, яка володіє великим житловим фондом, що активно задіяний у сільському господарстві. Відсутність податку на додану вартість та звільнення доходів від оподаткування стали б одними з основних стимулюючих чинників для заохочення українських селян активно діяти у напрямі розвитку сільського зеленого туризму, облаштування та модернізації власних садиб, розширення спектру сільськогосподарської діяльності (вирощування більшої кількості екологічно чистої продукції, створення оригінальних туристичних послуг) тощо.

Законодавство сусідньої Угорщини відносить сільський зелений туризм до сфери особистого селянського господарства, формуєчи пільгові податкові інструмен-

ти його ведення. Поєднання сільського зеленого туризму з національними традиціями конярства є туристичною «родзинкою» Угорщини. Варто зазначити, що сільський зелений туризм у цій країні останнім часом розвивається дуже швидкими темпами. На заході Угорщини відкрито два нових готелі: один із них знаходиться в окрузі Залу під назвою «*Kolping Hotel y Alsopahok*», а інший розташований неподалік від кордону Австрії – це «*Club Dombogomajor y Cserszegtomaj*». Готельний комплекс «*Kolping*» складається із восьми будинків, обставлених натуральними меблями із сосни, у всіх будинках є глиняні печі (*kemence*), що формою нагадують копу сина. По-сучасному обладнані лише ванна кімната. Найбільшою популярністю серед туристів користуються такі території, як: південно-західна область Ваш, східна область Сольнок (район річки Тиса) та славнозвісний Хортобадський степ [4, с. 34].

У Румунії інтереси господарів садиб представлені національною асоціацією сільського, екологічного і культурного туризму (*ANTREC*), яка була створена у 1994 році. До складу організації входять 30 філій та 3500 членів, які є власниками садиб та ферм у 900 селах. Майже 20 тисяч кімнат для відпочинку пропонують туристам у цій країні. Система стандартів якості місць розміщення складається з п'яти рівнів, а сертифікація сільських садиб була проведена Національним агентством з туризму і охопила всі садиби цієї організації [5, с. 151]. Сільський зелений туризм у Румунії розвивається передусім на гірській території Південних Карпат і зорієнтований на такі самі переваги, як і в Україні. Серед цих переваг слід відзначити багаті етнокультурні народні традиції та збереження природного середовища. Туристи цікавляться народними звичаями та обрядами, знайомляться з традиційними ремеслами цього краю, своєю красою їх зачаровують гірські замки та унікальна народна архітектура. Велика кількість приїжджих зупиняється на гірськолижних курортах, багатьох із них приваблює вівчарство на природно-заповідних карпатських полонинах.

Беручи до уваги досвід сусідніх європейських країн, варто сказати, що для України пріоритетним напрямом транскордонної еколого-економічної співпраці має стати ефективне використання наявного рекреаційного потенціалу, а основними інструментами – розроблення екологічних програм та програм обміну науковцями та кваліфікованими кадрами. Активніше використання структурних фондів Європейського Союзу та приєднання до різноманітних програм транскордонного еколого-економічного співробітництва в перспективі дозволять здійснити моніторинг курортно-рекреаційних територій, дослідження та відновлення історичної і культурної спадщини, прокладання нових екскурсійних маршрутів та забезпечення сталого розвитку у сфері сільського зеленого туризму.

До актуальних еколого-економічних проблем туристичної галузі України сьогодні можна віднести:

- неефективне використання туристично-рекреаційних можливостей та низький рівень розвитку туристичної та рекреаційної інфраструктури;
- нерациональне використання об'єктів природо-заповідного фонду, загрозу знищення унікальних санаторно-курортних ресурсів;
- неналежний стан, а подекуди взагалі відсутність впорядкованих туристичних маршрутів (брак обладнаних місць короткочасного відпочинку, гірських туристичних притулків, недостатня кількість шляхів (пішохідних, велосипедних, водних тощо) для активного туризму);
- недостатню забезпеченість туристичною інформацією як для туристів, так і для підприємств, що надають послуги у сфері туризму (картами, інформаційно-довідковою продукцією тощо), слабкий рівень забезпечення

візуальною туристичною інформацією, дорожніми вказівниками і туристично-інформаційними знаками;

- незадовільний стан пам'яток історичної та архітектурної спадщини;
- поганий стан доріг та під'їздів до об'єктів туристичної та курортної сфери, недостатнє використання транспорту для перевезення туристів;
- низький рівень методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки з боку держави суб'єктів туристичної діяльності;
- недостатнє забезпечення професійними кадрами галузі туризму;
- неефективну діяльність відповідних структур щодо забезпечення екологічної безпеки територій для розвитку рекреаційного бізнесу;
- слабку взаємодію місцевих органів влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення розвитку туризму і рекреації.

Наявні проблеми диктують необхідність створення та впровадження ефективної державної політики щодо розвитку сфери туризму, зокрема і сільського зеленого.

Для розвитку транскордонного еколого-економічного співробітництва України із сусідніми державами Європейського Союзу у сфері сільського зеленого туризму потрібно вирішити низку невідкладних заходів:

1. На законодавчому рівні затвердити організаційні умови надання послуг у сфері сільського зеленого туризму. Законодавчо закріпити визначення базових положень і термінів (аграрний туризм, сільський туризм, сільський зелений туризм, зелений туризм, агрооселя).
2. Створити і впровадити систему пільгового довгострокового кредитування для сільського населення та забезпечити закріплення певних пільг та преференцій (сплата податків, оплата комунальних послуг тощо) для власників гостинних садиб.
3. Сформувати пропозиції щодо елементів фірмового та етнічного стилів для ідентифікації українського сільського зеленого туризму.
4. Створити інформаційні засоби та технології з даними щодо клієнтської бази. Інформувати клієнтів про нові пропозиції на ринку послуг. Забезпечити регулярний обмін інформацією між клієнтами і турагенствами.
5. Налагодити тісну співпрацю з міжнародними та вітчизняними фондами. Ефективно використовувати грантову та фінансову допомогу. Брати участь у міжнародних програмах розвитку сільського зеленого туризму.
6. Підвищити ефективність використання транзитного потенціалу у західних областях України шляхом будівництва нових і реконструкції чинних пунктів пропуску, модернізувати залізничні колії, швидкісні та об'їзні дороги.
7. Активізувати місцеві органи влади щодо підтримки сільського зеленого туризму, адже сільський зелений туризм – це додаткові гроші в розвиток інфраструктури районів та областей України.
8. Проводити навчальні семінари, тренінги та забезпечувати ці заходи якісним навчальним матеріалом, організувати поїздки та екскурсії у найкращі садиби прикордонних територій. Створити та розвивати нові спільні культурні транскордонні маршрути.
9. Створити інформаційне забезпечення (реклама, друкування брошур про туристичний потенціал транскордонного регіону та його окремих районів, адреси гостинних осель) та сертифікацію садиб.
10. Створити високоякісну освітню програму для працівників туристичної галузі, налагодити випуск туристичних довідників. Брати активну участь у міжнародних ярмарках та виставках.

11. З метою якісного наукового супроводу інституційного забезпечення туристичної галузі в межах виконання державних наукових тем із транскордонного еколого-економічного співробітництва залучати профільні навчальні заклади та державні науково-дослідні установи.

Реалізація відповідних заходів дає змогу отримати необхідні знання у сфері сільського зеленого туризму всім тим, хто вже розпочав свою справу або має бажання та можливості її розпочати. Сільські садиби у фірмовому та етнічному українському стилях – це додатковий потік іноземних туристів, а отже, і значні доходи для власників сільських осель та їх родин. Це і зростання туристичного іміджу України на міжнародному рівні.

Висновки. Транскордонне співробітництво позитивно впливає на розвиток сільського зеленого туризму. Сьогодні сільський зелений туризм визначений одним із пріоритетних напрямів туристичної індустрії країн Європейського Союзу загалом, який динамічно розвивається. Розвиток транскордонної еколого-економічної співпраці у сфері сільського зеленого туризму між Україною та сусідніми державами Європейського Союзу повинен ґрунтуватися на взаємоповазі, взаємодопомозі та партнерських відносинах і враховувати наявні громадські позиції, на основі яких повинні надалі розвиватися, вдосконалюватися та зміцнюватися дружні міжнародні відносини.

Список використаних джерел:

1. Біланюк О.П. Сучасний стан та перспективи розвитку сфери туризму в україно-польському транскордонному регіоні / О.П. Біланюк // Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. Вип. 43. Ч. 2. С. 14–19.
2. Сердюкова О.М. Сутність сільського зеленого туризму / О.М. Сердюкова // Економіка та держава № 3. 2014. С. 87–90. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2014_3_22.
3. Власенко І.В. Стан підприємництва у сфері сільського зеленого туризму в Україні та закордоном / І.В. Власенко // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Ґжицького. Серія: Економічні науки. 2017. Т. 19, № 76. С. 26–30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/smlnues_2017_19_76_7.
4. Осипова М. Світовий досвід організації сільського туризму: метод. посіб. Вип. 1 / М. Осипова. Одеса: Центр розвитку та правової підтримки села, 2009. 56 с.
5. Ісаєнко В.М. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь): навч. посібник / В.М. Ісаєнко, К.Д. Ніколаєв, К.О. Бабікова, Г.О. Білявський, І.Г. Смирнов. К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2014. 295 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА УКРАИНЫ И ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА

Аннотация. В статье рассмотрены эколого-экономические проблемы трансграничного сотрудничества Украины с соседними государствами Европейского Союза в сфере сельского зеленого туризма. Раскрыта сущность трансграничного сотрудничества. Выявлены проблемные аспекты развития сельского зеленого туризма в трансграничном регионе. Разработаны эколого-экономические мероприятия, направленные на совершенствование трансграничного сотрудничества в сфере сельского зеленого туризма. Обращено внимание на необходимость использования лучшего опыта стран-соседей из ближнего зарубежья для успешного развития этой сферы.

Ключевые слова: трансграничное сотрудничество, сельский зеленый туризм, приграничные территории, сельская усадьба, государства Европейского Союза.

CURRENT ECOLOGICAL AND ECONOMIC PROBLEMS OF CROSS-BORDER COOPERATION OF UKRAINE AND THE EUROPEAN UNION IN THE FIELD OF RURAL GREEN TOURISM

Summary. The article considers ecological-economic problems of cross-border cooperation of Ukraine with the neighboring countries of the European Union in the field of rural green tourism. The paper explores the essence of the cross-border cooperation. It reveals problematic aspects of development of rural green tourism in the transboundary region. It develops ecological-economic measures aimed at improving cross-border cooperation in the field of rural green tourism. It also underlines the necessity of using the best experience of the closest neighboring countries for the successful development of this sphere.

Key words: cross-border cooperation, rural green tourism, border territories, country estate, states of the European Union.

Дудяк Р. П.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму
Львівського державного аграрного університету
Гошко О. Й.
викладач кафедри управління
та організаційного розвитку
Українського католицького університету

Dudiak R. P.
PhD in Economic Sciences, Associate Professor,
Department of Tourism
Lviv State Agrarian University
Hoshko O. Y.
Teacher of the Department of Management
and Organizational Development
Ukrainian Catholic University

ПРОГНОЗНІ ТРЕНДИ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Анотація. У статті наведено прогностичні тренди розвитку туризму, що притаманні йому на світовому рівні в умовах глобалізації, основними з яких є зростання туристичних потоків, підвищення вимог до якості надаваних послуг та зміни у спрямованості туристичних послуг, зростання різноманітності туристичних продуктів, використання сучасних інформаційних технологій під час надання туристичних послуг.

Ключові слова: туризм, тренди розвитку, глобалізація, туристичні послуги.

Вступ та постановка проблеми. За останні роки у світі відбулися суттєві зміни у розвитку туризму і в основних тенденціях на туристичному ринку. XX століття принесло найбільші зміни в історії людства, пов'язані з розвитком цивілізації – збільшенням достатку та обізнаності суспільства, зміною способу життя та умов праці, розвитком транспортних засобів, зміною способів та мотивації проведення вільного часу. Туризм є «феноменом нашого часу», оскільки за короткий період він став:

- активним чинником соціально-економічного розвитку;
- сталим елементом у переліку потреб сучасної людини та її сім'ї;
- динамічною сферою економіки з постійною тенденцією до зростання з боку як попиту, так і пропозиції;
- стимулом для зростання інших сфер діяльності, пов'язаних із наданням туристичних послуг та активізацією міст і цілих регіонів;
- постійною складовою частиною державної політики та міжнародного співробітництва.

Туристична галузь і зараз дуже динамічно розвивається. Ці зміни напряму зв'язані з поведінкою користувачів туристичних послуг. Особливо яскраво відображені ці зміни у формуванні попиту і пропозиції, оскільки спостерігається зацікавлення активними формами пізнання світу. Зацікавлення у відпочинку за відомою формулою трьох «S» (sun, sea, sand – сонце, море, пісок) падає, зростає цікавість до активних форм проведення вільного часу.

Відбувається поступовий перехід від масового до індивідуального туризму, для якого характерні різноманітні та специфічні потреби, які викликані необхідністю підтримувати фізичний та психічний стан, практикувати хобі та відчуті сильні враження. Масові терористичні акти спричинили зміни у виборі туристичних маршрутів. Спостерігається також зростання важливості такого фактора, як власна безпека і хороше самопочуття під час подорожі.

Зростає також потреба в інших різновидах кваліфікованого та спеціалізованого туризму.

Зростає значення екології, і ця тенденція спричиняє зацікавлення туризмом у сільських та лісових районах. Сільський туризм та агротуризм стають все більш популярними як серед турсервісів, так і серед туристів, а екотуризм вже сьогодні стає основною індустрією туризму в Європі та світі.

Зростає попит на туризм у вихідні та спостерігається подальше зростання кількості ділових поїздок та програмного туризму. Водночас європейський туристичний ринок генерує найбільшу кількість туристів, саме тому тенденції та мотивації цієї категорії туристів є визначальним чинником у розвитку вітчизняних туристичних послуг.

Усі ці зміни суттєво впливають на попит та пропозицію на ринку туристичних послуг.

Прогноз глобальних змін у поведінці потенційних споживачів на ринку туристичних продуктів дасть можливість створити нові моделі співпраці та нові туристичні пропозиції, які користуватимуться попитом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сучасних умов здійснення туристичної діяльності, управління нею присвятили свої наукові праці такі вчені, як М.Г. Бойко [1], С.В. Мельниченко [2], Г.І. Михайличенко [3], Т.І. Ткаченко [4], Л.М. Шульгіна [5] та ін. Їхні праці стали вагомим внеском у теорію менеджменту туризму. Більшість робіт присвячена дослідженню проблем управління туристичною галуззю, туристичними підприємствами. Проте кількість публікацій з визначення основних тенденцій, що склалися в сучасних умовах, обмежена. Це пов'язано з їх мінливістю, яка зумовлюється змінами в уподобаннях споживачів туристичних послуг, проявами економічних кризових явищ, перебігом політичних процесів, що пояснює актуальність і об'єктивну необхідність виявлення наявних тенденцій розвитку туризму та розроблення пропозицій щодо інформаційної підтримки туристичних підприємств відповідно до їх перебігу.

Врахування основних прогнозів щодо змін у туристичній галузі сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємств, які надають туристичні послуги.

Мета статті – розглянути прогнозні тренди, які можуть вплинути на розвиток ринку туристичних послуг на найближчі роки. Це дасть можливість заздалегідь визначити необхідність створення нових туристичних продуктів та окреслити основні кроки змін для підприємств туристичної галузі.

Результати дослідження. За результатами звіту Європейської комісії з туризму розглянено прогнозні тренди, які слід враховувати під час створення пропозиції на ринку туристичних послуг. Встановлені тренди сприятимуть побудові якісних маркетингових стратегій та ефективним маркетинговим комунікаціям з обраними сегментами клієнтів.

На розвиток туристичної сфери суттєво впливають глобальні демографічні фактори, зокрема такий як старіння населення.

Старіння суспільства приводить до того, що в отриманні туристичних послуг будуть зацікавлені заможні споживачі старшого покоління. Це вимоглива група клієнтів, яка має вдосталь часу на подорожі, багато подорожує і подорожуватиме надалі. Слід зауважити, що це категорія клієнтів, яка вимагає високої якості сервісу та комплексу послуг. Найбільше зацікавлення цієї категорії користувачів туристичних послуг викликати оздоровчий туризм. Очікується, що до 2020 року 20% населення буде віком понад 65 років. Підвищення очікуваної тривалості життя та збільшення заможності цієї вікової групи матиме величезний вплив на формування попиту та пропозиції у туристичній сфері.

Суттєвий вплив на ринку туристичних послуг має сегмент споживачів віком 50–65 років. Це категорія осіб, які вільні від сімейних обов'язків і досить заможні та які шукають нових розваг і вражень.

Все більше значення туристи приділяють безпеці пересування та безпеці перебування. Вважається, що важливість цього фактора в умовах глобальної терористичної загрози ставатиме більшою. Спостереження показують, що найбільші терористичні акти суттєво впливають на кількість глобальних подорожей. Однак турбота про безпеку приводить до вибору більш близьких і доступних маршрутів. Тому безпека стає одним з основних чинників у процесі вибору маршруту подорожі. Безпека пересування вимагатиме додаткових пропозицій з боку туроператорів, таких як якісні послуги зі страхування.

Спостерігатиметься і надалі тенденція до скорочення часу, виділеного на відпочинок. В умовах невизначеності та змін на ринку праці і нових тенденцій (віддалена робота, інша модель відносин із працівниками) люди працюють більше, з меншим рівнем стабільності роботи, ніж раніше. Вони використовують короткі канікули, вибираючи маршрути з коротким часом доїзду/дольоту. Ця категорія споживачів туристичних послуг готова витратити більше грошей. Вони шукають місця, де могли б уникнути стресу. Розвиток економіки та технологій підсилить цю тенденцію. Тож очікується збільшення попиту на короткі, скомплектовані поїздки, що містять максимум розваг за короткий час і орієнтовані на потреби користувача.

Водночас зростають витрати на підвищення «рівня згадуваності» (на кілька відсотків). Це спричинено тим, що клієнти хочуть пережити особливий, неповторний досвід. Для цих груп користувачів туристичних послуг вже створені так звані пригодницькі тури: висококатегорійні туристські походи, кругосвітні подорожі на теплоході, африканське сафарі, полювання на верблюдах (Йемен,

Єгипет) і мотонартах (Фінляндія), підкорення гірських вершин, підводне полювання і різні експедиції.

Вважається, що цей сегмент клієнтів надалі суттєво зростатиме, тож варто розглядати різні можливості короткотривалих атрактивних програм для цієї категорії клієнтів.

Зростає рівень зацікавлення до туристичних програм, які є короткотривалими (наприклад, тури вихідного дня). Сюди можна віднести подорожі у святкові дні з розважально-пізнавальною програмою та пізнавальні маршрутні тури, а саме відвідування декількох міст і центрів пам'яток, побудоване у вигляді маршруту подорожі.

Водночас зростає усвідомлення необхідності здорового способу життя, і у зв'язку з цим збільшується попит на послуги, пов'язані з біологічним відновленням організму (створюється мода на спа-відпочинок, фабрики краси).

Модним стає активне проведення часу: спостерігається відмова від наявних споживчих звичок. Відвідувачі відмовляються від пасивних продуктів (наприклад, один тиждень залишатися в одному місці без додаткових атракцій), а вибирають ті, які забезпечують певні активності або зосереджуються лише на активному проведенні часу.

Зростає рівень усвідомлення того, що запобігання хворобам – це краще, ніж лікування, і тому зростає зацікавлення до оздоровлюючих подорожей. Цей тренд пов'язаний зі збільшенням кількості стресів в повсякденному житті та прагненням запобігти стресу. Сьогодні туристична галузь пропонує заняття спортом як засіб психологічної розрядки і підвищення життєвої активності. Зараз є тури, що дають змогу займатися у період відпустки такими видами спорту, якими більшість людей не мають можливості займатися регулярно впродовж року. Це гірські лижі, теніс, гольф, планерний спорт, кінний, вітрильний спорт, серфінг, віндсерфінг, підводне плавання, сплав на байдарках і катамаранах тощо. Проте з появою нових методів запобігання стресу появлятимуться нові програми, які включатимуть оздоровчі процедури з оздоровчими видами спорту. Водночас існує потреба в освітніх програмах, які дозволять отримати нові знання під час відпочинку. Сьогодні пропонують такі послуги, як вивчення іноземних мов і розмовна практика, що передбачають щоденні заняття, а також інші види рекреаційних занять. Сюди входять навчання різних видів спорту і професійні програми навчання (менеджмент, економіка та ін.). Невелику групу становлять повчальні тури за інтересаи (кулінарія, астрономія та ін.). Враховуючи цей тренд, варто розглянути нові різновиди таких послуг і створити відповідну пропозицію.

Під час вибору туристичного маршруту все більшу роль відіграє орієнтація на отримання нових знань, отримання нового досвіду та пережиття сильних емоцій. Збільшується роль емоційних асоціацій, клієнт очікує отримати особливий вид досвіду. Найшвидше у світі розвивається попит на продукти природної та культурної спадщини (natural & cultural heritage).

Мотиви задоволення цікавості і підвищення культурного рівня користувачів туристичних послуг вирішуються в основному через пізнавальні тури по знаменитих містах, столицях, історичних і культурних центрах; у театральних тирах по знаменитих оперних залах, концертах і балетах; у літературних тирах по місцях дії відомих літературних творів та ін.

Прогнозується подальше зростання попиту на специфічні туристичні продукти, які містять елементи мистецтва, культури та історії. Тож відповідно зросте потреба в кращій і більш креативній передачі інформації, історичній інтерпретації та етнічному наближенні туристичної пропозиції до потенційного споживача.

У зв'язку з тим, що домогосподарства стають щоразу меншими, збільшується мобільність та зростає рівень освіченості користувачів туристичних послуг. Збільшується сегмент людей, які шукають нетривіальні пропозиції, що дозволяють їм задовольнити свою цікавість та отримати можливість зайнятися улюбленою справою. Вищий рівень освіти населення збільшуватиме бажання до подорожей та відкриття нових атракцій. Акцент на задоволення власних захоплень та зацікавлень зумовлює швидкий розвиток нішевого туризму, який пропонує туристичний продукт, адаптований до специфічних захоплень чи потреб (гольф-туризм, риболовля, санаторно-курортний туризм, спа-центри релаксації та відпочинку, ознайомлення з історико-культурною спадщиною). Особливий акцент робиться на «цінності за гроші», а саме «хороша ціна за хороший товар».

Надалі зростатиме значення Інтернету та його використання для отримання інформації, а також придбання туристичних послуг. Все частіше подорожі плануються індивідуально, без туристичних агентств. Цьому сприяє набагато кращий доступ до інформації і простота самостійного комплектування пакетів послуг, знижки на авіаквитки і зміни в схемах продажу та бажання втекти від організованих групових виїздів, які не дають достатньої інтимності та конфіденційності. У зв'язку з цим появляється тенденція до безпосереднього резервування поїздок, зокрема через веб-сайт, розвитку способів самостійного бронювання квитків і розміщення в готелі: все більше поїздок зарезервовано через Інтернет, який, таким чином, стає найважливішим джерелом інформації про туристичну пропозицію.

Зростання рівня використання туристами інформаційних та комунікаційних інструментів дає важливу інформацію для туристичної галузі щодо використання цих технік для маркетингових комунікацій та промоції.

Усвідомлення необхідності охорони навколишнього середовища буде продовжувати зростати. Це приводить до збільшення попиту на місця, де збалансований розвиток, у яких природа та місцеві жителі відіграють особливу роль у забезпеченні гостинності. Туристи будуть віддавати перевагу місцям, де місцеві мешканці охоче приймають їх, пропонують теплий прийом та домашні страви, приготувані згідно з місцевими традиціями, надають цікаву інформацію, пов'язану з історією та життям місцевої громади.

Демографія, частота та час проїзду, якість вимог до обслуговування, способи надання інформації та бронювання, витрати – ці та інші чинники повинні враховуватися під час планування розвитку інфраструктури та туристичних послуг.

Висновки. В Україні останнім часом кількість іноземних туристів зросла на 8%. Наприклад, за даними адміністрації Держприкордонслужби, за перше півріччя 2017 року до України в'їхало 6,3 млн туристів, тоді як за аналогічний період минулого року – всього 5,8 млн. В'їзний туризм значно сприяє розвитку економіки. У багатьох країнах він займає вагомому частину національного ВВП і становить близько 10%. Один із головних плюсів України – в тому, що її туристичні напрями неймовірно різноманітні: тут є гори, моря, різні санаторії, замки і пам'ятники архітектури. Ба більше, сьогодні практично у всіх областях, навіть там, де немає гір і моря, почали з'являтися нові туристичні продукти, такі, наприклад, як промисловий туризм на Сході України.

Проте для активно розвитку туризму потрібно врахувати всі тренди, які змінюють мотивацію і поведінкові мотиви користувачів туристичних послуг.

Ця інформація має стимулювати фірми, які надають туристичні послуги, внести зміни в наявні бізнес-моделі та розроблення нових послуг, налагодити відповідні до ключових категорій клієнтів канали комунікації, створити за допомогою технологій пропозиції, які дають можливість враховувати індивідуальні потреби туристів.

Список використаних джерел:

1. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі / М.Г. Бойко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 524 с.
2. Мельниченко С.В. Брендинг у туристичному бізнесі: теоретичні аспекти / С.В. Мельниченко, О.Г. Авдан / Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку: монографія / Під ред. д.е.н., проф. Кизима М.О., к.е.н, проф. Єрмаченка В.Є. Х.: ВД «ІнЖЕК», 2012. С. 211–224.
3. Михайличенко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г.І. Михайличенко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
4. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
5. Шульгіна Л.М. Маркетингове управління туристичними підприємствами: монографія / Л.М. Шульгіна, М.Л. Ткешелашвілі. К.-Тернопіль: ТОВ «Видавництво Астон», 2011. 296 с.

ПРОГНОЗНЫЕ ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Аннотация. В статье представлены прогнозные тенденции развития туризма на мировом уровне в условиях глобализации, основными из которых являются увеличение туристических потоков, повышение требований к качеству и изменения в направленности туристических услуг, рост разнообразия туристических продуктов, использование современных информационных технологий при предоставлении туристических услуг.

Ключевые слова: туризм, тренды развития, глобализация, туристические услуги.

FORECAST TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Summary. The article presents the forecast trends of tourism development at the world level under conditions of globalisation, the main of which are an increase of tourist flows, increase of requirements to quality, and changes in orientation of tourist services, growth of a diversity of tourist products, and use of modern information technologies when providing tourist services.

Key words: tourism, trends of development, globalisation, tourist services

НОТАТКИ

Науковий журнал

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**Серія
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ
ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО**

Випуск 18

Частина 1

Коректура • *авторська*

Комп'ютерна верстка • *Удовиченко В. О.*

*Засновник видання – Факультет міжнародних економічних відносин
Ужгородського національного університету*

Заснований у 2014 році. Виходить 6 разів на рік.

Адреса редакції:

88000, Україна, м. Ужгород, вул. Університетська 14, каб. 510

Факультет міжнародних економічних відносин,

Ужгородський національний університет

Телефон редакції: +38 (097) 085 34 95

Електронна пошта редакції: editor@visnyk-econom.uzhnu.uz.ua

Сторінка наукового журналу: www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua

Формат 64x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 19,30.

Підписано до друку 26.03.2018 р. Замов. № 0618/50. Наклад 100 прим.

Видавець: Видавничий дім «Гельветика»

м. Херсон, вул. Паровозна 46-а

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 4392 від 20.08.2012 р.