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

НАУКОВИЙ ВІСНИК УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

Випуск 27

Частина 1

Ужгород-2019

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор: **Пойда-Носик Ніна Никифорівна** – *кандидат економічних наук, професор, професор кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Відповідальний секретар: **Дроздовський Ярослав Петрович** – *кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Члени редколегії:

Брензович Катерина Степанівна – *кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Верхоглядова Наталія Ігорівна – *доктор економічних наук, професор, академік АЕН України, директор навчально-наукового інституту менеджменту, економіки та фінансів ПрАТ ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»*

Газуда Михайло Васильович – *доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки і підприємництва ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Король Марина Михайлівна – *кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Кушнір Наталія Олексіївна – *кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету*

Лещук Галина Василівна – *доктор економічних наук, доцент, професор кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*

Палінчак Микола Михайлович – *доктор політичних наук, професор, декан факультету міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Приходько Володимир Панасович – *доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Слава Світлана Степанівна – *кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Химинець Василь Васильович – *доктор економічних наук, завідувач відділу досліджень Західного регіону в місті Ужгороді центру регіональних досліджень Національного інституту стратегічних досліджень*

Цалан Мирослава Іванівна – *кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Гайек О. – *доктор економічних наук, професор факультету управління та економічних досліджень, Вища школа Ягеллонська в м. Торун (Чехія)*

Ліпкова Л. – *доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Братиславського економічного університету (Словаччина)*

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 № 8 від 17 вересня 2019 року.

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

ISSN 2413-9971

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2019
© Колектив авторів, 2019

ЗМІСТ

Matthnai Ekouaghe
FORMATION OF A MANAGEMENT SYSTEM FOR A TOURISM ENTERPRISE
BASED ON THE USE OF INNOVATIVE MARKETING TECHNOLOGIES.....**7**

Алілуйко М. С., Сопіга В. Б.
РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ТЕРНОПІЛЬЩИНИ.....**14**

Бондаренко С. М.
ВИКОРИСТАННЯ ПОКАЗНИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФЕШН-ВИРОБУ
ПІД ЧАС ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ МОДИ.....**20**

Буднік О. М.
КООПЕРАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК БАЗИС СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....**24**

Гєєнко М. М., Пугач Ю. В.
НА ШЛЯХУ ДО САМОСТІЙНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ:
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД, ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ.....**29**

Голінач Л. І.
ЕВОЛЮЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....**34**

Гросул В. А., Чатченко О. Є.
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОНОВЛЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ
ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....**39**

Даценко Г. В.
ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ
У ПІДВИЩЕННІ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....**44**

Добровольська О. В., Землякова І. С.
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ
В УКРАЇНІ У ПРОЦЕСІ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ.....**49**

Завгородній А. В.
ПОКАЗНИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК
ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ.....**53**

Іванов В. В., Залізко В. Д.
ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ ЗМІЦНЕННЯ МИТНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ:
ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....**58**

Когут Ю. М.
ОСОБЛИВОСТІ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ.....**62**

Konstantinova Maria, Bychkova Nataliya
METHODS OF ASSESSING THE COUNTRY'S INVESTMENT ATTRACTIVENESS.....**66**

Косов А. С.
ДО ПИТАННЯ ПРО МЕТОДИКУ ПРОГНОЗУВАННЯ
СЕРЕДНЬОСТРОКОВОЇ ЛІКВІДНОСТІ В БАНКУ.....**73**

Коцеруба Н. В.
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ
ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....**78**

Крамаренко К. М., Муратова О. С.
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....**84**

Крижанівська М. В., Малахова Ю. А.
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПЕРЕВЕЗЕНЬ.....**88**

Личковська М. Р., Меджидова В. О.
ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ
ІННОВАЦІЙНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ ПРАЦІ І ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ.....**93**

Лукашова Л. В.
ТЕОРІЇ ТА МОДЕЛІ ФАСИЛІТАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....**99**

Любчик К. Л.
МЕДІА-ПЛАТФОРМИ ЯК НОВИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ.....**106**

Майборода Ю. О.
ФАКТОРИ ГЛОБАЛЬНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ЛІДЕРСТВА США.....**111**

Мельник Л. В.
ІНСТИТУЦІЙНИЙ ТА РЕГУЛЯТОРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ
ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....**116**

Ковальский А.
ЩОДО ДЕФІНІЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ КОМУНАЛЬНОЇ СФЕРИ.....**121**

Романчукевич В. В.
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....**123**

Гончар В. І.
МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНЦЕНТРАЦІЇ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....**128**

Окаянюк К.М.
ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПОДОЛАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ОБМЕЖЕНЬ.....**135**

Січний С.Б.
ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВАМИ
ПРИ БУДІВНИЦТВІ ОБ'ЄКТІВ ДЛЯ ДЕРЖАВНОГО ЗАМОВНИКА.....**139**

CONTENTS

Matthnai Ekouaghe
FORMATION OF A MANAGEMENT SYSTEM FOR A TOURISM ENTERPRISE BASED ON THE USE OF INNOVATIVE MARKETING TECHNOLOGIES.....7

Aliluiko Maria, Sopiha Viktor
REALITIES AND PROSPECTS OF THE HOTEL INDUSTRY DEVELOPMENT IN TERNOPIL REGION.....14

Bondarenko Svitlana
USAGE OF FASHION PRODUCT COMPETITIVENESS INDICATOR IN DECISION-MAKING MANAGEMENT IN THE FASHION INDUSTRY.....20

Budnik Olga
COOPERATIVE MARKETING AS A BASIS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES MODERN DEVELOPMENT.....24

Heyenko Mykhaylo, Puhach Yurii
ON THE WAY TO INDEPENDENT REGIONAL DEVELOPMENT: INTERNATIONAL EXPERIENCE, THREATS AND OPPORTUNITIES FOR UKRAINE.....29

Holinach Liudmyla
EVOLUTION OF CORPORATE ACCOUNTING OF ENTERPRISES.....34

Grosul Victoria, Chatchenko Olga
INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF UPDATING THE BUSINESS MODEL OF THE RESTAURANT ECONOMY.....39

Datsenko Hanna
THE FINANCIAL CONTROL MECHANISM FORMATION IN IMPROVING THE SECURITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....44

Dobrovolska Elena, Zemlyakova Inna
FEATURES OF INTERCONNECT POLICY OF COMMERCIAL BANKS IN UKRAINE IN THE PERFORMANCE OF DEPOSIT OPERATIONS.....49

Zavhorodnii Andrii
INDICATORS OF INVESTMENT ACTIVITY OF AIC COMPANIES IN THE BLACK SEA REGION.....53

Ivanov Valentin, Zalizko Vasyl
THE INNOVATIVE PRINCIPLES OF THE UKRAINE CUSTOMS SECURITY: THEORETICAL ASPECT.....58

Kogut Julia
THE BUDGET PROCESS IN UKRAINE.....62

Konstantinova Maria, Bychkova Nataliya
METHODS OF ASSESSING THE COUNTRY'S INVESTMENT ATTRACTIVENESS.....66

Kosov Anatoly
TO THE QUESTION OF THE METHODOLOGY FOR FORECASTING MEDIUM-TERM LIQUIDITY IN THE BANK.....73

Koteruba Nataliya
INFORMATION PROVIDING FINANCIAL STABILITY AND SOLVENCY AUDIT OF THE ENTERPRISE.....78

Kramarenko Kateryna, Muratova Oleksandra
STRATEGIC MANAGEMENT DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES.....84

Kryzhanivska Mariia, Malakhova Yuliia
MODERN APPROACHES TO IMPROVING TRANSPORTATION..... **88**

Lychkovska Maryna, Medzhydova Viktoriia
DIGITALIZATION OF THE ECONOMY: NEW OPPORTUNITIES AND PROBLEMS
OF INCREASING INNOVATIVE JOBS AND PROFESSIONAL MOBILITY..... **93**

Lukashova Liudmyla
THE THEORIES AND MODELS OF FACILITATION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY..... **99**

Lyubchik Katherine
MEDIA PLATFORM AS A NEW TREND TO TRADE DEVELOPMENT..... **106**

Mayboroda Yuriy
FACTORS OF THE GLOBAL TRADE LEADERSHIP OF THE USA..... **111**

Melnyk Leonid
INSTITUTIONAL AND REGULATORY POTENTIAL
OF MORTGAGE LENDING OF THE AGRARIAN SPHERE..... **116**

Kovalskiy A.
ON A BUSINESS MODEL DEFINITION FOR UTILITY ENTERPRISES..... **121**

Romanchukevych V. V.
PROBLEMIC ASPECTS OF MODERNIZATION OF THE STATE FINANCIAL POLICY
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE GLOBALIZATION CONDITIONS..... **123**

Honchar V. I.
MECHANISMS FOR REGULATING OF THE ECONOMIC CONCENTRATION
AT THE PHARMACEUTICAL MARKET OF UKRAINE..... **128**

Okayanyuk Kateryna
ECONOMIC MECHANISM FOR OVERCOMING INVESTMENT LIMITATIONS..... **135**

Sichnyi Serhii
IMPROVEMENT OF THE COST MANAGEMENT SYSTEM OF MATERIAL
AND TECHNICAL RESOURCES BY ENTERPRISES IN THE CONSTRUCTION
OF FACILITIES FOR THE STATE CUSTOMER..... **139**

УДК 658
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-1

Matthnai Ekouaghe
Postgraduate Student, Assistant Lecturer,
Department of Tourism, Faculty of International Economic Relations
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Маттхнаі Екоуагхе
аспірант, асистент кафедри туризму,
факультет міжнародних економічних відносин,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

FORMATION OF A MANAGEMENT SYSTEM FOR A TOURISM ENTERPRISE BASED ON THE USE OF INNOVATIVE MARKETING TECHNOLOGIES

Summary. This article deals with the formation of a management system for a tourism enterprise based on the use of innovative marketing technologies. Development and decision making in tourism marketing are accompanied by the use of techniques that take into account the conditions of uncertainty in business and the degree of risk. The latter can be significantly reduced by having reliable, sufficient, real, and timely information. The concept of marketing assumes that information is not a less important resource of the enterprise than finance and personnel. Thus, to ensure the successful operation of a tourist enterprise at all stages of its activity, marketing information is of paramount importance. Explanatory information makes it possible to formulate an idea of the factors and causes of a change in the management system. This makes that planned information is used in the development and decision-making process for goals, strategies and indeed marketing programs. The purpose of the article is to study the factors of influence of marketing on the management system of a company, as well as the vectors which may lead to the design of an enterprise's administrative structure using marketing technologies.

Key words: information, management, marketing strategy, information communication technologies, marketing technologies.

Introduction and brief literature review. In a tourism business, a good manager should be a measure of evaluating the strengths and weaknesses of his business but taking the appropriate operating, organizational, tactical, strategic measures.

For this, it relies on economic, social, accounting, and financial information. In the modern information society, the importance of information as a commodity rises. This is a consequence of the general growth of information needs and an expression of the development of the information services industry. Evidence of this is the increased contribution of the information sector to the creation of national wealth. The successful operation of the enterprise is impossible without obtaining reliable information about the current situation in the market. There are a number of firms whose activity is to sell information to interested companies. The most popular enterprises in today's market include tourism industry enterprises. In the process of managing this type of activity, businesses can talk about information as a subject of commercial distribution. following this state of affairs, different management models can be put in place by companies. Conceptual models of D. Ratmela, P. Eiglier and E. Langeard, C. Grenros, P. Kotler, J. McCarthy, M. Bitner and other scientists made a definite contribution to the methodology of marketing services. Organizational and managerial methods provide support to the organization in work and high labour discipline, without which it is practically impossible to effectively manage the economy. Such tasks could be eased by the implementation of information communication technologies such as marketing technologies.

Research results. The management of a tourism company is much the same as the management of any other enterprise but it has its own characteristics.

They are related to the multivariate tourism activities, the uncertainty of the final result, often dependent on partners (carriers, hoteliers, etc.), the rapid variability of external factors, the need to work with consumers of services not only at the time of sale but also in the process of their implementation.

In recent decades, various spheres of the tourist business have been successfully developing on the basis of strategic management.

Strategic management as a concept of travel agency management allows us to consider the organization as a whole, and also to explain from a system-wide perspective, why some travel agencies are developing successfully while others are in a state of stagnation.

Strategic management is the process of making and implementing decisions based on strategic planning that compares the resource potential of a travel agency with the capabilities and threats of the external environment.

There are many definitions of strategy but they all imply a well-thought-out set of norms and rules underlying the development and adoption of strategic decisions that affect the future state of an enterprise.

A strategy is a general program of action that identifies problem priorities and resources to achieve the main goal. The strategy formulates the main ways to achieve the goal in such a way that the company receives a single direction of movement.

Strategic planning methods have not yet found wide application in the activities of travel agencies. Meanwhile, such planning allows taking into account the needs and specifics of the tourist market, and therefore, optimizing current activities and foreseeing possible complications in the development of business processes. Strategic management of a travel agency is a sequence of actions from the formulation of a common goal to the analysis of results and the adjustment of tasks (Fig. 1). As we can see in Figure 1, the process of strategic planning of travel agency activities includes six interrelated stages:

1) study of the external and internal environment of the travel agency;
2) determining the main areas of work;
3) comparison of the results of the first and second stages;
4) identification of possible options for strategies;

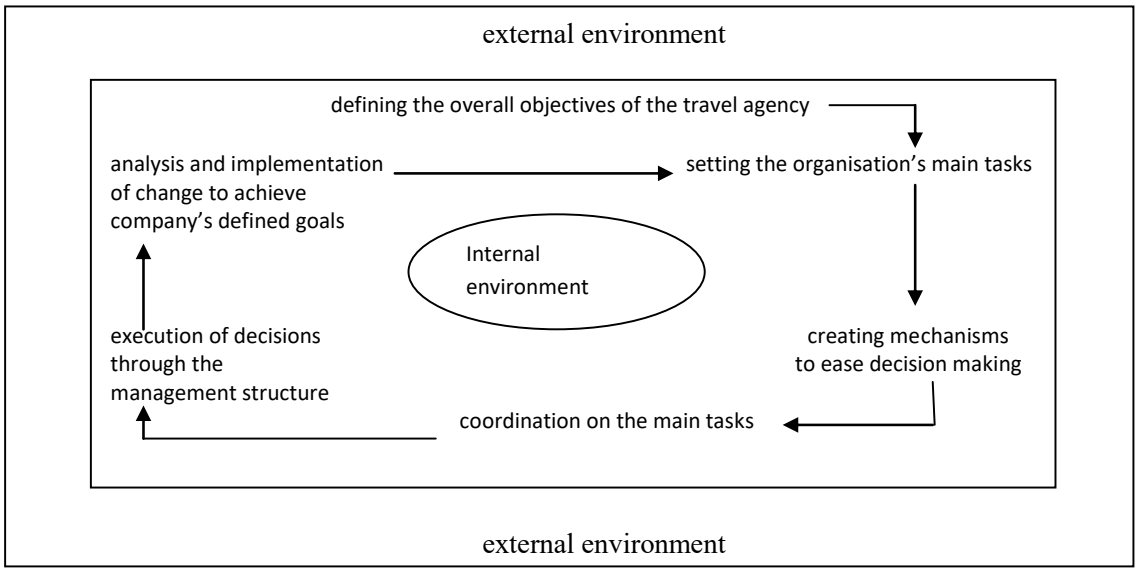

Fig. 1. The main cycle of the strategic management of the travel agency

5) the choice of one of the options and the formulation of its own strategy;

6) preparation of a strategic plan based on the development carried out.

Analysis of the travel agency environment is the process of identifying the most important elements of the external and internal environment that may affect the ability to achieve goals. The external environment of a travel agency is a combination of factors affecting its strategic development. These include political, socio-cultural, economic, technological, legal, and other factors.

In relation to the external environment of the tourist company, there are two types of control systems. The first type is associated with the definition of positions (long-term and strategic planning), i.e. we are talking about the entry of the travel agency in its environment.

The second type of control is associated with a timely response (control by strong signals, weak signals, under unexpected conditions) in response to rapid and unexpected changes in the environment of the travel agency.

The internal environment of the travel agency includes such elements as the production of tourist products, finance, marketing, personnel management, organizational structure, etc.

The analysis of the internal environment gives an idea of the strengths and weaknesses of the travel agency, its internal capabilities.

Though tourism businesses are multiple. They operate in one or more sub-sectors of tourism related to the different components of the tourism product (accommodation, transport, animation …).

Companies in this sector naturally welcome tourist customers (holidaymakers, conventioneers), but also non-tourism customers (for example, businessmen on business trips).

The purpose of tourism companies is to inform, advise, assist, and accommodate the tourist in the preparation and conduct of their trip and their stay. These different activities explain a large number of businesses in the tourism sector.

Unlike distributors in many industries, travel agencies do not deal with physical products but with information.

With the internalization of markets, the tourist company must adapt, if possible, anticipate, sometimes influence, in any case react with agility.

For conditions to be good, business managers need the right information at the right time for decision-making. The central place to occupy information in the decision-making process is well established.

This idea of the preponderance of information was emphasized more than forty years ago by Lemoigne (1973, 1974) to the point that it draws attention to the confusion often made between information and the decision. According to the author, information and decision are related but not confused. In favour of advances in information technology (software, databases), companies can now collect, process, store, and disseminate large volumes of information, and all these operations are carried out more and more quickly and at a reasonable cost. But, if the information is no longer, as in the past, a scarce resource. It is its organization in a decision-making database that allows the analysis and exploitation for decision-making purposes. In common usage, the terms "data" and "information" are often considered synonymous. However, when seeking precision, it appears that the data becomes information only when it is received by a human being who interprets it. Information is data observed by an actor. Observation involves comparison to other data for interpretation. To pass from the rank of data to that of information supposes that the knowledge of the data contributes to the action of the one who observes it. Data (words, numbers, images, sounds, etc.) is, therefore, the raw material of information through a process of interpretation that gives them meaning and meaning. There is really no single definition of the information concept. The definitions vary according to the standards (Haouet, 2008). Among the many definitions proposed, we can retain the one elaborated by Davis, Olson, Ajenstat and Peaucelle (1986), which refers to the functions of information, regardless of its form and its treatment: information is an image of objects and facts. It represents them, corrects or confirms the idea we had. The information contains a surprising value, in that it brings a knowledge that the recipient did not have or could not predict. This definition recognizes that information, as an element of knowledge, reduces uncertainty by modifying the probabilities assigned to possible states of the future.

For March (1991), the main uncertainty in decision-making is the ignorance of information held by others and their likely actions.

The main reason for being information is its role in the process of reducing this uncertainty. Information is also valuable because it allows you to choose, make decisions, and act. Its value is thus linked to its use in the context of decision-making. Thus, information gives meaning to a decision-making situation and thus modifies both the structure of the options and the preferences sought.

The information remains at the heart of the management system of the company, as it is central to any decision to be made. Being well informed is often (almost always) a condition for success. Many questions revolve around this notion: where and how to get informed? What information does it need? At what cost can it be obtained? What are its different channels of communication, circulation? What to do in case of over-information?

Information is information. Information worthy of the name improves the degree of knowledge of the phenomenon studied and makes it possible to make effective decisions. In regards to that, managers of tourism development and promotion in their region, Destination Management Organizations (DMOs) are pillars of the tourism industry. A number of challenges await them as they often have to consider new avenues of funding, embrace new technologies, face more competition, and adapt to the changing needs of consumers.

The first generation of DMOs was limited to the status of a public body funded entirely by the state. Although this type of structure still predominates, several new forms have emerged, from national, regional, and municipal organizations. The following table, from a 2004 World Tourism Organization (UNWTO) survey, summarizes the situation in the world. Canada, through the Canadian Tourism Commission, adopts the model of a public-private partnership, as are the United Kingdom, France, Denmark and Australia. Countries such as Germany, Italy, Greece and Portugal favour a totally public structure. Some destinations choose to go against the tide, seeing the intervention of the state useless and preferring to rely on the natural forces of the market. This is observed in the United States, the Netherlands, and Japan. The latter simply opted for the privatization of its national tourism office. In the highly evolving world of tourism, DMOs have no choice but to follow the parade and adapt as well. The main difficulty according to Arthur Oberascher, CEO of the Austrian National Tourist Board, comes from the fact that they are primarily supply-oriented in order to meet the interests of the member companies of the destination.

The challenge is to better understand the demand to adapt to customer needs. DMOs are expected to play a greater role as knowledge managers, acting as information brokers between customers and suppliers.

Ultimately, the leaders of the DMOs should be able to count, like the hotel managers, on daily activity reports: inventories, customer profiles and expenses, financial analysis, etc. The establishment of a 24-hour communication network with destination providers should be the norm. Obviously, we are not there, but it gives an indication of the direction the tourism industry is heading.

In addition, the increasing trend of consumers using the Internet to search for information on tourist destinations and to purchase their trip is one of the major changes in the operational environment of DMOs.

These must now take into account this new attitude of the customer and adapt to the digital age of information. According to UNWTO, the majority of national organizations have an e-commerce strategy, compared to regional or local entities, which do not have any (at least in half).

Considering these facts, the formation of a management strategy based on digital management tools should be explored, within this framework marketing technologies can constitute a good lead. Labour in tourism management is specific and differs significantly from the activities of workers in other industries, although at first glance it can be assumed that the management of the tourist region and tourist organization relies on the same basis as the management of any enterprise of the "person-person" system. The first feature of tourism lies in the great depth of its penetration and the complexity of the interrelations between its constituting elements.

In the conditions of socio-economic transformation in Ukraine, a tourism enterprise should quickly and adequately reform its management structure and its functions. In the modern information society, the importance of information as a commodity rises. This is a consequence of the general growth of information needs and an expression of the development of the information services industry. Evidence of this is the increased contribution of the information sector to the creation of national wealth. The successful operation of the enterprise is impossible without obtaining reliable information about the current situation in the market. There are a number of firms whose activity is to sell information to interested companies. The most popular enterprises in today's market include tourism industry enterprises. In the process of managing this type of activity, you can talk about information as a subject of commercial distribution. The concept of information as a product implicitly fixes a fundamental requirement for a tourism organization: the success of the commercial dissemination of information as a product is determined primarily by the extent to which the data offered to consumers (tourists) will provide information for them. If the data acts as a commodity, the user deals with information products – data sets formed by their manufacturers for further distribution. The structure of the information product, or the form of data presentation in it, in turn, embodies a certain information system of its manufacturer, which by definition is different from the user's information system.

Of course, travel companies are trying to take into account also consumer systems in their systems. Nevertheless, the information systems of those and others can never fully coincide, because:

a) consumers often do not make out (explicitly or implicitly) their rather vague ideas about what information they need into clear information models, which prevents them from being included in the product concept;

b) even if such models somehow exist, then, firstly, the manufacturer may not know about them and/or misinterpret them and, secondly, these models may not coincide with each other, making thereby the construction of an abstract information system "user in general" difficult to solve, and often not a practical task.

Discrepancies of information systems of manufacturers and users are manifested mainly in the fact that the user needs data in a different volume and in a different structure compared to how it is done in the information product. This reduces the efficiency of finding the necessary information because the user must make certain efforts to extract data from information products and to reduce them into a single information array suitable for answering the questions posed. We can assume that the content of each specific information is determined by the needs of users and certain requirements are imposed on the information, such as:

– brevity, clarity of language, timeliness of receipt;

– meeting the needs of specific managers;

– accuracy and reliability, correct selection of primary information, optimal systematization and continuity of the collection and processing of information.

However, the management system is a combination of technical and organizational methods and measures intended

for solving managerial tasks. It follows that in the market conditions, the information system is also one of the most important elements not only in the selection of a tourist product but also in the management of the commercial activity of a tourist enterprise.

Information support from the point of view of managing the commercial activity of an enterprise is a completely new matter, and therefore, its purposeful development is required. This goal is achievable with the use of marketing technologies, which have a huge array of elements connected to the management of the enterprise. In fact, to identify the specific features of the market activity of tourist enterprises that determine the requirements for information resources in this area, it is necessary to analyse the theoretical approaches to marketing in the service sector since the activity in the field of tourism is characterized by a number of specific features that are also characteristic of the service sector as a whole. According to Henry Assael, services as goods purchased by consumers, but without transferring ownership of them, have the following features:

– the service is non-material and, therefore, intangible, non-conserved, cannot be produced for future use, cannot be packaged, stored or transported; however, the results of the service can be materialized and evaluated;

– the service has the property of inseparability – the provision of the service is inseparable from the seller and the consumer, implies their personal communication; services are most often sold first (payment for treatment, rest, excursions, etc.), and then simultaneously produced and consumed;

– usually, the service is provided to enterprises for a very specific consumer, therefore, each service is unique and has the property of heterogeneity in quality.

Based on their analysis, it is possible to identify the main components of the resource support of marketing activities, reflecting the essence of the specifics of tourist services, as well as corresponding to the rate of informatization of market processes in the service sector:

– the ambivalence of marketing activities in the field of tourist services, combining technology and the art of market activity;

– close cooperation between the producer and the consumer, arising in the process of promoting and providing tourist services;

– intensive information exchange of market participants in the field of tourism;

– the prevailing value of the marketing mix, consisting of seven variables: product, price, promotion, incentives, personnel, process, and material evidence.

Modern information technology is changing the way businesses do business in most consumer service businesses. The enterprises of the tourism industry are also activating the processes of using computer and telecommunications equipment, creating electronic service systems, and using the Internet, which form a powerful resource base for information support of market activities in this market. One of the main elements of information support in making marketing decisions in the activities of tourist enterprises is the marketing information system (marketing technologies).

The role of marketing technologies in the system of marketing management is to determine the information needs for marketing management, its receipt and timely delivery to managers for decision-making. Marketing management is aimed at solving the problem of influencing the level, time frame, and structure of demand for tourist services in order to achieve the company's strategic goals. It is obvious that the development and implementation of marketing technologies elements in the practical activities of tourism enterprises will provide a powerful resource base for quick access to information about the situation on the tourism market, quality superiority over competitors, access to target consumers and the possibility of feedback from them.

Marketing activities of industrial enterprises producing commodity products and enterprises of the service sector have common approaches, however, there are certain differences. Manufacturing enterprises need to establish close ties, mainly with wholesalers and intermediary structures through which they reach consumers. Service enterprises enter into direct contact with their target customers.

As shown in Figure 2, the implementation of the marketing technologies of the tourist enterprise should take into account these differences and be carried out according to the six proposed methodological principles:

1) The principle of the need for the tourist enterprise to fully meet the needs of the target market, which is due to the inseparability of the enterprise-producer of tourism services and the end-user in the process of its provision (business to customer relationship);

2) The principle of accuracy of the used marketing information, according to which the marketing technologies use only reliable external and internal information necessary and sufficient for the tourist enterprise to make adequate management decisions (customer experience and content management);

3) The principle of complexity, in which the marketing technology should ensure the activities of the enterprise, taking into account all the variables of the marketing mix. The

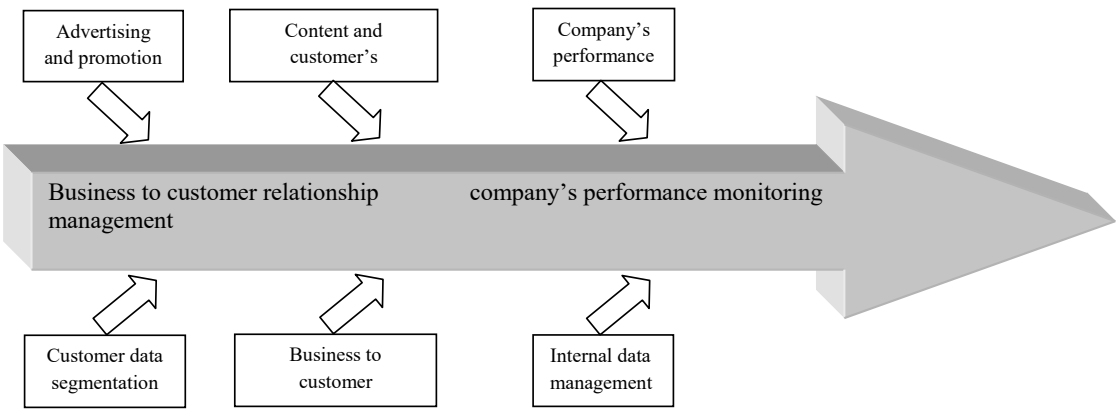

Fig. 2. Conceptual features on which the management system using marketing technologies should be built

importance of this principle is particularly increasing in enterprises of the sphere of tourism services since, as was shown above, the marketing mix of such enterprises includes more variables than the marketing mix of enterprises producing marketable products (advertising and promotion).

4) The principle of consistency, in accordance with which the marketing technologies should operate in conjunction with other information systems of the tourist enterprise at all stages of the marketing management cycle (internal data management).

5) The principle of continuous improvement of marketing activities, in accordance with which the marketing management in tourism is based on the use of modern scientific and methodological developments and software products that allow businesses to process and store large amounts of marketing data (customer data segmentation).

6) The principle of the process approach, in accordance with which the marketing activities of a tourism enterprise in the framework of an IIA are presented as a set of interrelated and interacting processes, including the processes of planning the market and production activities of an enterprise and analysing the effectiveness of its functioning (company's performance monitoring). As seen here, information sharing can become a vehicle for organizational development. Web-based information and communication technologies (ICTs) offer new opportunities for collaboration and foster the emergence of collective intelligence.

Web 1.0 allowed the diffusion of one-way information without the possibility of interactivity. Web 2.0 puts the user at the heart of information. The user becomes a contributor and beneficiary. Thus, the Web becomes a social, collaborative, community. Web 2.0 opens up a new area, that of collaboration and collective intelligence.

The organization is a privileged place for sharing information and collaborative work. Interactions are numerous and varied, both among the members of the organization and in the relations that the organization has with its external environment. ICTs have revolutionized practices; we can see that with the concept of interoperability.

Interoperability is the property that allows for the unrestricted sharing of resources between different systems.

In short, it is about exploiting the behavioural data of a contact to deduce its appetites and send the right message at the right time by the right channel.

Attention should be paid to choosing the right time to communicate with a contact. It is determined by the behaviour of each individual.

This axis of customization that is time is often set aside by companies that continue to schedule their marketing campaigns on a fixed date. Choosing the right time is a factor for improving However, to achieve this promise, a marketing automation solution must continuously collect behavioural data within the company's information systems. These new tools make it possible to maximize the creativity and efficiency of a working group, even if the individuals are geographically dispersed. The comfort of use, speed of interactions, quality of exchanges: in the long term, the sharing of information in internal helps maximize business ROI. Concentrating customer knowledge in the same place not only improves the profitability of tourism businesses but also capitalizes on the customer's experience.

In the case of the tourism industry, we can say that it is indeed one of the sectors that has been most strongly impacted by the evolution of tools, uses, and digital content. The collection and exploitation of behavioural data are becoming a major challenge for marketing teams looking to improve their performance and adapt to the growing number of communication channels. The multiplicity of channels leads to a dispersion of customer knowledge in systems that, if they are partitioned, ultimately lead to a loss of customer knowledge. This is a recurring problem for companies that consult us. In this context, simultaneously combining the behavioural data exploitation strategy with the cross-channel approach allows us not only to reconstruct the customer's knowledge but also to enrich it with appetence or interest information earlier in the purchasing cycle.

Before the purchase decision is made. Technology solutions, such as marketing technologies, offer the opportunity to exploit this behavioural data and increase customer conversion in a cross-channel and not just digital approach. Marketing technologies were designed to manage the implementation of behavioural and cross-channel relational strategies by centralizing data (customers, prospects and users) in a single marketing datamart. To stay competitive, tourism players must adopt a proactive attitude towards digital.

They must interest, satisfy, give the desire to the tourists to promote their destination: it will be here to devolve an alchemy between the tourist company and the customer, it is here one of the advantages of the digital which invites to the travel, makes the visit attractive, and simplifies the life of the tourist giving a field of possibilities very wide.

Taking into account the aforementioned facts, the management system of the tourism company should function with interactive elements, in which tourism product content management, business to customer relationship oversight, should be at the core of the activity of the said enterprise. As we can see in Figure 3, this system will include six elements:

Content marketing platforms, which helps marketers create quality content, target customers, and manage their contact lists efficiently.

It has a full-funnel marketing system, which helps marketers build, administer, and distribute emails with the help of their marketing tools and applications. Content marketing covers a broad spectrum but it's a strategic marketing approach focused on creating and distributing valuable, relevant, and consistent content to attract and retain a clearly-defined target audience. Ultimately, enhance awareness, encourage loyalty, and increase profitability.

The content management system is an application that is used to manage web content, allowing multiple contributors to create, edit, and publish.

Content in a CMS is typically stored in a database and displayed in a presentation layer based on a set of templates. One major advantage of a CMS is its collaborative nature. Multiple users can log on and contribute, schedule or edit content to be published. Because the interface is usually browser-based, a CMS can be accessed from anywhere by any number of users. When a company uses a CMS to publish its pages, it reduces its reliance on front-end engineers to make changes to the website, making it quicker and easier to publish new content. This may be useful for small and medium enterprises.

Social media management, which is a growing trend among businesses because it can improve results drastically. That's because the tools that businesses can use to manage their social networking give them a great deal of information that can help them gain more followers, become more relevant to the followers that tourism companies may have, and ultimately, grow their business through social media. Social media management not only helps tourism professionals with managing their social network, both outgoing and incoming communications, but also all of the other aspects of small business social marketing more efficiently. It allows them to have a smooth and a working plan as to how they are going to post, respond to followers and fans, and take the information

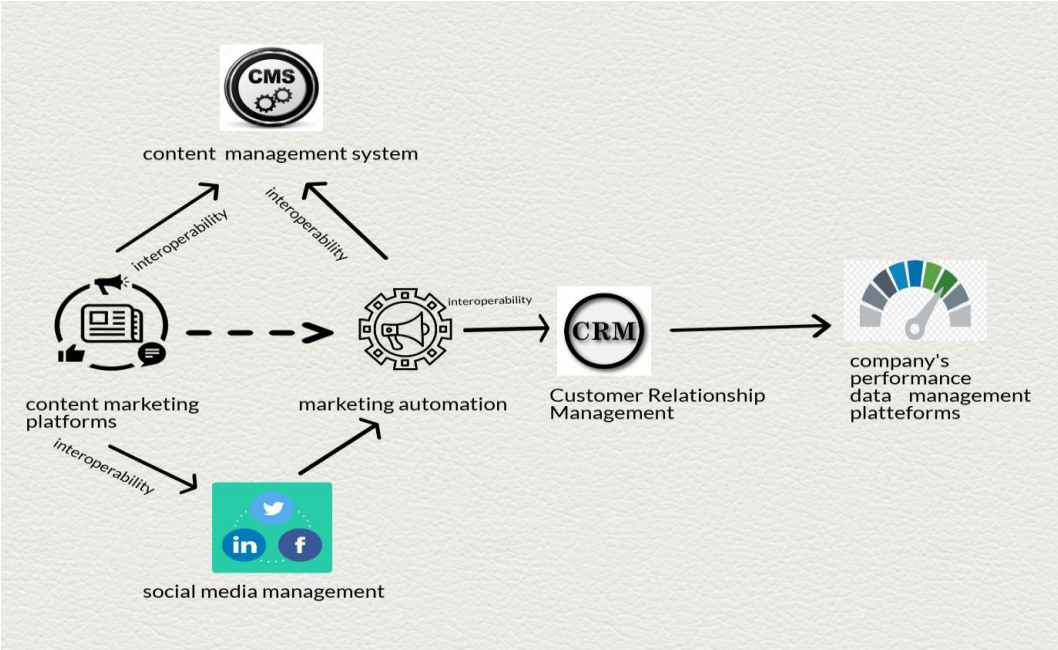

Fig. 3. Proposed management system for a tourism enterprise based on the use of innovative marketing technologies

that they interactions provide so that they can use it to make their business better.

Marketing automation, which is a set of a software system that helps businesses to automate the manual repetitive tasks. This helps to save time, save money on resources, and enables you to focus on more important tasks like planning & strategy. Automation is based on collected data that analysis behaviour, interests, and trends. Marketing automation is the use of software to automate marketing processes such as customer segmentation, customer data integration, and campaign management. The use of marketing automation makes processes that would have otherwise been performed manually much more efficient and makes new processes possible. Marketing automation is an integral component of customer relationship management.

Customer relationship management, in which all customer data including customer name, previous bookings, address, financial information, and characteristics will be stored in one location and can be accessed from any point. This information will allow tourism companies or hotels to understand customer history and provide them with the services they prefer. This effective targeting will allow companies to provide personalized services. automated channel tracking will also allow you to ascertain which mediums are being used in order to make bookings to adjust your future efforts at marketing. The importance of CRM cannot be denied and without proper implementation, there is no way that businesses can work effectively towards attracting and retaining customers. CRM has a direct effect on the returns generated for the business. This is especially true when it comes to delivering personalized care in the service industry, specifically tourism. In an effort to retain customers and expand business operations, businesses have been implementing CRM solutions

Company's management platforms, which are applications or set of programs that help businesses support, improve, and automate their processes. Such software assists in eliminating errors, completing business tasks, reporting activities and increases overall efficiency and effectiveness. This makes it possible to centralize data on the company's performance in real time, which is a powerful development lever for tourism companies. This ensures better communication internally but above all greatly improves the customer experience. All the services of this company have an ideal vision of the progress of the projects executed within the company.

We can see here that such a system gives an opportunity to tour companies to have control over their management strategies in seasonal activities. In a context of crisis, the "physical" actors of tourism suffer from the disintermediation made possible by the rise of the Internet. All these professionals, public or private, must therefore integrate the need to present their offer on the Internet either through their website intern or by referencing through an intermediary. Hotels have understood the importance for tourists to be connected and according to a study conducted by the HRS hotel chain across Europe, we see that 67% of hotels offer free Wi-Fi to their customers. This investment in the e-tourism sector is the consequence of different issues: a challenge of image (willingness to show a modern and dynamic image), a direct and complementary sales channel (internet is a complementary distribution channel especially for last-minute sales) and a customer loyalty and support tool. The digital challenges for local information and promotion bodies are the same. Whatever their size, location or status, the territorial organizations are concerned in their mission of reception and information by the digital revolution. That is why these new tools are deployed in the offices of tourist offices by integrating digital information services internally but also externally via digital sites or applications. Nonetheless, a more practical view of the aforementioned facts should come into play. Any tourist operator will need specific aspects of the proposed management system. While data is an increasingly important competitive advantage in the digital economy, most organizations continue to treat it differently than other resources, which can lead to poor data quality or silos of information.

Conclusions. The successful work of enterprises in the tourist market is impossible without effective marketing activities. This is associated with the need to develop and implement a whole range of activities, in which the work of all departments of tourist enterprises is aimed at optimizing

the processes of interaction between consumers and producers of tourist services. At the present stage of development of information and communication technologies, such activities are impossible without developing information resources to ensure the marketing activities of tourist enterprises. Usually, control over the work of the travel company is carried out with the help of the accounting department of the company, which receives all the information about the movement and availability of funds and the implementation of various business operations. The development of the tourist product, advertising and marketing strategy are carried out by the marketing department. In the tourism business, it is necessary to pay maximum attention to studying the problems of supply and demand in the markets. When rendering its services, a travel company should be guided by the problems of tourists and their needs. The solution to such problems is carried out by interviewing potential customers. Quite a significant amount of information is obtained by analysing various advertising brochures and leaflets that are produced by various foreign and Ukrainian firms and their competitors, which again are costly both in time and means.

Treating tourism and content marketing is a major issue for all tourism professionals. Internet visibility has become the heart of their marketing process in this sector. The need to exist outside of all booking intermediaries seems essential today. The ability for hotels, holiday villages, and campsites to generate their own customer traffic is becoming a fundamental criterion of economic independence. This is why marketing technologies become the spearhead of a corporate marketing strategy. Therefore, tourism professionals will have to choose closely the tools of the marketing technologies they may need in the accomplishment of their activities. Big data continues to grow and marketing departments increasingly see the benefits of these technologies for their internal processes, with issues and goals specific to their business. The main objectives related to big data projects led by companies are to improve the services rendered and the customer relationship. Analytics is at the heart of customer data exploitation issues with a particular focus on predictive analysis and unstructured data analysis. This may require a huge array of evaluation methods of the said technologies in the management process of tourist enterprises.

References:

1. Bezrutchenko, Yu.V. Marketing in the socio-cultural service and tourism [Text] / Yu.V. Bezrutchenko. – M.: Dashkov and K, 2010. – 231, [1] p.
2. Bulganina S.V., Tomay D.A. The use of marketing research methods by the company. In the collection: Current Issues of Education and Science. Collection of scientific papers based on the materials of the International Scientific and Practical Conference: in 11 parts. 2014. pp. 32-33.
3. Methods of marketing research in tourism [Electronic resource] // URL: http://edu.dvgups.ru/METDOC/CGU/SOTS_KULT_SERVIS/MET_N_ISL/METOD/U_P/frame/4.htm (appeal date: 04.21.2015).
4. Sokolova, MI, Krylova G.D. Marketing: a textbook (GRIF) / Krylova G., Sokolova. – M.: Master, 2009. 493p.
5. Henry Assael Consumer behaviour and marketing action. Front Cover. Kent Publishing Company, – Business & Economics 1984 – 695 p.

Список використаних джерел:

1. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в соціально-культурному обслуговуванні та туризмі [Текст] / Ю.В. Безрутченко. – М.: Дашков і К., 2010. – 231, [1] с.
2. Булганіна С.В., Томай Д.А. Використання методів маркетингових досліджень. У збірнику: Актуальні питання освіти і науки. Науково-практична конференція: у 11 частинах. 2014 р. 32-33.
3. Методи маркетингового дослідження в [Електронний ресурс] // URL: http://edu.dvgups.ru/METDOC/CGU/SOTS_KULT_SERVIS/MET_N_ISL/METOD/U_P/frame/4.htm (дата звернення: 21.04.2015).
4. Соколова М.І., Крилова Г.Д. Маркетинг: підручник (ГРІФ) / Крилова Г., Соколова. – М.: Майстер, 2009. 493с.
5. Henry Assael Споживча поведінка та маркетингові дії. Передня кришка. Видавництво Кента, Бізнес і економіка, 1984 – 695 с.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ТУРИЗМУ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Анотація. Дана стаття присвячена формуванню системи управління туристичним підприємством на основі використання інноваційних маркетингових технологій. Розвиток і прийняття рішень в туристичному маркетингу супроводжується використанням методик, що враховують умови невизначеності в бізнесі і ступінь ризику. Останні можуть бути значно зменшені завдяки наявності надійної, достатньої, реальної та своєчасної інформації. Крім того, важливо пам'ятати, що будь-який хороший цифровий маркетинговий план базується на ряді добре побудованих профілів клієнтів, які окреслюють конкретні типи людей, яких туроператор хоче досягти через свої маркетингові кампанії. Незважаючи на те, що ви не повинні запускати нову маркетингову кампанію, поки не знайдете уявлення про демографічні показники, інтереси та діяльність веб-орієнтованого клієнта, ви також повинні постійно розвивати цей профіль на основі ваших останніх даних. Концепція маркетингу припускає, що інформація є не менш важливим ресурсом підприємства, ніж фінанси і персонал. зростання численних підприємств було зумовлене рекламою та маркетингом через традиційні шляхи – у тому числі газети, рекламні ролики, листівки та радіо. Вони створили чудеса для початкового зростання, але в цифрову епоху цей підхід потребує адаптації та розширення, щоб з'єднатися з сучасними споживачами. Таким чином, для успішного функціонування туристичного підприємства на всіх етапах його діяльності маркетингова інформація має першорядне значення. Пояснювальна інформація дає змогу сформулювати уявлення про фактори та причини зміни системи управління. Це робить, що планова інформація використовується у процесі розробки та прийняття рішень для цілей, стратегій та дій маркетингових програм. Метою статті є вивчення факторів впливу маркетингу на систему управління компанії, а також векторів, які можуть призвести до розробки адміністративної структури підприємства з використанням маркетингових технологій.

Ключові слова: інформація, управління, маркетингова стратегія, інформаційні комунікаційні технології, маркетингові технології.

УДК 338.488.2:640.4
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-2

Алілуйко М. С.
кандидат економічних наук,
викладач кафедри сфери обслуговування, технологій та охорони праці
Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка
Сопіга В. Б.
кандидат педагогічних наук,
викладач кафедри сфери обслуговування, технологій та охорони праці
Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

Aliluiko Maria
Candidate of Economic Sciences
Lecturer of Service, Technology and Labor Protection Department
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University
Sopiha Viktor
Candidate of Pedagogical Sciences
Lecturer of Service, Technology and Labor Protection Department
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University

РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ТЕРНОПІЛЬЩИНИ

Анотація. У статті розглянуто актуальні питання розвитку індустрії гостинності в Тернопільській області. Досліджено реальний стан готельного господарства, зокрема динаміку кількості колективних засобів розміщення, місць та розміщених осіб у Тернопільській області. Проаналізовано динаміку внутрішнього та виїзного туризму як важливого чинника соціально-економічного розвитку області. Виявлено основні проблеми, що заважають успішній розбудові готельного сектору Тернопільщини, а також викладено авторське бачення перспектив розвитку підприємств цього сектору. Незважаючи на низку перепон, туристична сфера Тернопільської області повільно розвивається, вдосконалюються класичні види туризму, а також стають популярними нові напрями, такі як зелений та подієвий. Для подолання проблем та ефективного функціонування готельного бізнесу запропоновано низку заходів, вжиття яких активізує бізнес-процеси в туристично-готельній індустрії та дасть змогу сформувати якісно новий туристичний продукт Тернопільщини, який відповідатиме міжнародним вимогам.

Ключові слова: готельне господарство Тернопільщини, перспективи розвитку, колективні засоби розміщування, готелі, спеціалізовані заклади розміщення, туристичний бізнес, зелений туризм.

Вступ та постановка проблеми. Готельне господарство є головним фактором та основним складником туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Успішний розвиток туристичної галузі забезпечує вагомий внесок у ВВП кожної країни, дає можливість працевлаштування населенню, сприяє пожвавленню соціально-економічного розвитку, піднімає її рейтинг у міжнародному співробітництві.

Незважаючи на те, що Тернопільська область посідає одне з провідних місць в Україні за рівнем забезпеченості цінними ресурсами, здатними генерувати значний туристичний інтерес, регіональний туристичний продукт має низьку конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку й потребує подальшого розвитку та залучення значних інвестицій у його розбудову. У зв'язку з цим актуальним є питання статистичного аналізу та визначення перспектив розвитку готельного господарства як важливого складника туристичної індустрії Тернопільщини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку туристично-рекреаційного бізнесу Тернопільської області висвітлена в працях таких відомих науковців, як Б. Андрушків, І. Федишин, Ю. Городиський, А. Манько [7–9]. Основні напрями та перспективи розвитку сільського зеленого туризму Тернопільщини як каталізатора становлення малого й середнього бізнесу сільської місцевості розглянув А. Вільчинський [6].

Дослідження основних тенденцій та факторів, що впливають на формування й розвиток готельного бізнесу, представлено в праці українського науковця І. Власенка [11]. Робота О. Білоцерківського [10] присвячена статистичному аналізу підприємств готельного господарства. За допомогою методу екстраполяції здійснено прогноз розвитку готелів та аналогічних засобів розміщення в Україні.

Вагомий внесок у дослідження проблем розвитку готельно-туристичної індустрії Тернопільщини зроблено в колективній монографії за загальною редакцією В. Брича та А. Тибіня [5]. У роботі досліджено формування та розвиток туристичних дестинацій Тернопільщини, здійснено аналіз ресурсного забезпечення, сформовано стратегічні вектори їх розвитку.

Проте необхідно зазначити, що, незважаючи на значну кількість наукових праць у цій галузі, питання чіткого формулювання основних проблем перспективного розвитку готельної галузі Тернопільщини висвітлені недостатньо, а це є вкрай важливим для їх успішного вирішення. Дослідження стану, проблем та перспектив розвитку готельного господарства Тернопільської області не втрачає актуальності та набуває нового бачення на кожному етапі розвитку, що зумовлює необхідність проведення наукового дослідження.

Метою статті є оцінювання реального стану готельного господарства Тернопільщини, розгляд проблем, які існують у цій сфері, та виклад авторського бачення потенційних перспектив розвитку підприємств цього сектору.

Результати дослідження. Туристичний бізнес – це важлива галузь економіки, а також одна з ланок розвитку міжнародного співробітництва. Розвиток туризму є важливим чинником ефективної інтеграції України у світову економіку. Туризм потенційно може стати одним із вагомих джерел поповнення як державного, так і місцевих бюджетів у нашій країні.

Тернопільська область має чи не всі передумови для того, щоб увійти до складу найрозвинутіших у туристському аспекті регіонів України та Європи, зокрема вигідне геополітичне розташування, багату культурно-історичну спадщину, комфортні кліматичні умови, мальовничі ландшафти, унікальні флору та фауну, розвинуту мережу транспортного сполучення, достатні людські й матеріальні ресурси. Область є однією з найбагатших на заповідні території та об'єкти, які займають майже 8,5% її площі. Тернопільська область має сприятливі умови для розвитку туризму, зокрема [5, с. 40]:

– надзвичайно вигідне географічне розташування (центр Західної України);

– історичне перехрестя європейських доріг, наявність щільних транспортних артерій глобального та регіонального значення або їх близькість;

– наявність об'єктів релігійного (паломницького) та сентиментального туризму глобального значення (Почаївська лавра, Зарваницький духовний центр, Язлівецький монастир тощо);

– наявність потенційних брендових туристично-рекреаційних зон (Тернопільщина як туристичний край позиціонується в Україні та за кордоном завдяки широко відомим брендам, таким як Дністровський каньйон, Замки Тернопілля, Печери Тернопільщини, Борщівська вишиванка, Урочище Червоногород);

– наявність контрастних природно-кліматичних умов (близьких до субтропічних на півдні області та придатних для розвитку зимового відпочинку на півночі);

– наявність об'єктів глобального значення для розвитку спелеотуризму (облаштованими для екскурсійного відвідування є печери Кришталева, яку називають підземною перлиною Поділля, Вертеба, в якій розміщується єдиний в Україні підземний музей Трипільської культури, а також Млинки, призначені для екстремальних туристів);

– значні запаси лікувально-рекреаційних ресурсів для розвитку санаторно-курортної галузі (Тернопільська область багата на унікальні мінеральні води типу Нафтуся та Друскінінкай, а також цілющі грязі, на основі яких розроблені унікальні методи оздоровлення);

– наявність людей, які володіють інтелектуальним та організаційним ресурсами;

– збережені унікальні національно-культурні традиції;

– екологічно чистий компактний регіон (відсутність у Тернопільській області великих промислових об'єктів, на відміну від інших областей України).

Однією зі складових успішного розвитку туризму є сучасне готельне господарство. Для надання туристам комфортних умов проживання слід не тільки забезпечити достатню кількість місць розміщення, але й створити належні умови, які відповідатимуть сучасним міжнародним вимогам.

Щоби змалювати реальну ситуацію готельного господарства Тернопільщини, розглянемо низку статистичних даних. Однак точно визначити ємність ринку готельних послуг сьогодні практично неможливо, тому що в містах також надаються послуги подобової оренди житлових квартир і приватних хостелів, багато з яких є незареєстрованими в органах державної реєстрації.

Використовуючи дані Держкомстату про кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, ми проаналізували динаміку структури виїзного та внутрішнього туризму Тернопільської області за 2014–2017 рр. Отримані дані свідчать про негативні тенденції, зокрема збільшення виїзного туризму на 60,43% (через заміщення Криму відпочинком за кордоном і трудову імміграцію). За цей же період частка внутрішнього туризму зменшилась на 53,5%, оскільки недостатньо розвинутою та морально застарілою є туристична інфраструктура Тернопільської області. Отже, сьогодні на ринку туристичних послуг Тернопільщини переважає виїзний туризм, що є негативною тенденцією, адже значна частина коштів бюджету втрачається, приносячи прибуток іншим країнам.

Визначимо питому вагу готельного сектору Тернопільщини порівняно з іншими областями (табл. 1).

Питома вага готелів та аналогічних засобів розміщування Тернопільщини у загальній кількості по Україні склала 2,3% (у 2014 р. вона становила 2,2%). Як видно з табл. 1, найбільша кількість готелів та аналогічних засобів розміщування розташована в областях, що межують із Тернопільською, а саме Львівській, Івано-Франківській та Закарпатській областях [1–4].

Використовуючи статистичні дані [1–4], проаналізуємо динаміку кількості колективних засобів розміщування, місць та розміщених осіб у Тернопільській області за 2014–2017 рр. (табл. 2).

Результати табл. 2 показують, що найбільше зростання кількості колективних засобів розміщування, місць та розміщених осіб порівняно з попереднім роком і загалом за

Таблиця 1

Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування по окремих регіонах України, од.

Область України	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відсоток до загальної кількості по Україні
Волинська	64	66	61	58	2,3
Вінницька	73	75	60	66	2,7
Закарпатська	229	213	211	208	8,4
Івано-Франківська	212	200	227	244	9,9
Львівська	273	273	287	277	11,2
Рівненська	50	46	45	43	1,7
Тернопільська	58	57	59	57	2,3
Хмельницька	84	70	71	74	3
Чернівецька	91	87	79	75	3,03
Довідково по Україні	2 644	2 478	2 534	2 474	100

Джерело: складено за джерелами [1–4]

Таблиця 2

Кількість колективних засобів розміщення, місць та розміщених осіб у Тернопільській області за 2014–2017 рр.

Рік	Кількість колективних засобів розміщування		Кількість місць		Кількість розміщених осіб	
	усього, од.	темп приросту, %	усього, од.	темп приросту, %	усього, осіб	темп приросту, %
2013	73	–	4 529	–	147 627	–
2014	70	-4,11	4 074	-10,11	126 337	-14,42
2015	68	-2,86	4 324	6,21	138 435	9,58
2016	70	2,94	4 613	6,68	210 770	52,25
2017	66	-5,71	4 077	-11,62	125 262	-40,57

Джерело: складено за джерелами [1–4]

Таблиця 3

Динаміка структури колективних засобів розміщування, місць та розміщених осіб у Тернопільській області за 2014–2017 рр.

Найменування	Рік			
	2014	2015	2016	2017
Кількість колективних засобів розміщування	100	100	100	100
зокрема, кількість готелів та аналогічних засобів розміщування	82,86	83,82	84,29	86,36
кількість спеціалізованих засобів розміщування	17,14	16,18	15,71	13,64
Кількість місць	100	100	100	100
зокрема, кількість місць у готелях та аналогічних засобах розміщування	57,95	60.38	63,51	71.30
кількість місць у спеціалізованих засобах розміщування	42,05	39,62	36,49	28,7
Кількість розміщених	100	100	100	100
зокрема, кількість розміщених у готелях та аналогічних засобах розміщування	89,09	93,99	95,97	93,96
кількість розміщених у спеціалізованих засобах розміщування	10,90	6,01	4,03	6,04

Джерело: складено за джерелами [1–4]

період, що досліджується, спостерігалось у 2016 р. Отже, кількість колективних засобів розміщування зросла на 2,94%, кількість місць – на 6,68%, а кількість розміщених осіб – на 52,25%. Водночас найбільше падіння для всіх трьох складників зафіксовано у 2017 р., адже кількість колективних засобів розміщування зменшилась на 5,71%, кількість місць – на 11,62%, а кількість розміщених – на 40,57%.

З табл. 3 випливає, що протягом 2014–2017 рр. частка складника «готелі та аналогічні засоби розміщування» у структурі колективних засобів розміщення збільшилась на 3,5% (із 82,86% до 86,34%), кількості місць – на 13,35% (із 57,95% до 60,38%), кількості розміщених – на 4,87% (із 89,09% до 93,96%); водночас частка складника «спеціалізовані засоби розміщування» зменшилась на ці ж величини. Отже, у структурі колективних засобів розміщення за кількістю одиниць та розміщених переважають готелі та аналогічні засоби розміщення, проте вони не забезпечують достатньої кількості місць.

Тепер більш докладно розглянемо структуру колективних засобів розміщування Тернопільщини у 2017 р. [4]. На основі рис. 1 можна зробити висновок, що в Тернопільській області у структурі колективних засобів розміщування переважають готелі (73%), дитячі санаторії (6), санаторії (5) та місця тимчасового розміщування (5).

У роботі готелів та аналогічних засобів розміщування велике значення має обслуговування іноземних туристів. У 2014 р. готелями та аналогічними засобами розміщування було обслуговано 2 982 іноземних громадянина (2,3% від загальної кількості). З 2014 р. прослідковується позитивна динаміка. Так, за 2017 р. готелями та аналогічними засобами розміщування в Тернопільській області було обслуговано 14 455 іноземних громадян (11,54% від загальної кількості).

Позитивною динамікою в готельному секторі Тернопільщини є також те, що доходи підприємств перевищують витрати (рис. 2).

Ще одним різновидом закладів розміщення туристів на території Тернопільщини є садиби зеленого туризму. Цей сегмент ринку готельних послуг лише формується в регіоні, тому кількість таких закладів набагато менше, ніж у сусідніх областях. Проаналізувавши динаміку кількості садиб, місць та осіб, що перебували в них, у Тернопільській області за 2014–2017 рр., зауважуємо, що цей напрям є надзвичайно перспективним. За означений період у 2,3 рази зросла кількість розміщених, у 14,7 разів збільшився дохід від наданих послуг (табл. 4).

Більшість зелених садиб розташована поблизу відвідуваних туристичних об'єктів, зокрема Червоногородського водоспаду, Дністровського каньйону, річок Збруча та Стрипи [6]. Такий різновид готельно-туристичного бізнесу недостатньо розвинутий у багатих на туристичні об'єкти районах, а саме Борщівському, Бучацькому, Кременецькому, Чортківському, що зумовлює значний потенціал його зростання в майбутньому.

Позитивним моментом для підприємств готельного бізнесу Тернопільщини є розвиток подієвого туризму в області. Широко відомі за межами області фестивальні заходи, такі як Фестиваль Бережанського замку, Дзвони Лемківщини, Коропфест у Монастириському районі, Всеукраїнське фольклорно-мистецьке свято «В Борщівському краї цвітуть вишиванки», фестиваль борщу «Борщ'Їв», Галицька дефіляда, фестиваль ретро-автомобілів «Золота підкова», що активно відвідувалися туристами.

Збільшення кількості туристів і, відповідно, проживаючих у готелях та аналогічних засобах розміщування забезпечують Чемпіонат Світу та Чемпіонат Європи з водомоторного спорту, які щорічно проводяться в Тернополі.

Однак, незважаючи на позитивні тенденції розвитку готельно-туристичної сфери Тернопільщини, готельний бізнес має низку певних перешкод на шляху успішного розвитку. Зокрема, неповною мірою використовуються можли-

вості Тернопільської області для розвитку туристичного та готельного бізнесу. Для залучення туристів необхідні відновлення історико-культурної спадщини багатьох пам'яток Тернопільщини, відбудова та переоснащення наявних готельних та санаторно-оздоровчих закладів. Однією з вагомих проблем туристичної індустрії Тернопільщини є недостатня кількість готелів туристичного класу та хостелів, адже більшість туристів, які відвідують область, сьогодні складають молоді люди з невисокими доходами, на яких не зорієнтована велика кількість готельних підприємств регіону.

Також одними з головних стримуючих факторів розвитку готельно-туристичної сфери Тернопільщини є низька інвестиційна та ділова активність місцевого бізнесу й слабо розвинена інфраструктура цього сектору.

Негативним фактором розвитку готельної галузі в Україні загалом та в Тернопільській області зокрема є продовження конфлікту на Сході нашої країни. Розвиток готельного бізнесу відбувався би значно успішніше за умови зменшення податкового навантаження. Ще одними перепонами на шляху розвитку готельного бізнесу є недостатньо висока якість послуг та рівень обслуговування клієнтів у багатьох готельних установах, надзвичайно мала кількість грамотних фахівців цієї сфери, зокрема це стосується обслуговування готельного господарства та управління ним.

Враховуючи позитивні тенденції та акцентуючись на стримуючих факторах розвитку готельної сфери Тернопільщини, вважаємо, що слід вжити низку заходів для покращення, а згодом і процвітання готельно-туристичної індустрії області.

1) Консолідація зусиль влади, науки, бізнесу та громадськості у сфері інноваційно-проектного забезпечення розвитку туристично-готельної індустрії.

2) Налагодження співпраці з міжнародними та національними організаціями, які представляють інтереси інвесторів чи співпрацюють з ними.

3) Удосконалення процедури реєстрації іноземних інвестицій.

4) Вдосконалення туристично-обслуговуючої, торговельно-сервісної та інформаційно-довідкової інфраструктури вздовж основних автомобільних шляхів, транспортних центрів та на базі об'єктів історичної спадщини.

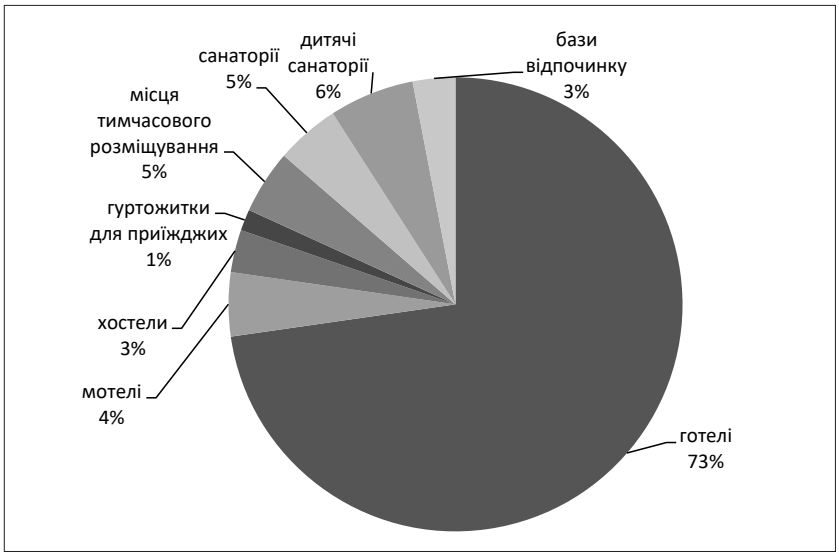

Рис. 1. Діаграма колективних засобів розміщування в Тернопільській області за 2017 р.

Джерело: складено за джерелом [4]

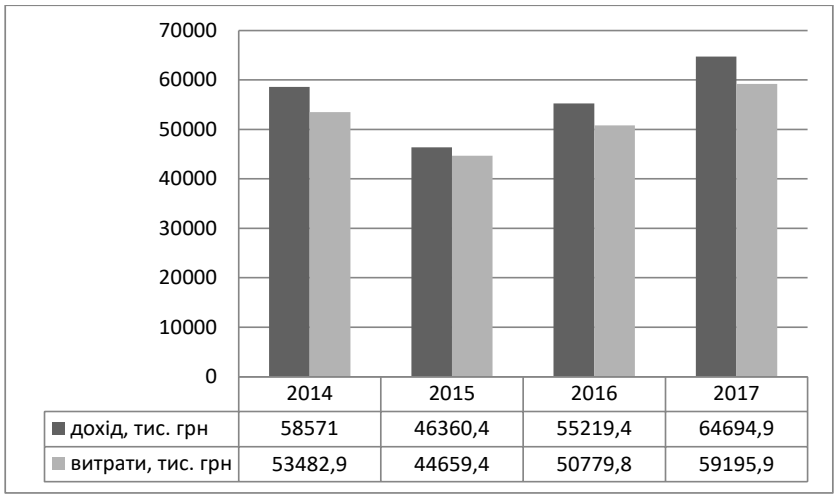

Рис. 2. Діаграма доходів та витрат підприємств готельного сектору Тернопільщини за 2014–2017 рр.

Джерело: складено за джерелами [1–4]

5) Підвищення якості та розширення асортименту туристично-рекреаційних послуг.

6) Створення конкурентоспроможних туристичних та готельних продуктів. На нашу думку, «родзинкою» може стати розвиток та поширення такого популярного нині виду готелів, як еко-готелі. Сьогодні у світі нараховується лише близько 125 готелів, що отримали сертифікацію програми "Green Key". Серед них 11% складають українські підприємства готельного господарства. Укра-

Таблиця 4

Кількість садиб, місць та розміщених осіб у Тернопільській області за 2014–2017 рр.

Найменування	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Кількість садиб, од.	3	2	6	6
Кількість осіб, що перебували у закладах, ос.	1 804	1 504	2 609	4 088
Середня місткість садиб, од.	21,3	29,0	26,5	26,5
Дохід від наданих послуг, тис. грн.	71,2	65,3	501,1	1 052,2
Витрати, тис. грн.	65,2	59,5	333,1	555

Джерело: складено за даними джерел [1–4]

їна посідає четверте місце за кількістю зелених готелів світу [11, с. 90].

7) Забезпечення галузі кваліфікованими кадрам. В найближчій перспективі готельному бізнесу доведеться приділити якнайбільше уваги гармонізації національних стандартів з європейськими та підвищенню якості туристичних послуг.

8) Стимулювання залучення власних коштів та підвищення рентабельності для більш ефективного розвитку готельної галузі Тернопільщини. Щоби цього досягнути, доцільно запровадити податкові пільги в готельній галузі та диференціацію податкових платежів до бюджету різними засобами розміщення.

9) Популяризація туристичного бренду Тернопільщини на всеукраїнському та міжнародному ринках.

10) Забезпечення інформаційно-консультаційної підтримки стартап-проектів.

Висновки. Отже, незважаючи на низку перепон, готельна сфера Тернопільської області розвивається, адже вдосконалюються класичні види туризму, стають популярними нові напрями, такі як зелений та подієвий. Для подолання проблем та ефективного функціонування готельного бізнесу запропоновано вжиття низки заходів, серед яких найважливішими є консолідація зусиль влади, науки, бізнесу та громадськості у сфері інноваційно-проектного забезпечення розвитку туристично-готельної індустрії; створення сприятливого середовища для розвитку бізнесу та активізації інвестиційних процесів у туристично-рекреаційній інфраструктурі регіону; формування ефективної системи просування туристичного бренду та комплексного регіонального туристичного продукту на всеукраїнському та міжнародному ринках. Важливу роль відіграватимуть запровадження податкових пільг у готельній галузі та диференціація податкових платежів до бюджету за різними засобами розміщення.

Вжиття цих заходів дасть змогу стимулювати інвестиційну привабливість регіону, ділову активність малого й середнього бізнесу, а також допоможе сформувати якісно новий туристичний продукт Тернопільщини, який відповідатиме міжнародним вимогам.

Список використаних джерел:

1. Колективні засоби розміщування в України у 2014 році: статистичний бюлетень. Київ : Державна служба статистики України, 2015. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2015/bl/04/bl_kzr_14.zip (дата звернення: 15.09.2019).
2. Колективні засоби розміщування в України у 2015 році : статистичний бюлетень. Київ : Державна служба статистики України, 2016. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/bl/05/bl_kzr_15.pdf.zip (дата звернення: 15.09.2019)
3. Колективні засоби розміщування в України у 2016 році : статистичний бюлетень. Київ : Державна служба статистики України, 2017. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/05/bl_kzr2016_pdf.zip (дата звернення: 15.09.2019).
4. Колективні засоби розміщування в України у 2017 році : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики, 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf (дата звернення: 15.09.2019).
5. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини : монографія / за заг. ред. В. Брича, А. Тибіня. Тернопіль : Осадца Ю.В., 2017. 164 с.
6. Вільчинський А. Сільський зелений туризм Тернопільського Придністров'я: стан і перспективи розвитку. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2011. Вип. 163. Ч. 1. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/vilchynskyj.htm (дата звернення: 15.09.2019).
7. Городиський Ю., Манько А. Проблеми і перспективи розвитку туризму у Тернопільській області. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2012. Вип. 29. Ч. 1. С. 36–47.
8. Федишин І. Особливості розвитку туристичної галузі в Україні (на прикладі Тернопільської області). *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2017. Вип. 1 (16). С. 81–90. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/20904/1/17fibpto.pdf (дата звернення: 15.09.2019).
9. Андрушків Б., Стойко І., Мельник Л. Перспективи та механізми активізації розвитку туризму Тернопільщини (методи програмування туристичної діяльності як засіб її активізації). *Ученые записки Таврического национального университета им. В. Вернадского. Серия «Экономика и управление»*. 2009. Т. 22 (61). № 2. С. 9–16. URL: http://sn-ecoman.cfuv.ru/wp-content/uploads/2017/04/002andrushkiv.pdf (дата звернення: 15.09.2019).
10. Білоцерківській О. Статистичний аналіз і тенденції розвитку готельного господарства в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. URL http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/37174/3/2018_Bilotserkivskyi_Statystychnyi_analiz.pdf (дата звернення: 15.09.2019).
11. Власенко І. Готельне господарство у соціальній інфраструктурі країни. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2019. № 3 (125). С. 85–97. DOI: http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2019(125)07 (дата звернення: 15.09.2019).
12. Концепція розвитку туризму та курортів у Тернопільській області до 2020 року. Тернопіль : Тернопільська обласна державна адміністрація, 2015. URL: http://www.oda.te.gov.ua/main/ua/publication/content/21627.htm (дата звернення: 15.09.2019).

References:

1. Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy (2014) Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia v Ukrainy u 2014 rotsi : statystychnyi biuleten [The collective means of placement in Ukraine in 2014 : a statistical bulletin]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2015/bl/04/bl_kzr_14.zip (accessed: 15 September 2019).
2. Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy (2015) Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia v Ukrainy u 2015 rotsi : statystychnyi biuleten [The collective means of placement in Ukraine in 2015 : a statistical bulletin]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/bl/05/bl_kzr_15.pdf.zip (accessed: 15 September 2019).
3. Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy (2016) Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia v Ukrainy u 2016 rotsi : statystychnyi biuleten [The collective means of placement in Ukraine in 2016 : a statistical bulletin]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/05/bl_kzr2016_pdf.zip (accessed: 15 September 2019).
4. Derzhavna Sluzhba Statystyky Ukrainy (2017) Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia v Ukrainy u 2017 rotsi : statystychnyi biuleten [The collective means of placement in Ukraine in 2017 : a statistical bulletin]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf (accessed: 15 September 2019).

5. Brych V., Tybin A. (ed.) (2017) *Stratehichni vektory rozvytku turystychnykh destynatsii Ternopilshchyny : monohrafiia* [Strategic vectors of tourism destination development in Ternopil region : monograph]. Ternopil : Osadtsa Yu.V.
6. Vilchynskyi A. (2011) Silskyi zelenyi turyzm Ternopilskoho Prydnistrovia: stan i perspektyvy rozvytku [Rural Green Tourism in Ternopil Transnistria: problems and prospects for development]. Naukovyj visnyk Nacionalnogo universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannya Ukrayiny [Scientific bulletin of the National university of bioresources and nature management of Ukraine], vol. 163, p. 1. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/vilchynskyj.htm (accessed: 15 September 2019).
7. Horodyskyi Yu., Manko A. (2012) Problemy i perspektyvy rozvytku turyzmu u Ternopilskii oblasti [Problems and prospects of tourism development in Ternopil region]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia "Mizhnarodni vidnosyny"* [Visnyk of the Lviv university. Series "International relations"], vol. 29, p. 1. pp. 36–47.
8. Fedyshyn I. (2017) Osoblyvosti rozvytku turystychnoi haluzi v Ukraini (na prykladi Ternopilskoi oblasti) [Features of tourism industry development in Ukraine (Ternopil region as a case study)]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-Economic Problems and the State], vol. 1 (16), p. 81–90. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/20904/1/17fibpto.pdf (accessed: 15 September 2019).
9. Andrushkiv B., Stoiko I., Melnyk L. (2009) Perspektyvy ta mekhanizmy aktyvizatsii rozvytku turyzmu Ternopilshchyny (metody prohramuvannia turystychnoi diialnosti yak zasib yii aktyvizatsii). *Uchenye zapysky Tavrycheskoho natsyonalnoho unyversyteta ym. V. Vernadskoho*. *Seryia "Ekonomyka y upravlenye"* [Scientific notes of Taurida National University V. Vernadsky. Series "Economics and Management"], vol. 22 (61), no. 2. pp. 9–16. URL: http://sn-ecoman.cfuv.ru/wp-content/uploads/2017/04/002andrushkiv.pdf (accessed: 15 September 2019).
10. Bilotserkivskyi O. (2018) Statystychnyi analiz i tendentsii rozvytku hotelnoho hospodarstva v Ukraini [Statistical analysis and development tendencies of hotel industry of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriia: Ekonomika i menedzhment* [International Humanitarian University Herald. Economics and Management], vol. 30, pp. 116–119. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/37174/3/2018_Bilotserkivskyi_Statystychnyi_analiz.pdf (accessed: 15 September 2019).
11. Vlasenko I. (2019) Hotelne hospodarstvo u sotsialnii infrastrukturi krainy [Hotel business in the social infrastructure of the country]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu* [Herald of Kyiv National University of Trade and Economics], no. 3 (125). pp. 85–97. DOI: http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2019(125)07 (accessed: 15 September 2019).
12. Kontseptsiia rozvytku turyzmu ta kurortiv u Ternopilskii oblasti do 2020 roku [The concept of development tourism and resort in Ternopil region till 2020] (2015). *Ternopilska oblasna derzhavna administratsiia* [Ternopil Regional State Administration]. Ternopil. URL: http://www.oda.te.gov.ua/main/ua/publication/content/21627.htm (accessed: 15 September 2019).

РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА ТЕРНОПОЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные вопросы развития индустрии гостеприимства в Тернопольской области. Исследовано реальное состояние гостиничного хозяйства, в частности динамика количества коллективных средств размещения, мест и размещенных лиц в Тернопольской области. Проанализирована динамика внутреннего и выездного туризма как важного фактора социально-экономического развития области. Выявлены основные проблемы, мешающие развитию гостиничного сектора Тернопольской области, а также изложено авторское видение перспектив развития предприятий этого сектора. Несмотря на ряд препятствий, туристическая сфера Тернопольской области медленно развивается, совершенствуются классические виды туризма, а также становятся популярными новые направления, такие как зеленый и событийный. Для преодоления проблем и эффективного функционирования гостиничного бизнеса предложен ряд мер, принятие которых активизирует бизнес-процессы в туристско-гостиничной индустрии и позволит сформировать качественно новый туристический продукт Тернопольской области, который будет соответствовать международным требованиям.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство Тернопольской области, перспективы развития, коллективные средства размещения, гостиницы, специализированные заведения размещения, туристический бизнес, зеленый туризм.

REALITIES AND PROSPECTS OF THE HOTEL INDUSTRY DEVELOPMENT IN TERNOPIL REGION

Summary. The hotel industry is the main factor and the key component of tourism infrastructure, plays a leading role in the presentation of the national tourist product in the global tourist services market. Despite the fact that Ternopil region takes one of the leading places in Ukraine on the level of provision of valuable resources capable of generating significant tourist interest, however, the regional tourist product has low competitiveness in the domestic and international tourism market and requires further development and attracting significant investments in its building up. Topical issues of hospitality industry development in Ternopil region have been cleared up in the article. The real state of the hotel industry (the dynamics of the number of collective accommodation facilities, places and locations in Ternopil region) has been investigated. The dynamics of domestic and inbound tourism as an important factor of socio-economic development of the region has been analyzed. The main problems that prevent the successful development of the hotel sector of Ternopil region have been identified. The author's vision of prospects for the development of enterprises in this sector has been stated. Despite a number of obstacles, the tourism industry of Ternopil region is slowly developing, the classical types of tourism are improving, and new types, including green and event, are becoming popular. To overcome the problems and for the efficient functioning of the hotel business, a number of measures have been proposed. The introduction of these measures will activate business processes in the tourism and hotel industry. Implementation of these measures will help to stimulate the investment attractiveness of the region, business activity of small and medium-sized businesses, keep the positive image of Ternopil region as a developed tourist region in Western Ukraine. It will increase the number of tourists and excursionist, employment in tourism and related industries, amount of tourist services, budget revenues of all levels and will allow creating a new high-quality tourist product of Ternopil region that will meet international requirements.

Key words: hotel industry of Ternopil region, prospects of development, collective accommodation facilities, hotels, specialized accommodation establishments, tourism business, green tourism.

УДК 658.5.011
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-3

Бондаренко С. М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
Київського національного університету технологій та дизайну

Bondarenko Svitlana
Candidate of Economic Sciences,
Associate professor, assistant professor of management
Kyiv National University of Technology and Design

ВИКОРИСТАННЯ ПОКАЗНИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФЕШН-ВИРОБУ ПІД ЧАС ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Анотація. Сучасним підприємствам індустрії моди для виживання в інтенсивній конкурентній боротьбі та досягнення лідируючих позицій на ринку важливо оцінювати рівень конкурентоспроможності вироблюваних фешн-виробів за допомогою оптимального методу оцінювання конкурентоспроможності, постійного дослідження та аналізування зовнішнього й внутрішнього середовища, правильного вибору бази порівняння. Важливим питанням є використання на підприємстві результатів цього оцінювання під час прийняття управлінських рішень. З огляду на показник конкурентоспроможності фешн-виробів запропоновано визначати обсяги їх продажу на певному ринку в певний час. Встановлено взаємозалежність між конкурентоспроможністю виробу індустрії моди та його часткою на ринку. Знання питомої ваги продукції певного виробника та загальної місткості ринку дає змогу визначити обсяги реалізації цієї продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, оцінка, рівень конкурентоспроможності, показник конкурентоспроможності, частка ринку, індустрія моди, фешн-виріб.

Вступ та постановка проблеми. Перехід економіки України до ринкових умов, інтеграція її зі світовим господарством висунули жорсткі вимоги до підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому та світовому ринках. Особливо гострою ця проблема стала для підприємств сфери моди. Зловживання наявною системою оподаткування в торгівлі товарами індустрії моди привело до нерівних умов конкуренції на внутрішньому ринку. Значна частка виробництва цих виробів перебуває в тіньовому секторі. Недобросовісна конкуренція на внутрішньому ринку викликала орієнтацію підприємств індустрії моди на виробництво за давальницькими схемами, тому питання забезпечення високої конкурентоспроможності є особливо актуальними для підприємств цієї сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у теорію конкуренції, конкурентних переваг та конкурентоспроможності зробили такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Г.Л. Азоєв, О.С. Віханський, Г.Я. Гольдштейн, Ф. Котлер, М.І. Круглов, В.Д. Немцов, М. Портер, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданов. Висвітленню питань конкурентних переваг, конкурентоспроможності продукції та підприємств присвячено роботи [1–6]. Теоретичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності товарів розглянуто у джерелах [7–9].

Незважаючи на значні досягнення в теорії та практиці управління підприємствами, є низка проблем, які залишаються предметом дискусій та обговорень вчених-економістів. Так, питання використання результатів оцінювання рівня конкурентоспроможності товарів та їх виробників у практичній діяльності підприємств опрацьовані недостатньо повно.

Метою статті є розроблення практичних підходів до використання результатів оцінювання рівня конкурентоспроможності фешн-виробів у практичній діяльності підприємств індустрії моди.

Результати дослідження. 1 січня 2016 року набула чинності Поглиблена та всеосяжна зона вільної торгівлі між Україною та ЄС (ПВЗВТ), яка відкриває українським виробникам безпрецедентні можливості доступу до багатомільйонного внутрішнього ринку ЄС. До Європейського Союзу входять 28 держав-членів. Ринок Європейського Союзу – це один із найбільших ринків у світі, майже у 100 разів більший за український. Цей ринок складають 500 мільйонів споживачів, середньорічний дохід кожного з яких становить 39 тис. дол. США. Щоби максимально скористатися цими можливостями, вітчизняна економіка має відносно небагато часу для адаптації до європейських правил, а бізнес – до висококонкурентного європейського ринку та вибагливих смаків європейських споживачів [10].

За умов розвитку зовнішньої торгівлі, підсилення процесів інтеграції країни у світову економіку загострюється конкурентна боротьба як на внутрішньому, так і на світовому ринках. Нині для виживання у конкурентній боротьбі та досягнення лідируючих позицій на ринку важливо оцінювати рівень конкурентоспроможності виробів та їх виробників за допомогою оптимального методу оцінювання конкурентоспроможності, постійного дослідження та аналізування зовнішнього й внутрішнього середовища, правильного вибору бази порівняння тощо.

За об'єктом розрізняють методи оцінювання конкурентоспроможності окремих виробів, підприємств, галузей та країн. Методи оцінювання конкурентоспроможності виробів поділяються на кількісні та якісні (матричні). Кількісні ж поділяються на методи оцінювання конкурентоспроможності сировинних товарів, устаткування та виробів споживчого призначення.

На особливу увагу заслуговують кількісні методи оцінювання конкурентоспроможності виробів, які передбачають розрахунки одиничного, групового та інтегрального показників конкурентоспроможності.

Одиничний показник стосується однієї властивості товару та розраховується за такою формулою:

$$i_j = \frac{p_j}{p_{jk}}; \qquad (1)$$

$$i_j = \frac{p_{jk}}{p_j}, \quad (2)$$

де i_j – параметричний індекс j-го показника (одиничний показник конкурентоспроможності); p_j – абсолютне значення j-го показника оцінюваного товару; p_{jk} – абсолютне значення j-го показника товару-зразка.

Якщо зі зростанням абсолютного значення j-го показника конкурентоспроможність виробів підвищується, розрахунки одиничного відносного показника проводять за формулою (1). Якщо зменшення абсолютного значення j-го показника приводить до підвищення конкурентоспроможності товарів, для розрахунку одиничного відносного показника конкурентоспроможності слід використовувати формулу (2).

Комплексний показник стосується кількох властивостей товару та може мати різний ступінь узагальнення. Різновидами комплексного показника є груповий та інтегральний показники конкурентоспроможності. Комплексний груповий показник конкурентоспроможності є функцією від одиничних показників. Ступінь задоволення потреби покупця споживчими властивостями виробу оцінюють за допомогою групового показника конкурентоспроможності за споживчими параметрами $I_{сп}$:

$$I_{сп} = \sum_{j=1}^{n} a_j i_j, \quad (3)$$

де n – кількість проаналізованих одиничних споживчих показників; a_j – значущість j-го одиничного споживчого показника конкурентоспроможності; i_j – одиничний параметричний індекс j-го споживчого показника.

Нормативні показники – це споживчі показники конкурентоспроможності виробу, обов'язкові межі яких регламентують відповідні стандарти та норми. У разі невідповідності хоча б одного з них вимогам нормативних документів цей товар не може використовуватись для задоволення певних потреб, тому не має споживчої вартості.

Одиничний параметричний індекс будь-якого нормативного показника може мати тільки два значення (0 і 1) залежно від того, чи відповідає цей показник усім потрібним нормативам і стандартам. Нульове значення індексу означає цілковиту втрату конкурентоспроможності виробу.

Груповий параметричний індекс за нормативними показниками $I_{н.п}$ є добутком одиничних нормативних показників.

$$Iн.п. = \prod_{j=1}^{n} p_{jh}, \quad (4)$$

де p_{jh} – абсолютне значення j-го нормативного показника (0 або 1); n – загальна кількість нормативних одиничних показників.

Після розрахунку одиничних параметричних індексів (за формулою (5)) і значущостей кожного економічного показника визначають груповий індекс конкурентоспроможності за економічними показниками I_e:

$$i_j = \frac{p_j}{p_{jk}}; \quad (5)$$

$$Ie = \sum_{j=1}^{n} a_j i_j, \quad (6)$$

де n – кількість проаналізованих одиничних економічних показників; a_j – значущість j-го одиничного параметричного індексу за економічними показниками; i_j – одиничний параметричний індекс j-го економічного показника.

Групові індекси конкурентоспроможності за споживчими та економічними показниками Icn, Ie визначають інтегральний показник конкурентоспроможності К виробу щодо зразка. Цей показник відображає відмінності між споживчими ефектами порівнюваних товарів:

$$K = \frac{I_{сп}}{I_e} I_{н.п}. \quad (7)$$

Якщо $K > 1$, то аналізований виріб перевищує за конкурентоспроможністю зразок; якщо $K < 1$, то поступається йому; якщо $K = 1$, то перебуває на однаковому рівні.

Вивчення рівня конкурентоспроможності виробів – не самоціль, а спосіб виявлення можливостей її реалізації на певному ринку в конкретний період часу. Важливим питанням є використання результатів оцінювання конкурентоспроможності під час прийняття управлінських рішень. Одним з найважливіших завдань, які потребують вирішення на підприємствах сфери моди, є визначення частки ринку та обсягу збуту фешн-виробів з певними техніко-економічними характеристиками на базі оцінювання рівня його конкурентоспроможності. До фешн-виробів перш за все належать одяг, взуття та аксесуари.

Попит на фешн-виріб залежить від його конкурентоспроможності, а також від співвідношення попиту та пропозиції, яке склалось на ринку в цей проміжок часу, та репутації підприємства-виробника і його конкурентів. У джерелах [7; 8] доведено, що залежність частки ринку виробу у задоволенні ринкового попиту від його конкурентоспроможності має вигляд логістичної кривої (рис. 1). Використаємо цю залежність для визначення частки ринку певного виду фешн-виробу, а саме туфель домашніх чоловічих.

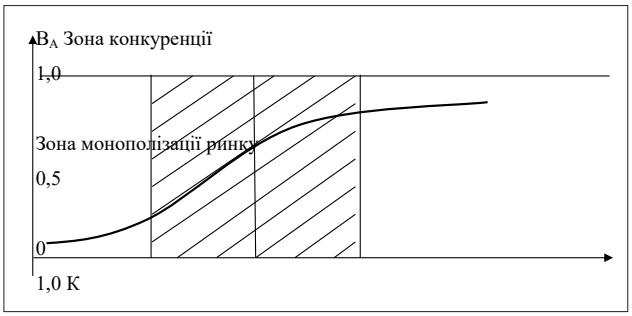

Рис. 1. Взаємозв'язок частки туфель домашніх чоловічих у забезпеченні ринкового попиту та його конкурентоспроможності

Залежність частки ринку виробу у забезпеченні ринкового попиту від інтегрального показника його реальної конкурентоспроможності має вигляд S-подібної кривої, є процесом з насиченням і може бути заданою за допомогою формули:

$$B_A = \frac{1}{\frac{\sum_{n} РП_j}{(\frac{1}{РП_A} + 1)^{\frac{C}{K}}}}, \quad (8)$$

де B_A – частка ринку виробу А у задоволеності ринкового попиту; $РП_A$ – показник репутації виробу А; $РПj$ – показник репутації виробників виробів-конкурентів; c – співвідношення попиту та пропозиції на ринку; K – інтегральний показник конкурентоспроможності виробу на ринку; n – кількість виробів-конкурентів.

Вироби, конкурентоспроможність яких приблизно однакова та перебуває в межах одиниці, будуть вступати в конкуренцію за прихильність споживача. Товар, конкурентоспроможність якого значно поступається конкурентам, не зможе конкурувати на ринку, бо споживачам невигідно купувати такий виріб, через що вони віддадуть

перевагу продукції конкурентів. Якщо ж конкурентоспроможність певного виробу значно вище за конкурентів, всі споживачі купуватимуть цей товар, а його виробник стане монополістом на ринку.

Наведена модель, що апроксимує залежність частки ринку товару у забезпеченні ринкового попиту від рівня його конкурентоспроможності, дає змогу прогнозувати частку ринку та обсяги збуту виробу з огляду на рівень його конкурентоспроможності.

За формулою (8) визначимо частку ринку туфель домашніх чоловічих ПрАТ «Чернігівська взуттєва фабрика «Берегиня»» з рівнем конкурентоспроможності 1,21. Співвідношення попиту та пропозиції на ринку цього взуття складає 1,053.

Репутація виробників-конкурентів в балах за п'ятибальною шкалою має такий вигляд: ПрАТ «Чернігівська взуттєва фабрика «Берегиня»» має 4,5; Конкурент № 1 – 4,5; Конкурент № 2 – 4,8; Конкурент № 3 – 4,0; Конкурент № 4 – 4,6; Конкурент № 5 – 4,8; Конкурент № 6 – 4,9; Конкурент № 7 – 4,3.

$$B_r = \frac{1}{\left(\frac{4,5+4,8+4,0+4,6+4,8+4,9+4,3}{4,5}\right)^{\frac{1,053}{1,210}}} =$$

$$= \frac{1}{\left(\frac{31,9}{4,5}\right)^{0,870}} = \frac{1}{(7,09)^{0,870}} = \frac{1}{5,5} = 0,180.$$

Після підставляння наведених значень у формулу (8) отримали значення частки ринку туфель домашніх чоловічих ПрАТ «Чернігівська взуттєва фабрика «Берегиня»» за визначеного рівня конкурентоспроможності. Вона складає 0,18.

Знаючи частку ринку виробу певного виробника й загальну місткість ринку, можемо визначати можливий обсяг збуту продукції на ринку та використовувати цю інформацію у прийнятті управлінських рішень, а саме під час попереднього відбору програм та проектів удосконалення виробу. Так, наприклад, знаючи загальну місткість сегменту ринку туфель домашніх чоловічих, яка, припустимо, складає 100 тис. пар, визначимо можливий обсяг реалізації цього виду взуття ПрАТ «Чернігівська взуттєва фабрика «Берегиня»». Він склав (100х0,180), тобто 18 тис. пар.

Висновки. Для виживання у конкурентній боротьбі та досягнення лідируючих позицій на ринку виробникам фешн-виробів важливо визначати рівень їх конкурентоспроможності. Виходячи з інтегрального показника конкурентоспроможності фешн-виробів, пропонуємо визначати обсяги їх продажу на певному ринку в певний час. Встановлено взаємозалежність між конкурентоспроможністю фешн-виробу та його часткою на ринку. Знаючи питому вагу продукції певного виробника й загальну місткість ринку, можемо визначати обсяги реалізації цього товару на ринку.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко С.М., Бокій В.І. Про механізм формування конкурентоспроможності продукції промислового підприємства. *Економіст*. 2001. № 9. С. 58–59.
2. Бондаренко С.М. Задоволеність споживачів як основа успіху у бізнесі. *Економіст*. 2004. № 12. С. 35–37.
3. Бондаренко С.М. Корпоративна соціальна відповідальність у концепції загального управління якістю на підприємствах легкої промисловості України. *Економічний простір*. 2016. № 105. С. 154–163.
4. Гончаров Ю.В., Бондаренко С.М. Наноіндустрія як засіб підвищення якості життя людей та конкурентоспроможності національної економіки. *Економіст*. 2010. № 3. С. 26–30.
5. Касич А.О., Глущенко Д.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 11. С. 65–70.
6. Портер М. Международная конкуренция. Москва : Международные отношения, 1993. 896 с.
7. Литвиненко А.Н. Вопросы изучения экономических аспектов конкурентоспособности товара. *БИКИ*. 1984. № 12. С. 32–52.
8. Литвиненко А.Н. Конкурентоспособность экспортной продукции. *Внешняя торговля*. 1986. № 5. С. 16–21.
9. Бондаренко С.М., Невмержицька А.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Технології та дизайн*. 2014. № 2 (11). URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/td_2014_2_15.pdf (дата звернення: 27.09.2019).
10. Мирошніченко О.А., Неліна М.Г., Феленюк О.В., Експорт одягу до Європейського Союзу. Гід для українських підприємців. Київ : ФОП Клименко Ю.Я., 2017. 116 с.

References:

1. Bondarenko S.M., Bokii V.I. (2001) Pro mekhanizm formuvannia konkurentospromozhnosti produktsii promyslovoho pidpryiemstva [On the mechanism of formation of competitiveness of industrial enterprise products]. *Ekonomist*, no. 9, pp. 58–59.
2. Bondarenko S.M. (2004) Zadovolenistj spozhyvachiv jak osnova uspikhu u biznesi [Consumer satisfaction as a basis for business success]. *Ekonomist*, no. 12, pp. 35–37.
3. Bondarenko S.M. (2016) Korporatyvna socialjna vidpovidaljnistj u koncepciji zaghaljnogho upravlinnja jakistju na pidpryjemstvakh leghkoji promyslovosti Ukrajiny [Corporate social responsibility in the concept of general quality management at light industry enterprises of Ukraine]. *Ekonomichnyj prostir*, no. 105, pp. 154–163.
4. Ghoncharov Ju.V., Bondarenko S.M. (2010) Nanoindustrija jak zasib pidvyshhennja jakosti zhyttja ljudej ta konkurentospromozhnosti nacionaljnoji ekonomiky [Nanoindustry as a means of improving the quality of life of people and the competitiveness of the national economy]. *Ekonomist*, no. 3, pp. 26–30.
5. Kasych A.O., Hlushchenko D.O. (2016) Teoretychni ta praktychni aspekty upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva [Theoretical and practical aspects of enterprise competitiveness management]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 11, pp. 65–70.
6. Portep M. (1993) *Mezhdunapodnaya konkurentsiya* [International competition]. Moscow : Mezhdunapodnye otnosheniya (in Russian).
7. Litvinenko A.N. (1984) Vopposy izucheniya ekonomicheskikh aspektov konkupentosposobnosti tovapa [Issues of studying economic aspects of commodity competitiveness]. *BIKI*, no. 12, pp. 32–52.
8. Litvinenko A.N. (1986) Konkupentosposobnost' ekspoptnoy ppoduktsii [Competitiveness of export products]. *Vneshnyaya topgovlya*, no. 5, pp. 16–21.

9. Bondarenko S.M., Nevmerzhytska A.A. (2014) Otsinka konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Assessment of enterprise competitiveness]. *Tekhnolohii ta dyzain*, no. 2 (11). Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/td_2014_2_15.pdf (accessed: 27.09.2019).
10. Myroshnichenko O.A., Nelina M.Gh., Felenjuk O.V. (2017) Eksport odjaghu do Jevropejsjkogho Sojuzu. Ghid dlja ukrajinsjkykh pidpryjemciv [Export of clothing to the European Union. A guide for Ukrainian entrepreneurs]. Kiyv : FOP Klymenko Ju.Ja. (in Ukrainian).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФЭШН-ИЗДЕЛИЯ ПРИ ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Аннотация. Современным предприятиям индустрии моды для выживания в интенсивной конкурентной борьбе и достижения лидирующих позиций на рынке важно оценивать уровень конкурентоспособности производимых фешн-изделий с помощью оптимального метода оценивания конкурентоспособности, постоянного исследования и анализа внешней и внутренней среду, правильного выбора базы сравнения. Важным вопросом является использование на предприятии результатов этого оценивания при принятии управленческих решений. С учетом показателя конкурентоспособности фэшн-изделий предложено определять объемы их продаж на определенном рынке в определенное время. Установлена взаимозависимость между конкурентоспособностью изделия индустрии моды и его доли на рынке. Знание удельного веса продукции определенного производителя и общей емкости рынка позволяет определять объемы реализации этой продукции.

Ключевые слова: конкурентоспособность, оценка, уровень конкурентоспособности, показатель конкурентоспособности, доля рынка, индустрия моды, фэшн-изделие.

USAGE OF FASHION PRODUCT COMPETITIVENESS INDICATOR IN DECISION-MAKING MANAGEMENT IN THE FASHION INDUSTRY

Summary. The transition of the Ukrainian economy to market conditions, its integration with the world economy, have made stringent requirements to increase the competitiveness level of Ukrainian products in the domestic and world markets. This problem has become especially acute for fashion businesses. It is important for the businesses of the fashion industry to survive in intense competition and to achieve leadership in assessing the level of competitiveness of and manufacturers, and use the results of the assessment when making management decisions. By object we distinguish methods of assessing the competitiveness of individual products, businesses, industries and countries. The methods of assessing the products competitiveness are divided into quantitative and qualitative (matrix). Quantitative, in turn, is divided into methods for evaluating the competitiveness of commodities, equipment and consumer products. Particular attention is paid to quantitative methods that provide for the calculation of single, group and integral indicators of competitiveness. If $K>1$, then the analyzed product exceeds the competitiveness of the sample; if $K<1$, inferior to him. If $K=1$, is at the same level. An important issue is to use the results of competitiveness assessment when making management decisions. One of the most important tasks that need to be solved at enterprises of the fashion sector is to determine the market share and sales volume of fashion products with certain technical and economic characteristics based on the assessment of its level of competitiveness. Based on the level of competitiveness of fashion products, it is proposed to determine their sales volume in a certain market at a certain time. The interdependence between the competitiveness of the fashion industry product and its market share is established. Knowing the specific weight of a particular manufacturer's products and the overall capacity of the market, one can determine the sales volumes of these products and use this information in management decisions, namely in pre-selecting programs and projects for product improvement.

Key words: competitiveness, estimation, level of competitiveness, indicator of competitiveness, market share, fashion industry, fashion product.

УДК 338.437
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-4

Буднік О. М.
кандидат економічних наук, доцент, докторант,
доцент кафедри маркетингу
Житомирського національного агроекологічного університету

Budnik Olga
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Marketing Department
Zhitomir National Agrarian and Ecological University

КООПЕРАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК БАЗИС СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Під час проведення дослідження проаналізовано діяльність сільськогосподарських підприємств, вивчено сучасний стан їх розвитку, окреслено основні тенденції, обґрунтовано перспективи. Окрему увагу приділено визначенню рівня господарювання сільськогосподарських підприємств в розрізі видів діяльності. Сфокусовано увагу на питанні їх технологічного оснащення, визначено тенденцію до скорочення основних видів техніки в підприємствах. Вивчено проблеми, що стримують їх подальший розвиток. Наголошено на важливості кооперативного маркетингу як ефективної концепції вдосконалення бізнес-моделі діяльності аграрних підприємств. Окреслено перспективність його впровадження, що полягає в доцільності використання запропонованого. Вищенаведене сприятиме стабілізації виробничих показників, нарощуванню обсягів господарської діяльності, зростанню конкурентоздатності та активізації підприємницького потенціалу в аграрному секторі економіки.

Ключові слова: сільськогосподарські підприємства, кооперативний маркетинг, аграрний сектор, економіка, агробізнес.

Вступ та постановка проблеми. Аграрний сектор економіки нині характеризується високим рівнем інтегрованості у світовий економічний простір, що значно посилює вимоги до умов діяльності сільськогосподарських підприємств, їх потенціалу та конкурентоспроможності. У зв'язку з цим виникає потреба вдосконалення їх виробничої діяльності та приведення її у відповідність до нових підвищених стандартів якості. Водночас часто аграрні підприємства обмежені фінансовими матеріальними та технічними ресурсами й не мають змоги вчасно адаптуватися до змін, отже, вийти на новий рівень конкурентоспроможності. Така ситуація не сприяє можливості впровадження інноваційних підходів у виробництві та задоволенню перманентних споживчих запитів, отже, вимагає пошуку нових конфігурацій у системі господарювання. Йдеться про кооперативний маркетинг, використання якого дасть змогу підприємницьким структурам напрацювати власні орієнтири та визначити нові перспективні вектори їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковому пошуку особливостей функціонування сільськогосподарських підприємств на основі кооперативних засад присвячено роботи Л. Балабанової, Ю. Губені, В. Збарського, В. Зіновчука, О. Макушок, М. Маліка, В. Месель-Веселяка, О. Могильного, Л. Молдован, О. Пантелеймоненка, П. Саблука, А. Соловйова, Ю. Ушкаренко, В. Юрчишина та інших учених. Відомими дослідниками опрацьовано механізм сільськогосподарської кооперації, передумови її використання та впровадження для різних організаційно-правових форм господарювання. Водночас проблема застосування інструментарію кооперативного маркетингу в діяльності аграрних підприємств вимагає глибшого аналізу, що обумовлює актуальність теми проведеного дослідження.

Метою статті є вивчення сучасного стану функціонування сільськогосподарських підприємств та обґрунтування доцільності застосування ідеї кооперативного маркетингу як базису їх розвитку.

Результати дослідження. Під час дослідження проаналізовано діяльність сільськогосподарських підприємств України, визначено розміри їх землеволодінь (рис. 1).

З наведених даних видно, що впродовж останніх років спостерігається суттєве розширення землекористувань сільськогосподарських підприємств. Так, частка підприємств, що мають до 20,0 га землі, становить 21,2%. Найбільша питома вага підприємств має в розпорядженні від 20,0 до 50,0 га землі, а саме 24,7%. Частка підприємств, що мають від 100,0 до 500,0 га, становить 16,2%, а від 50,0 до 100,0 га, – 10,8%. Надвеликі підприємства, що мають в розпорядженні більше 500,0 га, складають 16,5%.

Для детальнішого аналізу звернемо увагу на виробництво продукції сільського господарства за категоріями господарств (табл. 1).

Дані, представлені в табл. 1, свідчать про те, що у загальній структурі виробництва господарствами всіх категорій виготовлено продукції на 249,2 млрд. грн. у 2017 р., що на 98,1 млрд. грн. більше показника 2000 р. У 2017 р. обсяги виробництва сільськогосподарських підприємств зросли до 140,5 млрд. грн. порівняно з 57,9 млрд. грн. у 2000 р., тобто на 82,6 млрд. грн., фактично їх частка становила 56,4% загального виробництва, що на 18,0% більше, ніж у 2000 р. (38,4%).

Співвідношення виробництва сільськогосподарськими підприємствами продукції рослинництва та тваринництва наведено на рис. 2. Аналіз рівня господарювання сільськогосподарських підприємств в розрізі видів діяльності показав, що частка рослинництва, вироблена сільськогосподарськими підприємствами, у 2017 р. склала 60,5%, що на 11,2% більше, ніж у 2000 р. (49,3%), а показник виробництва тваринницької продукції у 2000 р. становив 20,9%, тобто збільшився до 45,8% у 2017 р., а саме на 24,9%.

Детальніший аналіз діяльності сільськогосподарських підприємств потребує вивчення структури виробництва в розрізі товарних груп (табл. 2).

Опрацьовані дані свідчать про те, що у структурі виробництва рослинницької продукції найбільша питома вага у 2017 р. припадала на соняшник, а саме 86,6%, проте частка його виробництва у 2000 р. складала 87,5%, тобто виробництво зменшилось на 0,9%. Суттєва частка виробництва у 2017 р. належала фабричному цукровому буряку та зерновим і зернобобовим культурам, а саме 95,6% та 77,4% відповідно. При цьому виробництво фабричного цукрового буряку зросло з 87,8% у 2000 р. на 7,8%, а частка виробництва зернових і зернобобових культур скоротилась на 4,2%.

Якщо проаналізувати тенденцію виробництва овочевих та плодових і ягідних культур, то можна зауважити, що у 2000 р. на овочеві культури припадали 16,9%, на плодово-ягідні – 18,2%. Наведені показники дещо зменшились у 2017 р., а саме до 14,5% за овочевими культурами, тобто на 2,4%, та до 16,3% за плодово-ягідними, тобто на 1,9%. Незначною є також частка виробництва сільськогосподарськими підприємствами картоплі, а саме 1,4% у 2000 р. та 1,9% у 2017 р., хоча вона має певне зростання, а саме на 0,5%. Виробництво картоплі переважно зосереджене в особистих селянських господарствах населення.

Для глибшого аналізу діяльності сільськогосподарських підприємств слід визначити показники виробництва ними продукції тваринництва, що варто розпочати з вивчення кількості сільськогосподарських тварин (табл. 3).

Наведені в табл. 3 показники вказують на зміну кількості поголів'я у сільськогосподарських підприємствах протягом періоду дослідження. Так, значно скоротилась кількість великої рогатої худоби у 2017 р., а саме на 3 870,7 тис. гол. (з 5 037,3 тис. гол. у 2000 р. до 1 166,6 тис. гол.); зокрема корів – на 1 384,4 тис. гол. (з 1 851,0 тис. гол. до 466,6 тис. гол.). Зменшилося поголів'я вівець та кіз з 413,3 тис. гол. до 187,0 тис. гол, або на 226,3 тис. гол.; коней – з 249,8 тис. гол. до 17,0 тис. гол., тобто на 232,8 тис. гол., та бджолосімей – з 334,0 тис. сімей до 43,6 тис. сімей, або на 290,4 тис. сімей. Попри скорочення, можна виділити зростання окремих показників. Зокрема, кількість свиней збільшилася з 2 414,4 тис. гол. до 3 303,6 тис. гол., тобто на 889,2 тис. гол.; кролів – на 120,7 тис. гол. (з 29,2 тис. гол. до 149,9 тис. гол.); птиці – на 87 159,4 млн. гол. (з 25 352,9 млн. гол. до 112 512,3 млн. гол.).

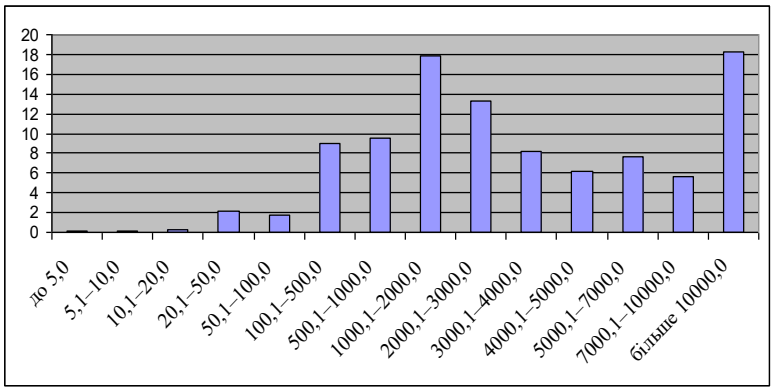

Рис. 1. Розподіл сільськогосподарських підприємств залежно від розміру угідь

Джерело: побудовано на основі даних джерела [6, с. 175]

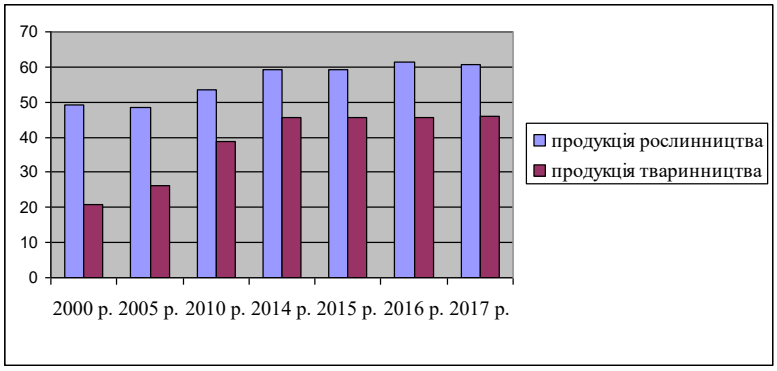

Рис. 2. Співвідношення часток виробництва сільськогосподарськими підприємствами продукції рослинництва та тваринництва, %

Джерело: побудовано на основі даних джерела [6, с. 55]

Таблиця 1

Виробництво підприємствами продукції сільського господарства (у постійних цінах 2010 р.; млн. грн.)

Виробництво продукції	Роки						
	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017
Господарства всіх категорій							
Продукція сільського господарства	151 022,2	179 605,8	194 886,5	251 427,2	239 467,3	254 640,5	249 157,0
продукція рослинництва	92 838,9	114 479,9	124 554,1	177 707,9	168 439,0	185 052,1	179 474,6
продукція тваринництва	58 183,3	65 125,9	70 332,4	73 719,3	71 028,3	69 588,4	69 682,4
Сільськогосподарські підприємства							
Продукція сільського господарства	57 997,7	72 764,7	94 089,0	139 058,4	131 918,6	145 119,0	140 535,2
продукція рослинництва	45 791,0	55 677,0	66 812,7	105 529,5	99 584,7	113 392,6	108 601,1
продукція тваринництва	12 206,7	17 087,7	27 276,3	33 528,9	32 333,9	31 726,4	31 934,1
Частка сільськогосподарських підприємств, %							
Продукція сільського господарства	38,4	40,5	48,3	55,3	55,1	56,9	56,4
продукція рослинництва	49,3	48,6	53,6	59,4	59,1	61,3	60,5
продукція тваринництва	20,9	26,2	38,8	48,5	45,5	45,6	45,8

Джерело: згруповано, розраховано на основі даних джерела [6, с. 46, 55]

Таблиця 2

Структура виробництва продукції рослинництва, %

Показник	Роки							
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017
Культури зернові та зернобобові	81,6	75,7	75,8	78,8	78,1	77,3	78,7	77,4
Буряк цукровий фабричний	87,8	78,5	92,1	84,3	92,8	92,5	95,3	95,6
Соняшник	87,5	78,8	82,5	85,5	85,7	85,4	86,1	86,6
Картопля	1,4	1,2	2,6	3,0	3,2	2,2	2,2	1,9
Культури овочеві	16,9	10,7	11,9	11,7	13,9	13,9	14,1	14,5
Культури плодові та ягідні	18,2	11,8	16,4	19,4	16,6	19,1	18,5	16,3

Джерело: [6, с. 98]

Таблиця 3

Кількість сільськогосподарських тварин в аграрних підприємствах, тис. гол.

Показник	Роки							
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017
Велика рогата худоба	5 037,3	2 491,8	1 526,4	1 437,5	1 310,2	1 270,5	1 213,9	11 66,6
зокрема, корови	1 851,0	866,2	589,1	565,4	529,2	505,1	484,6	466,6
Свині	2 414,4	2 602,4	3 625,2	3 878,9	3 732,8	3 704,0	3 565,9	3 303,6
Вівці та кози	413,3	270,9	298,4	248,5	205,5	186,9	187,2	187,0
Коні	249,8	98,1	41,6	29,1	23,8	21,2	19,3	17,0
Кролі	29,2	36,6	75,6	174,2	129,8	131,4	132,0	149,9
Птиця, млн. гол.	25 352,9	66 625,3	110 561,3	132 072,5	122 077,8	112 008,7	109 822,5	112 512,3
Бджолосім'ї, тис. сімей	334,0	184,3	95,4	71,0	59,0	49,9	47,1	43,6
Структура сільськогосподарських тварин у підприємствах, %								
Велика рогата худоба	53,5	38,3	34,0	31,7	33,7	33,9	33,0	33,0
зокрема, корови	37,3	23,8	22,4	22,5	23,4	23,3	23,0	23,1
Свині	31,6	36,9	45,5	49,0	50,8	52,3	53,5	54,1
Вівці та кози	22,0	16,6	17,2	14,3	15,0	14,1	14,2	14,3
Коні	35,6	17,7	10,0	8,2	7,5	6,9	6,6	6,4
Кролі	0,5	0,7	1,4	3,0	2,5	2,6	2,7	3,1
Птиця, млн. гол.	20,5	41,1	54,2	57,4	57,2	54,9	54,5	54,9
Бджолосім'ї	11,7	5,5	3,3	2,4	2,2	1,9	1,9	1,7

Джерело: згруповано на основі даних джерела [6, с. 138, 142]

Таблиця 4

Виробництво продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах

Показник	Роки							
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017
М'ясо (у забійній масі)	438,1	588,1	1 134,4	1 441,3	1 451,8	1 463,4	1 489,9	1 483,0
Молоко	3 668,7	2 582,5	2 216,6	2 582,5	2 647,5	2 669,2	2 705,6	2 765,7
Яйця	2 977,3	6 458,1	10 249,6	12 234,2	12 536,2	9 762,2	8 067,6	8 365,3
Вовна	1 311	692	710	470	379	314	266	255
Мед	3 564	2 461	1 620	1 323	982	918	901	847
Структура виробництва продукції тваринництва, %								
М'ясо (у забійній масі)	26,3	36,8	55,1	60,3	61,5	63,0	64,1	64,0
Молоко	29,0	18,8	19,7	22,5	23,8	25,1	26,1	26,9
Яйця	33,8	49,5	60,1	62,4	64,0	58,2	53,4	53,9
Вовна	38,6	21,7	16,9	13,4	14,6	13,8	12,8	13,0
Мед	6,8	3,4	2,3	1,8	1,5	1,4	1,5	1,3

Джерело: згруповано, узагальнено на основі даних джерела [6, с. 156, 160]

Обсяги виробництва підприємствами продукції тваринництва представлено в табл. 4.

Показники, наведені в табл. 4, вказують на такі тренди розвитку тваринництва: протягом періоду дослідження частка виробництва м'яса зросла до 64,0% у 2017 р., тобто на 37,7% порівняно з 2000 р. (26,3%); яєць виготовлено 53,9% проти 33,8% у 2000 р., тобто на 20,1% більше; виробництво молока скоротилось на 2,1%, становлячи 26,9% у 2017 р., зменшилось також виробництво вовни, а саме до 13,0% у 2017 р., тобто на 25,6% порівняно з 2000 р.; меду вироблено лише 1,3%, тобто на 5,5% менше, ніж у 2000 р.

Виробничо-господарська діяльність та якість пропонованої продукції прямо залежать від наявності основних видів техніки у сільськогосподарських підприємствах, дані про яку представлено в табл. 5.

Наведені дані вказують на негативну тенденцією до зменшення кількості основних видів техніки у сільськогосподарських підприємствах. Зокрема, кількість тракторів у 2017 р. скоротилась на 22,0 тис. од. порівняно з 2010 р. (з 151,3 тис. од. до 129,3 тис. од.); вантажних та вантажно-пасажирських автомобілів – на 23,1 тис. од.; причепів та напівпричепів – на 21,5 тис. од.; плугів – на 0,7 тис. од.; культиваторів – на 0,7 тис. од.; боронів – на 56,7 тис. од.; комбайнів зернозбиральних – на 6 тис. од.; кормозбиральних – на 3,2 тис. од.; кукурудзозбиральних та льонозбиральних – на 1 тис. од. та 0,4 тис. од. відповідно. Зменшилась також кількість доїльних установок на 1,4 тис. од.; сінокосарок – на 0,3 тис. од. Отже, можна зауважити, що технічний стан сільськогосподарських підприємств перебуває на низькому рівні та продовжує скорочуватися. Певне зростання є характерним лише для машин та механізмів для приготування кормів (0,9 тис. од.), а також валкових жаток (0,2 тис. од.).

Отже, з наведених та проаналізованих в ході дослідження даних видно, що сучасні сільськогосподарські підприємства розвиваються надто повільно, отже, потребують запровадження нового ефективного концептуального підходу до стабілізації їх виробничих показників, нарощування обсягів господарської діяльності, зростання конкурентоздатності, активізації підприємницького потенціалу тощо. Таким підходом, на наш погляд, є кооперативний маркетинг, що має на меті об'єднання підприємств та організацію їх співпраці на засадах взаємної довіри.

Слід наголосити на тому, що розвиток кооперативного маркетингу в сучасних умовах господарювання поширений неповною мірою, що можна пояснити низкою причин, основні з яких наведені в рис. 3.

Вжиття запропонованих заходів дасть змогу сільськогосподарським товаровиробникам залучити необхідне фінансування та спрямувати його на технологічну реконструкцію.

Стримуючі фактори		Шляхи подолання
Специфіка законодавчої бази, що регулює розвиток обслуговуючої кооперації в країні	⇨	Постійне оновлення й доопрацювання задля визначення чітких правових понять, термінів і категорій кооперативного маркетингу, а також їх трактування.
Потреба проведення сертифікації та стандартизації продукції	⇨	Вдосконалення системи стандартизації, її адаптація до вимог міжнародного співтовариства.
Відсутність спеціалістів з проведення маркетингових досліджень	⇨	Налагодження повноцінного виробництва, що враховуватиме інтереси споживачів завдяки першочерговості моніторингу їх потреб.
Брак фахівців, здатних організувати та впровадити маркетингову стратегію в діяльність сільськогосподарського підприємства	⇨	Залучення в аграрну сферу кваліфікованих маркетологів-практиків, що ефективно оперують маркетинговими інструментами, та розроблення дієвої системи їх мотивації.

Рис. 3. Методологічне значення основних факторів, що стримують розвиток кооперативного маркетингу, та шляхи їх подолання

Джерело: власні дослідження

Таблиця 5

Наявність основних видів техніки у сільськогосподарських підприємствах, од.

Показник	Роки							Відхилення *
	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Трактори	151,3	150,7	146,0	130,8	127,9	132,7	129,3	-22
Вантажні та вантажно-пасажирські автомобілі	104,3	104,3	99,3	87,3	83,6	85,4	81,2	-23,1
Причепи та напівпричепи	86,7	82,3	78,1	69,0	66,6	67,9	65,2	-21,5
Плуги	49,8	51,9	51,3	47,9	47,3	49,3	49,1	-0,7
Культиватори	72,9	76,7	75,7	69,5	69,5	71,7	70,1	-2,8
Борони	238,1	227,5	218,3	200,0	193,9	192,0	181,4	-56,7
Сінокосарки	11,2	11,5	11,6	10,9	10,7	11,3	10,9	-0,3
Жатки валкові	15,2	14,7	14,5	13,5	13,6	14,5	15,4	0,2
Комбайни зернозбиральні	32,8	31,9	30,1	27,2	26,7	27,4	26,8	-6
Комбайни кукурудзозбиральні	2,5	2,1	2,0	1,8	1,6	1,5	1,5	-1
Комбайни кормозбиральні	7,8	6,7	6,1	5,3	4,9	4,91	4,6	-3,2
Комбайни льонозбиральні	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	-0,4
Комбайни картоплезбиральні	1,7	1,6	1,5	1,3	1,2	1,2	1,10	-0,6
Доїльні установки та апарати	10,9	11,2	11,2	10,5	10,2	10,3	9,5	-1,4
Машини та механізми для приготування кормів	3,1	3,7	3,8	3,6	3,7	4,1	4,0	0,9

* відхилення показників 2017 р. порівняно з 2010 р.

Джерело: [7, с. 136]

струкцію, заміну та модернізацію обладнання, комплектуючих, що сприятиме не лише збільшенню їх виробничих потужностей та технічному оновленню, але й запровадженню інноваційних розробок та механізмів в господарський процес. Крім того, особливістю застосування концепції кооперативного маркетингу є використання різноманітного маркетингового інструментарію, що сприятиме адаптивності аграрних підприємств до умов ринкової кон'юнктури, а це позначиться на підвищенні якості виробленої продукції та збільшенні попиту на неї не лише на вітчизняному, але й на світовому ринках. До того ж такий крок активізуватиме залучення іноземних інвестицій в аграрну сферу, що нині має особливу актуальність.

Висновки. Таким чином, в результаті проведеного дослідження встановлено тенденцію до збільшення кількості сільськогосподарських підприємств, розширення їх землеволодінь та обсягів виробництва продукції. Водночас визначено, що потенціал сільськогосподарських підприємств залишається недостатньо використаним через обмеженість матеріальних, фінансових та технічних ресурсів. Ефективним інструментом сприяння реалізації підприємницької ініціативи аграрних формувань є поширення кооперативного маркетингу, запровадження якого стимулюватиме їх до вдосконалення виробничої діяльності, інноваційного оновлення, отже, підвищення якості продукції. Як наслідок, сільськогосподарські підприємства отримають суттєві конкурентні переваги та зможуть вийти на новий рівень господарювання. Отже, подальші наукові обґрунтування базуватимуться на пошуку та розробленні стратегії імплементації запропонованого в практику господарювання вітчизняних сільськогосподарських підприємств.

Список використаних джерел:

1. В Україні офіційно стартував міжнародний проект розвитку сільських територій. URL: http://minagro.gov.ua/uk/node/23312 (дата звернення: 20.05.2019).
2. Зіновчук В. Сільськогосподарські кооперативи у правовому полі України: двадцять років по тому. *Кооперативні читання: 2017 р.* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Житомир, 2017. С. 7–16.
3. Молдаван Л., Крисанов Д., Удова Л. Роль кооперативів у подоланні сільської бідності. *Економіка АПК*. 2010. № 11. С. 121–129.
4. Зіновчук В., Молдаван Л., Моссаковський В. та ін. Основи сільськогосподарської обслуговуючої кооперації : навчальний посібник. Київ : Вища освіта, 2001. 464 с.
5. Саковська О. Створення та функціонування маркетингових кооперативів в аграрній сфері України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2014. № 4 (28). С. 151–155.
6. Сільське господарство України : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 245 с.
7. Україна у цифрах у 2017 р. : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 240 с.
8. Ярема Л. Сільськогосподарські кооперативи: проблеми і перспективи. *Вісник Мукачівського державного університету*. 2018. Вип. 19. С. 277–281.

КООПЕРАТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК БАЗИС СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. При проведении исследования проанализирована деятельность сельскохозяйственных предприятий, изучено современное состояние их развития, определены основные тенденции, обоснованы перспективы. Отдельное внимание уделено определению уровня хозяйствования сельскохозяйственных предприятий в разрезе видов деятельности. Сфокусировано внимание на вопросе их технологического оснащения, определена тенденция к сокращению основных видов техники в предприятиях. Изучены проблемы, которые сдерживают их дальнейшее развитие. Сделан акцент на важности кооперативного маркетинга как эффективной концепции усовершенствования бизнес-модели деятельности сельскохозяйственных предприятий. Определена перспективность его внедрения, которая заключается в целесообразности использования предложенного. Вышеприведенное будет способствовать стабилизации производственных показателей, наращиванию объемов хозяйственной деятельности, росту конкурентоспособности и активизации предпринимательского потенциала в аграрном секторе экономики.

Ключевые слова: сельскохозяйственные предприятия, кооперативный маркетинг, аграрный сектор, экономика, агробизнес.

COOPERATIVE MARKETING AS A BASIS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES MODERN DEVELOPMENT

Summary. The purpose of this study is justification of the agricultural enterprises current state and the substantiation of the cooperative marketing idea using as a basis for their development. It outlines that the current economy situation in the agrarian sector is characterized by a high level of the world economic space integration, which requires greatly enhances in the agricultural enterprises activity conditions and their competitiveness. During the study, the activities of agricultural enterprises were analyzed, as well as the current state of their development, besides the main trends and prospects were identified. The agricultural enterprises held level determination were grounded. The plant growing and livestock farming with outlines their main trends were defined. The study showed the significant decreasing of cattle number in agricultural enterprises. The particular attention during the course of this study was paid to the presence of basic equipment types in the village as one of the main factor that determines enterprises production as well as the quality of the offered products. It is noted that the agricultural enterprises potential remains insufficiently used due to the limited material, financial and technical resources. The main problems that constraining the further effective enterprises development and require urgent resolution were also under consideration. It also focuses on the importance of cooperative marketing as an effective concept for improving the agricultural enterprises business model. The article describes that the agricultural enterprises activity determinate globalization prerequisites is significantly depends of the unstable market conjuncture conditions. It justifies absolutely necessary of the cooperative marketing concept use in such circumstances. It was revealed that the development of cooperative marketing in modern Ukrainian conditions is not widespread because number of reasons, but taking into account the modern state of agrarian enterprises development their effective direction is considered as the implementation of cooperative marketing advantages to their current practical activity.

Key words: agricultural enterprises, agribusiness, cooperative marketing, economy, agribusiness.

УДК 332.1:351.72
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-5

Геєнко М. М.
кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Сумського національного аграрного університету
Пугач Ю. В.
аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Сумського національного аграрного університету

Heyenko Mykhaylo
PhD in Economics, Associate Professor
Head of the Department of Finance, Banking and Insurance
Sumy National Agrarian University
Puhach Yurii
Postgraduate student in the Department of Finance,
Banking and Insurance
Sumy National Agrarian University

НА ШЛЯХУ ДО САМОСТІЙНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД, ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ

Анотація. Прагнення до децентралізованого управління – це вимога часу. Проблематика децентралізації влади, фінансових відносин на місцевому рівні є як ніколи актуальною для України. У статті досліджено історію процесів та етапи розвитку децентралізації в різних країнах, виокремлено фінансові інструменти, що дали змогу досягти високих темпів розвитку регіонів. Виділено основні напрями запровадження процесів місцевого самоврядування, проаналізовано компетенції та рівень самостійності громад. Зосереджено особливу увагу на фінансовій слабкості та вразливості територіальних об'єднань України на початкових етапах запровадження структурних змін. На основі закордонного досвіду та з урахуванням національних особливостей визначено необхідність застосування фінансових інструментів. Запропоновано додаткові механізми та підходи, пов'язані зі зменшенням макроекономічної нестабільності, підвищенням ефективності надання державних послуг.

Ключові слова: децентралізація, місцеве самоврядування, фінансові інструменти, місцеві податки, адміністративно-територіальна реформа.

Вступ та постановка проблеми. Україна поступово та болісно просувається до європейських стандартів раціонального об'єднання територій. Прагнення до децентралізованого управління – це вимога часу. Саме таким шляхом намагається рухатись більшість країн світу, як розвинених, так і тих, що перебувають на довгому, нелегкому шляху реформ та становлення економіки. Такі очікування пов'язані зі зменшенням макроекономічної нестабільності, прискоренням економічного зростання та підвищенням ефективності надання державних послуг. Фундаментальні напрацювання щодо децентралізаційних змін розвинутих країн мають стати для України практичним підґрунтям щодо реалізації реформ місцевого самоврядування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика децентралізації влади, фінансових відносин на місцевому рівні досліджувалась багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими, такими як О. Бориславська, Л. Лозовська, Д. Хріпливець, В. Борденюк, О. Бабич, А. Матвієнко, В. Роман, М. Пасічник, А. Ткачук, Я. Брюкнер, Ч. Тієбут, Н. Топпервін.

Децентралізація – це процес перерозподілу функцій, тобто їх часткове передання від центральних органів управління до місцевих. Сьогодні залишається актуальною потреба обґрунтування необхідності запровадження та поглиблення процесу децентралізації в розрізі зміцнення дохідної бази з урахуванням інтересів центральних органів влади та органів місцевого самоврядування на основі світового досвіду. Оскільки Україна має низький рівень фінансової самостійності місцевих бюджетів, виникає потреба проведення подальших досліджень у цій сфері.

Метою статті є дослідження зарубіжного досвіду та обґрунтування необхідності подальшого реформування місцевого самоврядування, визначення позитивних, негативних сторін та можливості адаптації досвіду фінансової децентралізації розвинених країн світу до економічних реалій України.

Результати дослідження. Розвинуті економіки США, Канади та європейських країн розпочали процеси місцевих економічних перетворень ще у 50-х роках XX ст., пройшовши до нашого часу непрості етапи еволюції, вдосконалення місцевого розвитку, що мали кілька відмінних рис:

– боротьба за залучення будь-якого інвестора для створення на території громади великого «містоутворюючого» підприємства, що в результаті спричиняло залежність території від однієї галузі та робило місцеву громаду вразливою;

– зростання ролі малого бізнесу шляхом підтримки підприємців та надання їм технічної допомоги з консультування, створення робочих місць, що привело до набору підприємств, різноманітних за ознаками розміру, економічної життєздатності та галузевого представництва;

– поява інноваційних інструментів щодо формування та розширення бази економічного розвитку; поява нових підходів до розвитку територій, серед яких слід назвати створення державно-приватних партнерств, асоціацій, розвиток промислових кластерів, підвищення ролі інновацій (найбільш успішними стають громади,

яким вдається налагодити тісні зв'язки та співпрацю з інвесторами);

– усвідомлення взаємозалежності економічного, екологічного та соціального благополуччя (запорукою успішності розвитку території стають знання та інноваційні підходи, а саме врахування економічних реалій глобалізації; врахування інтересів широкого кола всіх партнерів, співпраця; планування та стратегічний характер ініціатив; чутливість до потреб громади; спрямованість на вирішення певних питань чи проблем у довгостроковій перспективі) [1].

Перш ніж оцінювати процеси децентралізації, які запроваджуються в Україні, слід детально проаналізувати позитивний досвід адаптації реформ зарубіжними країнами.

На дуже схожих стартових позиціях з нашою країною були Польща та країни Прибалтики. Потреба проведення швидких реформ виникла у зв'язку зі стрімким зростанням ринкових відносин. Було зрозуміло, що гаяти часу не можна, вкрай необхідно забезпечити максимально самостійне функціонування регіонів, інститутів громадянського суспільства. Польський устрій зазнав великих новацій, адже змінився територіальний поділ, зменшилась кількість державних службовців, було реформовано механізм перерозподілу податкових надходжень між бюджетами різних рівнів. Так, сьогодні до місцевих бюджетів надходять 100% податків з нерухомості, близько 40% прибуткових податків та майже 7% доходів від корпоративних податків. Місцеві органи влади стали займатися виключно питаннями розвитку власної території, а саме веденням самостійного фінансового господарства, розподілом бюджетних коштів та майна територіальної громади, наданням послуг для населення. Чіткий розподіл повноважень між місцевою та центральною владою дав поштовх до стрімкого розвитку територій, притоку інвестицій, покращення соціальної сфери [2].

Латвія розпочала територіальну реформу в середині 90-х років XX ст. Лише ближче до 2009 року можна було сказати, що перетворення перебуває на завершальній стадії. Щодо фінансової децентралізації, то було прийнято низку законів, які сприяли наповненню місцевих бюджетів. Серед них слід назвати такі джерела надходжень, як податки, місцеві мита, трансферти з державного бюджету, плата від послуг. Податок із доходів фізичних осіб та податок на нерухомість мають найбільшу питому вагу у структурі надходжень і розподіляються між місцевим та державними бюджетами [3, с. 24].

Швеція провела докорінні зміни в місцевому самоврядуванні ще на початку 90-х років XX ст. Щодо фінансової складової наповнення бюджетів місцевих рівнів, то джерелами стали місцеві податки, субсидії на вирівнювання надходжень регіонів, державні субсидії тощо. Слід відзначити, що більше половини доходів формується за рахунок місцевих податків.

Своїм шляхом реформування територіального устрою пішла Норвегія. Саме ця країна першою серед країн Європи прийняла Закон про місцеве врядування («Акт про ольдерменів», 1837 рік), відповідно до якого діє дворівнева система. Графства та муніципалітети виконують відмінні функції та мають автономні бюджети. Ці утворення можуть брати на себе додаткові повноваження, але не мають права виконувати функції, які закріплені за іншими рівнями влади. Вагому частину доходів бюджетів муніципалітетів Норвегії становлять саме надходження від місцевих податків, зборів та платежів (близько 50%), при цьому міжбюджетні трансферти мають тенденцію до зменшення. Досвід Норвегії дає змогу впевнитись у важливості контролю за використанням фінансових ресурсів.

У Федеративній Республіці Німеччина основою фінансової незалежності є общини, через які забезпечується життєздатність територій. Саме в общинах здебільшого формуються місцеві бюджети за рахунок специфічних, натуральних, прибуткових податків. Для фінансового вирівнювання добробуту територій використовується система цільових та нецільових дотацій.

Італійська модель місцевого самоврядування має чіткий розподіл компетенцій на трьох рівнях, а саме регіону, провінції, комуни. Відмінною рисою місцевих органів є право самостійно встановлювати розмір, кількість податків та зборів (понад 70), що складає базу для фінансування локальних потреб [4, с. 9]. Саме тому спостерігаються висока економічна активність, ефективність використання бюджетних фондів на регіональному рівні.

Швейцарська Конфедерація пішла шляхом запровадження крайньої форми децентралізації, важливим елементом якої є можливість збирати податки на різних федеральних рівнях, не заважаючи один одному та не переобтяжуючи платників податків. Водночас кожен рівень влади має змогу користуватись кількома джерелами надходжень. Витрати контролюються державними органами влади [5]. Така надмірна самостійність у системі оподаткування привела до податкової нерівності між кантонами та муніципалітетами, в яких податкове навантаження на мешканців дуже різниться. Саме тому Швейцарія спрямувала свої зусилля на ідею фіскального вирівнювання, основною метою якої є однорідний розвиток держави загалом. З 2015 року почала впроваджуватися система базових та реверсійних дотацій, яка має на меті підвищення фіскальної спроможності місцевих бюджетів [6].

Дані проведеного дослідження свідчать про те, що процеси автономізації місцевого врядування в різних країнах мають свої особливості. Так, історично склалося, що кожна держава має відмінності у підходах до організації регіонального розвитку, що сприяло формуванню трьох основних моделей місцевого самоврядування.

1) Англосаксонська модель (Великобританія, США, Канада, Австралія). Такі країни отримали у спадок вільне громадське співробітництво, можливість брати участь у місцевих справах та брати на себе відповідальність. Саме ці фактори дали можливість відійти від контролю повноважних представників центрального уряду та здійснювати самоврядування в межах своїх компетенцій, попри різний ступінь автономії самоврядування.

2) Континентальна модель (Італія, Франція, Нідерланди, Польща), де поєднуються пряме державне управління та місцеве самоврядування.

3) Змішана модель (Німеччина, Австрія, Японія), де відбувається утворення сучасної держави на засадах наказовості та підпорядкування, коли в деяких ланках місцевого самоврядування виборний орган може бути і ланкою муніципального управління, і представником державної адміністрації [7–9].

Більшість країн пройшла цей нелегкий шлях в середині 90-х років XX ст. Згідно з даними Світового банку 63 із 75 великих країн, що розвиваються, та трансформаційних країн розпочали рух до децентралізації [10].

Отже, Європа поступово рухається до укрупнення адміністративно-територіальних одиниць та посилення процесів децентралізації. Здебільшого національні уряди здійснили розподіл обов'язків між місцевими та центральними органами влади.

Великий вплив на визначення ініціатив місцевого економічного розвитку мають події та тенденції, що спричинені глобалізаційними процесами, такі як збільшення мобільності капіталу, уніфікація підходів та стандартів, синхронізація економік різних країн, технологічні вдосконалення та зростання ефективності виробничих процесів, розвиток транспортної інфраструктури, розвиток людського капіталу, збільшення конкуренції між країнами, усунення політичних бар'єрів торгівлі, децентралізація урядових послуг.

Оскільки запровадження децентралізаційних процесів для кожної країни є унікальним, маючи свою специфіку розвитку, то недоцільно калькувати зарубіжний досвід без урахування національних особливостей. У світі не існує універсального підходу, який би можна було в повному обсязі та без редагувань застосувати в Україні. Децентралізацію також прямо не прописано в Угоді про асоціацію є ЄС, але українське законодавство щодо місцевого самоврядування все більше пристосовується до європейських норм, адже ратифікована Європейська хартія місцевого самоврядування, в Конституції України закладено засади місцевого самоврядування, прийнято низку базових нормативно-правових актів щодо діяльності органів місцевого самоврядування.

На шлях активної децентралізації Україна вступила чотири роки тому, однак сучасний стан речей відображає неспроможність задоволення потреб суспільства щодо надання доступних та якісних соціальних, адміністративних послуг на місцях. Більшість із 878 сформованих громад через слабку матеріально-фінансову базу та подрібненість не в змозі взяти на себе функції, покладені на них за законом. Залишається невирішеним питання адекватності, достатності ресурсів. Фінансова спроможність громади означає достатність фінансових ресурсів для забезпечення належного рівня надання послуг у соціальній сфері. При цьому органи державної влади у добровільно-примусовому порядку об'єднують громади за так званим перспективним планом та використовують задля цього податок на доходи фізичних осіб. Лише за умови об'єднання в громаді залишиться 60% цього податку. Збалансування доходів і видатків не гарантує реальну незалежність місцевих органів влади щодо розпорядження коштами. Такий підхід може бути виправданим, якщо цей процес приведе до створення фінансово спроможних ОТГ, інакше недовіра до місцевих перетворень та влади посилюватиметься. Існує проблема щодо спроможності органів місцевого самоврядування забезпечувати якісні послуги, фінансування яких здійснюється за рахунок трансфертів чи власних джерел, що не є мотивуючим фактором для останніх. Отже, серед недоліків на цьому етапі процесу реформування місцевого самоврядування можна виділити:

– недостатній рівень децентралізації фінансів та залежність від Державного бюджету;

– зниження якості надання публічних послуг, зумовлене недостатнім фінансуванням;

– низький рівень фінансово-ресурсної бази органів місцевого самоврядування для реалізації своїх повноважень (Латвія має 34,2%, Польща – 26,6%, Україна – 9,2%);

– можливість вільно користуватися власними коштами громади через блокування Державним казначейством України;

– практичну неможливість брати участь у визначенні економічних пріоритетів на загальнодержавному рівні;

– неякісне бюджетне планування на центральному рівні, неузгодженість наданих компетенцій із ресурсами для їх запровадження;

– намагання центральних органів влади перекласти тягар відповідальності за надання державних послуг населенню з уникненням вирішення нагальних питань.

Слід зазначити, що поглиблення реформи децентралізації з перерозподілом функцій від центральних органів влади органам місцевого самоврядування має велику затребуваність. Більш того, такий розподіл зміцнить центральну владу, надавши їй можливість сконцентрувати увагу на загальнодержавних питаннях. Існує потреба надання громадам можливостей вирішувати питання свого розвитку, створювати належні умови з мобілізації необхідних фінансових ресурсів для виконання своїх функцій. Створення ефективної системи місцевого самоврядування, як показує міжнародний досвід, є можливим за умови врахування децентралізаційних методів, що забезпечить краще виконання функцій держави з більш ефективним наданням суспільних благ та послуг. Зрозуміло, що основні напрями реформи місцевого самоврядування сформульовані на кращих традиціях закордонного досвіду, таких як розширення прав місцевих органів та надання бюджетної самостійності; розширення джерел наповнення місцевих бюджетів; встановлення єдиних нормативів відрахувань загальнодержавних податків; запровадження механізму бюджетного регулювання та вирівнювання; запровадження галузевої трансфертної політики.

Отже, завдяки поглибленню реформи децентралізації на основі зарубіжного досвіду з урахуванням національних особливостей можна запропонувати додаткові механізми, які вирішують такі проблеми:

– чіткий розподіл повноважень між рівнями, що влади дає можливість визначити сфери відповідальності центрального та місцевих рівнів;

– отримання органами місцевого самоврядування надійної фінансової бази, якої достатньо для виконання їх функцій, а також яка дає можливість за потреби доповнювати свої доходи за рахунок власних джерел, що буде мотиваційним чинником у подальших перетвореннях;

– підвищення ролі місцевих податків і зборів та збільшення їх частки у власних доходах місцевих бюджетів, що є одним із пріоритетних завдань для органів місцевого самоврядування, що сприятиме посиленню фінансової стійкості та самостійності місцевих бюджетів, ефективності використання наявного фіскального потенціалу відповідних територій, як наслідок, покращенню рівня та якості послуг, що надаються жителям громад;

– запровадження додаткових засобів стимулювання, таких як податкові пільги, дотації, трансферти, що може дати поштовх до залученню інвестицій у регіони (при цьому дотації мають сприяти фіскальній спроможності місцевих бюджетів, обсяги трансфертів мають враховувати реальні доходи та обґрунтовані видатки);

– дольове фінансування місцевих проєктів (держава разом з місцевими органами), що дасть змогу об'єднувати інтереси щодо цілей регіонального розвитку;

– посилення зв'язків між національною та регіональною промисловістю, що суттєво зменшить проблеми зайнятості населення;

– запровадження сучасних інформаційних технологій у сферу управління процесами регіонального розвитку та надання послуг з використанням багатого досвіду провідних економік, що дасть змогу відповідати критеріям та спростить комунікації із залучення потенційних інвесторів.

Висновки. Підсумовуючи зазначене, можемо зробити висновок, що більшість країн, які стали на шлях зміцнення економічної незалежності територіальних одиниць,

пройшла тривалий нелегкий шлях перетворень. Історично так склалося, що різним країнам притаманні деякі відмінності щодо розуміння повноважень регіонів. Однак можна стверджувати, що в результаті проведених перетворень значення та фінансова незалежність адміністративно-територіальних одиниць відчутно посилюються.

Оскільки на етапі становлення фінансової незалежності громади дуже вразливі, то неабияку роль у цьому відіграє державна підтримка. Саме від центральної влади залежать стимулювання соціально-економічного розвитку, забезпеченість фінансовими ресурсами для реалізації намічених цілей та програм, посилення конкурентоспроможності регіонів.

Враховуючи багатий закордонний досвід, можемо стверджувати, що для успішних децентралізаційних перетворень необхідно створити сприятливі умови та посилити зацікавленість органів місцевого самоврядування в нарощуванні власного фінансового потенціалу. З огляду на те, що Україна твердо визначила європейський шлях розвитку, вона має впроваджувати ті реформи, які будуть сприяти демократизації держави із самодостатнім місцевим самоврядуванням.

Список використаних джерел:

1. Васильченко Г., Парасюк І., Єременко Н., Планування розвитку територіальних громад. *Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування*. Київ, 2015. С. 13–14. URL: https://www.auc.org.ua/sites/default/files/library/1plangrweb.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
2. Пігуль Н., Люта О. Зарубіжний досвід проведення децентралізаційних реформ. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 6. С. 684–688.
3. Ткачук А. Латвія: довга дорога реформи. *Робочі записки*. Київ : К.І.С., 2015. 56 с.
4. Децентралізація влади на основі кращих іноземних практик та українських законодавчих ініціатив : матеріали інформаційного семінару. Київ : Український інститут міжнародної політики, 2015. 22 с.
5. Чернеженко О. Фінансові основи місцевого самоврядування в Швейцарії. *Вісник Академії адвокатури України*. 2013. Вип. 26. С. 37–44.
6. Бориславська О., Заверуха І., Захарченко Е. та ін. Децентралізація публічної влади: досвід європейських країн та перспективи України. Київ : Софія, 2012. 128 с.
7. Роман В. Моделі децентралізації влади країн Європейського Союзу. *Теорія та практика державного управління* / за ред. О. Амосова. Харків : Магістр, 2016. С. 206–213.
8. Наконечний В. Основні світові моделі місцевого самоврядування: порівняльний аналіз. *Теорія та практика державного управління* / за ред. О. Амосова. Харків : Магістр, 2016. С. 283–289.
9. Костенюк І. Західні моделі місцевого самоврядування: перспективи та обмеження культурних трансферів. *Державне управління та місцеве самоврядування* / за ред. С. Серьогіна. Дніпро, 2013. С. 296–306. URL: http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2013/2013_01(16)/39.pdf (дата звернення 10.09.2019).
10. Бондаренко А. Вплив держави на формування місцевих бюджетів у країнах Європи. *Теорія та практика державного управління* / за ред. О. Амосова. Харків : Магістр, 2010. С. 185–192.

References:

1. Vasyljchenko Gh., Parasjuk I., Jeremenko N. (2015) Planuvannja rozvytku terytorialjnykh ghromad [Planning the development of territorial communities]. Kyiv : Vi. En. Hey (in Ukrainian).
2. Pighulj N., Ljuta O. (2016) Zarubizhnyj dosvid provedennja decentralizacijnykh reform [Foreign experience of decentralization reforms]. Zhurnal Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky [Journal Global and national problems of economy]. Mykolayiv : Mykolayiv University named after V.O. Sukhomlinsky, pp. 684–688.
3. Tkachuk A. (2016) Latvija: dovgha dorogha reformy [Latvia: the long road to reform]. Robochi zapysky [Working notes]. Kyiv : K.I.S.
4. Ukrainian Institute for International Policy (2015) Decentralizacija vlady na osnovi krashhykh inozemnykh praktyk ta ukrajinsjkykh zakonodavchykh iniciatyv [Decentralization of power based on best foreign practices and Ukrainian legislative initiatives]. Kyiv : Ukrainian Institute for International Policy.
5. Chernezhenko O. (2013) Finansovi osnovy miscevogho samovrjaduvannja v Shvejcariji [Financial basis of local self-government in Switzerland]. Kyiv : Academy of the Bar of Ukraine, pp. 37–44.
6. Boryslavsjka O., Zaverukha I., Zakharchenko E. (2012) Decentralizacija publichnoji vlady: dosvid jevropejsjkykh krajin ta perspektyvy Ukrajiny [Decentralization of public power: experience of European countries and prospects of Ukraine]. Kyiv : Sofia.
7. Roman V. (2016) Modeli decentralizaciji vlady krajin Jevropejsjkogho Sojuzu [Models of decentralization of power of the countries of the European Union]. Teorija ta praktyka derzhavnogho upravlinnja [Public administration theory and practice]. Kharkiv : Mahistr, pp. 206–213.
8. Nakonechnyj V. (2016) Osnovni svitovi modeli miscevogho samovrjaduvannja: porivnjaljnyj analiz [Basic world models of local self-government: a comparative analysis]. Teorija ta praktyka derzhavnogho upravlinnja [Public administration theory and practice]. Kharkiv : Mahistr, pp. 283–289.
9. Kostenjuk I. (2013) Zakhidni modeli miscevogho samovrjaduvannja: perspektyvy ta obmezhennja kuljturnykh transferiv [Western Local Government Models: Perspectives and Limitations on Cultural Transfers]. Derzhavne upravlinnja ta misceve samovrjaduvannja [Public administration and local self-government]. Dnipro : Dnipropetrovsk Regional Institute of Public Administration, pp. 296–306.
10. Bondarenko A. (2010) The influence of the state on the formation of local budgets in European countries [Vplyv derzhavy na formuvannja miscevykh bjudzhetiv u krajinakh Jevropy]. Public administration theory and practice [Teorija ta praktyka derzhavnogho upravlinnja]. Kharkiv : Kharkiv Regional Institute of Public Administration National the Academy of Public Administration under the President of Ukraine, pp. 185–192.

НА ПУТИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ, УГРОЗЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ УКРАИНЫ

Аннотация. Стремление к децентрализованному управлению – это требование времени. Проблематика децентрализации власти, финансовых отношений на местном уровне является как никогда актуальной для Украины. В статье исследованы история процессов и этапы развития децентрализации в разных странах, выделены финансовые инструменты, которые позволили достичь высоких темпов развития регионов. Выделены основные направления внедрения процессов местного самоуправления, проанализированы компетенции и уровень самостоятельности общин. Сосредоточено особое внимание на финансовой слабости и уязвимости территориальных объединений Украины на начальных этапах внедрения структурных изменений. На основе зарубежного опыта и с учетом национальных особенностей определена необходимость применения финансовых инструментов. Предложены дополнительные механизмы и подходы, связанные с уменьшением макроэкономической нестабильности, повышением эффективности предоставления государственных услуг.

Ключевые слова: децентрализация, местное самоуправление, финансовые инструменты, местные налоги, административно-территориальная реформа.

ON THE WAY TO INDEPENDENT REGIONAL DEVELOPMENT: INTERNATIONAL EXPERIENCE, THREATS AND OPPORTUNITIES FOR UKRAINE

Summary. Willingness for decentralized management is the requirement of time. The problem of decentralization of power, financial relations at the local level is as urgent as ever for Ukraine. Most countries in the world both developed and those which are on the path of reform and economic development are trying to give more authority to local government. Such expectations are related to reducing macroeconomic instability, accelerating economic growth and improving the efficiency of public service delivery in the current economic environment. The article explores the history of decentralization processes in different countries. The stages of the evolution of local development are analyzed, such as: community enlargement through dependency on one industry, growth of the role of small business, emergence of innovative tools with attracting investors, use of knowledge and taking into account economic realities. The models of local self-government that provide decentralization of power in the leading countries of Europe are examined, the main directions of self-government processes are identified, the competences and the level of autonomy of territorial associations are analyzed. Financial instruments have been singled out, which have helped to achieve high rates of regional development. On the basis of differences and features of regional development, three main models of local self-government are formulated. An overview of the main areas of development of territories, including under the influence of globalization processes, makes it possible to outline the tendency of gradual movement towards consolidation of administrative-territorial units and strengthening of processes of decentralization with a clear division of responsibilities between local and central authorities. Particular attention is paid to the financial weakness and vulnerability of Ukraine's territorial associations at the initial stages of structural change. On the basis of foreign experience and taking into account national peculiarities, the necessity of using financial instruments was determined and additional mechanisms of regional development were proposed.

Key words: decentralization, local self-government, financial instruments, local taxes, administrative-territorial reform.

УДК 657.37
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-6

Голінач Л. І.
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економічної експертизи та аудиту бізнесу
Тернопільського національного економічного університету

Holinach Liudmyla
PhD in economics
Senior lecture of economic expertise and audit of business department
Ternopil National Economic University

ЕВОЛЮЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. В науковому дослідженні проаналізовано зміну показників, що подаються у фінансовій та корпоративній звітності, відповідно до трансформації соціально-економічного укладу суспільства. Визначено основні ознаки економічного буття певного періоду часу, проаналізовано потреби користувачів у видах економічної інформації про діяльність підприємств. Визначено роль корпоративної звітності у представленні результатів господарської діяльності економічних об'єктів. Показано, що її зміст трансформувався від інструмента відображення видатків і доходів, прибутків і майнового стану, податкових платежів і виплат акціонерам, грошових потоків, вартості бізнесу та соціальної позиції підприємства відповідно до кожної епохи розвитку економічних систем. Виокремлено проблему вартісного виміру та інтерпретації показників соціально відповідальної діяльності підприємства, його інвестиційної привабливості у довгостроковій перспективі.

Ключові слова: корпоративна звітність підприємства, фінансова звітність, інтегрований звіт, управління вартістю підприємства, соціально відповідальна діяльність бізнесу, вартісні показники, облікова оцінка.

Вступ та постановка проблеми. Розвиток та інтеграція інститутів економічних систем різних країн світу є причинами розширення кола користувачів інформацією підприємства про результати його господарської діяльності, впливу на зовнішнє середовище, фінансову стабільність та стратегію розвитку. Джерелом відображення основних показників бізнесу та динаміки їх зміни є корпоративна звітність, яка забезпечує взаємозв'язок суб'єкта господарювання з його окремими учасниками, суспільством для вільного переливу та нарощування капіталу. Цей комплекс документів є основним джерелом публічної інформації, певним чином згрупованої та укладеної відповідно до інформаційних потреб основних учасників економічних відносин. Трансформація та розвиток економічної системи, зростання кола економічних агентів, зацікавлених у діяльності підприємств, та зростання рівня й складності їх інформаційних запитів створюють потребу розширення композиційного та інформаційного наповнення як фінансової звітності, так і створення додаткових звітних форм, які б акумулювали всебічну інформацію про аспекти діяльності підприємства. Таким чином, виникає необхідність додаткових досліджень інформаційних потреб учасників економічних відносин, виду та методики оброблення інформації, вдосконалення та приведення у відповідність до вимог реальної економіки інформаційної бази корпоративної звітності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методологічні аспекти формування корпоративної звітності набувають все більшої актуальності, про що свідчить науковий інтерес вітчизняних науковців до питання підвищення якості звітних форм. Проблеми складання корпоративної фінансової звітності розглядаються в роботах С.Ф. Голова, Т.В. Давидюк, І.В. Дерун, О.А. Лаговської, Н.О. Лоханова, І.О. Макаренко, К.В. Сорокіної, С.М. Ємельянової, В.О. Сметаннікова, Л.В. Шуклова та інших науковців. Однак залишаються невирішеними питання композиційного наповнення та обсягу інформації, яку варто оприлюднювати в корпоративній звітності відповідно до потреб розвитку сучасних економічних систем.

Метою статті є аналіз трансформації та еволюції економічної інтерпретації результатів господарської діяльності підприємств у корпоративній звітності, виявлення основних чинників змін її композиційного наповнення та дослідження щодо відповідності вимогам сучасності.

Результати дослідження. Фінансову звітність можна вважати одним з інструментів інститутів суспільства, який підтримує функціонування економіки країни. Це є можливим, оскільки звітність бізнес-одиниць є головним комунікативним засобом між підприємствами, організаціями та іншими економічними інститутами. Проте влучно зауважує П. Друкер, що жодне сучасне завдання менеджменту не збігається із загальними положеннями традиційної моделі ведення обліку. Отже, композиція фінансової звітності також не відповідає повністю потребам її користувачів та визначає потребу формування додаткових звітних форм для відображення всіх аспектів господарської діяльності. З цих причин підприємства формують інформацію про сфери діяльності, результати яких неповністю відображає фінансова звітність, створюючи додаткові звіти про функціонування бізнесу. Це можна довести шляхом аналізування розвитку та формування звітних форм в історичному аспекті.

У період становлення економічних відносин, тобто в умовах натурального та напівнатурального господарства, основними категоріями, які використовували для управління діяльністю, були доходи та витрати для розуміння ступеня прибутковості здійсненої діяльності. У процесі розвитку продуктивних сил, становлення ринкових відносин зростали вимоги до інформаційної подачі системи обліку, отже, розширювалося коло показників, які варто було наводити у фінансовій звітності. Держава висувала вимоги перед підприємствами використовувати уніфіковані способи розрахунку основних облікових категорій для нарахування й сплати податкових платежів до бюджету, а акціонерів цікавили питання правильності обрахунку та виплати дивідендів. Отже, ключовими категоріями обліку залишалися доходи й витрати.

Через низький рівень розвитку правових відносин такі економічні агенти, як трудовий колектив, споживачі, суспільство в особі населення, до уваги не бралися. Для досягнення конкретних показників прибутковості створювали засоби мінімізації витрат і розширення обсягів виробництва. Це стало причиною формування нового напряму у веденні обліку, а саме сприяло появі управлінської бухгалтерії.

З розвитком промисловості в конкуренції почав панувати ефект масштабу, а фінансові показники були критеріями успіху [5, с. 5]. Економічний детермінізм та опортуністична поведінка створили значне число промислових гігантів, а менеджери, акціонери, інвестори, органи державної влади та фінансові установи стали основними ринковими гравцями, на інтереси яких була орієнтована фінансова звітність. В її основу було закладено показники прибутковості, доходів, майнового стану, а у внутрішню звітність (управлінську) – показники собівартості, рентабельності, вартості закупок, витрат на одиницю продукції, дохідності капіталу. У цей період було здійснено спроби уніфікації фінансового обліку. Наприклад, з 30-х років XX ст. у США взято офіційний курс на стандартизацію методів обліку та фінансової звітності, введено в науковий обіг термін «принципи бухгалтерського обліку» [2, с. 76]. У 1936 році Американська асоціація бухгалтерів видала Тимчасове положення про принципи бухгалтерського обліку. Значною мірою уніфікації обліку та фінансової звітності того часу сприяли державне втручання в економіку та зацікавленість банків, що були основним джерелом інвестицій.

З початку 60-х років XX ст. активного розвитку набуває соціалізація бізнесу та економічних відносин. Хоча А. Керолл, вивчаючи історію розвитку соціальної функції бізнесу, зазначав, що перші ідеї соціально відповідальної діяльності підприємств висловлювали Ч. Бернардс у книзі «Функції виконавців» (1939 рік) і Дж. Кларк у виданні «Соціальний контроль бізнесу» (1939 рік) [8, с. 269], зазначені праці не містили завершених наукових концепцій, проте стали поштовхом до активних наукових досліджень з цієї тематики протягом 50-х років XX ст.

Соціалізація бізнесу пов'язана зі значним економічним, правовим та соціальним розвитком суспільства, де питання особистості й оточення, в якому вона проживає, виносяться на передній план. Отже, до основних гравців економічних відносин починають відносити не тільки правління підприємств, фінансові установи, державу, але й трудовий колектив, споживачів, місцеве населення, природу. Це пов'язане зі зростанням соціальної мобільності, коли існує широкий доступ до освіти, що формує рівність можливостей. Окрім того, підприємства починають використовувати складні технології, що потребують значних інвестицій та робочої сили, яка б володіла досконалими технічними знаннями. Погіршення екологічної ситуації та обмеженість природних ресурсів землі, а також інші тенденції значним чином вплинули на структуру звітності підприємств та обумовили появу додаткових звітних форм.

Особливістю таких звітних форм є комбінування фінансових показників з кількісними даними для детального аналізування й оцінювання підзвітної діяльності. Отже, для формування конкурентних переваг управлінський персонал підприємства часто починав вдаватися до створення системи звітів, де фінансова звітність є одним із засобів оприлюднення інформації. Основна мета доповнюючих звітних форм полягає в розширенні інформації про результати діяльності бізнесу, виражених у кількісних одиницях і вартісних показниках, якісних характеристиках, зокрема тих, які стосуються питань довкілля, персоналу, підтримки суспільства, потенціалу підприємства, відносин зі споживачами, покупцями та іншими зацікавленими в діяльності бізнесу економічними суб'єктами.

Про актуальність формування моделі розширеної звітності свідчить значна кількість праць науковців, видань спеціалізованих установ та експертів-практиків. Кожен з них висловлює своє бачення щодо основних причин розширення кількості звітної документації, порядку укладання даних і коло проблем, які слід відображати під час звітування.

Зокрема, представники ініціативи Глобального договору ООН пропонували створювати інформацію підприємствами, яка б відображала його середовище існування, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності бізнесу в економічній, соціальній та екологічній сферах життя суспільства. Ця організація є ініціатором формування Звіту з прогресу, інформаційне наповнення якого призначене для висвітлення основних змін під час практичного застосування бізнесом десяти принципів Глобального договору ООН.

Інший вид додаткової звітності під назвою «Звіт із сталого розвитку» рекомендували готувати учасники Глобальної ініціативи із звітності. Методика його формування ґрунтується на паритетному відображенні екологічної, економічної та соціальної складових діяльності бізнесу відповідно до праці Дж. Елкінгтона «Потрійна лінія». Зокрема, підприємства зобов'язані показати економічні результати діяльності звітного періоду, становище на ринку (дохід від продажу товарів, прибуток, сегменти ринку та частку компанії на них тощо). Формуючи дані, які свідчать про природоохоронну діяльність, бізнес-структури мають наводити кількісну та вартісну інформацію про обсяги спожитих природних ресурсів (води, енергії, сировини), а також зазначати витрати та результати діяльності, пов'язаної зі збереженням біорізноманіття на Землі, утилізацією відходів. Загалом інформація, яка стосується охорони навколишнього середовища, повинна відображати вплив промислового об'єкта на живі та неживі природні системи, включаючи екосистеми, землю, повітря та воду. Обґрунтування рівня впливу підприємства на соціальну систему, в межах якої воно функціонує, є останньою складовою процесу звітування. У цьому разі слід розкривати інформацію про витрати та результати вжиття заходів, які стосуються дотримання основних принципів і прав у сфері трудових відносин, визначених Міжнародною організацією праці, взаємовідносин із місцевою громадою.

Рекомендації розширення підзвітної інформації висловлює Американський інститут сертифікованих громадських бухгалтерів, пропонуючи всебічну модель звітування. Окрім інформації, наведеної у фінансовій звітності, яку складають відповідно до вимог стандартів обліку, фахівці – представники цієї організації пропонують акцентувати увагу на інших видах інформаційних ресурсів. Їхні пропозиції ґрунтуються на переконаннях розширити спектр інформації, пов'язаної з планами операційної, інвестиційної діяльності підприємства, очікуваними ризиками та невизначеностями, а також способами їх попередження. Висловлено пропозиції щодо детального звітування про основні чинники зростання вартості підприємства, особливості стратегії та завдання, призначені для її виконання. Окрім того, представники Американського інституту сертифікованих громадських бухгалтерів розглядають концепцію соціальної відповідальності бізнесу як один із пріоритетних чинників успіху, тому вони рекомендують звітувати перед зацікавленими у

функціонуванні підприємства особами за поточний стан і результати діяльності підприємства соціального змісту.

Аналогічними за змістом є висновки та пропозиції досліджень, виконаних за ініціативи Королівського товариства заохочення мистецтва, промисловості й торгівлі. Особливу увагу автори рекомендацій пропонують приділяти результатам діяльності у сфері трудових відносин та охорони довкілля. Для цього вони вважають за доцільне деталізувати витрати на охорону природних ресурсів Землі, їх раціональне використання, встановлення соціального діалогу та підвищення рівня задоволення від праці працівників підприємства, а також результати, одержані на підставі витрачання ресурсів у соціальних цілях.

Окрім того, індустріалізація виробництва створювала потребу використання значної кількості ресурсів, що сприяло активному застосуванню фінансових інструментів, за допомогою яких відбувалося залучення капіталу. Інноваційне виробництво, прибутковість капіталу, інвестиційна привабливість, стратегія й тактика управління є запитаннями, які набули надзвичайної актуальності. Йдеться про існування трансакційних витрат, наявність яких пояснює причину створення фірм та підприємств. Вартість підприємства стає основним індикатором, який намагаються обчислити обліковці. Створюється система управління грошовими потоками. Інвестиційно привабливими вважаються ті підприємства, які здатні протягом тривалого періоду часу генерувати значні грошові потоки, а поняття «грошовий потік» вважається більш інформативним, ніж поняття «прибуток». Акцент робиться на довгостроковій діяльності підприємств, де планування діяльності бізнесу та оперування дисконтованими грошовими потоками й пов'язаними з ними показниками вартості акцій стають пріоритетними завданнями управління.

Зміна індустріального суспільства на постіндустріальне супроводжується економікою знань, що потребує новітніх знань та вмінь від працівників, перетворюючи їх на інтелектуальний капітал. Знання та вміння людини складають центральну ланку виробничої системи. Капітал розглядається як основний чинник виробництва, генератор ресурсів підприємства, відділений від землі та праці. Зростання вартості підприємства відбувається під час отримання ним прибутків у довгостроковому періоді, що перевищують вартість залученого капіталу.

З огляду на ці міркування фінансова звітність не спроможна надати всім користувачам актуальну та своєчасну для них інформацію, що стало поштовхом до формування додаткових звітних форм і згодом створення інтегрованої корпоративної звітності (рис. 1).

Інтегрована звітність, або корпоративна звітність, є спеціально підготовленим звітом підприємства, який включає фінансову та нефінансову інформацію про економічну, соціальну, інвестиційну діяльність бізнес-одиниці, а також його суспільну позицію. Така звітність є інтегрованою, тобто включає статистичні, економічні, фінансові та соціальні показники, стратегію компанії, грошові потоки, вартість усіх видів капіталу, стійкість бізнес-моделі. Інтегрована звітність поєднує композиційне наповнення фінансової звітності та приміток до фінансової звітності, дані звіту про корпоративне управління, звіту про сталий розвиток. Алгоритм формування повинен відповідати вимогам уникнення асиметрії інформації, тобто інформація, наведена у звітності, має об'єктивно відображати всі аспекти діяльності підприємства, як позитивні, так і негативні, тобто має існувати можливість визначення реальної вартості підприємства.

Інші вимоги до інтегрованої корпоративної звітності висуває у своїх дослідженнях ACCA, стверджуючи, що необхідно більшу увагу приділяти вивченню ролі інтересів інвесторів, надавати інформації про інвестиційну привабливість підприємства пріоритету в процесі розроблення алгоритму формування корпоративної звітності. До голосу інвесторів часто недостатньо прислуховуються, що цілком зрозуміло з огляду на велику кількість організацій та інтересів, які можуть підпадати під поняття «інвестори» [9]. ACCA спільно з "Longitude Research" підготувала й виконує проект стосовно вивчення змін у складі вимог інвесторів до корпоративної фінансової звітності після світової фінансової кризи. Причому серед дискусійних аспектів, які підлягають дослідженню, на думку ACCA, виділяють такі: тенденції та питання, що виникли у середовищі інвесторів з початку світової фінансової кризи; види інформації, яка потрібна інвесторам для прийняття рішень, а також формат і канали передачі інформації, рівень довіри до отриманої інформації; складання звітності «у режимі реального часу», а також реакція компаній на вимоги розкриття поточної документації в реальному режимі, а не в кінці звітного кварталу та року; шляхи залучення інвесторів до формування звітності та оцінювання діючого стану того, як зараз компанії вирішують завдання подання звітності з урахуванням зростаючих потреб інвесторів, а також з'ясування того, яким

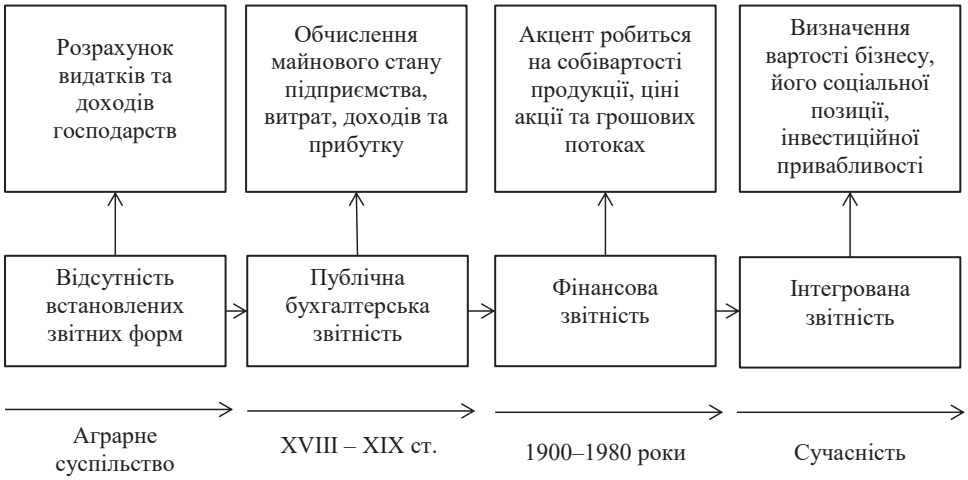

Рис. 1. Еволюція економічної інтерпретації корпоративної звітності

чином це впливає на вимоги до обліковців та фінансових директорів [9].

Загалом вважаємо, що інтегрована корпоративна звітність повинна містити інформацію про:

– динаміку зміни майнового стану підприємства;

– фінансові результати (доходи, витрати, прибуток; елементи операційних витрат; сукупний дохід; розрахунок показників прибутковості акцій);

– рух грошових коштів за видами діяльності підприємства;

– зміни у складі власного й залученого капіталу підприємства;

– екологічну діяльність (статистична інформація про вплив діяльності підприємства на навколишнє середовище (об'єкти забруднення, викиди шкідливих речовин тощо), податки та платежі за користування надрами; плата за землю та забруднення тощо, заходи, яких вживало підприємство для попередження негативного впливу його діяльності на навколишнє середовище тощо);

– організацію та умови праці, соціальну справедливість та соціальні гарантії, особливості найму працівників та оплати праці, пільги та мотивацію праці, підвищення кваліфікації;

– інвестиційну та інноваційну привабливість підприємства (інформація щодо наявності, вікової структури, руху основних засобів, наявності капітальних інвестицій, інвестицій у розроблення товарів і послуг, їх якісних характеристик);

– соціальну позицію підприємства (соціальні інвестиції у вирішення актуальних проблем суспільства).

Важливою вимогою до інформації в корпоративній звітності має стати те, що максимально можливий обсяг інформації варто надавати у вартісному вираженні з використанням класифікації показників за якісними параметрами та зміною у динаміці для відстеження тенденцій трансформації результатів діяльності.

Висновки. Корпоративна звітність є основним джерелом комунікації підприємства з контрагентами, у якій міститься інформація про результати діяльності підприємства. Важливо, щоб інформація, наведена в ній, відповідала вимогам об'єктивності, своєчасності, а також всебічно відображала стан речей підприємства. Це б дало змогу знизити ринкову асиметрію інформації, підвищити конкурентоспроможність високопродуктивних, соціально відповідальних економічних одиниць, укріпити між ними та зацікавленими у їх діяльності суб'єктами співпрацю.

Список використаних джерел:

1. Баюра Д.О. Система корпоративного управління в Україні: стан та перспективи розвитку : монографія. Київ : Київський університет, 2009. 287 с.
2. Костирко Р.О., Лісничa Т.В. Інтегрована звітність – інструмент забезпечення сталого розвитку суспільства. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. 2012. № 24. С. 189–195.
3. Кузіна Р.В. Корпоративний облік і звітність в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку : монографія. Херсон : Грінь Д.С., 2015. 416 с.
4. Яцко М.В. Подання та оприлюднення фінансової звітності в системі забезпечення інтересів користувачів : автореф. дис. … канд. екон. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». Івано-Франківськ, 2013. 20 с.
5. Чумаченко М.Г., Кучеренко Т.О. Сучасний підхід до розвитку фінансової звітності відповідно до основних напрямів інституціональних теорій. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2011. № 8. С. 12–19.
6. Carroll A. B. Ethical challenges for business in the new millennium. *Corporate social responsibility and models of management morality*. Guilford : Dushkin/McGraw-Hill, 2001. P. 200–203.
7. Carroll A.B. The pyramid of corporate social responsibility. Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*. 1991. № 34. P. 39–48.
8. Carroll A.B. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*. 1999. № 3. P. 268–295.
9. Report on the results of the study ACCA "Understanding investors: directions for corporate reporting". URL: www.accaglobal.com/accountants_business (accessed: 15 August 2014).

References:

1. Bayura D.O. (2009). Sy'stema korporaty'vnogo upravlinnya v Ukrayini: stan ta perspekty'vy' rozvy'tku [System of corporate management: state and perspectives of development]. Ky'yiv : Ky'yiv. university.
2. Kosty'rko R.O., Lisny'cha T.V. (2012). Integrovana zvitnist' – instrument zabezpechennya stalogo rozvy'tku suspil'stva [Integrated reporting is a tool for ensuring the sustainable development of society]. *Ekonomika. Menedzhment. Pidpry'yemny'cztvo*, 24, 189–195.
3. Kuzina R.V. (2015). Korporaty'vny'j oblik i zvitnist' v Ukrayini: suchasny'j stan i perspekty'vy' rozvy'tku [Corporate accounting and statement: modern state and perspectives of development]. Xerson : Grin' D.S.
4. Yaczko M.V. (2013) Podannya ta opry'lyudnennya finansovoyi zvitnosti v sy'stemi zabezpechennya interesiv kory'stuvachiv [Submission and publication of financial statements in the system of ensuring the interests of users] (Dissertation abstract). Ivano-Frankivs'k: DVNZ "Pry'karpats'ky'j nacional'ny'j universy'tet imeni Vasy'lya Stefany'ka".
5. Chumachenko M.G., Kucherenko T.O. (2011) Suchasny'j pidxid do rozvy'tku finansovoyi zvitnosti vidpovidno do osnovny'x napryamiv insty'tucional'ny'x teorij [Contemporary approach to the development of financial reporting in accordance with the main areas of institutional theories]. *Buxgalters'ky'j oblik i audy't*, 8, 12–19.
6. Carroll A. (2001). Ethical challenges for business in the new millennium:Corporate social responsibility and models of management morality. Guilford : Dushkin, 200–203.
7. Carroll A. (1991).The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34, 39–48.
8. Carroll A. (1999).Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 3, 268–295.
9. Report on the results of the study ACCA "Understanding investors: directions for corporate reporting", www.accaglobal.com/accountants_business.

ЭВОЛЮЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В научном исследовании проанализировано изменение показателей, предоставляемых в финансовой отчетности, в соответствии с трансформацией социально-экономического уклада общества. Определены основные признаки экономического бытия определенного периода времени, проанализированы потребности пользователей в видах экономической информации о деятельности предприятий. Определена роль корпоративной отчетности в представлении результатов хозяйственной деятельности экономических объектов. Показано, что ее содержание трансформировалось от инструмента отображения расходов и доходов, прибыли и имущественного положения, налоговых платежей и выплат акционерам, денежных потоков, стоимости бизнеса и социальной позиции предприятия в соответствии с каждой эпохой развития экономических систем. Выделена проблема стоимостного измерения и интерпретации показателей социально ответственной деятельности предприятия, его инвестиционной привлекательности в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: корпоративная отчетность предприятия, финансовая отчетность, интегрированный отчет, управление стоимостью предприятия, социально ответственная деятельность бизнеса, стоимостные показатели, учетная оценка.

EVOLUTION OF CORPORATE ACCOUNTING OF ENTERPRISES

Summary. Scientific research has identified that the main source of reflecting key business metrics and the dynamics of changing them is corporate reporting, which ensures the relationship of the entity with its individual members, society for free flow and capital. Changes of indicators presented in the financial statements in accordance with the transformation of the socio-economic structure of the society are investigated. The basic signs of economic existence of a certain period of time are determined; the needs of users in the types of economic information on the activity of enterprises are analyzed. The role of corporate reporting in presenting the results of economic activity of economic objects is defined. It has been shown that its content has been transformed from a tool for reflecting expenses and income, profits and property, tax payments and payments to shareholders, cash flows, business value and social position of the enterprise in accordance with each era of economic systems development. It is summarized that integrated reporting, or in other words, corporate reporting, is a specially prepared report of an enterprise that includes financial and non-financial information about the economic, social, investment activity of a business unit, as well as its social position. These statements are integrated, so its take into account statistical, economic, financial and social indicators, company strategy, cash flows, value of all types of capital, sustainability of the business model. Integrated reporting combines the composite content of the financial statements with the notes to the financial statements, the corporate governance report, and the sustainable development report. In addition, the problem of cost measurement and interpretation of the indicators of socially responsible activity of the enterprise, its investment attractiveness in the long run, are highlighted. Presentation of comprehensive information about the enterprise activity in corporate reporting will reduce the market asymmetry of information, increase the competitiveness of high-performing, socially responsible economic units, strengthen between them and the subjects of cooperation that are interested in their activity.

Key words: corporate reporting, financial statements, integrated report, enterprise value management, socially responsible business activities, cost indicators, accounting valuation.

УДК 640.43:330.341.1
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-7

Гросул В. А.
доктор економічних наук, професор
Харківського державного університету харчування та торгівлі
Чатченко О. Є.
кандидат економічних наук, доцент
Харківського державного університету харчування та торгівлі

Grosul Victoria
Doctor of Economic Sciences, Professor
Kharkiv State University of Food Technology and Trade
Chatchenko Olga
PhD, Associate Professor
Kharkiv State University of Food Technology and Trade

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОНОВЛЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Анотація. У статті охарактеризовано сутність поняття «інновація», визначено її значимість для підприємств сфери ресторанного бізнесу. Досліджено тенденції впровадження нових технологічних процесів та інноваційних видів продукції на підприємствах України. Сформовано комплекс переваг інноваційного оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства, таких як мінімізація ручної праці, підвищення якості та швидкості обслуговування клієнтів, побудова сильного бренду, розвиток ключових напрямів бізнесу, підвищення якості життя населення, розроблення перспективних концепцій ресторанного бізнесу, створення нових видів ресторанного продукту, стимулювання конкуренції. Обґрунтовано, що інноваційне оновлення бізнес-моделей є основою формування конкурентних переваг підприємств ресторанного господарства за такими ключовими сферами, як кухня, сервіс, атмосфера. Запропоновано пріоритетні технологічні рішення оновлення діючих бізнес-моделей підприємств ресторанного господарства.

Ключові слова: бізнес-модель, підприємство ресторанного господарства, інновації, інноваційне оновлення, конкурентні переваги, технологічні рішення.

Вступ та постановка проблеми. Ресторанне господарство у всьому світі на сучасному етапі розвитку є динамічно розвинутою сферою підприємницької діяльності. У цій сфері господарства постійно відбуваються різні зміни, які здебільшого характеризуються двома процесами. З одного боку, з'являються нові формати бізнес-моделей та види послуг підприємств ресторанного господарства, які здебільшого пов'язані з розвитком високих технологій. З іншого боку, відбувається якісна зміна у сфері вже наявних ресторанних послуг. Розвиток сфери ресторанного господарства відбувається під впливом змін способу життя самих споживачів. Сприйняття ресторанних послуг сучасним споживачем за останні роки змінилося від ставлення до підприємства ресторанного господарства як до закладу, в якому можна не тільки пообідати, але й провести час. Зміни в розвитку сфери ресторанного господарства обумовлені також підвищенням рівня зайнятості та відповідним скороченням частки домашньої праці, в результаті чого люди все частіше обідають та вечеряють поза домом. Зміна рівня диференціації доходів населення сприяла прояву ефекту демонстративного споживання. Задля підтвердження свого статусу сучасний споживач прагне бути не гірше, а часто навіть краще за інших, що виражається у відвідуванні так званих елітних ресторанів. Відвідування підприємств ресторанного господарства сьогодні пов'язується з приємним проведенням часу дозвілля, оскільки сучасний ресторанний бізнес – це світ, у якому поєднуються мистецтво й традиції, національний колорит і класична елегантність, етика й етикет, досвід і новітні технології обслуговування [5].

Український ресторанний бізнес має виразні перспективи зростання. З кожним роком у цій галузі збільшується кількість закладів. Водночас зі зростанням підприємств ресторанного господарства різних форматів зростає конкуренція у цій сфері [1, с. 72]. Для формування конкурентних переваг у довгостроковій перспективі та забезпечення бажаного рівня результативності діяльності підприємства ресторанного господарства повинні систематично оновлювати діючі бізнес-моделі. З огляду на це актуалізуються питання пошуку інноваційних рішень оновлення діючих бізнес-моделей підприємств ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Постійний динамізм розвитку ринкових відносин і посилення конкуренції об'єктивно вимагають особливої уваги до проблем розвитку ресторанного господарства на інноваційній основі, оскільки застосування прогресивних форм і методів обслуговування, формування нових видів послуг визначають перспективи діяльності суб'єктів господарювання в ресторанному господарстві. Різноманітні фундаментальні аспекти розвитку ресторанного господарства висвітлені в працях зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як В. Гросул, С. Зубков, Т. Іванова [2], О. Завадинська [4], О. Засимович, С. Мартинюк [5], Н. Кірніс [6], А. Стенсон [11], А. Дядін. Теоретичні та практичні проблеми інноватики відображені в наукових роботах В. Архіпова, В. Русавської, О. Гур'янової, Н. Кравчук, Г. П'ятницької, Г. Нагорняк, М. Чорної та інших учених. Однак разом із накопиченими науковими напрацюваннями з проблематики питання комплексного дослідження сучасних інноваційних трендів для формування стратегії конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства потребують подальшого наукового пошуку.

Питання формування бізнес-моделей підприємств широко висвітлені в роботах зарубіжних учених, таких як Д. Берг, Х. Фрімен, Д. Роман, С. Клайн, Р. Росвелл, А. Сліватскі, А. Остельвальдер, А. Соолятте, Д. Дебе-

лак, М. Морис. Серед вітчизняних дослідників аспектів формування бізнес-моделі слід відзначити таких, як О. Кравченко, Н. Ревуцька, Л. Сачинська, Н. Стрекалова, Т. Іванова, Г. Швиданенко. Однак разом із накопиченими науковими напрацюваннями з проблематики формування ефективної бізнес-моделі підприємства недостатньо вивченими залишаються питання інноваційного оновлення бізнес-моделей підприємств з урахуванням особливостей сфери ресторанного бізнесу, що актуалізує питання подальшого наукового пошуку у цьому напрямі.

Метою статті є дослідження тенденцій запровадження нових технологічних процесів та інноваційних видів продукції на вітчизняних підприємствах; обґрунтування комплексу технологічних рішень інноваційного оновлення бізнес-моделей підприємств ресторанного господарства України з урахуванням зарубіжного досвіду. Для досягнення поставленої мети в межах статті вирішено такі наукові завдання:

– характеристика сутності поняття «інновація», визначення її значимості в діяльності підприємств сфери ресторанного бізнесу;

– дослідження тенденцій запровадження нових технологічних процесів та інноваційних видів продукції на підприємствах України;

– формування переваг інноваційного оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства;

– пропозиція технологічних ідей перспективного інноваційного оновлення діючих бізнес-моделей підприємств ресторанного господарства.

Об'єктом дослідження є інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства.

Предметом дослідження є прикладні засади інновацій підприємств у сфері ресторанного господарства.

Результати дослідження. Проведені теоретичні дослідження дають змогу констатувати, що бізнес-модель описує те, яким чином підприємство створює цінність, поставляє її клієнтам і набуває економічної, соціальної та інших форм вартості [7, с. 110], характеризує процес формування нового способу пропозиції вартості та має на меті генерування тривалих конкурентних переваг [8, с. 130]. Бізнес-модель враховує інфраструктуру, необхідну для просування інновації на ринок в такий спосіб, який зручний і простий для покупця, а також прибутковий для підприємства [13]. Динамічність умов розвитку українського ресторанного бізнесу висуває свої специфічні вимоги до формування бізнес-моделей, основним із яких є підвищення інноваційності.

В Законі України «Про інноваційну діяльність» термін «інновації» трактується як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [9].

Активність запровадження інновацій (продукції та технологічних процесів) на українських підприємствах залишається досить низькою порівняно з іншими країнами ЄС (рис. 1). У 2018 році тільки 15,6% підприємств впровадили інновації в діяльність. Водночас привертає до себе увагу позитивна тенденція до збільшення частки підприємств, які запроваджують інновації. Так, у 2018 році частка інноваційних підприємств у загальній їх кількості збільшилась на 1,3% порівняно з 2017 роком [3].

Інноваційне оновлення бізнес-моделей вітчизняних підприємств є результатом запровадження нових технологічних процесів та інноваційних видів продукції (рис. 2).

Аналіз даних, наведених на рис. 2, дає змогу зробити висновок про те, що у 2018 році на вітчизняних підприємствах було впроваджено 2 002 од. нових технологічних процесів та інноваційних видів продукції. Така низька активність інноваційної діяльності в Україні, як зазначає Н. Кирніс, зумовлена перш за все відсутністю ефективної державної підтримки у сфері інновацій, а також тим, що основним джерелом коштів для інноваційної діяльності сьогодні залишаються власні кошти [6].

Інновації мають світовий характер, їх намагаються створити першими в кожній країні світу, безумовно, за наявності інноваційного потенціалу та фінансових ресурсів. Лідерами за унікальними технологіями, що застосовуються в ресторанному бізнесі, є Лондон, Нью-Йорк, Сідней. Їх новаторський потенціал величезний, а технології дають змогу генерувати ідеї за ідеями. У 2018 році Україна посіла 43 місце у Глобальному індексі інновацій. Це на 7 сходинок вище, ніж минулого року [12].

Інноваційна активність бізнес-моделі характеризує готовність до оновлення основних її компонентів та умов їх ефективного використання (структури й культури), а також сприйнятливість до всього нового. Інноваційна активність бізнес-моделей підприємств ресторанного гос-

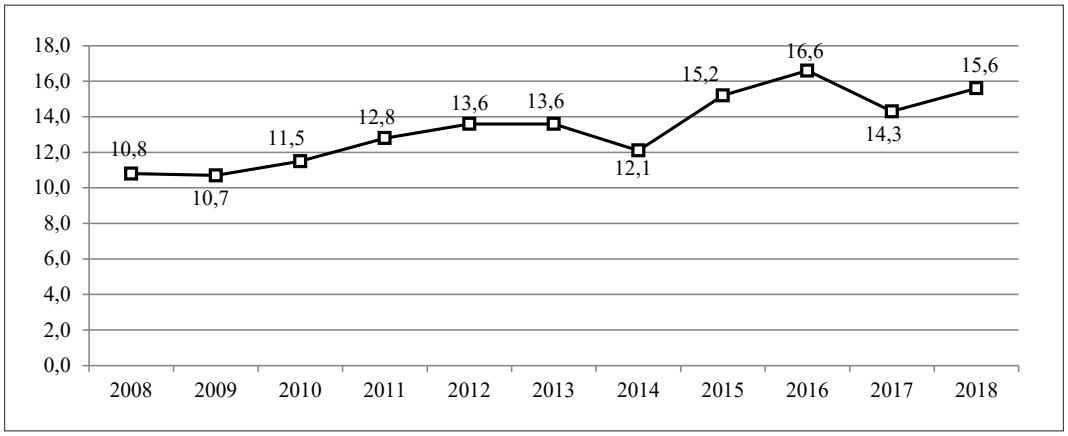

Рис. 1. Динаміка частки підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), у загальній кількості підприємств України протягом 2008–2018 років, %

Джерело: складено за джерелом [3]

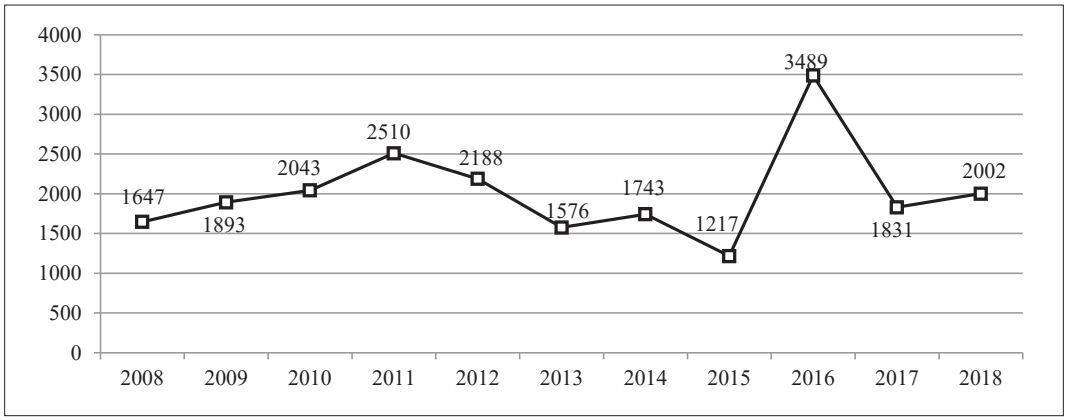

Рис. 2. Динаміка впровадження нових технологічних процесів та інноваційних видів продукції на підприємствах України протягом 2008–2018 років, од.

Джерело: складено за джерелом [3]

Рис. 3. Переваги інноваційного оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства

Джерело: розроблено авторами

подарства не тільки впливає на їх внутрішні бізнес-процеси, але й загалом визначає рівень розвитку сфери ресторанного господарства.

Саме інновації в умовах високої конкуренції у сфері ресторанного бізнесу створюють можливість підприємству ресторанного бізнесу відповідати зростаючим вимогам та запитам споживачів до ресторанної послуги, забезпечують зростання бізнесу на основі підвищення його прибутковості. Розроблення інноваційних рішень та їх запровадження в бізнес-моделі підприємницьких структур дадуть змогу запропонувати нові інвестиційні продукти та послуги з більш високою прибутковістю, а також значно підвищити якість клієнтського обслуговування. При цьому локальні (на рівні бізнес-процесів) інноваційні рішення можуть вивести бізнес-модель окремого підприємства на якісно новий рівень, трансформуючи її з традиційною в інноваційну. Таким чином, інноваційні рішення здатні не просто поліпшити деякі аспекти діяльності підприємства, але й створити абсолютно нові ніші (сегменти ринку), змінивши парадигму споживчого ринку.

Задля формування конкурентних переваг для збереження наявних та залучення нових клієнтів на кожному етапі свого розвитку підприємство ресторанного господарства має трансформувати окремі компоненти своєї бізнес-моделі під умови зовнішнього середовища шляхом пошуку та впровадження інновацій, а також підвищення своєї інноваційної активності. Основні переваги інноваційного оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства наведені на рис. 3.

Для сфери ресторанного господарства характерний швидкий рух інформації, адже в цій галузі дуже важливо мати актуальну інформацію на власному сайті, впроваджу-

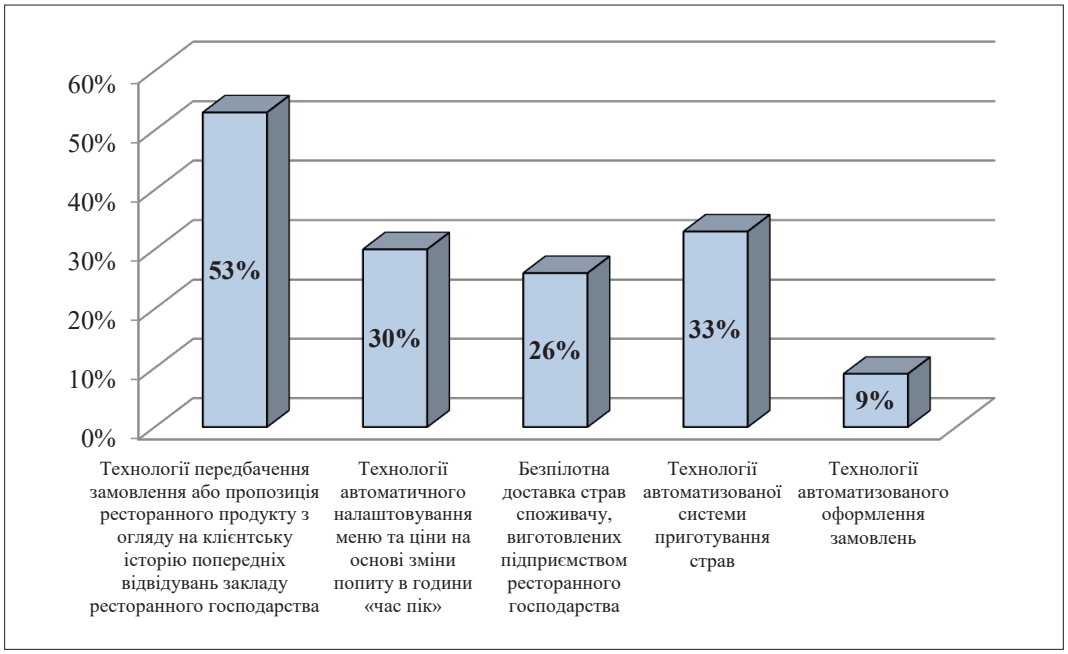

Рис. 4. Ідеї технологічних рішень інноваційного оновлення діючих бізнес-моделей підприємств ресторанного господарства

Джерело: складено за джерелом [11]

вати активну рекламну кампанію в соціальних мережах тощо. Зрозуміло, що від запроваджування сучасних інформаційних технологій у роботу підприємства ресторанного бізнесу значною мірою залежить його конкурентоспроможність на сучасному ринку [4, с. 96]. Сучасні реалії конкурентної боротьби свідчать про те, що навіть такий визнаний драйвер ринкового успіху, як технологічні інновації, виявляється ефективним тільки тоді, коли його вдається вдало «вписати» в інноваційні бізнес-моделі [2, с. 285].

Беручи до уваги споживчий аспект бізнес-моделі, можемо сказати, що інноваційний пошук ресторатором повинен бути спрямований на визначення перспективних технологічних інструментів. Так, згідно з дослідженням, проведеним Польською національною дослідницькою асоціацією ресторанів [11], в найближчій перспективі споживачі очікують на впровадження таких інструментів та використання таких технологічних рішень у сфері ресторанного бізнесу (рис. 4).

Для великих мегаполісів, в яких темп життя дуже високий, ці ідеї особливо актуальні. Інноваційні бізнес-моделі привертають увагу тим, що велика частка клієнтів стає лояльною, а також широким спектром різноманітних каналів щодо залучення споживачів [10]. Оскільки, як досить доречно відзначає Д. Тісс, «цінність технологій визначається бізнес-моделями, які виводять їх на ринок» [13, с. 187], конкурентні переваги можуть сформувати тільки ті підприємства ресторанного господарства, які активно розробляють та реалізують стратегію бізнес-інновацій та оновлюють діючі бізнес-моделі відповідно до змін умов зовнішнього середовища та зростаючих вимог і запитів споживачів. Розроблення та впровадження нових бізнес-моделей стають для більшості сучасних підприємств так званим стратегічним імперативом.

Висновки. За результатами проведеного дослідження встановлено, що ресторанний бізнес в Україні сьогодні є досить привабливим. Інновації є обов'язковим елементом формування бізнес-моделей підприємств ресторанного господарства. Нові унікальні технології, які розробляються у світі, привертають все більшу уваги ресторатором (щодо підвищення організаційної та виробничої ефективності, формування конкурентних переваг та підвищення ефективності бізнес-моделі), споживачів (щодо максимізації корисності та рівня задоволення неухильно зростаючих потреб). З огляду на це забезпечення високого рівня якості страв, сервісу та атмосфери підприємства ресторанного господарства є можливим лише на основі пошуку інноваційних рішень оновлення діючих бізнес-моделей. На основі узагальнення проведеного теоретичного дослідженні визначено комплекс переваг інноваційного оновлення бізнес-моделей підприємств ресторанного господарства, запропоновано перспективні технологічні ідеї, реалізація яких на українських підприємствах сфери ресторанного бізнесу дасть змогу сформувати ключові фактори успіху та підвищити конкурентоспроможність їх діючих бізнес-моделей.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є розроблення науково-методичного підходу до комплексного оцінювання ефективності управління структурними компонентами бізнес-моделі підприємства під час реалізації бізнес-процесу щодо комерціалізації інновацій.

Список використаних джерел:

1. Гірняк Л., Глагола В. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 16. С. 71–77.
2. Гросул В., Зубков С., Іванова Т. Методичний інструментарій оцінювання рівня інноваційної активності підприємств ресторанного господарства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 284–294.
3. Державна служба статистики України : статистична інформація. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 10.09.2019).

4. Завадинська О. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2018. № 2. С. 93–102.
5. Засимович Е., Мартынюк С. Особенности внедрения инновационных подходов к организации ресторанного сервиса. *Сервис в России и за рубежом*. 2012. № 2 (29). С. 72–78.
6. Кирніс Н. Інновації у сфері підприємств ресторанного господарства, які надають кейтерингові послуги. *Економіко-правова парадигма розвитку сучасного суспільства*. 2017. № 1. URL: https://studlib.org.ua/index.php/eprs/article/view/105/102 (дата звернення: 18.09.2019).
7. Марченко В. Сутність та місце бізнес-моделі в стратегічному управлінні машинобудівними підприємствами України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. № 9. С. 109–112.
8. Осідач О. Методичні основи формування інноваційних бізнес-моделей. *Вісник Львівського університету. Серія: Економічна*. 2015. Вип. 52. С. 127–134.
9. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 року № 40-IV. *База даних «Законодавство України»*. URL: https://zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 12.09.2019).
10. Фролов А. Пять главных бизнес-моделей в фудтехе. *Rusbase*. URL: http://rb.ru/opinion/foodtech-models (дата звернення: 15.09.2019).
11. Stensson A. Mapping the Restaurant Technology Landscape. *Restaurant Innovation Summit*. 2016. September 15. URL: https://www.restaurant.org/Downloads/Events/RIS/RIS/RIS16_techresearch (дата звернення: 09.09.2019).
12. Explore the interactive database of the 2019 indicators : веб-сайт. URL: https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator (дата звернення: 09.09.2019).
13. Teece D. Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*. 2010. Vol. 43. No. 1. P. 172–194.

References:

1. Girnyak L., Glagola V. (2018). Suchasny'j stan, perspekty'vy' ta tendenciyi rozvy'tku restorannogo gospodarstva v Ukrayini [The current state, prospects and trends of the development of the restaurant industry in Ukraine]. *Infrastruktura ry'nku*, vol. 16, pp. 71–77.
2. Grosul V., Zubkov S., Ivanova T. (2018). Metody'chny'j instrumentarij ocinyuvannya rivnya innovacijnoyi akty'vnosti pidpry'yemstv restorannogo gospodarstva [A methodological toolkit for assessing the level of innovation activity of restaurant businesses]. *Markety'ng i menedzhment innovacij*, no. 1, pp. 284–294.
3. Derzhavna sluzhba staty'sty'ky' Ukrayiny' : staty'sty'chna informaciya [State Statistics Service of Ukraine : statistical information]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed: September, 10, 2019).
4. Zavady'ns'ka O. (2018). Innovacijni texnologiyi gospodaryuvannya v restorannomu biznesi [Innovative management technologies in the restaurant business]. *Restoranny'j i gotel'ny'j konsalty'ng. Innovaciyi*, no. 2, pp. 93–102.
5. Zasimovich E., Martynyuk S. (2012). Osobennosti vnedreniya innovatsionnykh podkhodov k organizatsii restorannogo servisa [Features of the introduction of innovative approaches to the organization of restaurant service]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, no. 2 (29), pp. 72–78.
6. Ky'rnis N. (2017). Innovaciyi u sferi pidpry'yemstv restorannogo gospodarstva, yaki nadayut' kejtery'ngovi poslugy' [Innovations in the field of catering businesses]. *Ekonomiko-pravova parady'gma rozvy'tku suchasnogo suspil'stva*, no. 1. URL: https://studlib.org.ua/index.php/eprs/article/view/105/102 (accessed: September, 18, 2019).
7. Marchenko V. (2016). Sutnist' ta misce biznes-modeli v strategichnomu upravlinni mashy'nobudivny'my' pidpry'yemstvamy' Ukrayiny' [The essence and place of the business model in the strategic management of machine-building enterprises of Ukraine]. *Naukovy'j visny'k Uzhgorods'kogo nacional'nogo universy'tetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosy'ny' ta svitove gospodarstvo*, no. 9, pp. 109–112.
8. Osidach O. (2015). Metody'chni osnovy' formuvannya innovacijny'x biznes-modelej [Methodical bases of formation of innovative business models]. *Visny'k L'vivs'kogo universy'tetu. Seriya: Ekonomichna*, vol. 52, pp. 127–134.
9. Pro innovacijnu diyal'nist' : Zakon Ukrayiny' vid 04.07.2002 roku № 40-IV [On innovative activity : Law of Ukraine dated July 4, 2002, No. 40-IV.]. *Baza dany'x "Zakonodavstvo Ukrayiny'"*. URL: https://zakon.rada.gov.ua (accessed: September, 12, 2019).
10. Frolov A. Pyat' glavnykh biznes-modeley v fudtekhe [Five top business models in food technology]. *Rusbase*. URL: http://rb.ru/opinion/foodtech-models (accessed: September, 15, 2019).
11. Stensson A. (2016). Mapping the Restaurant Technology Landscape. *Restaurant Innovation Summit*. 2016. September 15. URL: https://www.restaurant.org/Downloads/Events/RIS/RIS/RIS16_techresearch (accessed: September, 9, 2019).
12. Explore the interactive database of the gii 2019 indicators. URL: https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator (accessed: September, 9, 2019).
13. Teece D. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, vol. 43, no. 1, pp. 172–194.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБНОВЛЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

Аннотация. В статье охарактеризована сущность понятия «инновация», определена ее значимость для предприятий сферы ресторанного бизнеса. Исследованы тенденции внедрения новых технологических процессов и инновационных видов продукции на предприятиях Украины. Сформирован комплекс преимуществ инновационного обновления бизнес-модели предприятия ресторанного хозяйства, таких как минимизация ручного труда, повышение качества и скорости обслуживания клиентов, построение сильного бренда, развитие ключевых направлений бизнеса, повышение качества жизни населения, разработка перспективных концепций ресторанного бизнеса, создание новых видов ресторанного продукта, стимулирование конкуренции. Обосновано, что инновационное обновление бизнес-моделей является основой формирования конкурентных преимуществ предприятий ресторанного хозяйства по таким ключевым сферам, как кухня, сервис, атмосфера. Предложены приоритетные технологические решения обновления действующих бизнес-моделей предприятий ресторанного хозяйства.

Ключевые слова: бизнес-модель, предприятие ресторанного хозяйства, инновации, инновационное обновление, конкурентные преимущества, технологические решения.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF UPDATING THE BUSINESS MODEL OF THE RESTAURANT ECONOMY

Summary. The article describes the essence of the concept of "innovation". It is justified that innovations are an indispensable element of forming business models of restaurants. New unique technologies that are being developed around the world are attracting increasing attention of restaurateurs (in terms of improving organizational and production efficiency, generating competitive advantages and improving business model efficiency), consumers (maximizing utility and satisfyingly growing needs). The tendencies of introduction of new technological processes and innovative types of products at the enterprises of Ukraine are investigated. The complex of advantages of innovative updating of business model of restaurant business enterprise is formed, such as minimization of manual labor, improvement of quality and speed of customer service, building of strong brand, development of key directions of business, improvement of quality of life of population, development of perspective concepts of restaurant business, creation of new types of restaurant product, stimulating competition. It is substantiated that innovative updating of business models is the basis of formation of competitive advantages of the enterprises of the restaurant industry in such key areas as kitchen, service, and atmosphere. Considering the consumer aspect of the business model, we offer promising technological ideas for innovative updating of restaurant business models (prediction technology or restaurant product offer based on customer history of restaurant visits, automatic menu adjustment and price based on changing demand) during "rush hour", unmanned delivery of meals to the consumer, made by the restaurant enterprise, technology by car the automated ordering system, automated ordering technology), the implementation of which at the Ukrainian enterprises of the restaurant business will be able to generate key success factors and increase the competitiveness of their existing business models.

Key words: business model, restaurant business, innovations, innovative upgrades, competitive advantages, technological solutions.

УДК 658.14/.17:005.922.1 (043.5)
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-8

Даценко Г. В.
кандидат економічних наук,
здобувач наукового ступеня доктора економічних наук
Хмельницького національного університету

Datsenko Hanna
Candidate of economic sciences,
Applicant of scientific degree of Doctor of economic sciences,
Khmelnitsky National University

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ У ПІДВИЩЕННІ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Стаття присвячена розкриттю сутності механізму фінансового контролю як важливого інструмента підвищення фінансової безпеки промислового підприємства. Обґрунтовано актуальність та необхідність формування й забезпечення механізму фінансового контролю промислових підприємств, зазначено ключові переваги його реалізації. Визначено основні вимоги до розроблення механізму та основні завдання його реалізації. У зв'язку з цим сформовано, обґрунтовано послідовність дій щодо розроблення механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на підприємстві, що представлена у вигляді основних етапів реалізації механізму та містить низку послідовних дій. Здійснено характеристику основних умов формування та реалізації механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на підприємстві.

Ключові слова: фінансовий контроль, внутрішній контроль, фінансова безпека, механізм фінансового контролю, фінансові ресурси, підприємство.

Вступ та постановка проблеми. Фінансовий контроль сьогодні визначається як успішна складова вирішення завдань в аспекті закріплення основних вимог до законного ведення господарської діяльності, дотримання правопорядку, системності, оптимальності та збалансованості контрольних дій, що забезпечують державну, договірну та виконавчу дисципліну, з одного боку, та виконання державою міжнародних правових норм, що гарантує ефективне впровадження та розвиток ринкових відносин в Україні, з іншого боку. Координація та співпраця між державними органами фінансового контролю та керівниками підприємств забезпечують управлінському персоналу високий рівень відповідальності, автономності та оперативності під час прийняття рішень, а також їх виконання, покращуючи їх професійний розвиток, що підвищує ймовірність забезпечення стабільності фінансової безпеки на підприємстві. Отже, досягнути максимальної результативності під час організації та проведення фінансового контролю, який забезпечить підвищення на підприємстві фінансової безпеки, можна лише за допомогою відповідного механізму.

Актуальність формування та забезпечення механізму фінансового контролю підприємств полягає у важливості на нинішньому етапі створення досконалої фінансової системи, яка забезпечуватиме та підвищуватиме фінансову безпеку на макро-, мезо- та мікрорівнях в умовах слабкої вітчизняної економіки, яка ускладняється війною на сході України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На важливості розроблення механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки промислових підприємств наголошували у своїх дослідженнях багато вітчизняних економістів, зокрема Т.А. Бутинець, Г.В. Козаченко, Є.В. Калюга, М.Д. Корінько, Ю.В. Лаврова, С.Ю. Лапицька, С.О. Левицька, О.М. Ляшенко, В.П. Пономарьов, І.Б. Стефанюк. Водночас студіювання викладених у науковій літературі розробок учених з цієї проблематики дає змогу стверджувати, що сьогодні недостатньо уваги приділено визначенню поняття «механізм фінансового контролю підприємства», неповністю розкрито підходи до забезпечення цього процесу, не визначено складові механізму фінансового контролю підприємства. За таких обставин відбувається суттєве ускладнення процесу прийняття ефективних управлінських рішень щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства в сучасних умовах господарювання.

Метою статті є визначення основних складових формування та забезпечення роботи механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки промислових підприємств.

Результати дослідження. Під час розроблення механізму фінансового контролю на промисловому підприємстві важливо визначити його структуру, яка, на нашу думку, повинна відповідати таким вимогам, як дотримання системного підходу під час дослідження фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на підприємстві; формування елементів та блоків механізму фінансового контролю на підприємстві, що мають перебувати у взаємозв'язку та взаємозалежності; дотримання вимог чинної системи вітчизняного нормативного регулювання фінансового контролю з можливістю їх адаптації до європейських стандартів; забезпечення наукового обґрунтування заходів, вжиття яких спрямоване на вдосконалення фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки промислових підприємств; забезпечення адаптивності механізму фінансового контролю до мінливих умов зовнішнього середовища.

Крім того, в роботі механізму фінансового контролю на підприємстві мають бути присутні зворотні зв'язки, які забезпечують ефективну комунікацію щодо вирішення завдань, спрямованих на вдосконалення функціонування об'єкта. З огляду на вищевказане механізм фінансового контролю на промисловому підприємстві пропонуємо визначати як сукупність цілей та завдань, досягнення та виконання яких приводять до використання способів та засобів впливу, що підкріплюються інституційним, кадровим, організаційним, методичним, технічним та інформаційним забезпеченням, що встановлені керівництвом для здійснення законної та ефективної діяльності підприємства, що має відповідати основному результату, а саме підвищенню його фінансової безпеки.

Отже, вважаємо, що до основних завдань механізму фінансового контролю підприємства доцільно віднести [1; 2, с. 227–228; 3, с. 89] збирання, аналізування та надання достовірної інформації щодо процесів, які відбуваються на підприємстві; формування й забезпечення цілісного та ефективного інформаційного простору на підприємстві; контроль за організацією та функціонуванням обліково-економічної політики, виробничої, господарської та фінансової діяльності підприємства; формування та реалізацію альтернатив; своєчасне виявлення та попередження відхилень, які перешкоджають законному та ефективному використанню майна та фінансових ресурсів підприємства; ідентифікацію та оцінювання ризиків, вірогідне настання яких може привести до погіршення стану фінансової безпеки підприємства; розроблення рекомендацій, спрямованих на підвищення ефективності вжиття заходів з фінансового контролю на підприємстві; забезпечення зворотного зв'язку між суб'єктом та об'єктом механізму фінансового контролю; орієнтацію діяльності підприємства на довгострокову перспективу й ринок.

Зазначимо, що кожен елемент механізму фінансового контролю може перебувати на різних етапах розвитку, будучи більшою чи меншою мірою досконалим. Взаємодія зазначених елементів дає змогу здійснювати їх взаємовплив. Отже, механізм фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки підприємства є саморегульованою цілісною системою, що містить сукупність елементів, які перебувають у постійній взаємодії та взаємозв'язку один з одним.

Варто зазначити, що механізм фінансового контролю загалом не є універсальним засобом досягнення об'єктивної, прозорої та законної діяльності підприємства, уникаючи будь-яких ризиків та загроз, проте за умови злагодженої роботи суб'єктів механізму та досягнення однакового рівня розвитку й впливу всіх його елементів такий механізм може стати запорукою підвищення його фінансової безпеки на підприємстві [5, с. 349].

Виходячи з цього, вважаємо необхідним сформувати та обґрунтувати послідовність дій з розроблення механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на підприємстві, що наочно представлено у вигляді структурно-логічної схеми, яка містить три основних етапи, а саме підготовчий, реалізуючий та узагальнюючий, а також низку послідовних дій (рис. 1).

Як видно з рис. 1, процес організації дій формування механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на підприємстві ґрунтується на прийнятті відповідного рішення про його впровадження. Вивчення викладених у науковій літературі розробок вчених з окресленої проблематики [2; 4; 6–8] дає підстави стверджувати, що позитивними тенденціями для формування механізму фінансового контролю є ідентифікація та оцінювання ризиків, що впливають меншою чи більшою мірою на стан фінансової безпеки підприємства, мінімізація або усунення яких забезпечує стійкість фінансової системи, що є надійним гарантом підвищення фінансової безпеки на підприємстві.

Розроблення та впровадження механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на підприємстві є досить складним та дорогим процесом, через що керівництву необхідно з'ясувати те, чи достатньою мірою забезпечене підприємство необхідними фінансовими та людськими ресурсами. Якщо показники фінансово-господарської діяльності підприємства різко погіршилися, здійснювати впровадження механізму вкрай небажано. Прийняття рішення щодо впровадження механізму фінансового контролю на підприємстві має бути ретельно зваженим та обґрунтованим.

Злагодженість та узгодженість дій на підготовчому етапі забезпечать ідентифікацію проблем та відхилень у діяльності підприємства, а також визначення вимог до розроблення механізму фінансового контролю, які в подальшому стануть підґрунтям його реалізації.

Щодо реалізуючого етапу, то в цьому разі спочатку необхідно визначити цілі впровадження механізму. Звідси випливає об'єкт, на який будуть спрямовані контрольні дії, за які всередині підприємства відповідатимуть суб'єкти внутрішнього фінансового контролю.

Одними з найбільш відповідальних та складних етапів є впровадження механізму фінансового контролю в систему управління підприємством, оцінювання результатів впровадження фінансового контролю, розроблення

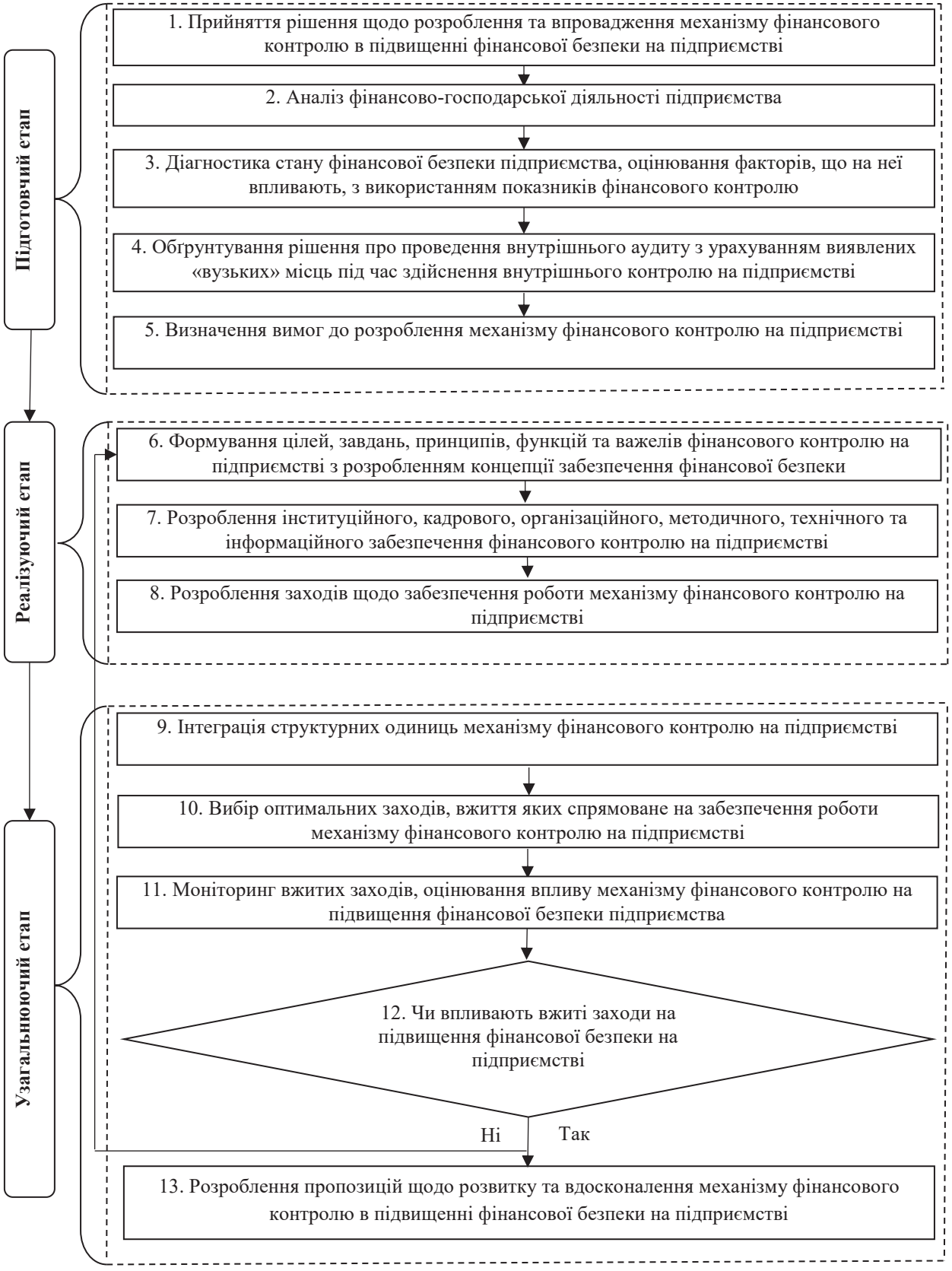

Рис. 1. Послідовність дій формування та реалізації механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на підприємстві

Джерело: запропоновано автором

Таблиця 1

Основні умови формування та реалізації механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на підприємстві

Умова	Характеристика
Розуміння змісту та завдань фінансового контролю	Для керівників підприємства повинні бути чітко зрозумілими зміст, функції та завдання фінансового контролю, усвідомлення його ролі та важливості проведення для фінансової безпеки підприємства. Лише після цього доцільно здійснювати підготовку до формування та реалізації механізму фінансового контролю на підприємстві.
Визначення мети	Формулювання та чітка деталізація головної мети фінансового контролю забезпечать уникнення помилок під час розроблення та реалізації найбільш прийнятного механізму в підвищенні фінансової безпеки підприємства.
Своєчасність, повнота та об'єктивність інформації	Однією з найважливіших умов формування та реалізації механізму фінансового контролю є якість інформаційних потоків, що визначається доступністю, повнотою, своєчасністю та достовірністю отриманої інформації про стан управління на підприємстві задля формування об'єктивних висновків щодо діяльності підприємства, а також своєчасного виявлення та усунення недоліків, як наслідок, прийняття ефективних управлінських рішень.
Відбір оптимальних підконтрольних показників	Відбір оптимальних підконтрольних показників забезпечить скорочення витрат часу на підготовку відповідних звітів служби внутрішнього аудиту для керівництва підприємства.
Доцільність проведення фінансового контролю	Впровадження механізму фінансового контролю без попереднього дослідження готовності підприємства до відповідних змін, що може супроводжуватись несприятливим фінансовим становищем, здатне привести не лише до неефективності цього механізму, але й до ускладнення наявної ситуації на підприємстві.

Джерело: розроблено автором на основі джерел [2; 4; 6–8]

коригуючих заходів для відповідних етапів реалізації фінансового контролю на підприємстві. З огляду на це саме результуючий етап потребує особливої уваги, адже від того, наскільки якісно та об'єктивно буде проведено останній, залежить ефективність впровадження та функціонування механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки загалом.

Звідси випливає, що процес реалізації фінансового контролю на підприємстві не завершується розробленням та вжиттям заходів, спрямованих на забезпечення роботи механізму. Задля ефективного функціонування механізму фінансового контролю необхідно здійснити моніторинг показників фінансового контролю з періодичним аналізом результативності функціонування. Якщо вжиті заходи з фінансового контролю виявились недостатньо ефективними, комплекс дій (від реалізуючого етапу) можна переглянути повністю або в окремих елементах механізму.

Зазначимо, що запропонований підхід до формування механізму фінансового контролю на промислових підприємствах забезпечить об'єднання всіх його елементів в єдиний інформаційний простір, виявлення причин відхилень, підвищення прозорості та об'єктивності формування його організаційної структури, виявлення дублюючих та конфліктуючих структурних компонентів, що дасть керівництву економічно обґрунтовану аналітичну інформацію в необхідних розрізах. Відповідно до отриманих результатів пропонуємо виокремити основні умови, яких необхідно дотримуватись під час формування та реалізації механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на підприємстві (табл. 1).

Підкреслимо, що ігнорування зазначених умов може мати негативні наслідки для впровадження механізму фінансового контролю, що перш за все приведе до зростання ступеня ризику, який несе загрозу фінансовій безпеці підприємства. Водночас врахування останніх забезпечить ефективне формування та реалізацію механізму фінансового контролю на промисловому підприємстві. Зауважимо, що за досягнення максимальної ефективності роботи механізму фінансового контролю на підприємстві збільшуються інтенсивність та насиченість інформаційних потоків, що характеризуються підвищенням вимог стандартизації для забезпечення відповідності стану фінансової безпеки поставленим цілям та реалізованим завданням. Отже, сьогодні внутрішній фінансовий контроль є одним із найбільш ефективних систематизаторів масштабних потоків економічної інформації, що забезпечує її рух в межах підприємства задля виявлення відхилень та прийняття відповідних рішень щодо усунення недоліків.

Задля отримання високої результативності прийнятих рішень доцільно забезпечити не лише надходження об'єктивної та достовірної інформації, яка відображає реальне становище на підприємстві, але й її своєчасне надання.

Висновки. Таким чином, процес розроблення та реалізації механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки на державних машинобудівних підприємствах представлений системою заходів, які мають певний ступінь новизни, оскільки передбачають системну адаптацію міжнародних засобів та важелів впливу в діяльності державних машинобудівних підприємств, забезпечуючи впровадження в механізм фінансового контролю елементів, що відображають їх специфіку в українських реаліях розвитку ринкової економіки.

Отже, досягнення ефективного функціонування підприємства загалом є можливим лише за допомогою впровадження ефективного механізму фінансового контролю, який дає змогу підвищувати його фінансову безпеку та досягати фінансової стабільності на основі своєчасного реагування на наявні відхилення. У зв'язку з цим перспективою подальших досліджень є розроблення структурно-логічної моделі механізму фінансового контролю в підвищенні фінансової безпеки підприємства.

Список використаних джерел:

1. Лаврова Ю.В. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства. *Вісник економіки і промисловості*. 2010. № 29. С. 127–130.
2. Бутинець Т.А. Розвиток науки господарського контролю: проблеми теорії, методології та практики : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2011. 772 с.

3. Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія. Київ : Лібра, 2003. 250 с.
4. Лапицька С.Ю. Фінансовий контроль як частина управлінського процесу : монографія. Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2003. 104 с.
5. Корінько М.Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, диверсифікація : монографія. Київ : Інформаційно-аналітичне агентство, 2007. 429 с.
6. Левицька С.О. Управлінський і внутрішньогосподарський облік: завдання, мета і ефективність впровадження. *Бухгалтерський облік і аудит. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Економічні науки*. 2009. № 2. С. 27–35.
7. Стефанюк І.Б. Державний фінансовий контроль: проблеми ідентифікації й визначення системи. *Фінанси України*. 2009. № 11. С. 12–19.
8. Калюга Є.В. Фінансово-господарський контроль у системі управління : монографія. Київ : Ельга ; НікаЦентр, 2002. 360 с.

References:

1. Lavrova Ju.V. (2010) Mekhanizm zabezpechennja finansovoji bezpeky pidpryjemstva [The mechanism of ensuring the financial security of the enterprise.]. *Visnyk ekonomiky i promyslovosti*, no. 29, pp. 127–130.
2. Butynecj T.A. (2011) *Rozvytok nauky ghospodarsjkogho kontrolju: problemy teoriji, metodologhiji ta praktyky* [Development of the science of economic control: problems of theory, methodology and practice]. Zhytomyr : ZhDTU (in Ukrainian).
3. Kozachenko Gh.V., Ponomarjov V.P., Ljashenko O.M. (2003) *Ekonomichna bezpeka pidpryjemstva : sutnistj ta mekhanizm zabezpechennja* [Economic security of the enterprise: essence and mechanism of providing]. Kyjiv : Libra (in Ukrainian).
4. Lapycjka S.Ju. (2003) *Finansovyj kontrolj jak chastyna upravlinsjkogho procesu* [Financial control as part of the management process]. Dnipropetrovsjk : Nauka i osvita (in Ukrainian).
5. Korinjko M.D. (2007) *Kontrolj ta analiz dijaljnosti sub'jektiv ghospodarjuvannja v umovakh jiji dyversyfikaciji: teorija, metodologhija, dyversyfikacija* [Control and analysis of business entities in the conditions of its diversification: theory, methodology, diversification]. Kyjiv : Inform.-analit. aghentstvo (in Ukrainian).
6. Levycjka S.O. (2009) Upravlinsjkyj i vnutrishnjoghospodarsjkyj oblik: zavdannja, meta i efektyvnistj vprovadzhennja [Management and internal accounting: the task, purpose and efficiency of implementation]. *Accounting and auditing. Foreign Trade: Economics, Finance, Law. Series: Economic Sciences*, no. 2, pp. 27–35.
7. Stefanjuk I.B. (2009) Derzhavnyj finansovyj kontrolj: problemy identyfikaciji j vyznachennja systemy [Public financial control: identification problems and determination of the system]. *Finance of Ukraine*, no. 11, pp. 12–19.
8. Kaljugha Je.V. (2002) *Finansovo-ghospodarsjkyj kontrolj u systemi upravlinnja* [Financial and economic control in the management system]. Kyjiv : Eljgha ; NikaCentr (in Ukrainian).

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В ПОВЫШЕНИИ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Статья посвящена раскрытию сущности механизма финансового контроля как важного инструмента повышения финансовой безопасности промышленного предприятия. Обоснованы актуальность и необходимость формирования и обеспечения механизма финансового контроля промышленных предприятий, указаны ключевые преимущества его реализации. Определены основные требования к разработке механизма и основные задания его реализации. В связи с этим сформирована, обоснована последовательность действий по разработке механизма финансового контроля в повышении финансовой безопасности на предприятии, которая представлена в виде основных этапов реализации механизма и содержит ряд последовательных действий. Осуществлена характеристика основных условий формирования и реализации механизма финансового контроля в повышении финансовой безопасности на предприятии.

Ключевые слова: финансовый контроль, внутренний контроль, финансовая безопасность, механизм финансового контроля, финансовые ресурсы, предприятие.

THE FINANCIAL CONTROL MECHANISM FORMATION IN IMPROVING THE SECURITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Summary. The article is devoted to revealing the essence of the financial control mechanism as an important tool for improving the financial security of an industrial enterprise. The urgency and necessity of formation and maintenance of the financial control mechanism of industrial enterprises are substantiated; the key advantages from its realization are stated. It is proved that in accordance with certain criteria of modern financial control mechanism formation at the enterprise, the entity mechanism adjusts the measures of influence with the aim of approximation of the current parameters of the entity to the planned norms. The basic requirements for the development of the mechanism and the main tasks of its implementation are defined. In this regard, the sequence of actions for the development of the financial control mechanism in improving the financial security at the enterprise, which is presented as the main stages of implementation of the mechanism and contains a series of sequential actions, is formed and substantiated. The article emphasizes that the proposed approach to the formation of the mechanism of financial control at the enterprise will ensure: unification of all its elements in a single information space, identification of causes of deviations, improvement of transparency and objectivity of the organizational structure of the mechanism formation, identification of duplicating and conflicting structural components, which will provide management with economically sound analytical information in the necessary sections. The characteristics of the basic conditions for the formation and implementation of the financial control mechanism in improving the financial security at the enterprise are described. It is proved that the financial control mechanism is a universal means of achieving objective and lawful activity of the enterprise, capable of avoiding any risks and threats and in the condition of coordinated work of the mechanism entities and achieving the same level of development and influence of all its elements, which can be the key to the financial security at the enterprise.

Key words: financial control, internal control, financial security, mechanism of financial control, financial resources, enterprise.

УДК 336.71.021:338.2
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-9

Добровольська О. В.
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Дніпровського державного аграрно-економічного університету
Землякова І. С.
студентка
Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Dobrovolska Elena
Department of Finance and Banking
Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University
Zemlyakova Inna
Student
Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ В УКРАЇНІ У ПРОЦЕСІ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ

Анотація. У статті розглянуто сутність процентної політики НБУ та комерційних банків, її вплив на банківську систему загалом. Визначено основні цілі політики процентних ставок, розглянуто зовнішні та внутрішні фактори, які її формують. Досліджено основні принципи, на яких базується процентна політика банку, та етапи її формування. Проаналізовано динаміку облікової ставки НБУ за останні три роки та її вплив на ставки депозитів комерційних банків. Встановлено, що конкурентоспроможність та стабільність діяльності банку залежать від якісно розробленої політики процентних ставок, в результаті якої вплив процентного ризику поширюється на фінансові результати діяльності банку. Величина процента також сприяє більш ефективному використанню суб'єктами господарювання власних грошових коштів, адже, тримаючи їх у банку на поточному чи депозитному рахунку, вони мають можливість отримати додаткові доходи.

Ключові слова: депозит, комерційній банк, процентна політика, процентна ставка, кредитні операції, депозитні операції.

Вступ та постановка проблеми. На сучасному етапі економічного розвитку України кредитні та депозитні відносини між банками та суб'єктами господарювання є досить важливими. Вони здійснюються на платній основі шляхом встановлення депозитного та позичкового відсотка, рівень якого встановлюється відповідно до процентної політики банку. Процентна політика є одним із ключових елементів банківського менеджменту. Аналіз динаміки процентних ставок показує, що процентна політика характеризує складні механізми ощадної та кредитної політики банку. Банк зацікавлений у проведенні політики процентних ставок, яка б гарантувала необхідний рівень прибутку, задовольняла інтереси наявних клієнтів та залучала нових. Однак в умовах економічної та політичної нестабільності в країні банки стикаються зі значними труднощами у формуванні та здійсненні ефективної процентної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільш вагомий внесок у дослідження банківської діяльності загалом та аспектів формування процентної політики комерційних банків зокрема зробили Дж. Сінкі, П. Роуз, Б. Едвардс, К. Редхерд, Е. Хелферт, Г. Аесхауер, Л.Г. Батракова, О.І. Лаврушин. Проблемам формування ефективної депозитної політики комерційних банків присвячені дослідження вітчизняних економістів, зокрема праці Л.О. Примостки, О.В. Васюренка, В.В. Вітлінського, В.І. Міщенка, Л.М. Кіндрацької, В.В. Коваленко, С.В. Науменкової, Д.В. Олійника, К.М. Раєвського, І.В. Сало.

Віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних та зарубіжних вчених з цієї проблематики, зауважуємо, що існує потреба її подальшого дослідження. Це обумовлене недостатнім рівнем розроблення окремих питань формування процентної політики комерційного банку в сучасних умовах.

Метою статті є розроблення теоретико-практичних підходів до формування процентної політики комерційного банку на основі аналізу основних мікро- та макроекономічних чинників впливу на розмір процентної ставки.

Результати дослідження. Аналіз динаміки процентних ставок показує, що процентна політика є одним з основних та складних механізмів регулювання ощадної та інвестиційної політики комерційного банку.

Особливістю функціонування вітчизняних банків є той факт, що вони існують в умовах економічної та політичної нестабільності в країні, що значно ускладнює процес формування та реалізації ефективної політики процентних ставок. Несанкціоновані рішення під час встановлення процентних ставок на банківські депозитні та кредитні продукти можуть привести до погіршення становища банку на ринку, тому в його інтересах проводити процентну політику, яка би повністю забезпечувала необхідний рівень прибутку й була привабливою для наявних та потенційних клієнтів.

Діяльність банківського сектору залежить від ефективної організації та реалізації процентної політики, адже ставки за активними операціями повинні перевищувати ставки за зобов'язаннями. Отже, кожен банк прагне сформувати таку процентну політику, яка б максимізувала прибуток та конкурентну перевагу на банківському ринку. В контексті окреслених цілей нашого дослідження ми вважаємо за необхідне врахувати різні підходи експертів до природи політики процентних ставок. Більшість визначень посилається на те, що вона стосується активних та

пасивних операцій, а також спрямована на досягнення поставлених цілей. Також допустимо розцінювати процентну політику як документ, складений банком, який визначає порядок встановлення, зміни та застосування процентних ставок за залученими та розміщеними від імені банку ресурсами.

Різні автори по-різному розглядають сутність процентної політики, визначають її як частину банківського менеджменту або сукупність заходів, частину внутрішньої роботи.

Слід розділяти процентну політику банків на макро- й мікрорівнях.

Макроекономічна процентна політика – це комплекс заходів, вжиття яких спрямоване на забезпечення прибутковості банківської системи та оптимальних темпів економічного розвитку шляхом ефективного використання банківських відсотків. На макрорівні політику формує та здійснює центральний банк, а саме Національний банк України. Процентна політика НБУ визначається цілями та завданнями грошово-кредитної політики держави, а та – процесами, що відбуваються в економіці, та тими цілями, які висуваються на певних етапах її розвитку.

На мікроекономічному рівні процентна політика – це політика банків другого рівня щодо залучення та розподілу банківських ресурсів, тому в економічному аспекті політика процентних ставок комерційних банків – це комплекс заходів у сфері процентних ставок із залучення та розміщення грошових коштів для забезпечення прибутковості та ліквідності банківської установи. Цілі процентної політики на мікроекономічному рівні важко чітко визначити. Здавалося б, найпростішим визначенням було б те, що політика процентних ставок конкретного банку служить для максимізації його прибутковості в сучасних умовах, тобто має спрямовуватися на максимізацію операційного доходу та мінімізацію операційних витрат. Однак очевидно, що банк зобов'язаний піклуватися про досягнення прибутковості не тільки в короткостроковій, але й у довгостроковій перспективі. Розуміючи це, найбільш далекоглядні банки прагнуть створити та розширити коло постійних клієнтів, сприяючи зміцненню свого економічного становища та розвитку ділової активності. Більш того, з різних причин не всі банки вважають максимізацію прибутковості єдиною метою організації своїх операцій. Отже, загальну політику процентних ставок банку можна визначити як стратегію та тактику банку у сфері регулювання процентних ставок, спрямованих на забезпечення ліквідності, прибутковості та розвитку операцій банку.

За таких обставин цілком очевидно, що цілі процентної політики можна розділити на два основних рівні, а саме тактичні (наявність інформації про діяльність банку, розвиток мережі філій, внутрішньобанківський розвиток); стратегічні (прибуток). Кожна мета передбачає встановлення цілого списку завдань. Таким чином, для підвищення обізнаності населення необхідно забезпечити легкість реєстрації депозитних та кредитних операцій, постійно публікувати інформацію про нові продукти та процентні ставки, забезпечувати довіру клієнтів до банку. Для розвитку мережі філій банк повинен зберегти вже сформоване коло клієнтів, а також розширити своє загальне становище на ринку. Для внутрішньобанківського розвитку можна зменшити вартість позикових коштів, збільшити рентабельність обігових активів, контроль рівня кредитного ризику, знизити внутрішню вартість банківських послуг. Однак оскільки загалом банк є комерційною організацією, то будь-яка ця ціль, зрештою, спрямована на отримання максимального прибутку [2].

На формування процентної політики банку можуть впливати як зовнішні, так і внутрішні фактори. До зовнішніх належать кон'юнктура ринку, рівень інфляції, облікова ставка НБУ, цінова політика конкуруючих банків, попит на банківські продукти тощо. Внутрішніми факторами можуть бути стратегічні цілі банківської установи, фінансовий стан банку, наявність коштів та ризиковість активів.

Крім того, процентна політика, як і будь-яка інша політика банківської установи, повинна базуватись на певних основних принципах. Загалом принципи процентної політики банку – це сукупність початкових умов, що визначають загальні цілі та політику матеріальних інтересів кредитора під час передачі коштів у тимчасове користування. Основними засадами, на яких має засновуватися процентна політика банку, є:

– покриття процентними доходами за позичковими операціями витрат на формування ресурсної бази банку для видачі кредитів клієнтам;

– встановлення процентної ставки на рівні, достатньому для забезпечення прийнятної рентабельності банківської установи;

– забезпечення належної гнучкості у встановленні процентних ставок з огляду на динаміку ринкової кон'юнктури, що змінюється під впливом пропозиції тимчасово вільних ресурсів, а також попиту на банківські кредити;

– диференціація рівня процентних ставок згідно з результатами аналізу діяльності кожного індивідуального позичальника та відповідними умовами позичкової операції;

– договірні засади встановлення рівня процентної ставки за кожною кредитною операцією, що визначається в процесі переговорів між комерційним банком і позичальником, а також фіксується у кредитній угоді.

Таким чином, можна зробити висновок, що процентна політика банку – це сукупність стратегічних заходів, вжиття яких спрямоване на встановлення оптимальних ставок позики для забезпечення ліквідності, прибутковості та сталого розвитку банку.

Етапи формування процентної політики такі:

1) постановка цілей;

2) визначення порядку прийняття рішень щодо встановлення та перегляду процентних ставок за активними та пасивними операціями банку;

3) встановлення максимальних та мінімальних, штрафних та пільгових процентних ставок за банківськими операціями;

4) призначення підрозділу банку, відповідального за оцінювання процентного ризику;

5) вибір та затвердження методів, які застосовуються банком для оцінювання процентного ризику;

6) визначення інструментарію, що застосовується для обмеження процентного ризику;

7) організація моніторингу процентного ризику [2].

Аналіз динаміки обсягу нових позик та депозитів дає можливість виявити основні проблеми та недоліки процентної політики банків на сучасному етапі функціонування банківської системи України. Внаслідок банкрутства низки великих фінансових установ інвесторам довелося знайти альтернативні способи заощадження своїх коштів. Після значного відтоку заощаджень домогосподарств з депозитних рахунків банки повинні були використати всі можливі засоби для відновлення довіри клієнтів, а першим, що вони зробили, стало збільшення відсоткової ставки за депозитами.

Динаміка ставок за депозитами у суб'єктів господарювання значно різнилася. Якщо середньозважена про-

центна ставка за депозитами корпорацій у національній валюті протягом 2018 року зросла з 9,3% до 14,5%, то ставка за гривневими депозитами домогосподарств (після деякого зниження у першому півріччі) у грудні становила 11,7%, тобто практично відповідала рівню початку року (11,4%).

Щодо строковості ставки за депозитами домогосподарств мали різноспрямовану динаміку: за підсумками 2018 року ставка за гривневими депозитами на вимогу знизилася з 4,9% до 4,6%, за вкладеннями до 1 року зросла з 13,4% до 14,7%, від 1 до 2 років – з 15,5% до 16,1% (проте у листопаді вона становила 15,4%), понад 2 років – з 15,2% до 18,1% (у листопаді вона становила 16,9%). Слід зазначити, що до жовтня ставка за депозитами до 1 року, які сьогодні є основним інструментом вкладення населенням коштів у банківську систему, була нижчою, ніж інфляційні очікування домогосподарств на наступні 12 місяців. Звідси випливає, що у 2018 році банки в контексті процентної політики не пропонували досить привабливих умов для залучення ресурсів домогосподарств, створюючи набагато більше стимулів для корпоративних вкладників. Таким чином, насправді виникає парадоксальна ситуація, коли банки зі своєю процентною політикою створюють сприятливі умови для надходження ресурсів з корпоративного сектору до домогосподарств (з огляду на швидкий розвиток споживчого кредитування), що суперечить загальновизнаному уявленню про місце та роль банківської системи в економіці.

Оцінюючи абсолютний рівень процентних ставок, зазначаємо, що реальний рівень облікової ставки на кінець 2018 року становив 11%. Отже, наджорстка процентна політика Національного банку приводить до зростання привабливості вкладення банками коштів у державні цінні папери (ОВДП і депозитні сертифікати НБУ), розвитку споживчого кредитування (це стимулює імпорт споживчих товарів, погіршує платіжний баланс), отже, віддалення банківської системи від потреб вітчизняних виробників та української економіки загалом. Крім того, з огляду на особливості інфляції в Україні високі процентні ставки не здатні запобігти зростанню цін, а пригнічення виробництва через нестачу кредитних ресурсів, навпаки, має проінфляційний характер.

До основних недоліків процентної політики банків в Україні можна віднести знехтування банком таким фактором, як інфляційні очікування під час формування процентних ставок за депозитами. Відсоток, встановлений більшістю комерційних банків, не стимулює населення зберігати гроші, оскільки це не збільшує заощадження домогосподарств, а лише частково захищає їх від знецінення [4].

Задля оптимізації процентної політики комерційного банку щодо встановлення відсоткових ставок за депозитами необхідно врахувати такі фактори.

1) В умовах напруженої фінансової ситуації зі збалансованістю грошових прибутків і витрат населення, а також наявністю значних коштів у тіньовому сегменті економіки необхідно посилити сприяння стабільному та довгостроковому зберіганню заощаджень.

2) З огляду на зниження купівельної спроможності гривні і, відповідно, знецінення заощаджень населення в умовах інфляції необхідна індексація коштів населення за внесками у банках. При цьому реальна процентна ставка за внесками повинна враховувати власне процент, який гарантує збільшення вартості вкладеної суми, та інфляційний процент, що забезпечить зберігання реальної вартості вкладень. Доцільним є також розроблення банками вітчизняних методик визначення процентних ставок з урахуванням офіційного рівня інфляції на основі досвіду зарубіжних країн, за якого для запобігання втрат від інфляції широко використовуються плаваючі процентні ставки, розмір яких не фіксується на весь термін договору з банком, а варіюється залежно від економічної кон'юнктури, що складається на ринку, темпу інфляції тощо.

3) За вдосконалення процентної політики банку важливо брати до уваги зростання та диференціацію доходів населення. Окрім того, нині створюються передумови активізації механізму соціального контролю, на основі чого відбувається попередження негативного впливу зростання інфляції на заощадження, особливо для пенсіонерів, молоді та інших малозабезпечених груп населення.

Висновки. Процентна політика є вкрай важливою складовою банківського менеджменту, оскільки саме вона спрямовується на забезпечення банком стратегічних та тактичних цілей. Вона формується під впливом цілого переліку факторів, зокрема невизначеності очікуваних темпів інфляції, які частково перекладаються на банківську систему; вищої ризиковості кредитних вкладень, ніж у розвинутих країнах (необхідність додаткових витрат на моніторинг господарської діяльності позичальників; асиметрична інформація щодо їх фінансового стану); значно вищих ризиків відпливу вкладів (невизначеність щодо стабільності ресурсної бази банку), у зв'язку з чим банки утримують додаткові резерви, іммобілізуючи частину залучених коштів, що справляє непрямий вплив на вартість розміщення фінансових ресурсів. Таким чином, задля оптимізації процентної політики банків, підвищення її ефективності необхідно зосередити особливу увагу на вдосконаленні вже наявних форм отримання процентів, розширенні спектру виконуваних банками операцій, а також подальшому розвитку методів непрямого державного регулювання діяльності комерційних банків.

Список використаних джерел:

1. Лаврушин О.І., Мамонова І.Д., Валенцева Н.І. Банківська справа. Москва : KNORUS, 2009. 600 с.
2. Герасимович А.М., Алексеєнко М.Д., Парасій-Вергуненко І.М. Аналіз банківської діяльності : підручник. Київ : КНЕУ, 2010. 599 с.
3. Тарасов В.І. Деньги, кредит, банк. Минск : Мисанта, 2013. 347 с.
4. Рибак О.М., Василенко В.В. Дослідження проблем ринку депозитів України. *Фінанси: теорія і практика* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 2016. 49 с.
5. Усоський В.Н. Теоретичні аспекти процентної політики в банківській системі Білорусі. *Економіка банку*. 2010. URL: http://ojs.polessu.by/index.php/EB/article/view/526 (дата звернення: 10.05.2019).

References:

1. Lavrushyn O.I., Mamonova I.D., Valenceva N.I. (2009) *Bankivsjka sprava*. [Banking]. Moscow : KNORUS (in Russian).
2. Gherasymovych A.M., Aleksejenko M.D., Parasij-Verghunenko I.M. (2010) *Analiz bankivsjkoji dijaljnosti.* [banking analysis] (in Ukrainian).
3. Tarasov V.I. (2013) *Denjghy, kredyt, bank*. [money, loan, bank]. Minsk : Misanta (in Russian).

4. Rybak O.M., Vasylenko V.V. (2016) Doslidzhennja problem rynku depozytiv Ukrajiny. [Investigation of the problems of the Ukrainian deposit market] International Scientific and Practical Conference “Finance: Theory and Practice”, vol. 2, no. 70, 49 s.
5. Ususjkyj V.N. (2010) Teoretychni aspekty procentnoji polityky v bankivsjkij systemi Bilorusi. [Theoretical aspects of interest policy in the banking system of Belarus.]. Ekonomika banku [Economics of the bank], vol. 7, no. 85, pp. 91–98. Available at: http://ojs.polessu.by/index.php/EB/article/view/526 (accessed: 10 April 2019).

ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УКРАИНЕ В ПРОЦЕССЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ДЕПОЗИТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

Аннотация. В статье рассмотрены сущность процентной политики НБУ и коммерческих банков, ее влияние на банковскую систему в целом. Определены основные цели процентной политики, рассмотрены внешние и внутренние факторы, которые ее формируют. Исследованы основные принципы, на которых базируется процентная политика банка, и этапы ее формирования. Проанализированы динамика учетной ставки НБУ за последние три года и ее влияние на процентные ставки коммерческих банков. Установлено, что конкурентоспособность и стабильность деятельности банка зависят от качественно разработанной политики процентных ставок, в результате которой влияние процентного риска распространяется на финансовые результаты деятельности банка. Величина процента также способствует более эффективному использованию субъектами хозяйствования собственных денежных средств, ведь, держа их в банке на текущем или депозитном счете, они имеют возможность получить дополнительные доходы.

Ключевые слова: депозит, коммерческий банк, процентная политика, процентная ставка, кредитные операции, депозитные операции.

FEATURES OF INTERCONNECT POLICY OF COMMERCIAL BANKS IN UKRAINE IN THE PERFORMANCE OF DEPOSIT OPERATIONS

Summary. The article is devoted to the nature of the Deposit activity of the Bank, to highlight the features of the Deposit policy of the Bank and ways of increase of efficiency of management of the Deposit operations of the Bank. The basic problems faced by banks in implementing their Deposit activity, in particular: lack of active-passive operations of banks, the lack of resources accumulated by banking institutions to ensure the financial needs of the economy. The main ways to improve Deposit policy to achieve maximum results while minimizing costs. For solving problems of this class is proposed to use a systematic approach, rational methods of solving problems. In this work we present an approach that considers the problem of attracting deposits in the conditions of crisis and to address this issue by developing a Deposit policy. Analyzed the dynamics of deposits Depository corporations, are also investigated deposits of resident sectors of the economy. Found that the most active sector of the economy relative to the accumulation of funds in Deposit accounts is households and non-financial corporations. Developed the basic directions of increase of efficiency of the Bank’s Deposit policy. The result of conducting Deposit operations is receiving banks and their customers certain advantages. Thus, the placement of funds in deposits for the Bank customers gives you the opportunity to receive a stable income in national and foreign currency in the form of a percentage within a certain time; to increase the amount of their savings at the expense of interest income; to minimize the risk of loss of funds, and the like. Regarding banks, the attraction of temporarily surplus funds in deposits contributes: the liquidity of the Bank; to increase the volume of active operations and the formation of their efficient structure; the acceleration of non-cash payments; reduction in the cost of resources compared to interbank loans. Suggest ways to improve, improve the efficiency of conducting Deposit operations by domestic banks. Use the methodical approach will enable the banking financial institutions to increase the number of Deposit investments.

Key words: deposit, commercial bank, interest rate policy, interest rate, credit operations, deposit operations.

УДК 339.9.01
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-10

Завгородній А. В.
кандидат фізико-математичних наук,
завідувач кафедри економіки та інформаційних технологій
Миколаївського міжрегіонального інституту розвитку людини
вищого навчального закладу «Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна»»

Zavhorodnii Andrii
PhD in Physical and Mathematical,
Head of the Department of Economics and Information Technologies
Mykolayiv Interregional Institute for the Development of
Human Rights of the Higher Educational Institution
"Open International University of Human Development "Ukraine""

ПОКАЗНИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ

Анотація. Показовим трендом останніх років є поступальне збільшення впливу регіональної політики як однієї з важливих складових у системі загальної державної політики. Постійно зростають механізми залучення територіально-регіональних структур до розбудови регіональної економіки. Водночас загальнодержавні підходи, які базуються на принципах централізованої політики щодо політики регіонального розвитку, в умовах сучасного динамічного розвитку стають малопродуктивними і не дають змогу розкрити більшість потенціалу кожного з регіонів. Мета статті полягає в аналізі показників інвестиційної активності підприємств АПК Причорноморського регіону. Досліджено обсяги прямих іноземних інвестицій, що залучаються в підприємства АПК Причорноморського економічного району, проведено аналіз показників динаміки прямих іноземних інвестицій у сільськогосподарські підприємства Причорноморського району, досліджено середні показники ряду динаміки прямих іноземних інвестицій, розраховано питому вагу у відсотках за окремими областями в іноземних інвестиціях у підприємства АПК, визначено структуру прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК Причорноморського району за окремими областями, а також структуру прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК Причорноморського району за галузевою ознакою.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність регіону, інвестиції, експорт, імпорт, динаміка, регіональні зовнішньоекономічні відносини, зовнішньоекономічні зв'язки регіону.

Вступ та постановка проблеми. Залучення інвестицій, зокрема іноземних, є необхідною умовою економічного розвитку як України загалом, так і Причорноморського регіону зокрема. В аграрному секторі залучення інвестицій є засобом забезпечення продовольчої безпеки та гарантом розвитку сфер агропромислового комплексу й екологічного захисту довкілля. Майже повна зупинка інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств, що мала місце упродовж 1991–2000 рр., привела до руйнівних процесів у продуктивних силах галузі, погіршення стану земельних ресурсів, зниження ефективності сільськогосподарського виробництва, надходження на український ринок низькоякісних імпортних продовольчих товарів, зниження рівня якості життя населення країни. Покращення ситуації, що склалася, є можливим за умови не лише відновлення повноцінного аграрного інвестиційного процесу, але й забезпечення рівня інвестиційної активності, яка б дала змогу компенсувати нестачу інвестування минулих років та покрити сучасні обсяги потреб в інвестиційних ресурсах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню інвестиційної привабливості агропромислового сектору присвячені праці таких відомих закордонних та вітчизняних учених-економістів, як В.Л. Валентинов, Л.В. Транченко, А.В. Федорищева, О.М. Могильний, В.А. Мамчур, О.Г. Черепніна.

Метою статті є дослідження показників інвестиційної активності підприємств АПК Причорноморського регіону.

Результати дослідження. Проаналізуємо основні показники інвестиційної активності підприємств АПК Причорноморського району. На першому етапі розглянемо загальні обсяги прямих іноземних інвестицій у сільське господарство. Вихідна інформація міститься в табл. 1.

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в підприємства сільського господарства Причорноморського району у 2009–2018 рр. (станом на 31 грудня), тис. дол. [1–4]

Рік	Інвестиції (тис. дол.)
2009	221 467,8
2010	170 188,6
2011	199 554,8
2012	253 218,1
2013	278 271,8
2014	246 733
2015	224 450
2016	234 377,2
2017	243 610,7
2018	251 064,8

Можна побачити, що прямі іноземні інвестиції у сільське господарство регіону з 2009 по 2018 рр. зросли з 221 467,8 до 251 064,8 тис. дол. Максимального значення прямі іноземні інвестиції у сільське господарство досягли у 2013 р., склавши 278 271,8 тис. дол. Далі їх значення суттєво скоротилося у 2015 р. до 224 450 тис. дол., але у 2015 р. спостерігалися певне піднесення та зростання обсягу прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК

на рівні 234 377,2 тис. дол. у 2016 р. Подальша динаміка показника була позитивною.

Обсяги прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК Причорноморського економічного району у 2009–2018 рр. зображені на рис. 1.

Знову знайдемо показники динаміки за ланцюговою та базисною системами.

Таким чином, з 2009 до 2018 рр. обсяги прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК зросли на 29 597 тис. дол., або на 13,36%. При цьому найбільше їх зростання спостерігалося у 2012 р. (на 53 663,3 тис. дол.). Найбільше зменшення прямих іноземних інвестицій спостерігалося у 2014 р., а саме на 31 539 тис. дол. Найбільше відносне зростання показника спостерігалося у 2012 р., а саме на 26,89%, найбільше відносне зменшення – у 2014 р., а саме на 11,33%.

Дослідимо середні показники ряду динаміки прямих іноземних інвестицій. Отже, середній абсолютний приріст складає:

$$\bar{\Delta} = \frac{\sum \Delta_л}{n-1} = \frac{29597}{10-1} = 3288.6 \text{ тис. дол.};$$

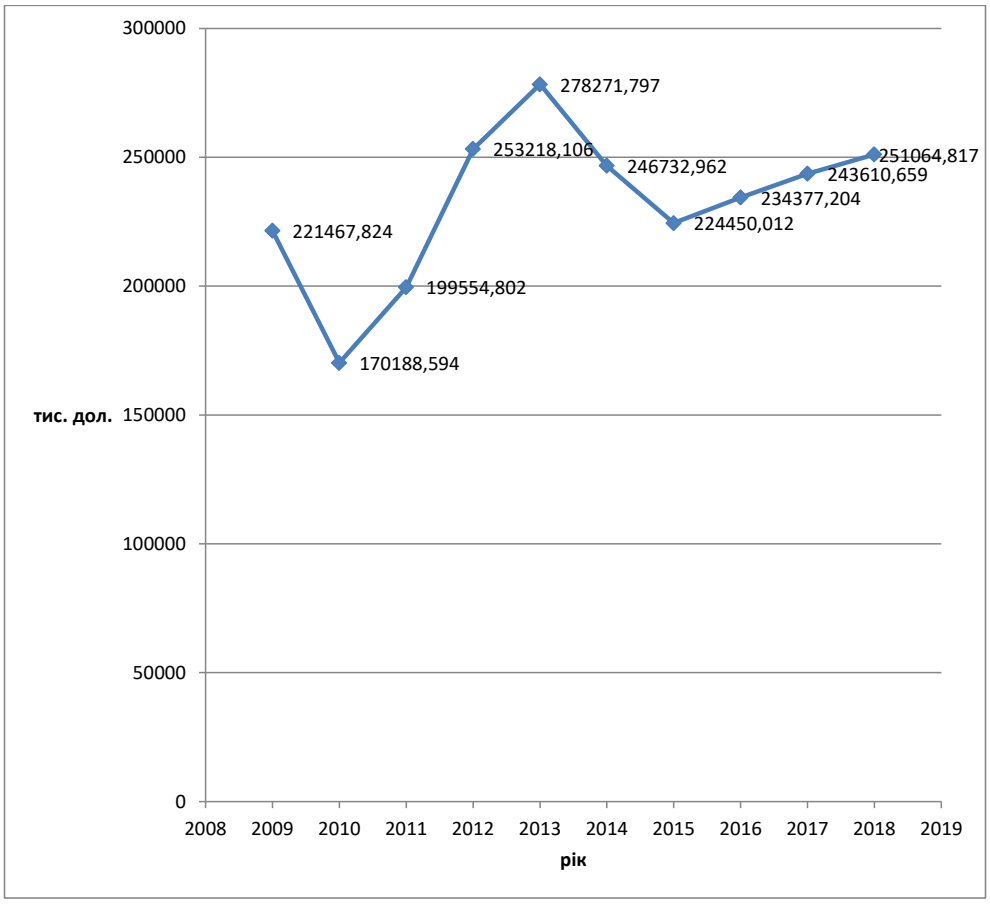

Рис. 1. Динаміка прямих іноземних інвестицій у сільське господарство Причорноморського економічного району [1–4]

Таблиця 2

Аналіз показників динаміки прямих іноземних інвестицій у сільськогосподарські підприємства Причорноморського району у 2009–2018 рр. [1–4]

Рік	Рівень ряду, млн. дол.	Абсолютний приріст		Темп росту, %		Темп приросту, %		Абсолютне значення 1% приросту
		ланцюгова система	базисна система	ланцюгова система	базисна система	ланцюгова система	базисна система	
2009	221 468	–	–	–	–	–	–	–
2010	170 189	-51 279	-51 279	76,85	76,85	-23,15	-23,15	2 214,68
2011	199 555	29 366,2	-21 913	117,26	90,11	17,26	-9,89	1 701,89
2012	253 218	53 663,3	31 750	126,89	114,34	26,89	14,34	1 995,55
2013	278 272	25 053,7	56 804	109,89	125,65	9,89	25,65	2 532,18
2014	246 733	-31 539	25 265	88,67	111,41	-11,33	11,41	2 782,72
2015	224 450	-2 2283	2 982	90,97	101,35	-9,03	1,35	2 467,33
2016	234 377	9 927,19	12 909	104,42	105,83	4,42	5,83	2 244,5
2017	243 611	9 233,45	22 143	103,94	110,00	3,94	10,00	2 343,77
2018	251 065	7 454,16	29 597	103,06	113,36	3,06	13,36	2 436,11

Джерело: складено автором

середній темп росту складає:

$$\bar{Tp} = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_0}} * 100 = \sqrt[9]{1.1336} * 100 \approx 101.40\%;$$

середній темп приросту складає:

$$\overline{TП} = (\bar{Tp} - 100) = 1.40\%.$$

В середньому за рік прямі іноземні інвестиції у підприємства АПК зростали на 328,6 тис. дол., або на 1,40%.

Цікавим є внесок окремих регіонів в інвестиційну активність іноземних інвесторів. Для цього наведемо інформацію за окремими областями та розрахуємо питому вагу у відсотках за окремими областями в іноземних інвестиціях у підприємства АПК. Вихідні дані та результати розрахунку зображені в табл. 3.

Як випливає з розрахунків, найбільша частка прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК була спрямована в Одеську область. Так, у 2010 р. ця частка досягла максимуму, а саме 51,92%, проте надалі стала знижуватися, сягнувши 35,44% у 2018 році. Значні іноземні інвестиції у підприємства АПК були спрямовані в Херсонську область, їх частка зросла з 33,67% у 2009 р. до 36,38% у

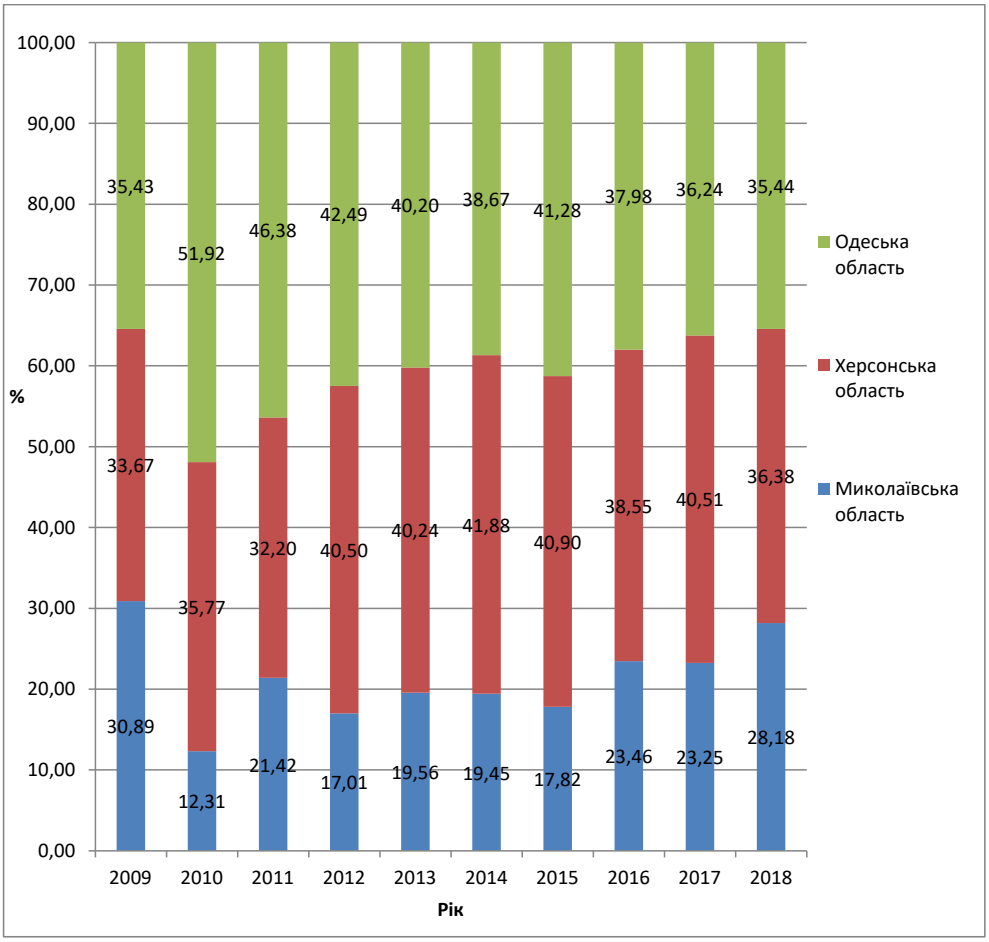

Рис. 2. Структура прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК Причорноморського району за окремими областями у 2009–2018 рр. [1–4]

Таблиця 3

Частки окремих областей у прямих іноземних інвестиціях у підприємства АПК у 2009–2018 рр. [1–4]

Рік	Прямі іноземні інвестиції, тис. дол.			Частка ПІІ, %		
	Миколаївська область	Херсонська область	Одеська область	Миколаївська область	Херсонська область	Одеська область
2009	68 419,1	74 573,75	78 474,97	30,89	33,67	35,43
2010	20 949,9	60 877,96	88 360,73	12,31	35,77	51,92
2011	42 741,6	64 264,24	92 548,96	21,42	32,20	46,38
2012	43 063,9	102 560,8	107 593,4	17,01	40,50	42,49
2013	54 423,1	111 978,2	111 870,5	19,56	40,24	40,20
2014	47 989,5	103 338,8	95 404,68	19,45	41,88	38,67
2015	39 994,6	91 810,42	92 644,99	17,82	40,90	41,28
2016	54 989,3	90 363,04	89 024,86	23,46	38,55	37,98
2017	56 650,2	98 676,57	88 283,89	23,25	40,51	36,24
2018	70 757,7	91 336,31	88 970,81	28,18	36,38	35,44

Таблиця 4

Структура прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК за галузевою ознакою у 2009–2018 рр. [1–4]

Рік	Прямі іноземні інвестиції, тис. дол.		Частка ПІІ, %	
	сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів
2009	29 510	191 957,8	13,32	86,68
2010	46 813,7	123 374,9	27,51	72,49
2011	48 119,6	151 435,2	24,11	75,89
2012	32 748,9	220 469,2	12,93	87,07
2013	31 602,5	246 669,3	11,36	88,64
2014	37 194,9	209 538,1	15,07	84,93
2015	30 171,7	194 278,3	13,44	86,56
2016	28 991,6	205 385,6	12,37	87,63
2017	21 540,1	222 070,6	8,84	91,16
2018	14 384,2	236 680,6	5,73	94,27

2018 році, а область вийшла в лідери за цим показником. Максимальна частка області в прямих іноземних інвестиціях у підприємства АПК була досягнута у 2014 р, а саме 41,88%. Частка ж прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК Миколаївської області дещо зменшилась, а саме з 30,89% у 2008 р. до 28,18% у 2018 р. Найнижча частка області в прямих іноземних інвестиціях у підприємства АПК спостерігалась у 2010 р., а саме 12,31%.

Графічно структура прямих іноземних інвестицій в ці області зображена на рис. 2.

Розглянемо також структуру прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК Причорноморського району за галузевою ознакою, а саме інвестиції у сільськогосподарські та переробні підприємства.

Як можна побачити, щодо прямих іноземних інвестицій у підприємства АПК Причорноморського району переважають інвестиції в підприємства харчової промисловості, де їх частка зросла з 86,68% у 2009 р. до 94,27% у 2018 р. Натомість частка прямих іноземних інвестицій у підприємства сільського господарства зменшилась із 13,32% до 5,73%.

Головним інвестором, що вкладає кошти в підприємства АПК Причорноморського району, є Кіпр. Це пов'язане насамперед із тим, що Кіпр є зоною, де діє пільгове оподаткування. Інвестиції з цієї країни впродовж останніх років займають більше половини від загального обсягу інвестицій, що вкладені в економіку району. Також інвесторами АПК Миколаївщини є Нідерланди, Австрія, Бельгія та Російська Федерація. На інші країни припадає менше 10% від загального обсягу іноземних інвестицій.

Висновки. Загалом показники зовнішньоторговельної діяльності підприємств АПК Причорноморського району істотно зросли у 2009–2018 рр. Останнім часом (2014–2018 рр.) істотно впали обсяги імпорту, найбільш результативними щодо зовнішньоторговельного сальдо є підприємства АПК Миколаївської області.

Показники зовнішньоторговельної діяльності підприємств АПК Херсонської області перебувають на стабільно низькому рівні, незважаючи на істотний потенціал регіону. Показники зовнішньоторговельної діяльності підприємств АПК Одеської області були значимими, проте у 2009–2014 рр. експорт значно переважав над імпортом, результатом чого стало від'ємне зовнішньоторговельне сальдо.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики у Миколаївській області. URL: http://www.mk.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 05.09.2019).
2. Головне управління статистики у Одеській області. URL: http://www.od.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 09.09.2019).
3. Головне управління статистики у Херсонській області. URL: http://ks.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 10.09.2019).
4. Державна служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 10.09.2019).

References:

1. Gholovne upravlinnja statystyky u Mykolajivsjkij oblasti. [Main Department of Statistics in Mykolaiv Oblast]. URL: http://www.mk.ukrstat.gov.ua (accessed: 05.09.2019).
2. Gholovne upravlinnja statystyky u Odesjkij oblasti. [Main Department of Statistics in Odesa Oblast] URL: http://www.od.ukrstat.gov.ua (accessed: 09.09.2019).
3. Gholovne upravlinnja statystyky u Khersonsjkij oblasti. [Main Department of Statistics in Kherson Oblast] URL: http://ks.ukrstat.gov.ua (accessed: 10.09.2019).
4. Derzhavna sluzhby statystyky Ukrajiny. [State Statistics Service of Ukraine] URL: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed: 10.09.2019).

ПОКАЗАТЕЛИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК ПРИЧЕРНОМОРСКОГО РЕГИОНА

Аннотация. Показательным трендом последних лет является поступательное увеличение влияния региональной политики как одной из важных составляющих в системе общей государственной политики. Постоянно растут механизмы привлечения территориально-региональных структур к развитию региональной экономики. Наряду с этим общегосударственные подходы, основанные на принципах централизованной политики по отношению к политике регионального развития, в условиях современного динамического развития становятся малопроизводительными и не позволяют раскрыть большинство потенциала каждого из регионов. Цель статьи заключается в анализе показателей

инвестиционной активности предприятий АПК Причерноморского региона. Исследованы объемы прямых иностранных инвестиций, которые привлекаются в предприятия АПК Причерноморского экономического района, проведен анализ показателей динамики прямых иностранных инвестиций в сельскохозяйственные предприятия Причерноморского района, исследованы средние показатели ряда динамики прямых иностранных инвестиций, рассчитан удельный вес в процентах по отдельным областям в иностранных инвестициях в предприятия АПК, определена структура прямых иностранных инвестиций в предприятия АПК Причерноморского района по отдельным областям, а также структура прямых иностранных инвестиций в предприятия АПК Причерноморского района по отраслевому признаку.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность региона, инвестиции, экспорт, импорт, динамика, региональные внешнеэкономические отношения, внешнеэкономические связи региона.

INDICATORS OF INVESTMENT ACTIVITY OF AIC COMPANIES IN THE BLACK SEA REGION

Summary. The recent trend in recent years is the steady increase in the influence of regional policy as one of the important components in the system of general public policy. Mechanisms of involvement of territorial – regional structures in the development of regional economy are constantly growing. At the same time, national approaches based on the principles of centralized policy in relation to regional development policy in the conditions of modern dynamic development become inefficient and do not allow unlocking most of the potential of each region. The purpose of the article is to analyze the investment activity indicators of agricultural enterprises of the Black Sea region. The volume of FDI in the enterprises of the Black Sea Economic Region has been investigated; structure of foreign direct investment in the enterprises of agro-industrial complex of the Black Sea region by individual regions as well as the structure round of foreign direct investment in the enterprises of agro-industrial complex of the Black Sea region by branch. On the whole, the indicators of foreign trade activity of the agricultural enterprises of the Black Sea region increased significantly in 2009-2018. In recent years (2014–2018) import volumes have fallen substantially, the most productive in terms of foreign trade balance are the enterprises of the agro industrial complex of Mykolaiv region. Indicators of foreign trade activity of agricultural enterprises of Kherson Oblast are at a stable low level, despite the significant potential of the region. Indicators of foreign trade activity of the agricultural enterprises of the Odessa region were significant, however, in 2009-2014, exports significantly outstripped imports, resulting in a negative foreign trade balance. The largest share of foreign direct investment in agricultural enterprises was directed to the Odessa region. Yes, in 2010, this share peaked at 51.92%, but continued to decline to 35.44% in 2018. Significant foreign investments in agricultural enterprises were directed to the Kherson region, their share increased from 33.67% in 2009 to 36.38% in 2018, and the region came in the leader in this indicator. The maximum share of the region in foreign direct investment in agricultural enterprises was reached in 2014 – 41.88%. And here the share of direct foreign investments in the enterprises of agrarian and industrial complex of the Nikolayev area decreased from 30.89% in 2008 to 28.18% in 2018. The lowest share of the region in foreign direct investment in agricultural enterprises was observed in 2010 – 12.31%.

Key words: foreign economic activity of the region, investments, exports, imports, dynamics, regional foreign economic relations, foreign economic relations of the region.

УДК 338.242.2
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-11

Іванов В. В.
аспірант кафедри економіки підприємства
Університету державної фіскальної служби України
Залізко В. Д.
доктор економічних наук, професор,
науковий співробітник
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Ivanov Valentin
Postgraduate Student
University of the State Fiscal Service of Ukraine
Zalizko Vasyl
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Research Assistant,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
ORCID: 0000-0001-5362-8270

ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ ЗМІЦНЕННЯ МИТНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Анотація. У статті висвітлено теоретичні підходи до інтерпретації економічної сутності поняття «митна безпека» як стану захищеності національних інтересів держави, забезпечення та реалізація яких досягаються шляхом здійснення державної митної справи в умовах формування інноваційного суспільства. Встановлено, що Державна митна стратегія має не лише бути спрямованою на наповнення бюджету шляхом стягнення митних платежів та штрафів, визначати вектор боротьби зі спробами ухилення від сплати митних зборів, але й здійснювати активний вплив на економіку через регуляцію міжнародної торгівлі, активізувати використання сучасних інформаційних та соціально-політичних технологій, координувати свою роботу з іншими державними та міжнародними правоохоронними органами. Авторами у цьому контексті запропоновано до обговорення інноваційну модель єдиної інформаційної мережі на основі блокчейн-технології.

Ключові слова: інноваційні технології, митна безпека, блокчейн, економічна модель, митна справа.

Вступ та постановка проблеми. На початку XXI століття стає зрозуміло, що науково-технічний прогрес вже не просто став фактором виробництва, але й змінює саме суспільство. Можливо, Україна не готова до цього технологічно, але вона все одно стане частиною цього процесу в результаті глобалізації.

Світова економічна система проходить етапи регулярних криз та трансформацій. Ми є свідками нової науково-технічної революції. Далі загострюються конкуренція на світовому ринку, конкуренція товарів, ідей, технологій, держав і цивілізацій. При цьому ситуація перманентного кризового стану в самій Україні, монополізація вітчизняної економіки і, як наслідок, її неефективність не дають змогу внутрішньому ринку витримувати тиск негативних зовнішньоекономічних факторів.

В цих умовах особливо велику роль відіграють державна система прикордонного контролю, служби та інституції, що забезпечують митну безпеку України. Держава має забезпечувати безпеку для своїх громадян разом з економічною та соціальною стабільністю. На жаль, практично єдиною функцією вітчизняних митних органів є стягнення мита й наповнення тією чи іншою мірою державного бюджету. Національна система митної безпеки не здатна ефективно протидіяти зовнішнім загрозам, зокрема загрозам, які створюють для слабкої економіки високотехнологічні, інноваційні ринки. Нагальним стає етап зміни митної парадигми держави, розвитку та технологічних новацій у митній справі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичної сутності митної безпеки займалися багато визначних українських вчених, зокрема К. Новікова, І. Новосад, І. Квеліашвілі, Д. Приймаченко, А. Стельмащук. О. Поплавська та В. Вакулова досліджували сутність поняття та шляхи забезпечення митної безпеки [5]. І. Бережнюк вивчав спрощення митних процедур для суб'єктів з високим ступенем довіри [9]. С. Мірошниченко аналізував проблеми залізниці в митно-транспортній системі України, її інтеграції у систему світових транспортних коридорів та вплив, який це здійснює на економічну безпеку України [6]. О. Мельник, М. Адамів, А. Тодощук досліджували досвід Литовської держави щодо організації митної справи [7]. С. Шевчук детально вивчав поняття митних інтересів, можливості їх детальної формалізації [3]. П. Пашко фундаментально аналізував поняття митної безпеки як економічної, політичної та загальнонаукової категорії [8]. Проте вони недостатньо уваги приділили комплексності організації митної справи України в умовах глобальної цифровізації суспільства та євроатлантичного спрямування України. Додаткового вивчення потребують шляхи інтеграції митної системи України в європейську мережу митниць як в технологічному, так і в соціально-економічному аспектах.

Метою статті є висвітлення теоретичних підходів до інтерпретації економічної сутності поняття «митна безпека» в умовах формування інноваційного суспільства.

Результати дослідження. Згідно з Митним кодексом України митна безпека – це стан захищеності митних інтересів України. Відповідно, митні інтереси – це національні інтереси України, забезпечення та реалізація яких досягається шляхом здійснення державної митної справи (ст. 6) [1].

Національні інтереси України – це життєво важливі інтереси людини, суспільства й держави, реалізація яких

забезпечує державний суверенітет України, її прогресивний демократичний розвиток, а також безпечні умови життєдіяльності й добробут її громадян (ст. 1) [2].

Поява цього поняття в Кодексі цілком логічна, адже держслужбовці мають розуміти, що головна їхня функція полягає не в наповненні скарбниці, а в захисті національних інтересів України в межах їх можливостей та повноважень.

С. Шевчуком була здійсненна спроба формулювання науково-методологічного підґрунтя тлумачення поняття «митні інтереси» в розрізі різних суб'єктів діяльності [3, с. 44]. Однак з огляду на неоднозначність та дуалістичність самого поняття «інтерес», багатовекторність та різноплановість поняття «митний інтерес» задля взаємоузгодженої діяльності всіх суб'єктів державної політики є необхідність чіткого концептуального визначення державної стратегії в митній сфері. Потрібні законодавча формалізація, визначення тактичних цілей та оперативних шляхів досягнення за допомогою законів, постанов, планів та стратегій як загалом, так і для кожного правоохоронного органу та державної служби зокрема.

Згідно із законом визначено фундаментальні національні інтереси України, якими є:

– державний суверенітет і територіальна цілісність, демократичний конституційний лад, недопущення втручання у внутрішні справи України;

– сталий розвиток національної економіки, громадянського суспільства й держави для забезпечення зростання рівня та якості життя населення;

– інтеграція України в європейський політичний, економічний, безпековий, правовий простір, набуття членства в Європейському Союзі та Організації Північноатлантичного договору, розвиток рівноправних взаємовигідних відносин з іншими державами (ст. 3) [2].

Порівняно на більш оперативному рівні розглянемо задачі ДФС щодо митного контролю та митного оформлення згідно з планом роботи ДФС на 2019 рік. Отже, ними є вдосконалення процедур пропуску через державний кордон, впровадження інституту уповноваженого оператора, захист прав інтелектуальної власності під час здійснення ЗЕД, боротьба з контрафактним товаром, координація роботи митниць стосовно визначення митної вартості товару (країни походження), класифікація товару згідно з УКТ ЗЕД, здійснення вибіркового моніторингу за результатами застосування системи управління ризиками (з використанням відеоспостереження), контроль за обґрунтованістю надання податкових пільг, верифікація сертифікатів про походження товарів, підготовка інтегрованого митного тарифу України для створення програмно-інформаційного комплексу «Інтегрований митний тариф», збирання, накопичення, систематизація та аналізування інформації щодо динаміки цін на світових товарних ринках [4, с. 2]. Проміжну ланку між стратегічними й тактичними цілями державної митної служби нині займають лише науковці. Зокрема, О. Поплавська, та В. Вакулова основними напрямами забезпечення митної безпеки України вважають боротьбу з корупцією в митних органах, підбір та підвищення кваліфікації персоналу українських митниць, створення партнерських взаємовідносин як з митними службами інших країн, іншими державними органами України, так і з українськими та зарубіжними суб'єктами ЗЕД [5, с. 234].

На нашу думку, стратегічною метою такого співробітництва має бути створення міжнародної бази митної інформації, яка має об'єднувати національні електронні бази даних в єдину інформаційну мережу на основі інноваційної блокчйен-технології. Це дасть змогу забезпечувати вільний обмін інформацією між усіма суб'єктами (рис. 1).

Закономірною та логічною ланкою цієї системи буде українська електронна концепція «єдиного вікна». Важливо зазначити, що саме корупція в державних органах є основною проблемою даних глобальних проектів, а в усьому іншому це залишається виключно технічним питанням. Успішна реалізація проекту дасть змогу як вивести бізнес з тіні, так і досягти спрощення процедур торгівлі. Однак інтеграція Української митниці у світову митну систему буде найбільш ефективною за умови інтеграції всієї транспортної системи України до міжнародних транспортних коридорів, а це вже є питанням рівня технічної відповідності. Наприклад, як зазначає С. Мірошниченко, така невід'ємна частина української транспортної системи, як залізниця, що повинна автоматично інтегрувати Україну у світове господарство, має нині безліч проблем, коренем яких є сама концепція розвитку України в минулі часи, адже вона полягала в націленості на внутрішні перевезення та нівелювання фактору швидкості [6, с. 445].

Ми отримуємо пряму залежність між інтеграцією митної служби та транспортної системи, які залежать від європейської інтеграції України та визначають її. Це питання комплексне, а вирішувати його необхідно через створення єдиної концепції розвитку.

Однак, як доречно зазначає О. Мельник, в Україні практично відсутній особистий досвід як ефективного функціонування митниці, так і загалом функціонування митної системи в умовах глобалізованої ринкової економіки. Частиною вирішення проблеми є запозичення політичних та соціальних технологій за кордоном. З огляду на зовнішньополітичну ситуацію України доречним буде звернути увагу на досвід прибалтійських країн, які були членами СРСР, межують з РФ та мають високі показники економічного розвитку, зокрема позитивний досвід євроінтеграції за необхідності так чи інакше взаємодіяти з РФ [7, с. 6].

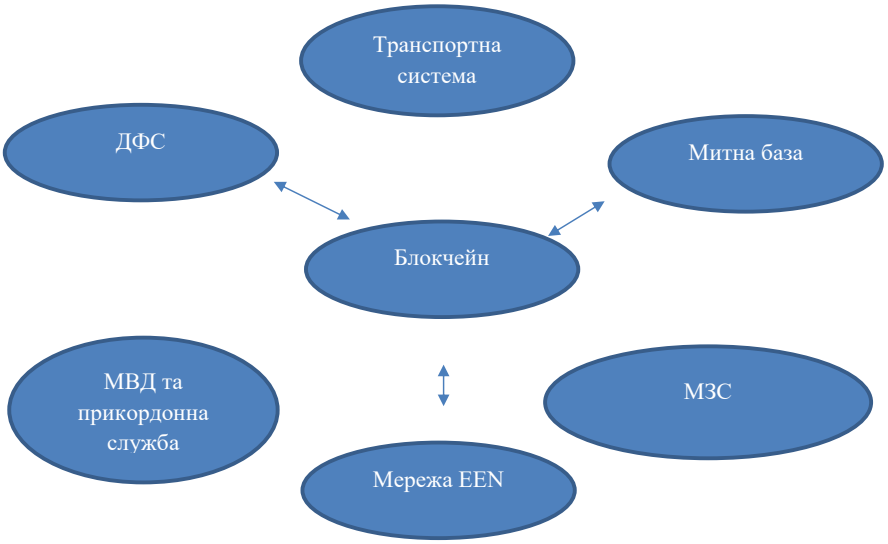

Рис. 1. Модель єдиної інформаційної мережі на основі блокчейн-технології

Джерело: сформовано авторами на основі джерел [8; 9; 11]

Литовська республіка має централізовану митну службу, і, на нашу думку, багата історія реорганізації митної служби України має все ж таки завершитись виокремленням митної служби як окремого підрозділу, має бути розширена її компетенція. Треба знову наголосити на тому, що фіскальна функція митниці другорядна порівняно з безпековою та логістичною функціями. Митна служба має не об'єднуватися з будь-якою іншою, а гармонізувати свої взаємовідносини, залишаючись незалежною, зокрема зі створенням об'єднаної інформаційно-аналітичної бази даних усіх правоохоронних структур України. Також має буди здійснено розширення компетенції митної служби, додане право проведення оперативної діяльності по всій державі, а також право на митний пост-аудит на всіх ланках логістичного ланцюга товару.

Активна участь митниці в міжнародних проектах не лише дасть змогу переймати позитивний досвід та сучасні інформаційні й соціально-політичні технології, але й створить позитивний міжнародний імідж митної служби держави та врахування (чи навіть лобіювання) українських інтересів під час формування загальноєвропейського законодавства.

Загалом поняття «безпека» українськими та зарубіжними науковцями переважно трактується через поняття «небезпека», що асоціюється з поняттями «ризик», «загроза», «виклик», «шкода» [8, с. 15], де ризик – це ймовірність виникнення небезпеки втрати ресурсів чи недодержання доходів порівняно з варіантом, розрахованим на раціональне використання ресурсів [8, с. 16]. Це прямий взаємовплив економічної та митної систем держави, спрямованих на раціональне використання обмежених ресурсів. Тут виникає можливість формулювання теорії управління безпекою через управління ризиком. Наприклад, І. Бережнюк зазначає, що ризики в митній справі можуть бути взаємно оберненими. Отже, ми маємо ризик недодержання суб'єктами ЗЕД митного законодавства та іншого створення законодавцем занадто великої кількості бюрократичних перешкод, які можуть завдати значного удару міжнародній торгівлі. Автор запропонував модель взаємовідносин суб'єкта ЗЕД та державної служби у сфері митних взаємовідносин за допомогою математичного аналізу та теорії гри. Можемо вважати задачу досить схематичною й загальною, але результат виявився очікуваним: це максимальна інтенсивність ЗЕД за умови максимальної відкритості митниці за помірних митних тарифів [9, с. 30]. В принципі, про це й говорить вся класична економічна теорія. Чим більше суб'єктів, чим легше їм працювати, тим більше буде від них віддача не лише фіскальна, але й для економіки загалом. В країні близько 40 млн. громадян, отже, потенціал для підприємництва присутній досить значний. Головною вже є не електронна статистика, а сучасна ідея задання соціально-економічних взаємовідносин держави та оператора в цифровому вигляді.

В наукових колах України зовсім не висвітлено питання моделювання взаємодії митної служби та електронної комерції, яка або витісняє класичну торгівлю, що є популярною у світі, особливо в Україні, фактично будучи міжнародною та трансконтинентальною, або поєднується з нею. Як стверджує Р. Лісова, процес цифровізації невпинно змінює обличчя сучасної торговельного підприємства та ринку загалом. Інтернет-торгівля та інтернет-сервіси стають невід'ємною характеристикою кожної компанії, яка прагне вижити в нових умовах [10, с. 68].

Як мінімум до таких змін потрібно бути готовим як технологічно, так і кваліфікаційно. Якщо Інтернет дає змогу сплачувати всі податки зі власного офісу, то перспектива виконати більшість бюрократичних формальностей щодо безпосереднього проходження кордону та можливості зі спрощення й пришвидшення міжнародної торгівлі величезні, особливо для суб'єктів ЗЕД з високим ступенем довіри та під час організації глобальних логістичних ланцюгів постачання.

Висновки. Таким чином, згідно з українським законодавством, доцільно сформулювати визначення поняття «митна безпека» як стан захищеності національних інтересів держави, забезпечення та реалізація яких досягаються шляхом здійснення державної митної справи. Це визначення, на нашу думку, має конкретизуватися в конкретних державних програмах, стратегіях та постановах. Важливими є формалізація цілей діяльності митниці, перехід від європейської риторики до реальних дій, пріоритету наповнення бюджету та боротьби з правопорушенням до показників сприяння зовнішній торгівлі та легкості проходження кордону людьми, товарами та технологіями, цифровізації всієї митної системи держави та окремих митних постів. При цьому наголос має робитися не стільки на створенні системи митної безпеки певної держави, скільки на створенні міжнародної системи митної безпеки та міжнародної бази митної інформації. На даний час роль інформаційних технологій в забезпечені безпеки та контролю транспортних комплексів зростає невпинно. Це вже не питання вектору державного розвитку, а питання реагування на загальносвітові тенденції, які неможливо ігнорувати.

Розвиток Української системи митної безпеки має виходити із загальнодержавної концепції інтеграції України у глобальну транспортно-логістичну систему. Мають здійснюватися постійний розвиток та саморозвиток митної служби, спрямовані на підвищення кваліфікації кожного її службовця, сприяння та пропагування самонавчання, цілеспрямованого організаційного та технологічного реформування, запозичення досвіду європейських митниць. Важливо активно використовувати інформаційні та соціально-політичні технології високорозвинених країн, брати участь у міжнародних митних проектах, семінарах та програмах задля прискорення євроінтеграційних процесів, ефективного розвитку та якісного зростання української економіки.

Список використаних джерел:

1. Митний кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*. 2012. № 44–45, № 46–47, № 48. Ст. 552. Редакція від 22 травня 2019 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17 (дата звернення: 27.09.2019).
2. Про національну безпеку України : Закон України від 21 червня 2018 року № 2469-VIII / Верховна рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19/ed20180621#n18 (дата звернення: 27.09.2019).
3. Шевчук С. Аналіз теоретико-методологічних підходів визначення поняття «митні інтереси». *Економіка та держава*. 2018. № 10. С. 42–48.
4. План роботи Державної фіскальної служби України на 2019 рік. URL: http://sfs.gov.ua/data/files/240729.pdf (дата звернення: 27.09.2019).
5. Поплавська О., Вакулова В. Напрями забезпечення митної безпеки України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 4. С. 232–235.

6. Мірошниченко С. Щодо пріоритетних напрямків розвитку транспортно-митного комплексу залізничного транспорту. *Молодий вчений*. 2018. № 9 (61). С. 442–446.
7. Мельник О., Адамів М., Тодощук А. Митний досвід Литовської Республіки: особливості імплементації в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 20. С. 5–9.
8. Пашко П. Митна безпека (теорія, методологія та практичні рекомендації) : монографія. Одеса : Пласке, 2009. 628 с.
9. Бережнюк І. Моделювання процесів подолання суперечностей держави та суб'єктів ЗЕД щодо забезпечення безпеки та спрощення митних процедур. *Modern Economics*. 2018. № 7. С. 22–31.
10. Лісова Р. Бізнес-модель O2O як нова форма електронної торгівлі. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2019. Т. 30 (69). № 1. С. 67–71.
11. Zalizko V., Fedun I., Martynenkov V. Representative Model of Economic Development for an Agricultural Enterprise in the Context of Socioeconomic Rural Space Formation. *Montenegrin Journal of Economics*. 2017. Vol. 13. No. 3. P. 53–62.

References:

1. Mytnyi kodeks Ukrainy [Customs Code of Ukraine]. Official Journal. 2012. № 44–45, № 46–47, № 48, p. 552. Available at: http://sfs.gov.ua/data/files/10977.pdf (accessed: 30 September 2019).
2. Pro natsionalnu bezpeku Ukrainy: Zakon Ukrainy [the Law of Ukraine on National Security] № 2469-19 adopted on June 21, 2018. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19/ed20180621#n18 (accessed: 30 September 2019).
3. Shevchuk S. (2018) Analiz teoretyko-metodolohichnykh pidkhodiv vyznachennia poniattia "mytni interesy" [Analysis of theoretical and methodological approaches of definition of the concept "custom interests"]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 10, pp. 42–48.
4. State Fiscal Service of Ukraine (2019). Plan roboty Derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy na 2019 rik. [The plan of work of the state fiscal Service of Ukraine for 2019]. Available at: http://sfs.gov.ua/data/files/240729.pdf (accessed: 30 September 2019).
5. Poplavska O., Vakulova V. (2018) Napriamy zabezpechennia mytnoi bezpeky Ukrainy [The directions for the provision of customs security of Ukraine]. *Herald of Khmelnytskyi national university*, no. 4, pp. 232–235.
6. Miroshnichenko S. (2018) Shchodo priorytetnykh napriamkiv rozvytku transportno-mytnoho kompleksu zaliznychnoho transport [Regarding priority directions of the development of the transportation and customs complex of railway transport]. *Molodyi vchenyi*, no. 9 (61), pp. 442–446.
7. Melnyk O., Adamiv M., Todoshchuk A. (2018) Mytnyi dosvid Lytovskoi Respubliky: osoblyvosti implementatsii v Ukraini [Customs experience of the republic of Lithuania: peculiaritiesof implementation in Ukraine]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, no. 20, pp. 5–9.
8. Pashko P. (2009) Mytna bezpeka (teoriia, metodolohiia ta praktychni rekomendatsii) [Customs security (theory, methodology and practical recommendations]. Odesa : Plaske (in Ukrainian).
9. Berezhnyuk I. (2018) Modeliuvannia protsesiv podolannia superechnostei derzhavy ta subiektiv ZED shchodo zabezpechennia bezpeky ta sproshchennia mytnykh protsedur [Modeling of processes of overcoming contradictions of the state and economic operators for the security and facilitation of customs procedures]. *Modern Economics*, no. 7, pp. 22–31.
10. Lisova R. (2019) Biznes-model O2O yak nova forma elektronnoi torhivli [Business model o2o as a new form of electronic trading]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho*, vol. 30 (69), no. 1, pp. 67–71.
11. Zalizko V., Fedun I., Martynenkov V. Representative Model of Economic Development for an Agricultural Enterprise in the Context of Socioeconomic Rural Space Formation. *Montenegrin Journal of Economics*. 2017. Vol. 13. No. 3. P. 53–62.

ИННОВАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ УКРЕПЛЕНИЯ ТАМОЖЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье освещены теоретические подходы к интерпретации экономической сущности понятия «таможенная безопасность» как состояния защищенности национальных интересов государства, обеспечение и реализация которых достигаются путем осуществления государственной таможенной политики в условиях формирования инновационного общества. Установлено, что Государственная таможенная стратегия должна не только быть направленной на наполнение бюджета путем взимания таможенных платежей и штрафов, определять вектор борьбы с попытками отклонения от уплаты таможенных сборов, но и осуществлять активное воздействие на экономику через регуляцию международной торговли страны, активизировать использование современных информационных и социально-политических технологий, координировать свою работу с другими государственными и международными правоохранительными органами. Авторами в этом контексте предложена к обсуждению инновационная модель единой информационной сети на основе блокчейн-технологии.

Ключевые слова: инновационные технологии, таможенная безопасность, блокчейн, экономическая модель, таможенное дело.

THE INNOVATIVE PRINCIPLES OF THE UKRAINE CUSTOMS SECURITY: THEORETICAL ASPECT

Summary. The modern stage of development of Ukraine is characterized by all benefits of European integration, and at the same time represents all dangers of RF military threat, economic and political instability within the state. Ukraine's integration into the network of World Economic relations has revealed the full unbalance of modern Ukrainian logistic infrastructure: transport, warehousing, service, etc. In such a situation, public and government efforts should be directed to withdraw the national economy from crisis state and to ensure its progressive development in the structure of the European economy. The customs system of the State should perform special functions of great import for the country. The article clarifies the theoretical approaches to the interpretation of economic entity the term "customs safety" as a condition of protection of the national interests of the State, and the implementation of which is achieved by the State Customs in terms of the formation of an innovative society. The state customs strategy should make an active impact on the economy through the regulation of international trade. Enhance the use of modern information and social-political technologies. Coordinate its work with other State and international law enforcement agencies. In this context, the authors offer to discuss an innovative model of unified information network based

on the technology of blockchain. Solution may involve borrowing political and social technologies abroad. Taking into account the foreign-political situation of Ukraine, it will be appropriate to pay attention to experience of Baltic countries that were members of the USSR. They are bordering the Russian Federation; they have high indexes of economic development, in particular, positive experience of the European integration and necessity to interact with RF in one way or another. The active participation of customs in international projects not only allows adopting a positive experience and modern information and social-political technologies, but also creates a positive international image of the customs service of the State and taking into account, or even lobbying public interest in the formation of European legislation. In accordance with WTO recommendations it is the process of further simplification of customs procedures for subjects with high degree of trust, fight against corruption and facilitating movement of goods, transport and people in general.

Key words: innovative technologies, customs safety, blockchain, economic model, border control, trade facilitation.

УДК 336
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-12

Когут Ю. М.
кандидат економічних наук,
професор кафедри обліку і аудиту
Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II

Kogut Julia
Candidate of Economics,
Professor of the Department of Accounting and Audit,
Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education

ОСОБЛИВОСТІ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті висвітлені основні проблеми бюджетного процесу, які виникають на стадіях прийняття, виконання бюджету та контролю за виконанням бюджету. Встановлено взаємозв'язки і взаємозалежність бюджетної політики та бюджетного процесу в Україні. Проведено аналіз останніх змін бюджетного законодавства у 2014-2019 рр та на 2020 рік., що безпосередньо впливають на ефективність реалізації бюджетного процесу, розглянуто функції нових учасників бюджетного процесу та перші результати реформування в бюджетній сфері на регіональних рівнях. До основних проблем на етапі виконання бюджету слід віднести наступні проблеми: значна дефіцитність бюджетів та їх фінансування, суттєвий рівень Державного боргу і складність його обслуговування, невизначеність програмно-цільового методу формування бюджету. Одна з суттєвих причин дефіцитності бюджету – це незабезпеченням виконання планових показників, які не завжди відповідають економічним тенденціям, а видатки значно перевищують можливості акумулювання коштів. Тому виникає постійна причина пошуку додаткових джерел фінансування. Потребує перегляду структура видатків та корегування її відповідно до напрямів стратегічного розвитку держави. Напрямами врегулювання цих питань є оптимізація видатків на державне управління та вдосконалення планування і виконання бюджетних програм з урахування, насамперед, досвіду країн ЄС. В основі змін до Бюджетного кодексу України – децентралізація влади і суттєве розширення повноважень територіальних громад, що передбачає перерозподіл завдань, повноважень і ресурсів на національному, регіональному та місцевому рівнях, підвищення фінансової самостійності місцевих бюджетів. При розробці механізмів децентралізації за основу взятий досвід Польщі. Виявлено, що не зважаючи на суттєві кроки реформування сфери державних фінансів, змістовні проблеми бюджетного процесу, в більшості, залишаються не вирішені та потребують подальшого врегулювання. Запропоновано комплекс рекомендацій, спрямованих на підвищення ефективності організації та реалізації бюджетного процесу в Україні, що дозволить визначити коло досі не вирішених проблем в організації і реалізації бюджетного процесу. Кінцевим критерієм успіху просування шляхом реформ має бути ті можливості, які економіка надає для зростання виробництва.

Ключові слова: бюджетний процес, проблеми бюджетного процесу, реформування бюджетного процесу, міжбюджетні відносин, децентралізація, фінансове вирівнювання.

Постановка проблеми. Стан соціально–економічного розвитку вимагає від урядів країн застосування прогресивних форм, методів і принципів управління доходами та видатками між рівнями бюджетної системи, тому економіка будь-якої країни пов'язана з оптимальним забезпеченням формування та виконання бюджету. Від якісного здійснення бюджетного процесу залежить дієвість бюджетної політики, яка повинна позитивно впливати на економічну та фінансову стабільність держави, її соціальний рівень життя.

Бюджетний процес – це постійний процес визначення пріоритетів держави, її завдань та функцій на певному етапі, розробки відповідних цільових програм, визначення управлінських стратегій, оцінки ефективності використання коштів, контролю за дотриманням законодавства та виконанням бюджетних повноважень, за повнотою надходжень коштів до Державного бюджету України, головними розпорядниками бюджетних коштів та розпорядниками нижчого рівня, за своєчасним поверненням до бюджету коштів, що надані за операціями з кредитування бюджету, кредитів отриманих державою, за ефективністю та цілеспрямованістю бюджетних коштів, при цьому, Україні слід враховувати зарубіжний досвідтаких країн як США, Польщі, Фінляндії, Португалії, Чехії та інших країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням бюджетного процесу присвячені праці багатьох науковців. Серед вітчизняних учених значний доробок у цьому напрямі мають такі вчені, як: О. Василик, А. Гальчинський, В. Геєць, Л. Клець, К. Павлюк, Ю. Пасічник, С. Юрій, В. Федосов, С. Фролов та ін. Однак, початок проведення реформ у сфері державних фінансів та децентралізації фінансової системи України, вимагає розгляду їх впливу на ефективність бюджетного процесу в країні.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є виявлення позитивних зрушень в ефективності організації і реалізації бюджетного процесу в Україні та нерозв'язаних проблем в контексті змін бюджетного законодавства враховуючи міжнародний досвід.

Виклад основного матеріалу. Систематичне порушення бюджетної дисципліни є однією із найскладніших проблем бюджетного процесу. Аналізуючи окремі стадії бюджетного процесу в Україні (підготовка проекту бюджету, розгляд та ухвалення проекту бюджету Верховною Радою України) упродовж 1991-2019 р. та план на 2020 рік, можна констатувати факт хронічної несвоєчасності дій органів державної влади. Слід зазначити, що в роки, коли Державний бюджет був прийнятий своєчасно, в країні досягалися найвищі темпи зростання ВВП, зокрем 2000 р. – 105,9%; 2001 р. – 109,2%; 2002 р. – 105,2%; 2003 р. – 109,6%; 2004 р. – 112,1%; 2005 р. – 102,7%; 2006 р. – 107,3%; 2007 р. – 107,9%; 2008 р. – 102,3%; 2010 р. – 104,1%; 2011 р. – 105,2%; 2012 р. – 100,2%; 2013 р. – 100,0% [6, с. 18].

Незважаючи на те, що подання проекту Державного бюджету до Верховної Ради України відбувалося вчасно, але були значні розриви між датою подання та реєстрації проекту бюджету, що обумовлено: політичною нестабільністю, відсутністю політичного консенсусу між впливовими партіями лобіювання інтересів промислово-фінансовими групами, відстоюванням інтересів представниками державної влади тощо. В результаті за 1992-2014 рр. 13 разів було порушено терміни реєстрації відповідного законопроекту. Бюджет на 2015 рік було внесено без звіту про виконання бюджету 2014 року, громадського обговорення та необхідних консультацій, навіть без пояснювальної записки та макроекономічного прогнозу.

Важливою вадою бюджетного процесу в Україні, що виникає на стадії прийняття і виконання, є його недостатня прозорість. У 2015 р. перший крок щодо підвищення відкритості, прозорості та публічності бюджетного процесу було здійснено шляхом прийняття Закону України «Про відкритість використання публічних коштів». Однак, введення цього Закону в дію відкладається на півроку. Крім того, замість прозорості маємо парадоксальну ситуацію: відповідно до змін Бюджетного кодексу, виключно Мінфін зобов'язується публікувати інформацію від місячних до річних показників виконання бюджету. З січня 2015 р. Державне казначейство України припинило розміщення на своєму офіційному сайті відповідну інформацію, а Мінфін публікує ці дані із запізненням на місяць, що не дозволяє оперативно оцінювати поточний стан публічних фінансів. Відсутність інформації щодо відповідності планових показників фактичним, не дає можливості оцінити ефективність бюджетного планування та виконання бюджету. Розпочинаючи розгляд Державного бюджету на 2019 року офіс з фінансового та економічного аналізу у Верховній Раді України, враховуючи міжнародний досвід, в інформаційному полі України більш широко і доступно проведено аналіз міжбюджетних трансфертів у 2018-2019 рр. (жовтень 2018 рік) [1, с. 1-6].

Під час планування дохідної частини місцевого бюджету на 2020 рік та прогнозу на 2021 – 2022 роках в частині податкових і неподаткових надходжень та інших доходів доцільно керуватися:

1) основними прогнозними макропоказниками економічного і соціального розвитку України у 2020-2022 роках затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 15.05.2019 № 555):

– ВВП у 2019 році очікується (млрд гривень) – 4035,2; прогноз відповідно на 2020 р. – 4551,7; 2021 р. – 5069,9; 2022 р. – 5617,3 млрд гривнів, відповідно у відсотках до попереднього року: 102,8%; 103,3 %; 103,8%; 104,1%;

– Індекс споживчих цін (грудень до грудня попереднього року, відсотки) у 2019 році очікується 107,4; прогноз: 2020 р. – 106,0 ; 2021 р. – 105,7; 2022 р. – 105,3;

– Індекс цін виробників(грудень до грудня попереднього року, вдсотки) у 2019 році очікується 111,1; прогноз: 2020 р. – 108,4; 2021 р. – 108,0; 2022 р. – 106,19 [10, с. 1-6].

2) нормами Бюджетного та Податкового кодексів України [3; 4].

Вперше в самостійній Україні Міністерство фінансів відповідно до частини першої статті 75 Бюджетного кодексу України доводить особливості складання розрахунків до проектів місцевих бюджетів на 2020 рік та прогнозів місцевих бюджетів на 2021-2022 роки [10, с. 1-6].

Традиційно в Україні виконання державного бюджету здійснюється в умовах чинності неоднозначних і суперечливих правових норм різних законів, які регулюють тотожні бюджетні відносини, постійної зміни протягом бюджетного року чинних правових норм, на яких ґрунтуються показники державного бюджету. Проведене дослідження колективу авторів [6] засвідчило оберненопропорційну залежність між динамікою ВВП та кількістю внесених змін до державного бюджету відповідного року.

Низька якість державного бюджету багато в чому пояснюється недоліками в його плануванні. Бюджет кожного року від початку і до кінця є новим документом, що був складений за умов поточної реальності, не враховуючи стратегії розвитку держави. Як результат, фінансова-бюджетна і соціальна економічна стратегії держави розвиваються паралельними шляхами, замість необхідного симбіозу. Держава фактично не має можливостей для проведення антициклічної політики, тобто балансування дефіцитними і профіцитними бюджетами залежно від фази економічного циклу [8, с. 3].

Аналіз звітів про виконання державних бюджетів за попередні роки засвідчує, що експерти Рахункової палати неодноразово наголошували про невідповідність практики державного прогнозування, яка унеможливлює надання економічним агентам чітких макроекономічних орієнтирів, що не сприяє ефективній економічній діяльності [8, с. 2].

На етапі виконання бюджету до основних проблем слід віднести наступні проблеми: значна дефіцитність бюджетів та їх фінансування, суттєвий рівень Державного боргу і складність його обслуговування, невизначеність програмно-цільового методу формування бюджету. Одна з суттєвих причин дефіцитності бюджету – це незабезпеченням виконання планових показників, які не завжди відповідають економічним тенденціям, а видатки значно перевищують можливості акумулювання коштів.

Існує ряд проблем з контролем за рухом грошових коштів, а саме: неефективне використання коштів бюджету; відсутність ефективного контролю за реалізацією бюджетних програм, що вимагає вирішення питань з посиленням контролю за цільовим використанням бюджетних коштів.

Перед прийняттям Державного бюджету на 2015 рік, Верховна рада внесла низку прогресивних змін до зако-

нодавчих актів, які є запорукою створення нової бюджетної системи, тому до Бюджетного кодексу України внесені зміни, які дали змогу запровадити нову модель фінансового забезпечення місцевих бюджетів та міжбюджетних відносин. Разом з Бюджетним кодексом змін зазнали також і Податковий кодекс України та багато інших законів.

Основі зміни до Бюджетного кодексу України це децентралізація влади і суттєве розширення повноважень територіальних громад, що передбачає перерозподіл завдань, повноважень і ресурсів на національному, регіональному та місцевому рівнях, підвищення фінансової самостійності місцевих бюджетів. При розробці механізмів децентралізації за основу взятий досвід Польщі.

На Всесвітньому економічному форумі, який проходив у Давосі 22-25 січня 2019 р. Україні, на підставі проведеного аналізу, дані відповідні прогнози щодо ризиків для зовнішньоекономічної діяльності унаслідок: гібридних атак з боку Російської Федерації, спрямованих проти економічних інтересів України; відставання України у розвитку «цифрової економіки» та виробництва високотехнологічної продукції; скорочення трудових ресурсів унаслідок трудової еміграції [9].

Розглянемо більш детально головні напрями змін, які стосуються підвищення ефективності бюджетного процесу.

1. Бюджетна та фінансова самостійність місцевих бюджетів:

– самостійне формування місцевих бюджетів на основі закріплених стабільних дохідних джерел і видаткових повноважень та основних параметрів, визначених у проекті державного бюджету, поданому Урядом до Парламенту до 15 вересня року, що передує плановому.

– незалежне від термінів прийняття державного бюджету формування та затвердження місцевих бюджетів – до 25 грудня року, що передує плановому

– формування єдиного кошика доходів загального фонду та розширення його джерел.

2. Закріплення за місцевими бюджетами стабільних джерел доходів та розширення дохідної бази місцевих бюджетів. Тут слід враховувати досвід реформування бюджетної сфери країн ЄС: збільшення податкового навантаження (підвищення ставки ПДВ у Фінляндії з 23 до 24%, Іспанії з 18 до 21% на Кіпрі з 17 до 19%; введено нові податки в Португалії, Франції, Іспанії [9, с. 9].

3. Новий механізм бюджетного регулювання та вирівнювання. Суттєва новація вирівнювання бюджету не за видатками, а за доходами (як у багатьох країнах), що значно стимулює регіони до нарощення доходів.

4. Нова трансфертна політика для посилення відповідальності профільних міністерств за реалізацію державної політики у відповідних галузях.

5. Децентралізація видаткових повноважень та чіткий розподіл компетенцій, сформований за принципом субсидіарності.

6. Щоб місцеві громади мали можливість більш плавно планувати деякі видатки своїх бюджетів, то невикористані субсидії та субвенції доцільно залишати в розпорядженні місцевого бюджету.

7. Кошти «фонду регіонального розвитку» мають бути розподілені не пізніше, ніж через 3 місяці після прийняття Державного бюджету (таким чином, у місцевих органів влади буде достатньо часу на їх використання).

8. Відповідно до внесених змін у Бюджетний кодекс, відбулося посилення відповідальності головних розпорядників бюджетних коштів у частині формування паспортів бюджетних програм та запровадження форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку для збору інформації, необхідної для підтвердження результативних показників бюджетних програм.

Проект закону про Державний бюджет України підлягає обов'язковій публікації в газеті «Урядовий кур'єр» не пізніше ніж через сім днів після його подання Верховній Раді України.

Інформація про мету, завдання та очікувані результати, яких передбачається досягти при виконанні бюджетних програм, розміщується кожним головним розпорядником коштів державного бюджету на своєму офіційному сайті не пізніше ніж через сім днів після подання Верховній Раді України проекту закону про Державний бюджет України.

Зміни до Державного бюджету повинні стати відправною точкою для правильної реформи децентралізації.

Висновки. Ппроведене дослідження дозволило б визначити коло досі ще не вирішених проблем в організації і реалізації бюджетного процесу в Україні. Не зважаючи на початок реформування, проблеми присутні на кожній стадії бюджетного процесу. Кінцевих критерієм успіху просування шляхом реформ має бути ті можливості, які економіка надає для зростання виробництва.

Щодо децентралізації то вона буде успішною тільки в разі виведення із тіні основних надходжень бюджетів, стимулювання економічної активність. Фінансова децентралізація повинна передбачати одночасно як реальне право кожної території проводити власну соціально-економічну політику, яка б враховувала інтереси мешканців певної адміністративно-територіальної одиниці та мала на меті ефективне використання місцевих ресурсів, так і забезпечувати виконання загальнодержавних функцій та завдань органами місцевого самоврядування без протиставлення загальнодержавних та регіональних інтересів.

Список використаних джерел:

1. Аналіз міжбюджетних трансфертів у 2018-2019 рр. Офіс з фінансового та економічного аналізу у Верховній Раді України, URL: www.facebook.com/feao.vru/ (дата звернення 07 жовтня 2019 року).
2. Бугай Т. В. Сучасні проблеми та вектори розвитку бюджетного процесу в Україні // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2012. – № 2. – с. 40-48.
3. Бюджетний кодекс України від 08 липня 2010 р. № 2456-VI (із змінами і доповненнями на 01.07.19): URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17 (дата звернення 07 жовтня 2019 року).
4. Податковий кодекс України від 02.10.2010 р. № 2736 – IV із змінами та доповненнями. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення 07 жовтня 2019 року).
5. Закон України «Про державний бюджет України на 2019 рік» від 25.11.2018 р. № 2629– VIII. Відомості Верховної Ради України,2018р., № 50 із змінами від 28 лютого 2019 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/2629-19 (дата звернення 07 жовтня 2019 року).
6. Майборода О.В., Чемчикаленко Р.А., Майборода О.Є. Середньострокове бюджетне планування в контексті бюджетного кодексу [Електронний ресурс] // Вістник НТУ «ХПІ». – 2010. – № 59 – URL: http://www.kpi.kharkov.ua/ archive/Наукова_періодика/vestnik/Технічний прогрес та ефективність виробництва/2010/59/NTU_XPI_59_2010_28.pdf (дата звернення 07 жовтня 2019 року).

7. Місцеві бюджети 2019. Експертний аналіз Державного бюджету 2019, URL: https://decentralization.gov.ua/news/10285 (дата звернення 07 жовтня 2019 року).
8. Офіційний сайт Рахункової палати України URL: https://rp.gov.ua/home/ (дата звернення 07 жовтня 2019 року).
9. Підсумки Всесвітнього економічного форуму у Давосі (2019): Висновки для України. Шаров О. М., Резнікова О. О. Відділ зовнішньоекономічної політики. Національний інститут стратегічних досліджень, лютий 2019 р., с. 1-14. URL: http://old2.niss.gov.ua/content/ articles/files/1_Davos_2019-a5129.pdf (дата звернення 07 жовтня 2019 року).
10. Проблеми розвитку фінансової системи України та шляхи їх вирішення: монографія/ М.І. Карлін, Ю.В. Шулик, А.В. Кулай та ін.; за ред. д.е.н. проф. М.І. Карліна. – Луцьк: Вежа-Друк, 2014. – 364 с. – ISBN 978-617-7181-15-7.
11. Про особливості складання проекту місцевого бюджету на 2020 рік та прогнозу місцевого бюджету на 2021-2022 роки. URL: http://chadm.cg.gov.ua/web_docs/60/2008/10/docs/List_ MFU_22284.pdf (дата звернення 07 жовтня 2019 року).

References:

1. Analiz mizhbiudzhetnykh transfertiv u 2018-2019 rr. Ofis z finansovoho ta ekonomichnoho analizu u Verkhovnii Radi Ukrainy, [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: www.facebook.com/feao.vru/ (accessed 07 October 2019)
2. Buhai T. V. Suchasni problemy ta vektory rozvytku biudzhetnoho protsesu v Ukraini // Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoho universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy. – 2012. – № 2. – s. 40-48.
3. Biudzhetnyi kodeks Ukrainy vid 08 lypnia 2010 r. # 2456-VI (iz zminamy i dopovnenniamy na 01.07.19): [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17. (accessed 07 October 2019)
4. Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 02.10.2010 r. #2736 – IV iz zminamy ta dopovnenniamy.[Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. (accessed 07 October 2019)
5. Zakon Ukrainy "Pro derzhavnyi biudzhet Ukrainy na 2019 rik" vid 25.11.2018 r. #2629– VIII. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy,2018r., #50 iz zminamy vid 28 liutoho 2019 roku. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2629-19. (accessed 07 October 2019)
6. Maiboroda O.V., Chemchykalenko R.A., Maiboroda O.Ye. Serednostrokove biudzhetne planuvannia v konteksti biudzhetnoho kodeksu [Elektronnyi resurs] // Vistnyk NTU "KhPI". – 2010. – # 59 – Rezhym dostupu: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Naukova_periodyka/vestnik/Tekhnichnyi prohres ta efektyvnist vyrobnytstva/2010/59/NTU_XPI_59_2010_28.pdf. (accessed 07 October 2019)
7. Mistsevi biudzhety 2019. Ekspertnyi analiz Derzhavnoho biudzhetu 2019, (Elektronnyi resurs). – Rezhym dostupu: https://decentralization.gov.ua/ news/10285. (accessed 07 October 2019)
8. Ofitsiinyi sait Rakhunkovoi palaty Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://rp.gov.ua/home/. (accessed 07 October 2019)
9. Pidsumky Vsesvitnoho ekonomichnoho forumu u Davosi (2019): Vysnovky dlia Ukrainy. Sharov O. M.,Reznikova O. O. Viddil zovnishnoekonomichnoi polityky. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen, liutyi 2019 r., s.1-14. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://old2.niss.gov.ua/content/ articles/files/1_Davos_2019-a5129.pdf. (accessed 07 October 2019)
10. Problemy rozvytku finansovoi systemy Ukrainy ta shliakhy yikh vyrishennia: monohrafiia/ M.I. Karlin, Yu.V. Shulyk, A.V. Kulai ta in.; za red. d.e.n. prof. M.I. Karlina. – Lutsk: Vezha-Druk, 2014. – 364 s. – ISBN 978-617-7181-15-7.
11. Pro osoblyvosti skladannia proektu mistsevoho biudzhetu na 2020 rik ta prohnozu mistsevoho biudzhetu na 2021-2022 roky. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://chadm.cg.gov.ua/web_docs/60/2008/10/docs/List_ MFU_22284.pdf (accessed 07 October 2019)

ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕССА В УКРАИНЕ

Аннотация. В статье освещены основные проблемы бюджетного процесса, которые возникают на стадиях принятия, исполнения бюджета и контроля за исполнением бюджета. Установлены взаимосвязи и взаимозависимость бюджетной политики и бюджетного процесса в Украине. Проведен анализ последних изменений бюджетного законодательства в 2014-2019 гг и на 2020 год., Которые непосредственно влияют на эффективность реализации бюджетного процесса, рассмотрены функции новых участников бюджетного процесса и первые результаты реформирования в бюджетной сфере на региональных уровнях. К основным проблемам на этапе выполнения бюджета следует отнести следующие проблемы: значительная недостаточность бюджетов и их финансирования, существенный уровень Государственного долга и сложность его обслуживания, неопределенность программно-целевого метода формирования бюджета. Одна из существенных причин дефицитности бюджета – это не обеспечением выполнения плановых показателей, которые не всегда соответствуют экономическим тенденциям, а расходы значительно превышают возможности аккумулирования средств. Поэтому возникает постоянная причина поиска дополнительных источников финансирования. Требует пересмотра структура расходов и корректировки ее в соответствии с направлениями стратегического развития государства. Направлениям урегулирования этих вопросов является оптимизация расходов на государственное управление и совершенствование планирования и исполнения бюджетных программ с учетом, прежде всего, опыта стран ЕС. В основе изменений в Бюджетный кодекс Украины – децентрализация власти и существенное расширение полномочий территориальных общин, предусматривает перераспределение задач, полномочий и ресурсов на национальном, региональном и местном уровнях, повышение финансовой самостоятельности местных бюджетов. При разработке механизмов децентрализации за основу взят опыт Польши. Выявлено, что несмотря на существенные шаги реформирования сферы государственных финансов, содержательные проблемы бюджетного процесса, в большинстве, остаются нерешенные и требуют дальнейшего урегулирования. Предложен комплекс рекомендаций, направленных на повышение эффективности организации и реализации бюджетного процесса в Украине, что позволит определить круг до сих пор не решенных проблем в организации и реализации бюджетного процесса. Конечным критерием успеха продвижения по пути реформ должно быть те возможности, которые экономика предоставляет для роста производства.

Ключевые слова: бюджетный процесс, проблемы бюджетного процесса, реформирование бюджетного процесса, межбюджетные отношения, децентрализация, финансовое выравнивание.

THE BUDGET PROCESS IN UKRAINE

Summary. The article highlights the main problems of the budget process that arise at the stages of budget adoption, implementation and control over budget execution. The interconnections and interdependencies of budgetary policy and budgetary process in Ukraine have been established. Analyzed recent changes in the budget legislation in 2014-2019 and 2020 years, which directly affect the efficiency of the budget process implementation, considered functions of new participants in the budget process and the first results of reform in the budget sector at regional levels. The main problems at the stage of budget execution include the following problems: significant budget deficits and their financing, significant level of the State debt and complexity of its servicing, uncertainty of the program-targeted method of budgeting. One of the major reasons for the budget deficit is the failure to meet targets that do not always meet economic trends, and expenditures far exceed the ability to accumulate funds. Therefore, there is a constant reason to look for additional sources of funding. It needs to revise the structure of expenditures and adjust it according to the directions of strategic development of the state. The areas of resolution of these issues are optimization of public administration expenditures and improvement of planning and implementation of budget programs, taking into account, first of all, the experience of EU countries. The amendments to the Budget Code of Ukraine are based on decentralization of power and significant expansion of powers of territorial communities, which involves the redistribution of tasks, powers and resources at the national, regional and local levels, increasing the financial autonomy of local budgets. The experience of Poland was taken as a basis for developing decentralization mechanisms. It is revealed that, despite the significant steps in the reform of the public finance sphere, the substantive problems of the budgetary process, in the majority, remain unsolved and need further resolution. A set of recommendations is proposed to increase the efficiency of the organization and implementation of the budget process in Ukraine, which will allow to determine the range of problems that have not been solved in the organization and implementation of the budget process. The ultimate criterion for success in moving forward with reforms must be the opportunities that the economy offers to grow production.

Key words: Budgeting, problems of the budget process, the budget process reform, intergovernmental relations, decentralization, financial equalization.

УДК 339.7
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-13

Konstantinova Maria
Student
Odessa I.I. Mechnikov National University
Bychkova Nataliya
PhD, Senior Lecturer at Department of World Economy and International Economic Relations
Odessa I.I. Mechnikov National University

Константінова М. С.
студентка
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
Бичкова Н. В.
кандидат економічних наук, доцент кафедри світового господарства та міжнародних економічних відносин
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

METHODS OF ASSESSING THE COUNTRY'S INVESTMENT ATTRACTIVENESS

Summary. In the context of globalization, the interdependence of countries and the economic gap between them is growing. Thus, there are groups of countries that have an increasing need for foreign investment in various branches of their economics. At the same time, the level of economic attractiveness and industries' readiness for investment vary in developed and developing countries. This is the first reason to continue studying this topic. Moreover, new economic trends are forecasting future crisis, which will take its beginning in America. Shorter US bonds are becoming more profitable than long ones. A similar situation occurred in 2008, 2001, 1990. Inasmuch as a key factor of investment attractiveness is IMF loans, for our country it's very important to estimate a result of this cooperation. And this is the third reason. The presence of IMF in the list of a country's creditors increases its investment attractiveness. Collaboration with the International Monetary Fund suggests that the borrowing country is committed to the principles of a liberal economy, which should attract investors. Since Ukraine has been receiving tranches from the IMF, the country's attractiveness is being discussed. Therefore, there is a need for the correct choice of a country assessment method and factors especially today. In this article, the authors consider existing methods of quantitative measurement and assessment of the economy's investment attractiveness at the micro, meso, and macro levels. The authors consider indicators that are used to assess investment attractiveness at these levels and create a relationship between micro and macro levels. Most part of the research focuses on the macro level. The paper considers factors used by international rating agencies and indexes to assess the investment attractiveness of the country, as well as some practical studies of the factors influence on countries. Based on the factors given as examples, the authors distribute which of them has a positive and negative impact.

Key words: investment factors, country attractiveness, methods of investment assessment, investment, international indexes.

Formulation of the problem. Studies of investment processes show that there are many different methods of assessing the investment attractiveness of the economy today, which mainly consider its levels separately. There are articles in which the methods are structured by the level of the economy, but not all of them trace the relationship between the factors at the micro and macro levels. Moreover, all the factors are divided into positive and negative, but they do not take into account practical studies which are very important regarding the predicted economic crisis from the USA and uncertain Ukrainian investment attractiveness.

Analysis of recent research and publications. A great contribution to the study of assessment methods at different levels was made by Peter Korenyuk and Elena Kopyl (2018). They analysed factors according to macro and micro levels. There are also many researchers who have studied the influence of specific factors on countries, or a group of countries, for example, Antonios Zairis, Helmut Birnleitner, and others.

Highlighting of unresolved parts of previous studies. Many studies are devoted to reviewing the key influence factors of investments. Thus, Korenyuk and Kopyl (2008) analysed methods and significant factors for assessing the country's attractiveness at the mesa and macro levels. Also, there are practical researches, which prove or refute certain theoretical statements. Demirhan and Masca (2018) considered a huge number of factors analysed by the empirical method by other authors. Based on cross-sectional data, the econometric model was estimated to determine factors of FDI inflows in developing countries over the period of 2000–2004. It should be noted that these two types of researches were not studied and analysed together up to now.

The purpose of the study is to clarify the main methods for assessing the investment attractiveness of countries and to generalize the results of existing theoretical and practical studies for determining the essential factors of the country's investment attractiveness.

Main body. Any investment decision is made on the basis of the analysis of profitability – the return on investment should be higher than the invested capital. Such analysis takes place at the micro level; the investor analyses a portfolio of securities which will be more profitable. At the macro level, the same investor assesses the investment situation in the country and in this case, we rely on experts such as the World Bank Group, Standard and Poor's Rating, and Moody's Investors Services. The attractiveness of the country's economy to investors may be based on the ROI of a particular sector of the economy. With this kind of analysis, it better helps investors to easily understand the financial prowess of every economy.

The above-mentioned methods for assessing any investment portfolio can be divided into three main groups: the statistical approach, the method of expert assessments, and the rating approach.

With the help of statistical indicators, a basic tool to detect the standard of an economy is derived from the statistical approach. This is an easy approach based on reliable data but not all factors can be defined.

According to the expert estimation method, the analyst identifies the most important indicators in his opinion and examines them in the dynamics on the basis of which forms the conclusions. This method adapts to the needs of specific investors and deepens the analysis of the productivity of certain industries. However, such study is subjective and the conclusions largely depend on the position of the expert.

There are two rating approaches: rating-analytical and rating approach based on surveys. The first method analyses the available indicators and their grouping. This method is easy to use and interpret data. A disadvantage is difficulty in choosing the correct methodology for calculating indicators. The second method involves a survey of experts in the region, resulting in a general rating [1, p. 56-62].

Combining these three methods, the macro level analysis of a country takes place. The main indicators can be divided into three groups: general, macroeconomic, and indicators of investment market valuation. The general indicators include data on the competitiveness of the state, the rating on the international investment market. Whiles, there are 40 macroeconomic indicators, which include GDP, government debt, exports and imports of goods and services.

There are several international indexes assessing the productivity of countries. We will analyse some of them. These are the International Country Risk Guide (ICRG), the International Business Compass (IBC), and the Global Competitiveness Index (GCI).

The table above is ICRG's risk assessment indicators for 140 countries. This model is based on estimates of the three components of a country's risk: political (12 variables), financial (5 variables), and economic (5 variables) risks. The political component takes up half of the assessment, while this rating includes such indicators as political imperialization and religious and ethnic tensions. Also, external and internal conflicts are considered. The main economic indicators are GDP per capita, real GDP growth, inflation, budgetary balance, current account, and external debt.

BDO International Business Compass is an annually updated index that measures the productivity level for companies from around the world. The study is published jointly by BDO Germany and the Hamburg Institute of World Economy. This index includes the economic, political, and socio-cultural components, which in turn are combined into the attractiveness of the market and the attractiveness of the place of production.

The main economic indicators of evaluation are: per capita income, national debt, inflation, FDI inflows, tax rate, corruption, per capita spending, etc.

The Global Competitiveness Report (GCR) is an annual report published by the World Economic Forum. The report says that it is based on the latest theoretical and empirical research. It consists of more than 110 variables, two-thirds of which are derived from the Executive Opinion Review, and one-third from publicly available sources, such as the United Nations. Variables are organized in 12 pillars; each column represents an area that is considered as an important competitive factor.

The report includes all possible factors of economic development and assesses the market for goods, finance and labour, its size, innovations, the quality of state institutions, infrastructure, education, and the macroeconomic situation.

Among all the indicators measured by these ratings, there are several main ones: the state budget, external debt, inflation, taxes, national savings, rate, wages

Erdal, Mahmut mentioned in their article "Determinants of a Cross-Sectional Analysis" three types of FDI: market-seeking FDI, resource sourcing and efficiency search [6, p. 356-369].

The first-type investments are focused on local and regional markets. The second type of FDI depends on resources that are not available in the country. According to the third type of FDI, a firm can benefit from the geographically distributed activities with a scale effect.

The most reliable determinant of FDI in econometric studies appears to be market size, as measured by GDP or GDP per capita. Market openness as measured by the ratio of exports and imports to GDP. The size of the Chinese market attracted American and Hong Kong investors. National economists have repeatedly underlined the size of the market and its

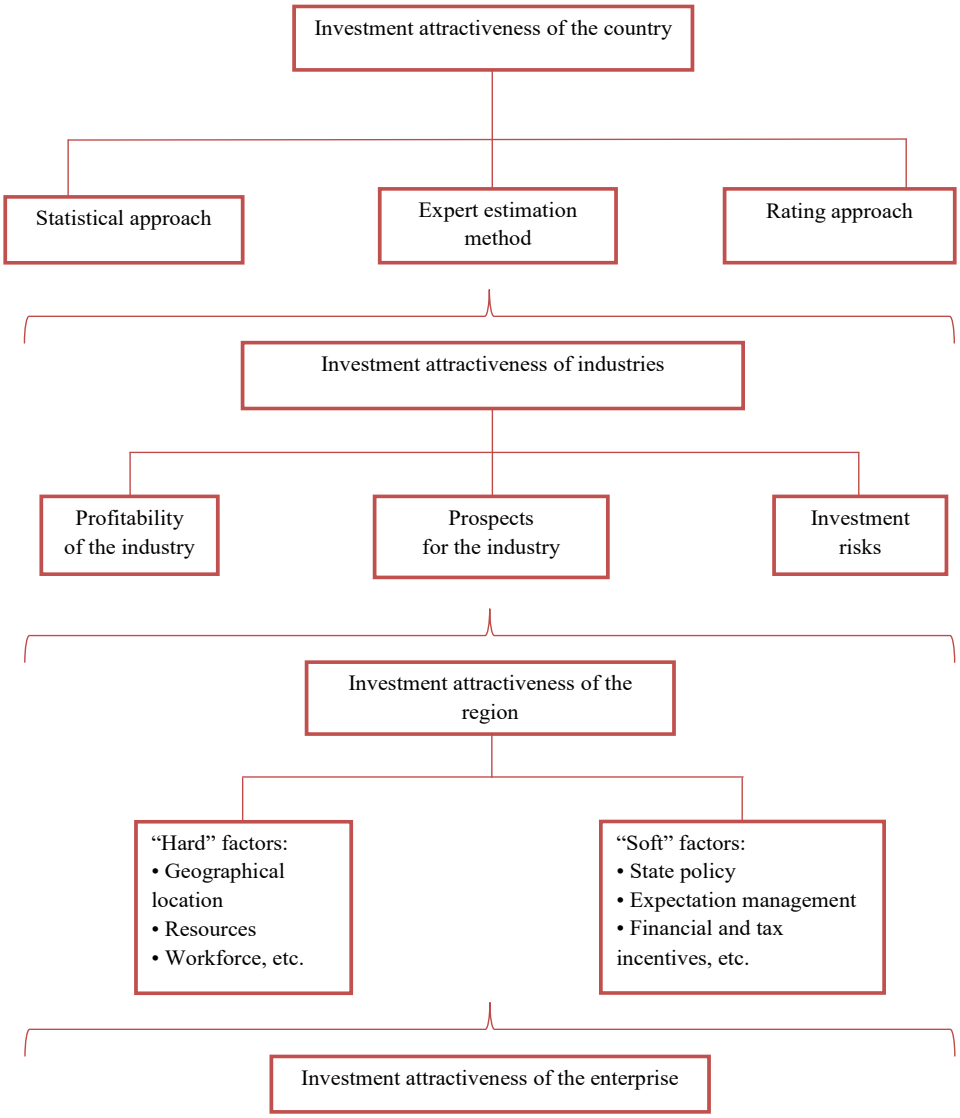

Figure 1. Levels of investment attractiveness of the country

Source: [1, p 56-62; 2, p 235–244]

growth as one of the important factors of the attractiveness of the country [7, p. 21-33].

Wages are the most controversial factor. Theoretically, the cheaper labour force is then more FDI comes to the market. The best example of it is China. Low-wage rates are a key advantage for such industries as automobile assembly and telecommunication equipment [7, p. 21-33]. However, there are a lot of contradicting results of the effect of wages on FDI. The other group of scientists emphasizes a high salary as an indicator of efficiency, especially when highly skilled labour is required [8, p. 48].

Another controversial factor in FDI is political instability. In some situations, it is possible for rich natural resources to be used as a compensating tool for political instability; an example is Nigeria and Angola. Foreign company will continue to invest until it's sure in a profitable work without excessive risk to its capital and staff.

Infrastructure can be seen as an obstacle and an opportunity for foreign investment. Usually, poor infrastructure prevents FDI inflow. But infrastructure remains a potential area to invest if the government is ready to permit it.

External conflicts can have a negative impact on foreign business in many ways, from restrictions on operations to trade and investment sanctions, to distortions in the allocation of economic resources, to violent changes in the structure of society.

Another factor affecting FDI is the spending on R&D. V.B. Arasha studied the correlation between the annual volumes of both outgoing and incoming FDI, as well as the amount of accumulated outgoing and incoming FDI and R&D expenditure, calculated at purchasing power parity, for leading countries, as well as the Netherlands and Ireland. According to his research, the correlation was more than 0.8 due to the endeavour of advanced technology countries to invest from one side and their attractiveness to FDI from the other side [9].

Regional integration has a positive impact on investment inflows, for instance, the European Union; or agglomerative economics, such as Silicon Valley. In such associations, costs for certain factors are reduced: for example, taxes, infrastructure, political conditions, etc.

One of the highly controversial factors is the corruption present in an economy. Traditionally, it is assumed that corruption negatively affects investment inflow. However, Lucas (1990) and Haksoon (2010) argue that countries with higher levels of corruption attract more investments from developed countries [10, p. 11-32].

Table 1

International indexes of countries' investment attractiveness

International Indexes	**Indicators**		
1	2	3	4
International Country Risk Guide (ICRG)	Political Risk	Government Stability	Government Unity Legislative Strength Popular Support
		Socioeconomic Conditions	Unemployment Consumer Confidence Poverty
		Investment Profile	Contract Viability/Expropriation Profits Repatriation Payment Delays
		Internal Conflict	Civil War/Coup Threat Terrorism/Political Violence Civil Disorder
		External Conflict	War Cross-Border Conflict Foreign Pressures
		Corruption	
		Military in Politics	
		Religious Tensions	
		Law and Order	The strength and impartiality of the legal system An assessment of popular observance of the law
		Ethnic Tensions	
		Democratic Accountability	Alternating Democracy Dominated Democracy De Facto One-Party State De Jure One-Party State Autarchy
		Bureaucracy Quality	
	Economic Risk		GDP per Capita Real GDP Growth Annual Inflation Rate Budget Balance % GDP Current Account % GDP
	Financial Risk		Foreign Debt % GDP Debt Service % XGS Current Account as % XGS Net Liquidity in Months Exchange Rate Stability
International Business Compass (IBC)	Economic conditions	Per capita income Public debt Per-capita FDI inflows Inflation Business freedom Infrastructure Aggregate tax rate Market potential	<u>Market attractiveness</u> Population Inflation Consumption expenditure per capita Political stability Infrastructure Trade freedom
	Political-legal conditions	Political stability Regulatory quality Rule of law Control of corruption Trade freedom Investment freedom	<u>Production location attractiveness:</u> Aggregate tax rate Infrastructure Market potential Costs of labour Rule of law Labour freedom Freedom of investment
	Socio-cultural conditions	Population growth Unemployment rate Consumption expenditures per capita Health Education Labour freedom	
Global Competitiveness Index	Institutions	Public institutions Private institutions	1) Property rights Ethics and corruption Undue influence 2) Public-sector performance Security Corporate ethics

Continuation of Table 1

1	2	3	4
	Infrastructure	Transport infrastructure Electricity and telephony infrastructure	1) Quality of overall infrastructure Quality of roads Quality of railroad infrastructure Quality of port infrastructure Quality of air transport infrastructure Available airline seat kilometres 2) Quality of electricity supply Mobile telephone subscriptions Fixed telephone lines
	Macroeconomic environment		Government budget balance Gross national savings Inflation Government debt Country credit rating
	Health and primary education	1) Health 2) Primary education	1) Business impact of malaria Malaria incidence Business impact of tuberculosis Tuberculosis incidence Business impact of HIV/AIDS HIV prevalence Infant mortality Life expectancy 2) Quality of primary education Primary education enrolment rate
	Higher education and training	1) Quantity of education 2) Quality of education 3) On-the-job training	1)Secondary education enrolment rate Tertiary education enrolment rate 2) Quality of the educational system Quality of math and science education Quality of management schools Internet access in schools 3) Local availability of specialized research and training services Extent of staff training
	Goods market efficiency	1) Domestic competition 2) Foreign competition 3) Quality of demand conditions	1) Intensity of local competition Extent of market dominance Effectiveness of anti-monopoly policy Effect of taxation on incentives to invest Total tax rate Number of procedures required to start a business Time required to start a business Agricultural policy costs 2) Prevalence of trade barriers Trade tariffs Prevalence of foreign ownership Business impact of rules on FDI Burden of customs procedures Imports as a percentage of GDP 3) Degree of customer orientation Buyer sophistication
	Labour market efficiency	1) Flexibility 2) Efficient use of talent	1) Cooperation in labour-employer relations Flexibility of wage determination Hiring and firing practices Redundancy costs Effect of taxation on incentives to work 2) Pay and productivity Reliance on professional management Country capacity to retain talent Country capacity to attract talent Female participation in labour force
	Financial market development	1) Efficiency 2) Trustworthiness and confidence	1) Financial services meeting business needs Affordability of financial services Financing through local equity market Ease of access to loans Venture capital availability 2) Soundness of banks Regulation of securities exchanges Legal rights index

Ending of Table 1

1	2	3	4
	Technological readiness	1) Technological adoption 2) ICT use	1) Availability of latest technologies Firm-level technology absorption FDI and technology transfer 2) Internet users Broadband Internet subscriptions Internet bandwidth Mobile broadband subscriptions Mobile telephone subscriptions Fixed telephone lines
	Market size	1) Domestic market size 2) Foreign market size	1) Domestic market size 2) Foreign market size
	Business sophistication		Local supplier quantity Local supplier quality State of cluster development Nature of competitive advantage Value chain breadth Control of international distribution Production process sophistication Extent of marketing Willingness to delegate authority Reliance on professional management
	Innovation		Capacity for innovation Quality of scientific research institutions Company spending on R&D University-industry collaboration in R&D Government procurement of advanced technology products Availability of scientists and engineers PCT patent applications Intellectual property protection

Source: [3; 4, p. 53; 5, p. 317-324]

Helmut (2014), based on the survey of 87 high-level managers of global shareholders in various industries such as the automotive, chemical, pharmaceutical, clothing and food industries, claims on the importance of the five major groups of macroeconomic factors: political, legal, economic, social, technological and intercultural and found that the most influential are political factors, then economic, social, technical, and then intercultural [11, p. 29-40].

A secondary study was also conducted on the country's macroeconomic indicators for four important economies in the world, namely Central Europe, Eastern Europe, the USA, and China. The data was collected from various official and well-known institutions. The results of the analysis are ambiguous. In China, political and economic factors are the least significant. For Central European countries, an important technical environment and infrastructure, as well as the social sphere. Eastern European countries are attractive to foreign investors in terms of the technical environment [3].

Conclusion. Summarizing all the above, it could be concluded that the investment attractiveness of the country grounds on the micro level basis, starting from the attractiveness of the enterprise, then transforming into the attractiveness of the industry, area, and country. The main determinant for any investment decision, especially on the micro level, is the ROI indicator.

There are many factors that affect the inflow of investment. International ratings cover a major number of them, providing an objective assessment.

The main factors are determined by the purpose of the investment. And the pivotal factors could be the market, its size, efficiency, quality of labour, openness; political and economic stability, reliability of state institutions, exchange rate, internal and external conflicts. For developing countries, Ukraine for instance, the identification of the key factor and assessing method is crucial to determine an accurate estimation of the investment attractiveness and to enhance it.

References:

1. Korenyuk Petr, Kopyl Elena (2018) Kontseptualni pidkhody ta metody vyznachennya investytsiynoyi pryvablyvosti natsionalnoyi ekonomik [Conceptual approaches and methods for determining the investment attractiveness of national economies] *Economic Journal of Lesya Ukrainka Eastern European National University*, vol. 2 (14), pp. 56-62
2. Dovhan Yu.V. (2016) Otsinka investytsiinoi pryvablyvosti (na prykladi Ukrainy, Vinnytskoi oblasti ta oliino-zhyrovoho pidkompleksu) [Assessment of investment attractiveness (for example, Ukraine, Vinnytsia region and oil and fat sub-complex)] Finance, accounting, banks, vol. 1 (21), pp. 235–244.
3. The PRS Group. International Country Risk Guide Methodology. URL : https://www.prsgroup.com/wp-content/uploads/2012/11/icrgmethodology.pdf (accessed 15.07.2019)
4. Theodor Friederiszick, Marcel Stapke, André Wolf. BDO International Business Compass. Hamburg. 2018. 53 pp.
5. The Global Competitiveness Report 2017–2018 / ed. Prof. Klaus Schwab: World Economic Forum. 2017. 379 pp.
6. Erdal Demirhan, Mahmut Masca. Determinants of foreign direct investment flows to developing countries: A cross-sectional analysis. *Prague Economic Papers*. 2008. № 4. 356-369 pp.

7. Shaukat Ali. Wei Guo. Determinants of FDI in China. *Journal of Global Business and Technology*. Volume 1. № 2, Fall 2005. 21-33 pp.
8. Federica Custorella. The impact of globalization on FDI: An empirical analysis of the FDI determinants in China : Master's Thesis : EKHR81 "Master's Programme in International Economics with a focus on China" ; Lund University School of Economics and Management. Sweden. June 2017. 48 pp.
9. Bolaev A. V. (2014) Privlechenie pryamykh inostrannykh investitsiy kak faktor vnedreniya zarubezhnykh tekhnologiy v strane-retsipiente v usloviyakh ekonomicheskoy globalizatsii [Attracting direct foreign investment as a factor in the introduction of foreign technology in the recipient country in the context of economic globalization] *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnnyy nauchnyy zhurnal* [Economic Systems Management: an electronic scientific journal] (electronic journal), vol. 4, no 64. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/privlechenie-pryamyh-inostrannyh-investitsiy-kak-faktor-vnedreniya-zarubezhnyh-tehnologiy-v-strane-retsipiente-v-usloviyah (accessed 08 August 2019)
10. Antonios Zairis. The course of foreign direct investment in the Greek economy. *East-West Journal of Economics and Business*. Vol. XIX. No 2. 2016. 11-32 pp.
11. Helmut Birnleitner. Attractiveness of Countries for Foreign Direct Investments from the Macro-Economic Perspective. *Proceedings of FIKUSZ '14 Symposium for Young Researchers* : materials of scientific-practical. Conf. by the Óbuda University Budapest. 2014. 29-40 pp.

Список використаних джерел:

1. Коренюк Петр, Копил Елена. Концептуальні підходи та методи визначення інвестиційної привабливості національної економік. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.* 2018. № 2 (14) С. 56-62.
2. Довгань Ю.В. Оцінка інвестиційної привабливості (на прикладі України, Вінницької області та олійно-жирового підкомплексу). *Фінанси, облік, банки.* 2016. № 1 (21). С. 235 – 244
3. The PRS Group. International Country Risk Guide Methodology. URL : https://www.prsgroup.com/wp-content/uploads/2012/11/icrgmethodology.pdf (дата звернення: 15.07.2019)
4. Theodor Friederiszick, Marcel Stapke, André Wolf. BDO International Business Compass. Hamburg. 2018. 53 pp.
5. The Global Competitiveness Report 2017–2018 / ed. Prof. Klaus Schwab: World Economic Forum. 2017. 379 pp.
6. Erdal Demirhan, Mahmut Masca. Determinants of foreign direct investment flows to developing countries: A cross-sectional analysis. *Prague Economic Papers*. 2008. № 4. 356-369 pp.
7. Shaukat Ali. Wei Guo. Determinants of FDI in China. *Journal of Global Business and Technology*. Volume 1. № 2, Fall 2005. 21-33 pp.
8. Federica Custorella. The impact of globalization on FDI: An empirical analysis of the FDI determinants in China : Master's Thesis : EKHR81 "Master's Programme in International Economics with a focus on China" ; Lund University School of Economics and Management. Sweden. June 2017. 48 pp.
9. Болаев А. В. Привлечение прямых иностранных инвестиций как фактор внедрения зарубежных технологий в стране-реципиенте в условиях экономической глобализации. *Управление экономическими системами: электроннный научный журнал*. 2014. 4 (64).
10. Antonios Zairis. The course of foreign direct investment in the Greek economy. *East-West Journal of Economics and Business*. Vol. XIX. No 2. 2016. 11-32 pp.
11. Helmut Birnleitner. Attractiveness of Countries for Foreign Direct Investments from the Macro-Economic Perspective. *Proceedings of FIKUSZ '14 Symposium for Young Researchers* : materials of scientific-practical. Conf. by the Óbuda University Budapest. 2014. 29-40 pp.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ КРАЇНИ

Анотація. В умовах глобалізації зростає взаємозалежність країн та економічний розрив між ними. Таким чином, з'являються групи країн, які мають зростаючу потребу в іноземних інвестиціях у різних галузях економіки. У той же час рівень економічної привабливості та готовність галузей до інвестицій відрізняється в розвинених країнах та країнах, що розвиваються. Таке положення є першою причиною продовження дослідження даної теми. Більш того, нові економічні тенденції прогнозують майбутню кризу, яка має розпочатися в Америці. Короткі американські облігації стають вигіднішими, ніж довгі. Аналітики порівнюють рівень прибутковості між десятирічними облігаціями (еталонними) і більш короткими. Якщо прибутковість "коротких" вище, ніж довгих – з інтервалом в 300 днів можна очікувати наступ рецесії. Аналогічна ситуація склалася в 2008, 2001, 1990 роках. В 2018 році, інверсія відбулася між 10-річними і 2-річними облігаціями, але дане співвідношення не цілком відображає вказане вище правило. Важливим є співвідношення між тримісячними і 10-річними облігаціями. Третя причина продовження дослідження даної теми є важливою для нашої країни. Адже одним із ключових факторів інвестиційної привабливості є позики МВФ. Присутність МВФ у списку кредиторів країни підвищує її інвестиційну привабливість. Співпраця з Міжнародним валютним фондом говорить про те, що країна-позичальник дотримується принципів ліберальної економіки, що допомагає залучати інвесторів. З моменту отримання траншів від МВФ Україна обговорює свою інвестиційну привабливість. Тому існує потреба у правильному виборі методу оцінки та факторів, особливо сьогодні. У цій статті автори розглядають існуючі методи кількісного вимірювання та оцінки інвестиційної привабливості економіки на мікро-, мезо- та макрорівні. Автори розглядають показники, які використовуються для оцінки привабливості інвестицій на цих рівнях та створюють взаємозв'язку між мікро та макрорівнями. Більша частина досліджень зосереджена на макрорівні. У статті розглядаються фактори, які застосовують міжнародні рейтингові агенції та індекси для оцінки інвестиційної привабливості країни, а також деякі практичні дослідження впливу окремих факторів на країни. Спираючись на приклади, автори розподіляють, які з них мають позитивний та негативний вплив.

Ключові слова: фактори інвестицій, привабливість країни, методи інвестиційної оцінки, інвестиції, міжнародні індекси.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СТРАНЫ

Аннотация. В условиях глобализации возрастает взаимозависимость стран и экономический разрыв между ними. Таким образом, появляются группы стран, которые имеют растущую потребность в иностранных инвестициях в различных отраслях экономики. В то же время уровень экономической привлекательности и готовность отраслей к инвестициям отличается в развитых странах и развивающихся странах. Такое положение является первой причиной продолжения исследования данной темы. Более того, новые экономические тенденции прогнозируют вероятность возникновения кризиса, который должен начаться в Америке. Короткие американские облигации становятся более выгодными, чем длинные. Аналогичная ситуация сложилась в 2008, 2001, 1990 годах. Третья причина продолжения исследования данной темы является важной для нашей страны. Так как одним из ключевых факторов инвестиционной привлекательности являются займы МВФ. Присутствие МВФ в списке кредиторов страны повышает ее инвестиционную привлекательность. Сотрудничество с Международным валютным фондом говорит о том, что страна-заемщик придерживается принципов либеральной экономики, помогает привлекать инвесторов. С момента получения траншей от МВФ Украина все еще оценивает свою инвестиционную привлекательность. Поэтому существует потребность в правильном выборе метода оценки и факторов, особенно сегодня. В этой статье авторы рассматривают существующие методы количественного измерения и оценки инвестиционной привлекательности экономики на микро-, мезо- и макроуровне. Авторы рассматривают показатели, используемые для оценки привлекательности инвестиций на этих уровнях и создают взаимосвязи между микро и макроуровнями. Большая часть исследований сосредоточена на макроуровне. В статье рассматриваются факторы, которые применяют международные рейтинговые агентства и индексы для оценки инвестиционной привлекательности страны, а также некоторые практические исследования влияния отдельных факторов на экономику страны. Авторы распределяют, которые из них имеют позитивное и негативное влияние.

Ключевые слова: факторы инвестиций, привлекательность страны, методы инвестиционной оценки, инвестиции, международные индексы.

УДК 336.71
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-14

Косов А. С.
аспірант кафедри банківської справи
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

Kosov Anatoly
Post-graduate student of the Department of Banking
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ДО ПИТАННЯ ПРО МЕТОДИКУ ПРОГНОЗУВАННЯ СЕРЕДНЬОСТРОКОВОЇ ЛІКВІДНОСТІ В БАНКУ

Анотація. У статті наголошено на тому, що умови жорсткої конкурентної боротьби вимагають від керівництва банків перегляду принципів прогнозування ліквідності. Автором розглянуто практичні підходи до прогнозування середньострокової банківської ліквідності, розкрито сутність процедури прогнозування. Автор формулює висновок про те, що складна структура ресурсів банку (джерел його активних операцій) впливає на процес прогнозування ліквідності. Зроблено акцент на тому, що прогнозування ліквідності в банку та управління нею є зазвичай обов'язками співробітників казначейства банку, а прогноз ліквідності формується щомісяця. На підставі проведеного дослідження зроблено висновок про те, що основним питанням під час прогнозування ліквідності є процес моделювання й прогнозування сальдових залишків за фінансовими інструментами. Отже, під час прогнозування середньострокової ліквідності банку потрібно обов'язково побудувати інерційний сценарій розвитку подій.

Ключові слова: ліквідність, прогнозування, середньострокова ліквідність, казначейство банку, графік ліквідності.

Вступ та постановка проблеми. Фінансові кризи можна вважати закінченням епохи надприбутків у банківському бізнесі. Разом зі зниженням маржі між розміщеними та залученими коштами скоротився вибір можливих джерел отримання прибутку. Цей факт ставить банки в умови жорсткої конкурентної боротьби, яка вимагає від їх керівництва перегляду принципів прогнозування ліквідності. Особливо це стосується прогнозування середньострокової ліквідності, під час якого необхідно обов'язково побудувати інерційний сценарій розвитку подій. Автор стоїть на позиціях пріоритету цілей середньострокової ліквідності банку під час проведення активних та пасивних операцій перед цілями короткострокової та миттєвої ліквідності, а також упевнений в необхідності відображення цього пріоритету в організаційно-функціональному аспекті управління ліквідністю банку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зарубіжних наукових джерелах детальний опис процесів прогнозування ліквідності та управління нею міститься в роботах таких авторів, як Л.М. Матц, Дж. Бессіс, Л.С. Ріттер, Дж.К. Дарлінг. В українській науковій літературі також досить широко представлені методи прогнозування ліквідності, які показали свою практичну значимість. Згадаємо праці таких учених, як О.В. Васюренко, А.М. Гера-

симович, О.В. Дзюблюк, Г.Т. Карчева, Т.Т. Ковальчук, Т.І. Костюченко, В.І. Міщенко, Л.О. Примостка. Крім того, є значна кількість досліджень щодо інструментів економіко-математичного моделювання, які також можна використати для прогнозування. Проте середньострокова ліквідність потребує більш глибокого аналізу, її прогнозування, про що свідчить банківська практика, досить складне, часто помилкове, тому потребує подальших досліджень та є актуальним.

Метою статті є поглиблення теоретико-методичних підходів до прогнозування середньострокової ліквідності в банку.

Результати дослідження. Універсальні банки, які залучають основну частку коштів для здійснення активних операцій від населення та корпоративних клієнтів, найбільшою мірою схильні до ризику незбалансованої ліквідності. Менший ризик втрат несуть банки, які залучають більшу частину ресурсів на міжнародних ринках капіталу (при цьому вони стають залежними від процентного та валютного ризику) або використовують кошти своїх акціонерів.

Важливим моментом прогнозування ліквідності є масштаб банку, а також його організаційна структура. Дрібні та середні банки здійснюють невелику кількість операцій, що дає змогу проводити більш точний прогноз, але, не маючи відкритого доступу до ринку міжбанківського кредитування, вони обмежені в інструментах управління ліквідністю. Великі та найбільші банки функціонують в умовах величезного числа операцій та контрагентів, що визначає для них необхідність застосування статистичних методів аналізу та прогнозування ліквідності.

Концептуальна модель прогнозування ліквідності повинна враховувати фактори, обумовлені наявністю таких особливостей, як регламентування ліквідності на рівні Центрального банку, що полягає у встановленні обов'язкових для виконання нормативів [1, с. 63]; юридичні норми; сильна інерційність впливу іміджу банку на поведінку клієнтів банку, отже, його ресурсну базу; складна тимчасова й об'ємна структура ресурсів банку, тобто джерел його активних операцій.

Основним інструментом прогнозу стану ліквідності, на думку зарубіжних авторів, є прогноз грошових потоків ("cash flow projection"). Складання прогнозу грошових потоків дає змогу побачити можливий розвиток за звичайного сценарію розвитку бізнесу. Такий аналіз ліквідності відображає лише один варіант розвитку подій, як правило, найбільш нейтральний [2, с. 28].

Іншим інструментом прогнозування ліквідності є "basic surplus deficit", тобто процедура оцінювання дефіциту або надлишку ліквідності на певному часовому горизонті [3, с. 604]. Ця процедура зводиться до того, що для детермінованого проміжку часу в майбутньому складається список джерел та потреб у ліквідності.

Прогнозування ліквідності в банку та управління нею є зазвичай обов'язками співробітників казначейства. Прогноз формується щомісяця, а вихідною інформацією для складання цього прогнозу є інформація, отримана з банківської інформаційної системи; інформація, отримана від відповідальних осіб управління активно-пасивними операціями, відділу фінансового контролю; інформація, накопичена безпосередньо в казначействі банку.

Планування ліквідності є процедурою, що складається з виконання низки логічно пов'язаних дій, спрямованих на здійснення технологічного процесу оброблення та аналізування інформації за фінансовими інструментами. Перелік операцій, що входять у процедуру, виглядає таким чином:

– отримання інформації за активно-пасивними банківськими операціями;
– перевірка коректності та достовірності;
– програмне й аналітичне оброблення;
– занесення в модель прогнозування ліквідності;
– видача вихідної форми з графіком ліквідності;
– пропозиції за результатами аналізу фінансової ситуації по банку загалом.

Для планування та формування прогнозу ліквідності банку обробляються такі дані.

1) Строкові інструменти. Аналіз інформації за строковими угодами (міжбанківські кредити, комерційні кредити, депозити та векселі, вклади фізичних осіб) проводиться за даними на звітний день. Ці дані містять повну інформацію щодо термінів укладених угод та їх обсягів. Необхідно здійснювати контроль за коректністю та достовірністю інформації, що аналізується (особливо за великими угодами). Справи, що перебувають у стадії оформлення (фактично угода ще не проведена, але рішення на її проведення прийнято й схвалено керівництвом банку), необхідно також враховувати в моделі середньострокової ліквідності.

2) Вклади фізичних осіб до запитання. На підставі планованої зміни вкладів, планованого вилучення, статистики оборотів за рахунками визначається незнижуваний залишок за цим інструментом, а також складається прогноз зміни планованого обсягу грошових коштів громадян на вкладах. Методи аналізу, які використовуються під час прогнозування обсягу вкладів, включають (в ідеальному варіанті) облік сезонних чинників у динаміці зміни обсягу вкладів; історично сформованих коливань активності припливу (відтоку) коштів громадян; реального стану на ринку залучених коштів фізичних осіб; впливу макроекономічних факторів; політичної нестабільності, отже, хворобливої реакції суспільства.

3) Рахунки юридичних осіб. На підставі накопичених статистичних даних за поточними рахунками дрібних та середніх клієнтів виділяються та прогнозуються незнижуваний залишок і його можлива зміна в плановану часовому інтервалі. У використовуваних під час планування залишків на рахунках юридичних осіб методах аналізу враховуються такі дані, як запланований незнижуваний залишок у певний період часу, рух коштів по рахунках клієнтів, який відбувався в аналізований звітний період часу. За допомогою методів технічного аналізу, статистичних пакетів щодо оброблення безперервних рядів моделюються плановані залишки по рахунках юридичних осіб.

4) Рахунки великих клієнтів. Особлива увага під час прогнозування середньострокової ліквідності банку приділяється рахункам великих клієнтів, а точніше змінам сальдового залишку по цих рахунках, адже за цими рахунками проходять великі суми грошових коштів. Графік руху коштів по рахунках великих клієнтів уточняється з особами, відповідальними за ведення цих рахунків та операцій над ними. Прогнозам на основі передісторії рух коштів на рахунках великих клієнтів не піддається.

Після аналізування та моделювання окремих компонентів банківських активів (пасивів) проводиться консолідація цієї інформації в розрізі філій банку. Основним моментом під час визначення ліквідності є процес моделювання й прогнозування сальдових залишків за фінансовими інструментами [4, с. 31]. За динамікою, що склалася за певний період, визначається подальша «історія» розвитку того чи іншого банківського інструмента. Під-

сумки оброблення та аналізування інформації за активно-пасивними операціями відображаються в таблицях і графіках, в яких наводиться динаміка зміни та розвитку основних типів активів і пасивів, а також динаміка руху ліквідних коштів.

Після отримання відповідних результатів формуються пропозиції щодо можливого розміщення або залучення коштів задля покращення управління поточною та прогнозованою ліквідністю, визначається раціональне розміщення (залучення) ресурсів банку [5, с. 69]. Прогноз ліквідності коригується за ступенем зміни активного та пасивного кошиків, зміни ставок інструментів залучення (розміщення), що визначає обсяги проведених банком операцій.

Реалізація зазначеної процедури управління ліквідністю дає змогу:

– розміщувати кошти в активи з урахуванням конкретно визначеного терміну та залишків;

– переглядати всі плановані зміни в балансі станом на будь-яку наступну дату, а також за будь-який часовий інтервал у межах прогнозного періоду;

– своєчасно здійснювати необхідні зміни в структурі пасивів під час планованої зміни в структурі активів і навпаки;

– мати інформацію про повернення активів та пасивів;

– моделювати різні банківські операції (розробляти сценарії прогнозу) з огляду на зміни стану ліквідності.

Процедура середньострокового прогнозування ліквідності банку передбачає, що основні підрозділи банку направляють у казначейство вихідну інформацію станом на певне число та в певному форматі. Зібрана інформація є джерелом для аналізу ліквідності.

Розглянемо фрагмент середньострокового прогнозування ліквідності банку на прикладі прогнозування залишків коштів на рахунках строкових вкладів фізичних осіб. Задля моделювання залишку коштів на рахунках строкових вкладів фізичних осіб на будь-яку дату в рамках горизонту прогнозу залишок розкладається на складові згідно з формулою:

$$Zal\ (t)\ =\ Zal_old\ (t)\ +\ Zal_new\ (t)\ ,$$

де Zal (t) – залишок термінових вкладів через час t; Zal_old (t) – залишок термінових вкладів, прийнятих до звітної дати, через час t; Zal_new (t) – залишок термінових вкладів, знову залучених після звітної дати, через час t; t = 1, 2 … 365 днів.

Під час прогнозування строкових вкладів враховуються коефіцієнт перевкладання вкладів (по кожній валюті), структура переваг вкладників за термінами та валютами, обсяги вкладів, що закриваються за строками. Коефіцієнт перевкладання k строкових вкладів визначається за формулою:

$$k\ =\ P_v\ /\ Z_v,\ 0\ <=\ k\ <=\ 1\ ,$$

де *Z_v* – вклади, що закриваються за договірними умовами за деякий період; *P_v* – переоформлені вклади з тих, що закривалися за договором (Z_v).

Структура переваг вкладників за термінами й валютами представлена у вигляді матриці (PR), що задовольняє таким умовам:

$$PR = (a_{i,j}), a_{i,j} = \frac{v_{i,j}}{v}, 0 \le a \le 1$$

$$i = 1...12,$$

$$j = 1,2,$$

$$\sum_{i=1}^{12}\sum_{j=1}^{2} a_{i,j} = 1,$$

де ai, j – коефіцієнт переваги вкладників відкривати нові (переоформляти старі) вклади на термін у валюті j; v – обсяг відкритих (нових або переоформлених старих) вкладів за деякий період часу у гривневому еквіваленті; vi, j – обсяг вкладів, що відкрилися на термін у валюті j у гривневому еквіваленті із загального обсягу відкритих вкладів (v).

З огляду на те, що в більшості банків відсутні строкові вкладів в інших валютах, ніж гривня, долари США та євро, параметр *j* приймає два значення, перше з яких відповідає гривні, а друге – валюті (долари США, євро). Коефіцієнт перевкладання й структура переваги вкладів за термінами та валютою розраховуються на основі баз даних по вкладах за попередній до звітної дати місяць.

Алгоритм розрахунку коефіцієнта перевкладання є таким.

1) За раніше накопиченими базами даних строкових вкладів фізичних осіб за допомогою розробленого програмного забезпечення вибираються вклади (незалежно від валюти й терміну), дата закриття за договором яких припадала на місяць, попередній звітній даті (наприклад, з 20 числа попереднього місяця по 20 число поточного місяця).

2) Обробляється вибраний масив вкладів, приводиться до певного стандарту для подальших дій (пошук та об'єднання з розбивкою в різні валюти (якщо така є) вкладів, що належать одній фізичній особі та закінчуються у відібраний термін; присвоєння кожному вкладнику ідентифікаційного номера задля його подальшого пошуку в інших базах даних).

3) У базі даних, отриманій на поточну звітну дату, відбирається масив вкладів, що відкрилися з 20 числа попереднього місяця, й проводиться аналогічне оброблення (відрізняється тим, що якщо один вкладник мав і гривневі, і валютні вклади, то їх об'єднання відбувається без поділу за валютою).

4) За допомогою відповідного програмного забезпечення проводиться відбір у нововиявлених за місяць вкладах тих, які завершувалися за договором у цьому ж місяці.

5) З огляду на принцип консервативності абсолютною величиною перевкладання вкладу для кожного вкладника вважається величина "per_val", що розраховується з огляду на такі умови:

– якщо вкладник мав вклади, що закінчуються, як в гривнях, так і в іноземній валюті, то:

$$per_grn\ =\ \min\ \{v_grn_old,\ [v_new\ /\ (v_grn_old\ +\ v_val_old)]\ \times\ v_grn_old\},$$

$$per_val\ =\ \min\ \{v_val_old,\ [v_new\ /\ (v_grn_old\ +\ v_val_old)]\ \times\ v_val_old\},$$

– якщо вкладник мав вклади, що закінчуються, тільки в одній валюті, то:

$$per_grn\ =\ \min\ (v_grn_old,\ v_new),$$

$$per_val\ =\ \min\ (v_val_old,\ v_new),$$

де per_grn, per_val – абсолютні величини перевкладання для кожного вкладника в гривні та іноземній валюті відповідно (при цьому іноземна валюта відображається у гривневому еквіваленті); v_grn_old, v_val_old – абсолютні величини сум вкладів для кожного вкладника, що завершуються за договором у вказаному періоді (при цьому долари відображаються у гривневому еквіваленті); v_new – абсолютна величина суми нових відкритих вкладів у цього вкладника, включаючи гривні та іноземну валюту у гривневому еквіваленті.

Економічний сенс вищенаведених формул полягає в такому:

– якщо мало місце перевкладення вкладником свого вкладу, то зовсім не обов'язковою є умова рівності суми вкладу, що вибуває, та суми перевкладання; якщо сума перевкладання вкладу більше, то, швидше за все, відбувалося поповнення вкладу готівкою або капіталізація накопичених відсотків, а вважати це перевкладанням помилково; інакше можна говорити про часткове вилучення коштів зі вкладу;

– якщо у вкладника одночасно вибували і гривневий, і валютний вклади, то абсолютні величини перевкладення рахуються пропорційно структурі тих вкладів, які закінчувалися за договором.

6) Коефіцієнт перевкладання *k* розраховується за формулами:

$$k_grn = \sum per_grn / \sum v_grn_old;$$

$$k_val = \sum per_val / \sum v_val_old.$$

Матриця структури переваг вкладників розраховується шляхом нормування сум грошових коштів, внесених на кожен вид вкладу, при цьому задля розрахунку валютні вклади враховуються у гривневому еквіваленті.

Для моделювання сальдових залишків строкових вкладів, прийнятих до звітної дати, застосовується такий алгоритм.

1) Розраховані коефіцієнти перевкладання, матриця структури переваг, планований курс долара та євро заносяться в певний модуль, наприклад складений за допомогою засобів Excel.

2) У цей модуль також заносяться суми вибуття вкладів за договорами в інтервалах прогнозного періоду за кожною валютою окремо.

3) Автоматичні розрахунки відбуваються за такою схемою:

– передбачається, що вклади, які закінчуються за договорами, можуть бути вилучені або переоформлені на нові терміни; цей відсоток переоформлення розраховується з огляду на раніше обчислений коефіцієнт перевкладання;

– перевкладення вкладів на нові терміни розраховується з огляду на отриману матрицю PR; передбачається, що, відповідно до матриці PR, перевкладаються як гривневі, так і валютні вклади; у зв'язку з цим виникає перехресне перевкладення, тобто перевкладення з гривні у валюту й навпаки; якщо за цим стоїть небажання вкладників оформляти гривневі вклади, то все перевкладення (навіть із гривневих вкладів) буде йти лише на валютні вклади;

– враховується перевкладення раніше переоформлених вкладів.

Величина знову залучених вкладів (new) у гривневому еквіваленті за попередній місяць буде виражатися формулою:

$$new = v_new - per_grn - per_val.$$

Під час моделювання другої складової залишку строкових вкладів, а саме залишку вкладів, знову залучених після звітної дати, вважається, що кожного місяця готівкою буде вноситися величина *new* (рівномірно протягом місяця). Розподіл нововідкритих вкладів за термінами та валютами проводиться відповідно до матриці PR. Залишки строкових вкладів прогнозуються за вищеописаною процедурою в розрізі кожної філії банку та підлягають занесенню до загальної моделі середньострокової ліквідності.

Під час прогнозування середньострокової ліквідності обов'язковим для побудови є інерційний сценарій розвитку подій, що відображає стан активів та пасивів банку на звітну дату й динаміку їх розвитку в майбутньому за умови невтручання з боку менеджерів банку. Під таким невтручанням розуміємо:

– призупинення проведення активних операцій банком (за винятком видачі кредитів у межах відкритих кредитних ліній, бо це є зобов'язанням банку);

– припинення пролонгацій наявних та призупинення залучення нових депозитів юридичних осіб, а також випуску власних цінних паперів;

– відсутність змін у політиці банку на ринку строкових вкладів фізичних осіб, а також з розрахунково-касового обслуговування юридичних осіб.

На основі інерційного сценарію оцінюється фінансовий стан банку, визначаються обсяг і терміновість наявних у банку на звітну дату ресурсів, оцінюються (за наявності) дефіцит ліквідності, дата його настання й тривалість. На основі цих оцінок казначейство банку обґрунтовано рекомендує керівництву вжити низку заходів для досягнення максимальної прибутковості та мінімально можливого ризику за активними й пасивними операціями під час підтримки необхідного й достатнього рівня середньострокової ліквідності. До таких заходів можна віднести:

– розширення (призупинення) активних операцій з огляду на наявну на звітну дату ресурсної бази банку (надання на затвердження керівництву банку лімітів активних операцій за окремими видами діяльності);

– зміну політики процентних ставок банку за активними та пасивними операціями з огляду на стан поточної та середньострокової ліквідності;

– пропозиції щодо реструктуризації пасивної бази банку задля розширення активних операцій.

Висновки. Представлена у статті методика прогнозування середньострокової ліквідності дає змогу точно та з мінімальним відхиленням оцінювати ресурсні позиції будь-якого банку. Подібні розрахунки доцільно рекомендувати до практичного впровадження у вітчизняну банківську практику. Управління активами та пасивами на основі моделі середньострокового прогнозування ліквідності дасть змогу банку обґрунтовано оптимізувати структуру його балансу щодо досягнення ефективного компромісу між ліквідністю та прибутковістю за заданого рівня ризику.

Список використаних джерел:

1. Хоружий Д.В. Сучасні тенденції впровадження положень Базеля III. *Вісник Національного банку України*. 2015. № 4. С. 60–65.
2. Євенко Т.І. Управління ліквідністю банківських установ. *Економічний часопис – XXI.* 2013. № 1–2. С. 27–30.
3. Frauendorfer K. Management of non-maturing deposits by multistage stochastic programming. *European journal of operational research.* 2003. Vol. 151. Iss. 3.16. P. 602–616.
4. Пашков Р.В. Методы контроля банковской ликвидности. *Внутренний контроль в кредитной организации.* 2013. № 2. С. 22–39.
5. Ковальчук Т.Т., Коваль М.М. Ліквідність комерційних банків. Київ : Знання, 1996. 120 с.

References:

1. Horuzhy D.V. (2015) Cuchasni tendentsiyi vprovadzhennya polozhen' Bazelya III [Current trends in the implementation of Basel III provisions]. *Bulletin of the National Bank of Ukraine*, vol. 4, pp. 60–65.
2. Evenko T.I. (2013) Upravlinnya likvidnistyu bankivs'kykh ustanov [Managing the liquidity of banking institutions]. *Economic Journal – XXI,* vol. 1–2, pp. 27–30.
3. Frauendorfer K. (2003) Management of non-maturing deposits by multistage stochastic programming. *European journal of operational research*, vol. 151, iss. 3, pp. 602–616.
4. Pashkov R.V. (2013) Metody kontrolya bankovskoy likvidnosti [Methods of control of bank liquidity]. *Internal control in the credit institution,* vol. 2, pp. 22–39.
5. Kovalchuk T.T., Koval M.M. (1996) *Likvidnist' komertsiynykh bankiv* [Liquidity of commercial banks]. Kiev : Znannya (in Ukrainian).

К ВОПРОСУ О МЕТОДИКЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СРЕДНЕСРОЧНОЙ ЛИКВИДНОСТИ В БАНКЕ

Аннотация. В статье сделан акцент на том, что условия жесткой конкурентной борьбы требуют от руководства банков пересмотра принципов прогнозирования ликвидности. Автором рассмотрены практические подходы к прогнозированию среднесрочной банковской ликвидности, раскрыта сущность процедуры прогнозирования. Автор формулирует вывод о том, что сложная структура ресурсов банка (источников его активных операций) влияет на процесс прогнозирования ликвидности. Сделан акцент на том, что прогнозирование ликвидности банка и управление нею являются обычно обязанностями сотрудников казначейства банка, а прогноз ликвидности формируется ежемесячно. На основе проведенного исследования сделан вывод о том, что основным вопросом при прогнозировании ликвидности является процесс моделирования и прогнозирования сальдовых остатков по финансовым инструментам. Итак, при прогнозировании среднесрочной ликвидности банка нужно обязательно построить инерционный сценарий развития событий.

Ключевые слова: ликвидность, прогнозирование, среднесрочная ликвидность, казначейство банка, график ликвидности.

TO THE QUESTION OF THE METHODOLOGY FOR FORECASTING MEDIUM-TERM LIQUIDITY IN THE BANK

Summary. Current market conditions require banks to review financial management principles. Currently, most commercial banks are trying to maintain the necessary and sufficient level of liquidity with the achievement of the highest possible profitability and the lowest possible risk. Banks have great opportunities to introduce qualitatively new methods and models in the field of financial management. The relevance of the topic is determined by the need to develop and further implement more advanced liquidity forecasting techniques. The information base of the study was made up of materials obtained in the course of the practical work of the author. The article notes that the conditions of fierce competition require the management of banks to review the principles of forecasting liquidity. The author considers practical approaches to forecasting medium-term banking liquidity and discloses the essence of the forecasting procedure. The author concludes that the complex structure of the bank's resources (sources of its active operations) affects the process of forecasting liquidity. The emphasis is made that forecasting and liquidity management of a bank are usually the responsibility of the treasury staff, and a liquidity forecast is generated monthly. Based on the study, it was concluded that the main point in forecasting liquidity is the process of modeling and forecasting balance balances for financial instruments. It is concluded that when forecasting the medium-term liquidity of a bank, it is imperative to build an inertial scenario for the development of events. The technique presented in this work can be applied in the practice of managing liquidity of commercial banks. Asset and liability management based on the medium-term liquidity forecasting model will allow the bank to reasonably optimize its balance sheet in terms of achieving an effective compromise between liquidity and profitability at a given risk level. This optimization can be carried out in favor of increasing the share of working assets or in the direction of its reduction, in case of expectation of a liquidity shortage.

Key words: liquidity, forecasting, medium-term liquidity, bank treasury, liquidity schedule.

УДК 657
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-15

Коцеруба Н. В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Koteruba Nataliya
PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation
Vinnytsia Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University of Trade and Economics

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті розглянуто особливості формування інформаційної бази аудиту фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. Досліджено взаємозв'язок елементів облікової політики та показників фінансової стійкості й платоспроможності. Вивчено фактографічне інформаційне забезпечення суб'єкта господарювання, зокрема облікові регістри, первинні документи, фінансову звітність, бізнес-плани. Запропоновано приблизний зміст платіжного календаря підприємства, що дає змогу контролювати рух грошових коштів на основі календаря платежів, який є оперативним фінансовим планом і розробляється щомісяця відповідно до бюджету руху грошових коштів шляхом узагальнення всіх бюджетів підприємства. Досліджено показники оцінювання ризику неплатоспроможності на основі звіту про виконання платіжного календаря.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, система бухгалтерського обліку, аудит, фінансова стійкість, платоспроможність, облікова політика.

Вступ та постановка проблеми. Організація бухгалтерського обліку є ключовим моментом діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. Вона передбачає формування такої системи, що давала б можливість фіксувати дані господарських операцій, які здійснюються на підприємстві, аналізувати їх та відображати в системі облікових регістрів, а також отримувати зведену інформацію у формі фінансових звітів. Ці звіти є джерелом інформації для проведення аудиторського оцінювання фінансової стійкості та платоспроможності підприємства, тому бухгалтерський облік повинен бути організований з урахуванням усіх особливостей його діяльності, щоб у звітах відображалась достовірна та точна інформація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інформаційне забезпечення аудиту фінансової стійкості та платоспроможності підприємства досліджували такі науковці, як З.О. Винник, Т.А. Городня, І.І. Грицак, С.І. Дерев'янко, С.П. Лозовицький, Є.В. Мних, Я.І. Мулик, М.О. Никонович, М.Ф. Огійчук, С.О. Олійник, С.М. Петренко, Л.Я. Тринька. Проте залишається низка невирішених завдань, таких як формування оперативної інформації, яка б дала змогу підприємству відслідковувати своєчасну та повноцінну оплату всіх своїх зобов'язань.

Метою статті є вивчення бази інформаційного забезпечення аудиту фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Результати дослідження. Для забезпечення достовірності облікової інформації та складання якісної звітності підприємство вибирає облікову політику. Згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» облікова політика є сукупністю принципів, методів та процедур, що використовуються підприємством для складання фінансової звітності [4].

Вибрана облікова політика відображається в Наказі про облікову політику, який складається у довільній формі, відповідно до діяльності підприємства та форми власності. Наказ є правовим актом, який затверджується керівником товариства для вирішення основних та оперативних завдань, які поставлені перед підприємством. Цей Наказ є розпорядчим та впливає на фінансовий стан підприємства, зокрема фінансову стійкість та платоспроможність [1, с. 15].

Відповідно до Наказу про облікову політику бухгалтерський облік здійснюється бухгалтерією підприємства, яку очолює головний бухгалтер. Керівництво суб'єкта господарювання разом з бухгалтерською службою формує облікову політику, окреслюючи чинники, що на неї впливають, а ринкові зміни диктують зовнішні фактори впливу.

Фактори, які повинні бути враховані суб'єктом господарювання під час визначення облікової політики, відображені на рис. 1.

Таким чином, підприємству необхідно врахувати зазначені чинники, щоб уникнути помилок, які можуть бути допущені під час формування фінансової звітності, або сприяти зменшенню їх обсягу.

Правильне формування облікової політики має вагомий вплив на розмір доходів, витрат, активів та зобов'язань, що визначає фінансову стійкість та платоспроможність підприємства. До об'єктів облікової політики, які мають найбільший вплив на фінансову стійкість та платоспроможність підприємства, належать облік основних засобів (порядок визнання основних засобів, визнання термінів корисної експлуатації, вибір методу нарахування амортизації), облік доходів, облік зобов'язань, облік власного капіталу [7, с. 112].

Взаємозв'язок елементів облікової політики та показників фінансової стійкості й платоспроможності систематизовано та узагальнено в табл. 1.

Отже, Наказ про облікову політику є необхідним документом для організації бухгалтерського обліку на підпри-

ємстві, адже він не тільки полегшує ведення обліку, але й є одним із перших документів, який перевіряється під час здійснення аудиту. Він є досить детальним, проте необхідно відобразити такі елементи, як облік власного капіталу та облік зобов'язань.

Відповідно до Статуту товариства бухгалтерський облік ведеться згідно з нормами, що діють в Україні. Порядок обігу документів встановлюється директором. Також на директора покладено відповідальність за стан обліку та своєчасне подання звітності.

Будь-який факт господарського життя підприємства, що відбувається в процесі діяльності, має бути задокументований. Проте документування фактів господарського життя підприємства здійснюється не стільки працівниками бухгалтерії підприємства, скільки тими особами, які безпосередньо беруть участь у їх здійсненні та мають доручення або дозвіл на їх проведення. Це, зокрема, посадові особи підприємства. Отже, необхідно зобов'язати керівника підприємства забезпечити документування всіх фактів господарського життя підприємства, пов'язаних з одержанням та розподілом доходів, витратами, змінами у складі та стані майна, зобов'язань тощо [2, с. 14].

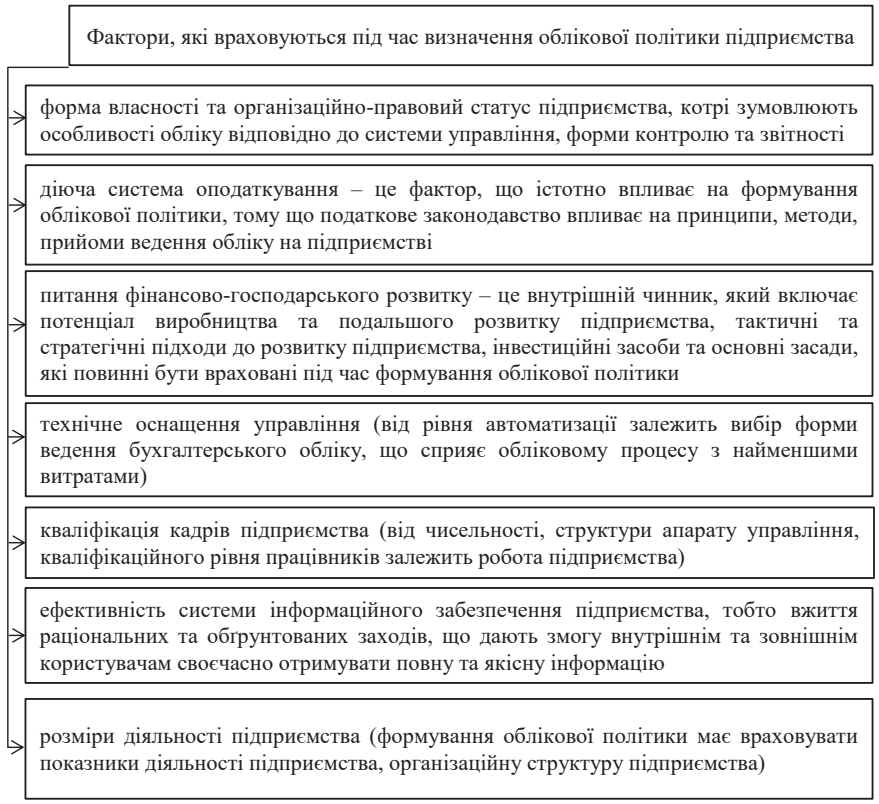

Рис. 1. Фактори, які необхідно враховувати під час визначення облікової політики підприємства [3, с. 74]

Для виконання цих завдань директор товариства задля впорядкування документального фіксування фактів господарських операцій затвердив перелік посадових осіб, які мають право підпису первинних документів та довіреностей на отримання товарно-матеріальних цінностей, укладання угод:

– право першого підпису мають директор, головний інженер товариства;

– право другого підпису має головний бухгалтер підприємства.

Процедура організації процесу документування на підприємстві зображена на рис. 2.

Також до обов'язків керівника підприємства належить затвердження графіку документообігу. Документообіг – це сукупність операцій, пов'язаних з передаванням даних, зафіксованих на певних носіях облікової інформації, з одного робочого місця на інше. Графік докумен-

Таблиця 1

Взаємозв'язок елементів облікової політики та показників фінансової стійкості й платоспроможності

Об'єкт облікової політики	Відображення у фінансових звітах	Показники	Сфера застосування
Облік оборотних та необоротних активів	Ф. № 1 код рядка 1095 та 1195	Коефіцієнт забезпечення власними засобами	Фінансова стійкість підприємства
		Індекс постійного активу	
Облік основних засобів	Ф. № 1 код рядків 1010–1012	Коефіцієнт реальної вартості основних засобів	Фінансова стійкість підприємства
		Коефіцієнт нагромадження амортизації	
Облік грошових коштів	Ф. № 1 код рядка 1165	Поточна платоспроможність	Платоспроможність підприємства
Облік власного капіталу	Ф. № 1 код рядка 1495	Коефіцієнт фінансової автономії	Фінансова стійкість підприємства
		Коефіцієнт фінансової залежності	
		Коефіцієнт маневреності власного капіталу	
		Показник фінансового левериджу	
Облік зобов'язань	Ф. № 1 код рядка 1595 та 1695	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	Фінансова стійкість підприємства
		Коефіцієнт довгострокового залучення позичених коштів	
		Коефіцієнт структури позикового капіталу	
Облік доходів	Ф. № 2 код рядка 2350 або 2355	Коефіцієнт стійкості економічного росту	Фінансова стійкість
		Коефіцієнт стійкості економічного зростання	
		Коефіцієнт Бівера	

обігу оформлюють у вигляді схеми або переліку робіт зі створення, перевірки та оброблення документів, що виконуються кожним підрозділом підприємства, а також усіма виконавцями із зазначенням їх взаємозв'язку та строків виконання робіт. Графік має забезпечувати оптимальну (мінімальну) кількість підрозділів та виконавців, через які має проходити (опрацьовуватися) кожний первинний документ [2, с. 15].

Ведення бухгалтерського обліку суб'єкта господарювання здійснюється на основі розробленого Робочого плану рахунків, що діє на товаристві та є додатком до Наказу про облікову політику підприємства. Бухгалтерський облік зазвичай ведеться за допомогою програмних продуктів. Переваги та недоліки автоматизованої форми бухгалтерського обліку згруповано на рис. 3.

Бухгалтерія підприємства формує велику частину фактографічного інформаційного забезпечення аудиту фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. Суб'єкти аудиту, враховуючи мету проведення аудиторської перевірки, самостійно визначають фактографічну інформацію, яку вони будуть використовувати.

Фактографічне забезпечення є сукупністю даних економічного характеру про операції, які було здійснено у фінансово-господарській діяльності підконтрольного суб'єкта, а саме облікових регістрів, первинних документів, фінансової звітності [6, с. 150].

Фінансова звітність є найважливішою частиною інформаційного забезпечення аудиту фінансової стійкості та платоспроможності підприємства, оскільки на її основі визначається тип фінансової стійкості, розраховуються та аналізуються основні показники фінансової стійкості та платоспроможності, проводяться розрахунок та прогнозування запасу фінансової стійкості, здійснюється факторний аналіз показників.

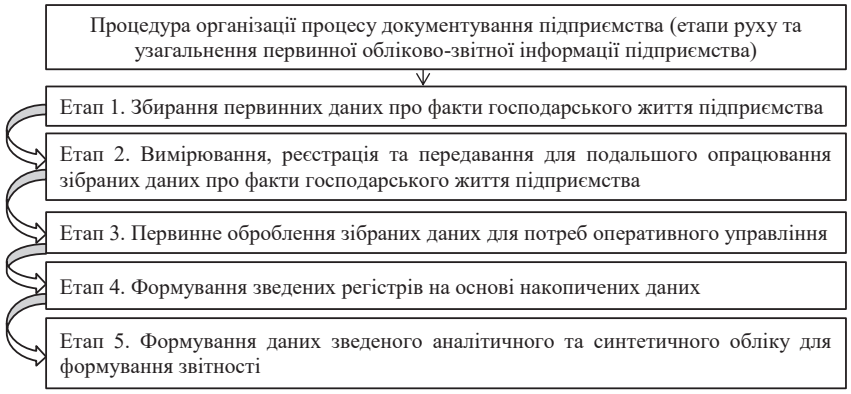

Рис. 2. Етапи організації процесу документування

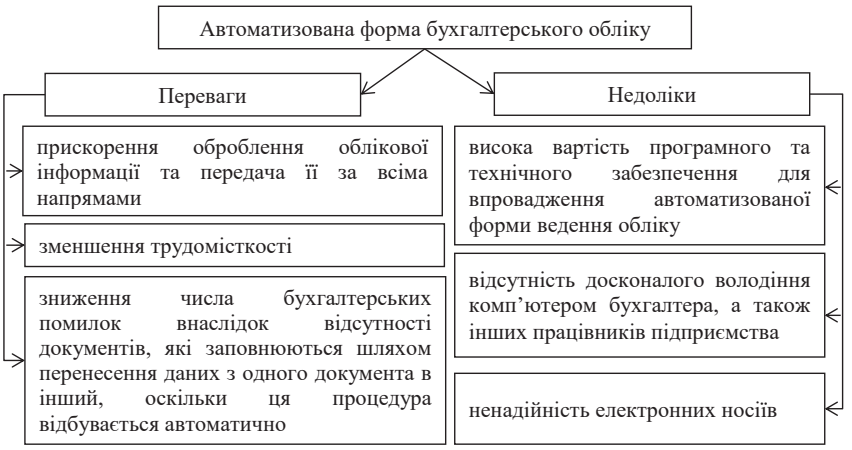

Рис. 3. Переваги та недоліки використання автоматизованої форми бухгалтерського обліку

Рис. 4. Процес формування фінансової звітності підприємства

Документи, на підставі яких формується фінансова звітність під час застосування автоматизованої форми ведення бухгалтерського обліку, відображені на рис. 4.

Паперові первинні документи, які вводяться вручну до програмного забезпечення, та електронні документи формують електронний обліковий регістр, на основі якого формуються фінансова звітність та інша вихідна інформація. Характеристика фактографічного інформаційного забезпечення з аудиту фінансової стійкості та платоспроможності відображена на рис. 5.

Контроль руху грошових коштів доцільно здійснювати на основі платіжного календаря, який є оперативним фінансовим планом та розробляється на місяць відповідно до бюджету руху грошових коштів шляхом узагальнення всіх бюджетів підприємства. Приблизний зміст платіжного календаря підприємства наведено в табл. 2.

Платіжний календар суб'єкта господарювання як критерій контроля фінансової стійкості та платоспроможності надходжень і витрачань грошових коштів має бути деталізований відповідно до інформаційних потреб управління за днями, тижнями або декадами. Критеріями контроля є показники відхилення фактичних величин надходження та витрачання коштів від аналогічних показників платіжного календаря.

Показники оцінювання ризику неплатоспроможності на основі звіту про виконання платіжного календаря наведено в табл. 3.

Висновки. Таким чином, з огляду переважно на оперативну інформацію аудит не може ігнорувати дані, джерелом яких є фінансова звітність. Ефективне функціонування та фінансове благополуччя підприємства багато в чому залежать від правильності організації та точності ведення бухгалтерського обліку.

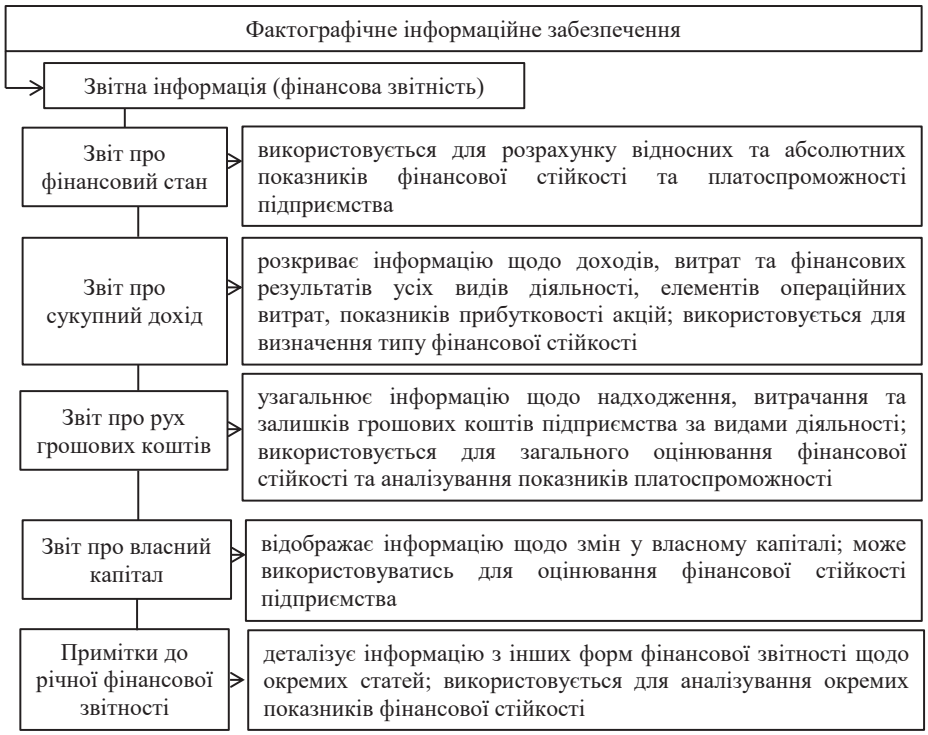

Рис. 5. Характеристика фактографічного інформаційного забезпечення з аудиту фінансової стійкості та платоспроможності підприємства

Таблиця 2

Приблизний зміст платіжного календаря підприємства, тис. грн.

Стаття	Період (дні місяця)						Разом
	1–5	6–10	11–15	16–20	21–25	25–31	
1	2	3	4	5	6	7	8
Надходження від операційної діяльності							
Реалізація товарів	1 087	982	1 304	1 171	1 412	1 182	7 138
Погашення дебіторської заборгованості	403	322	280	428	39	121	1 693
Повернення з бюджету ПДВ	–	–	–	–	–	–	–
Інші операційні надходження	0	0	0	2	0	4	6
Підсумок	1 490	1 304	1 584	1 601	1 551	1 307	8 837
Надходження від інвестиційної діяльності							
Реалізації необоротних активів	0	0	139	0	0	58	197
Реалізація фінансових інвестицій	0	0	0	0	0	0	0
Отримані відсотки та дивіденди	0	0	0	0	0	0	0
Інші надходження	0	0	0	0	0	0	0
Підсумок	0	0	139	0	0	58	197
Надходження від фінансової діяльності							
Отримані позики	0	0	0	0	0	0	0
Інші надходження	0	0	0	0	0	0	0
Підсумок	0	0	0	0	0	0	0
Витрачання внаслідок операційної діяльності							
Оплата товарів	1 078	1 015	1 205	1 130	1 208	1 176	6 812
Оплата праці	98	0	0	115	0	0	213
Оплата зобов’язань	220	0	0	0	0	0	220
Відрахування на соціальні заходи	79	0	0	0	0	0	79
Інші витрачання	0	0	0	0	2	1	3
Підсумок	1 475	1 015	1 205	1 245	1 210	1 177	7 327
Витрачання внаслідок інвестиційної діяльності							
Розвиток підприємства	0	0	231	117	0	1 020	1 368
Інші витрачання	0	0	0	0	0	0	0
Підсумок	0	0	231	117	0	1 020	1 368

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Витрачання внаслідок фінансової діяльності							
Погашення позик	285	0	0	0	0	0	285
Інші витрачання	0	0	0	0	2	1	3
Підсумок	285	0	0	0	0	0	285
Узагальнення показників платіжного календаря							
Залишок коштів на початок періоду	782	512	801	1 088	1 327	1 668	782
Надходження коштів	1 490	1 304	1 723	1 601	1 551	1 365	9 034
Витрачання коштів	1 760	1 015	1 436	1 362	1 210	2 197	8 980
Залишок коштів на кінець періоду	512	801	1 088	1 327	1 668	836	836
Чистий рух коштів	-270	289	287	274	341	-832	54

Таблиця 3

Критерії оцінювання ризику зниження або втрати платоспроможності підприємства на основі платіжного календаря

Критерії оцінювання ризику зниження платоспроможності	Характеристика грошового потоку
Дуже високий ризик	Сукупні надходження < Сукупні витрачання
Високий ризик	Операційні надходження ≤ Операційні витрачання
	Чистий рух коштів від операційної діяльності ≤ Термінові виплати*
Звичайний ризик	Операційні надходження > Операційні витрачання
Низький ризик	Сукупні надходження >Сукупні витрачання
	Чистий рух коштів від операційної діяльності ≥ Термінові виплати*
	Чистий рух коштів > 0

* термінові виплати – погашення позик, виплата дивідендів та здійснення інших поточних платежів

Список використаних джерел:

1. Андрєєва Є.Д. Формування облікової політики та шляхи її вдосконалення. *Управління розвитком*. 2014. № 9. С. 14–16.
2. Безверхий К.В. Облікові документи як первинна складова обліково-звітної інформації підприємства. *Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки*. 2013. № 1. С. 11–18.
3. Бурова Т.А. Інформаційні основи облікової політики та шляхи їх удосконалення. *Науковий вісник Полісся*. 2016. Вип. 2. С. 73–78.
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. Редакція від 16 листопада 2018 р., підстава: 2545-VIII.
5. Косова Т.Д., Сіменко І.В., Сухарев П.М. Фінансовий аналіз : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 440 с.
6. Сухарева Л.О. Вибіркові дослідження в загальній системі аудиту: методичний аспект. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Економічні науки*. 2013. № 3. С. 147–153.
7. Юрченко І.С. Оцінка впливу облікової політики на фінансовий стан підприємства. *Управління розвитком*. 2014. № 3. С. 112–114.

References:

1. Andrjejeva Je.D. (2014) Formuvannja oblikovoj polityky ta šljachy jj vdoskonalennja [Formation of accounting policies and ways to improve them]. *Upravlinnja rozvytkom* (electronic journal), no. 9, pp. 14–16. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_9_7.
2. Bezverchyj K.V. (2013) Oblikovi dokumenty jak pervynna skladova oblikovo-zvitnoj informacij pidpryjemstva [Forms of documents strong pervynna funds form-twist information]. *Jevropejs'kyj vektor ekonomičnoho rozvytku. Ekonomični nauky*, no. 1. pp. 11–18.
3. Burova T.A. (2016) Informacijni osnovy oblikovoї polityky ta šljachy jch udoskonalennja [Information basics of accounting policies and ways to improve them]. *Naukovyj visnyk Polissja*, no. 2, pp. 73–78.
4. Pro buchhalters'kyj oblik ta finansovu zvitnist' v Ukrajni [On accounting and financial reporting in Ukraine] : Zakon Ukrajny vid 16.07.1999 r. № 996-ChIV. Redakcija vid 16.11.2018, pidstava: 2545-VIII. Available at: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-19.
5. Kosova T.D., Simenko I.V., Sucharev P.M. (2013) *Finansovyj analiz : navčal'nyj posibnyk*. [Financial Analysis : A Tutorial]. Kyjv : Centr učbovoj literatury (in Ukrainian).
6. Suchareva L.O. (2013) Vybirkovi doslidžennja v zahal'nij systemi audytu: metodyčnyj aspekt. [Choice of research in the general audience system: methodical aspect]. *Visnyk Donec'koho nacional'noho universytetu ekonomiky i torhivli im. Mychajla Tuhan-Baranovs'koho. Ekonomični nauky*, no. 3, pp. 147–153.
7. Jurčenko I.S. (2014) Ocinka vplyvu oblikovoї polityky na finansovyj stan pidpryjemstva [Assessment of the impact of accounting policies on the financial condition of the enterprise]. *Upravlinnja rozvytkom*, no. 3. pp. 112–114.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АУДИТА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены особенности формирования информационной базы аудита финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия. Исследована взаимосвязь элементов учетной политики и показателей финансовой устойчивости и платежеспособности. Изучено фактографическое информационное обеспечение субъекта хозяйствования, в частности учетные регистры, первичные документы, финансовая безопасность, бизнес-планы. Предложено приблизительное содержание платежного календаря предприятия, что позволяет контролировать движение денежных средств на основе календаря платежей, который является оперативным финансовым планом и разрабатывается ежемесячно в соответствии с бюджетом движения денежных средств путем обобщения всех бюджетов предприятия. Исследованы показатели оценивания риска платежеспособности на основе отчета об исполнении платежного календаря.

Ключевые слова: информационное обеспечение, система бухгалтерского учета, аудит, финансовая устойчивость, платежеспособность, учетная политика.

INFORMATION PROVIDING FINANCIAL STABILITY AND SOLVENCY AUDIT OF THE ENTERPRISE

Summary. The features of formation of information base of audit of financial stability and solvency of the enterprise are considered in the article. The purpose of the study is to investigate the information support audit of financial stability and solvency of the company. To ensure the reliability of accounting information and the preparation of quality reports, the company chooses accounting policies. The accounting policy chosen is reflected in an accounting policy order, which is drawn up in an arbitrary manner, according to the activity of the enterprise and the form of ownership. Proper accounting policies have a significant impact on the size of income, expenses, assets and liabilities, which in turn determines the financial stability and solvency of the enterprise. The items of accounting policy that have the greatest impact on the financial stability and solvency of the enterprise include: accounting for fixed assets (the order of recognition of fixed assets, recognition of useful life, the choice of method of depreciation); accounting of income; accounting of obligations; accounting for equity. The financial statements are the most important part of information support of the audit of financial stability and solvency of the enterprise, as it is used to determine the type of financial stability, calculate and analyze the main indicators of financial stability and solvency, calculate and forecast the stock of financial stability, perform data analysis. Business plans are an important document for comparing actual indicators of financial stability and solvency of an enterprise with forecasted ones; for the operational analysis of the current solvency, which is formed every month, accounting is a payment calendar. It is advisable to control cash flow on the basis of a payment calendar, which is an operational financial plan and is developed on a monthly basis in accordance with the budget of cash flow by generalization of all budgets of the enterprise. Approximate content of the company's payment calendar has been developed. Insolvency Risk Assessment Proposals Based on Payment Calendar Performance Report.

Key words: information support, accounting system, audit, financial stability, solvency, accounting policy.

УДК 338.2
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-16

Крамаренко К. М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства
Національної академії Національної гвардії України
Муратова О. С.
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Національної академії Національної гвардії України

Kramarenko Kateryna
PhD in Economics, Associate Professor
Associate Professor at the Department of Management
and Military Economy,
National Academy of the National Guard of Ukraine
Muratova Oleksandra
Applicant of the second (Masters) level of higher education
National Academy of the National Guard of Ukraine

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Анотація. У статті досліджено теоретичні засади управління розвитком підприємств харчової промисловості. Відзначено, що підходи до управління розвитком підприємства мають ґрунтуватись на якісно новій основі з урахуванням невизначеності зовнішнього середовища. Розкрито сутність поняття «розвиток», зазначено його основні види. Розглянуто концепцію управління розвитком, а також функції, через які реалізується процес управління розвитком підприємства. Обґрунтовано, що управління розвитком підприємства має стратегічний характер. З огляду на це розкрито поняття стратегії розвитку, її необхідність у сучасних умовах господарювання, основні підходи до формування стратегічного набору. Наведено характеристику особливостей харчової промисловості, які впливають на діяльність підприємств галузі та формування їх стратегії розвитку. Наголошено на ролі держави в механізмі управління розвитком підприємств харчової промисловості.

Ключові слова: розвиток, управління, стратегія, підприємство, харчова промисловість.

Вступ та постановка проблеми. В ринкових умовах підходи до управління розвитком підприємства мають ґрунтуватись на якісно новій основі з урахуванням невизначеності зовнішнього середовища. Об'єктивним є той факт, що механізм управління підприємством має забезпечити його гнучкість, адаптивність, довгострокову результативність діяльності.

Ефективне функціонування підприємств харчової промисловості є запорукою економічного та соціального розвитку, а також належного рівня як економічної та продовольчої, так і національної безпеки загалом. З огляду на роль харчової промисловості у соціально-економічній системі нашої держави заходи щодо вдосконалення управління розвитком підприємств цієї галузі є об'єктивною вимогою її подальшого ефективного функціонування в мінливому ринковому середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання економічного розвитку підприємств перебувають у центрі уваги багатьох фахівців з менеджменту, оскільки безперечним є те, що кожний раціональний економічний суб'єкт прагне досягати запланованих результатів у довгостроковій перспективі. Основи концепції управління розвитком досліджуються такими вітчизняними науковцями, як Н.В. Ващенко, Н.В. Касьянова, Н.М. Сіренко, І.М. Хвостіна. Наукові основи стратегічного управління сформовані такими вченими, як І. Ансофф, М.Х. Мексон, Г. Мінцберг, З.Є. Шершньова, В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко, А.П. Міщенко. З огляду на важливе місце харчової промисловості в економіці України стратегічне управління підприємствами цієї галузі, зокрема його сутність, принципи, інструментарій, також знаходить відображення у публікаціях. Проте, незважаючи на велику кількість наукових праць з проблематики стратегічного управління, вважаємо, що сфера стратегічного управління розвитком підприємств харчової промисловості в сучасних умовах потребує подальших досліджень.

Метою статті є вдосконалення теоретичних аспектів стратегічного управління розвитком підприємств харчової промисловості у сучасних ринкових умовах.

Результати дослідження. Особливості та стимули економічного розвитку перебувають у колі найактуальніших проблем та є об'єктом вивчення економістів із часів становлення класичної економічної думки. Проте ще грецькі філософи звернули увагу на те, що незначні, які залишаються до певного часу непомітними, зміни того чи іншого предмета, накопичуючись, можуть приводити до досить помітних змін. Причому межа переходу одного стану в інший в одних випадках розмита, невловима, а в інших прокреслюється досить різко [1, с. 68]. Вчення про розвиток почало широко формуватися зі впровадженням законів розвитку на об'єктивно діалектичній основі.

Сутність розвитку загалом зводиться до незворотності та закономірності в поведінці змін у системах та підсистемах за якісними ознаками з необхідністю забезпечення системно-комплексної збалансованості всіх елементів системи в процесі розвитку. При цьому розвиток може стосуватися різних аспектів суспільної діяльності, що зумовлює наявність таких його видів, як економічний, екологічний, соціальний, інноваційний.

Разом з видами розвитку в науковій літературі розглядаються його форми, зокрема революція, еволюція, прогресивний, регресивний, ринковий, організаційний,

екстенсивний, інтенсивний, діловий, сталий, керований розвиток [2].

Ми погоджуємося з думкою про те, що поняття «розвиток» та «економічний розвиток» можна розглядати як:

– процес накопичення та реалізації потенціалу економіки;

– цільову спрямованість економіки та механізмів її досягнення;

– зміну рівноваги, викликану стрибкоподібністю кругообігу;

– зміну кількісних та якісних параметрів ретроспективного характеру;

– реалізацію системи вимог згідно з «принципом безперервності Візера», відповідно до якого кожен наступний момент змін узгоджений з попереднім станом системи;

– ретроспективну зміну середовища та характеру взаємозв'язків в ньому;

– виконання економікою своїх функцій, узгоджених із законами розвитку природи, суспільства та економіки;

– суб'єкт інновації, тобто саморозвиток або централізований підхід до розроблення концепції розвитку [3, с. 13].

У науковій літературі поняття «розвиток організації» почали вживати у 1950-х рр. XX ст., розуміючи під ним специфічну стратегію системних змін, спрямовану на підвищення ефективності діяльності організації за рахунок удосконалення управління організаційними процесами, структурами та культурою. У 60–70-х рр. XX ст. вивчення організаційного розвитку фокусувалось на вдосконаленні внутрішнього функціонування організації шляхом покращення комунікацій, уточнення організаційних ролей, створення команд тощо. У 1980-х рр. XX ст. поняття «організаційний розвиток» під впливом загострення конкуренції, розвитку інформаційних технологій, політичних та економічних змін набуло нового змісту. Основними його складовими почали виступати місія, ключові принципи, бачення, стратегія організації [4].

Концепція управління розвитком передбачає [5]:

– бачення процесу безперервного розвитку на основі етапізації життєвого циклу;

– необхідність керування процесом;

– пріоритет інтенсивного розвитку на основі раціоналізації ресурсів, що забезпечується стимулюванням персоналу до інноваційної активності;

– комплексне врахування стану підсистем у системі управління персоналом і впливу на них факторів зовнішнього середовища.

Процес управління розвитком підприємства реалізується через такі основні функції:

1) прогнозування (планування), тобто визначення цільових настанов, встановлення завдань функціонування (тактика) й розвитку (стратегія), визначення шляхів і засобів реалізації планів;

2) організація та координування, тобто створення, узгодження факторів та процесів виконання планів;

3) стимулювання та активізація, тобто створення мотивів і стимулів персоналу до узгоджених та ефективних дій;

4) моніторинг, тобто систематичне спостереження за результатами діяльності, їх аналіз, корегування планів, шляхів та засобів їх реалізації [2].

І. Ансофф стверджує, що в організаціях, керованих відповідно до стратегічного плану, розвиток проходить революційно; успіху досягають ті організації, чиї стратегії націлені на активне використання їх внутрішнього потенціалу для зміни зовнішнього оточення, а не просто пристосування до нього [6]. На думку Н.В. Касьянової, стратегія розвитку – це довгостроковий якісно визначений напрям розвитку підприємства, що стосується сфери, засобів та форми його діяльності, системи взаємостосунків всередині підприємства, а також його позиції в навколишньому середовищі, що приводить підприємство до визначених цілей. Стратегія розвитку підприємства спрямована не стільки на розширення підприємства (оновлення складу та структури) та сфер його впливу, скільки на досягнення кардинально нової конкурентоспроможної стратегічної позиції [1, с. 109–110].

Шляхом комплексного системного поєднання стратегій усіх стратегічних господарських одиниць підприємства відбувається формування його стратегічного набору. Стратегічний набір – це система стратегій різного типу, що розробляє підприємство на певний відрізок часу, а також відбиває специфіку функціонування та розвитку підприємства, рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі. Кожне підприємство повинне мати свій стратегічний набір, який буде відрізнятися від стратегічного набору іншого суб'єкта, хоча умови їх функціонування можуть бути схожими. Стратегічний набір складають такі основні групи стратегій, як загальні стратегії, конкурентні стратегії, продуктово-товарні стратегії, функціональні стратегії, ресурсні стратегії. Кожна група має свою множинну систему стратегій. Так, група загальних стратегій включає стратегії стабільності, зростання та скорочення. Група конкурентних стратегій передбачає стратегії формування конкурентних переваг, конкурентної поведінки. Група функціональних стратегій охоплює стратегії розвитку науково-дослідних та дослідницько-конструкторських робіт, виробничі, маркетингові, фінансові стратегії, стратегії управління персоналом, стратегії матеріально-технічного забезпечення [7].

Отже, стратегія розвитку підприємства повинна комплексно враховувати фактори внутрішнього та зовнішнього середовища. При цьому управління розвитком підприємства має відбуватися на інноваційній основі. Ця діяльність має дуже високу ймовірність виникнення ризикових ситуацій, але, незважаючи на всі ризики, для забезпечення конкурентоспроможності на ринку підприємствам слід використовувати та впроваджувати нові підходи до управління, ресурси, технології, пропонувати нові види продукції (послуги), використовувати нові канали комунікацій тощо. При цьому важливо враховувати не лише економічний, але й соціальний, екологічний та інші критерії оцінювання ефективності діяльності [8].

Харчова промисловість є однією з найбільш інвестиційно привабливих галузей української промисловості, що пояснюється швидкою окупністю інвестицій, наявністю великої бази аграрної сировини, значно меншою порівняно з іншими галузями залежністю від кон'юнктурних змін на зовнішніх ринках завдяки значній ємності внутрішнього ринку та низькій еластичності попиту на продовольчу продукцію. Проте розвиток харчової промисловості характеризується наявністю невирішених проблем, таких як відсутність системного підходу до державної політики щодо забезпечення стабільного та ефективного виробництва харчових продуктів; низький рівень технічного оснащення та високий ступінь зносу обладнання; зниження рівня забезпечення сировинною базою та купівельної спроможності населення; недостатність інвестицій та інновацій; відсутність стабільних зв'язків між постачальниками сировини та підприємствами-переробниками.

У зв'язку з цим стратегічне управління розвитком підприємства передбачає розроблення та реалізацію інвестиційної стратегії. Це генеральний план дій у сфері інвестиційної діяльності підприємства, який визначає характер формування інвестиційних ресурсів та послідовність етапів досяг-

нення довгострокових інвестиційних цілей. Розроблення інвестиційної стратегії передбачає розроблення цілей інвестування, визначення пріоритетних напрямів та форм інвестиційної діяльності, оптимізацію структури сформованих інвестиційних ресурсів, а також підтримку взаємовідносин із зовнішнім інвестиційним середовищем [9].

Задля ефективного стратегічного управління розвитком на різних рівнях підприємства харчової промисловості поділяють на три блоки:

1) умовно активні, тобто найефективніші галузі харчової промисловості України, виробництва, що характеризуються прогресивним зростанням та виробництвом продукції з високою доданою вартістю (олійно-жирова галузь, виробництво м'яса птиці);

2) умовно пасивні, тобто галузі та виробництва харчової промисловості України, що пройшли етап катастрофи, проте не відновили свою діяльність, виявилися найбільш уразливими до кризових чинників впливу та перебувають у стадії глибокої депресії; розвиток учасників цього блоку потребує значної підтримки держави (виробництво м'яса великої рогатої худоби, свинини, ковбасних виробів, рибних продуктів, виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, пиво-безалкогольна галузь, тютюнництво);

3) ті, що містять стимуляційні ознаки, тобто галузі та виробництва харчової промисловості України, надто вразливі в період трансформаційних змін, які значно скоротилися та частково відновлюють свою діяльність; характеризуються нестабільною рівновагою розвитку та значно залежні від прояву зовнішніх та внутрішніх факторів (виробництво цукру, перероблення та консервування овочів і фруктів, молочна, спиртова, кондитерська, виноробна галузі, виробництво хліба та хлібобулочних виробів, виробництво харчових продуктів, не включених в інші блоки) [10].

Очевидно, що кожен з цих блоків унікальний, галузі кожного блоку мають різні рівні прибутковості, інвестиційної привабливості, а також перебувають на різних стадіях життєвого циклу. Це свідчить про неможливість однакового підходу до стратегічного управління розвитком підприємств харчової промисловості.

Стратегічне управління розвитком промислового підприємства має здійснюватися на основі таких принципів:

– принцип достатності для забезпечення конкурентоспроможності та стратегічного розвитку;

– принцип адаптивності до змін зовнішнього та внутрішнього середовища;

– принцип стабільності, зумовленої життєвим циклом підприємства та заданим періодом часу;

– принцип саморегулювання й саморозвитку відповідно до динаміки внутрішнього середовища;

– принцип гнучкості для забезпечення конкурентоспроможності та розвитку [1, с. 152–153].

Сьогодні виділено такі проблеми стратегічного управління на підприємствах харчової промисловості [11]:

1) значний рівень впливу сезонності в галузях, що переробляють сільськогосподарську сировину;

2) високий рівень витрат сировини та інших матеріальних ресурсів в процесі виробництва продукції (при цьому слід зважати на те, що для нормального функціонування необхідне підвищення якості вихідної аграрної сировини та кінцевої продукції);

3) обмежений термін придатності продукції харчової промисловості;

4) найчастіше призначення продукції підприємств харчової промисловості для задоволення потреб кінцевого споживача, відповідно, на обсяг продажів чинить вплив рівень добробуту населення;

5) необхідність підприємств постійно видозмінювати вироблені продукти для підтримки попиту на необхідному рівні, утримання своєї частки ринку за сильної конкуренції з боку імпортних виробників;

6) високий рівень кваліфікації персоналу, що працює на підприємствах харчової промисловості.

Вибір стратегії підприємств харчової промисловості залежить від того, яке місце в галузі воно займає, що визначається насамперед величиною ринкової частки [11].

Висновки. Отже, нині розвиток є однією з ключових категорій економіки, яка характеризує процес якісних перетворень у діяльності підприємств у зв'язку з необхідністю розв'язання наявних протиріч. Стратегію розвитку доцільно розглядати як спосіб та напрям розвитку, його план. Отже, стратегічне управління розвитком підприємств харчової промисловості має бути спрямоване не тільки на досягнення належного рівня прибутковості та інших кінцевих результатів діяльності, але й на підвищення конкурентоспроможності на ринку. При цьому слід зважати на те, що стратегічне управління розвитком є засобом взаємодії підприємства із зовнішнім ринковим середовищем.

Список використаних джерел:

1. Касьянова Н.В. Управління розвитком підприємства на основі кумулятивного підходу: концепція, моделі та методи : монографія. Донецьк : СПД Купріянов В.С., 2011. 374 с.
2. Хвостіна І.М. Механізм управління розвитком підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 1. С. 30–33.
3. Сіренко Н.М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектора економіки : монографія. Миколаїв, 2010. 415 с.
4. Денисюк І.М. Стратегія розвитку підприємства харчової промисловості: економічна сутність. *Економічний аналіз*. 2013. Т. 12 (3). С. 112–115.
5. Ващенко Н.В. Обґрунтування концепції управління розвитком підприємства. *Академічний огляд*. 2014. № 1 (40). С. 94–99.
6. Ансофф И. Стратегическое управление / пер. с англ. Л.И. Евенко. Москва : Экономика, 1993. 519 с.
7. Сахно І.В., Сахненко О.І. Стратегічне управління як інструмент формування конкурентоспроможності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 31. С. 362–367. URL: http:www.market-infr.od.ua/uk/31-2019 (дата звернення: 15.09.2019).
8. Крамаренко К.М. Концептуальні засади управління розвитком підприємства. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів і права* : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 12 липня 2019 р. Полтава, 2019. Ч. 2. С. 57–58.
9. Крамаренко К.М. Управління інвестиційною діяльністю підприємств в умовах сталого розвитку економіки. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 4 (21). С. 246–250. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/21-2019-ukr (дата звернення: 18.09.2019).
10. Хрип'юк В.І. Харчова промисловість України: ретроспективний аналіз та сучасні проблеми розвитку. *Економіка АПК*. 2018. № 9. С. 77–86.
11. Довгаль О.В. Стратегічне управління підприємствами харчової галузі. *Ефективна економіка*. 2015. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4228 (дата звернення: 20.09.2019).

References:

1. Kasianova N.V. (2011) *Upravlinnia rozvytkom pidpryiemstva na osnovi kumuliatyvnoho pidkhodu: kontseptsiia, modeli ta metody* [Enterprise development management based on a cumulative approach: concepts, models and methods]. Donetsk : SPD Kuprianov V.S. (in Ukrainian).
2. Khvostina I.M. (2015) Mekhanizm upravlinnia rozvytkom pidpryiemstva [The mechanism of enterprise development management]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. No. 1, pp. 30–33.
3. Sirenko N.M. (2010) *Upravlinnia stratehiieiu innovatsiinoho rozvytku ahrarnoho sektora ekonomiky* [Managing the strategy of innovative development of the agricultural sector of the economy]. Mykolaiv (in Ukrainian).
4. Denysiuk I.M. (2013) Stratehiia rozvytku pidpryiemstva kharchovoi promyslovosti: ekonomichna sutnist [Development strategy of food industry enterprise: economic essence]. *Ekonomichnyi analiz*, vol. 12 (3), pp. 112–115.
5. Vashchenko N.V. (2014) Obgruntuvannia kontseptsii upravlinnia rozvytkom pidpryiemstva [Substantiation of the concept of enterprise development management]. *Akademichnyi ohliad*, no. 1 (40), pp. 94–99.
6. Ansoff I. (1993) *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic Management]. Moscow : Ekonomika (in Russian).
7. Sakhno I.V., Sakhnenko O.I. (2019). Stratehichne upravlinnia yak instrument formuvannia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva. [Strategic management as an instrument of formation of enterprise competitiveness] *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure] (electronic journal), no. 31, pp. 362–367. Available at: http:www.market-infr.od.ua/uk/31-2019 (accessed: 15 September 2019).
8. Kramarenko K.M. (2019) Kontseptualni zasady upravlinnia rozvytkom pidpryiemstva [Conceptual principles of enterprise development management] Proceedings of the *Suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku ekonomiky, obliku, finansiv i prava (Ukraine, Poltava, July 12 2019)*. Poltava : TSFEND, pp. 57–58.
9. Kramarenko K.M. (2019) Upravlinnia investytsiinoiu diialnistiu pidpryiemstv v umovakh staloho rozvytku ekonomiky [Management of investment activity of enterprises in conditions of sustainable economic development]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia* [Eastern Europe: Economics, Business and Management] (electronic journal), vol. 4 (21), pp. 246–250. Available at: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/21-2019-ukr (accessed: 18 September 2019).
10. Khrypiuk V.I. (2018) Kharchova promyslovist Ukrainy: retrospektyvnyi analiz ta suchasni problemy rozvytku [Food industry of Ukraine: retrospective analysis and current problems of development]. *Ekonomika APK*, no. 9, pp. 77–86.
11. Dovhal O.V. (2015) Stratehichne upravlinnia pidpryiemstvamy kharchovoi haluzi [Strategic management of food industry enterprises]. *Efektyvna ekonomika* [Efficient economy] (electronic journal), no. 1. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4228 (accessed: 20 September 2019).

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация. В статье исследованы теоретические основы управления развитием предприятий пищевой промышленности. Отмечено, что подходы к управлению развитием предприятия должны основываться на качественно новой основе с учетом неопределенности внешней среды. Раскрыта сущность понятия «развитие», указаны его основные виды. Рассмотрена концепция управления развитием, а также функции, через которые реализуется процесс управления развитием предприятия. Обосновано, что управление развитием предприятия имеет стратегический характер. С учетом этого раскрыты понятие стратегии развития, ее необходимость в современных условиях хозяйствования, основные подходы к формированию стратегического набора. Приведена характеристика особенностей пищевой промышленности, влияющих на деятельность предприятий отрасли и формирование их стратегии развития. Сделан акцент на роли государства в механизме управления развитием предприятий пищевой промышленности.

Ключевые слова: развитие, управление, стратегия, предприятие, пищевая промышленность.

STRATEGIC MANAGEMENT DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

Summary. The theoretical principles of food industry development management are investigated in the article. The topic of the study is relevant because, given the role of the food industry in the socio-economic system of our country, measures to improve the management of the development of enterprises in this industry is an objective requirement for its continued effective functioning in a changing market environment. In particular, it is noted that approaches to managing enterprise development should be based on a new basis, taking into account the uncertainty of the environment. The category of development is understood, which means irreversibility and regularities in the behavior of changes in systems and subsystems on qualitative grounds with the need to ensure system-complex balance of all elements of the system, its main types, in particular economic, ecological, social, innovative, are indicated. The concept of development management as well as the functions through which the process of enterprise development management (forecasting, organization, stimulation and activation, monitoring) are realized. It is substantiated that enterprise development management is strategic. On this basis, it is stated that the development strategy is a long-term, well-defined direction of development of the enterprise, concerning the sphere, means and form of its activity, the system of interrelations within the enterprise, as well as its position in the environment, which leads the enterprise to the defined goals. that the strategic set consists of such main groups of strategies as general strategies, competitive strategies, product and product strategies, functional strategies, resource strategies. Characteristics of the food industry, which influence the activity of the enterprises of the industry and the formation of their development strategy. It is noted that for the purpose of effective strategic management of the food industry enterprises are divided into conditionally-active, conditionally-passive, and those containing stimulating characteristics. The role of the state in the mechanism of managing the development of the food industry is emphasized.

Key words: development, management, strategy, enterprise, food industry.

УДК 656.078
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-17

Крижанівська М. В.
студентка
Національного транспортного університету
Малахова Ю. А.
асистент кафедри менеджменту
Національного транспортного університету

Kryzhanivska Mariia
Student
Student of National Transport University
Malakhova Yuliia
Assistant of Department of Management
National Transport University

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Анотація. У статті здійснено аналіз сучасних програм, нововведень та підходів до впровадження інноваційних методів удосконалення перевезень. Встановлено, що в період глобального світового розвитку з'являються нові можливості розвитку транспорту, що сприяють збільшенню його ефективності, економічності та екологічності. Досліджено методи, що допомагають зекономити час під час пересування, підвищити комфорт перевезень та їх економічну ефективність, а також сприяють зниженню рівня забруднення довкілля. Описано переваги та недоліки цих інструментів. Встановлено, що з новими можливостями з'являються нові проблеми, серед яких слід назвати недосконаліть нормативно-правової бази, нестачу фінансів, безконтрольне розподілення ресурсів, нерозвиненість науково-технічної бази, відплив кваліфікованих кадрів, застарілу інфраструктуру. Запропоновано комплекс заходів щодо усунення наявних недоліків.

Ключові слова: транспортна мережа, інновації у транспорті, інноваційні технології, ефективність перевезень, управління перевезеннями.

Вступ та постановка проблеми. Сучасний світ не стоїть на місці та постійно розвивається, тому з кожним роком з'являється все більше нових технологій, що полегшують наше життя.

Вступ України до Європейського Союзу відкриває широкі можливості для розвитку транспорту, з'являються різні види розвитку та впровадження інноваційних технологій. Цьому сприяють такі міжнародні програми, як Horizon 2020, TEN-T, Intelligent Transport Systems, SESAR, EMSA, RIS, ERTMS «Біла Книга».

Транспорт є специфічною галуззю господарства, що не створює нових матеріальних цінностей, а надає послуги з переміщення вантажів та пасажирів. Ця галузь сполучає різні види діяльності та є важливою складовою економічного розвитку країн. Кошти, що вкладаються у модернізацію різних видів перевезень, підвищення їх якості, екологічності та ефективності, є основою гідного рівня життя країни в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існує значна кількість національних та міжнародних нормативних документів, програм та методів, які регулюють діяльність транспорту, його екологічність та ефективність. Вивченням інноваційних методів перевезень займались як українські, так і зарубіжні вчені, зокрема Р. Старовойт, А. Рахмандулов, Н. Осінцев, Д. Муравйов, Д. Рассел, Н. Троїцька, С. Леміш, В. Васильєв, Л. Міротин.

Названі науковці сприяли значному розвитку сфери перевезень. Проте питанню дослідження переваг та недоліків наявних методів перевезення, а також їх практичному застосуванню приділялося недостатньо уваги. Отже, це питання залишається актуальним та має багато аспектів для вивчення у всіх видах транспорту, пасажирських та вантажних перевезень.

Метою статті є дослідження сучасних інноваційних підходів до вдосконалення перевезень.

Результати дослідження. 17 травня 2017 року Україна та Європейський Союз підписали Угоду про безвізовий режим для громадян України. 1 вересня 2017 року була ратифікована асоціація України з ЄС. Ці події дають нашій країні значні можливості для розвитку. Тенденції, що панують у ЄС, чинять значний вплив на транспортну галузь, адже сприяють забезпеченню високого рівня якості, підвищують ефективність та економічність перевезень. Цьому сприяють різні міжнародні програми, наведені на рис. 1.

Однією з найбільш визначних програм ЄС є Horizon 2020 (рис. 2). Ця програма орієнтована на підтримку конкурентоспроможності європейської транспортної промисловості та створення ресурсоефективної, екологічної, безпечної та інтегрованої європейської транспортної системи, що працюватиме на користь усіх громадян, економіки та суспільства. Як засіб стимулювання економічного зростання та створення робочих місць Horizon 2020 має політичну підтримку керівників Європи та членів Європейського парламенту. Бюджет напряму «Транспорт» становить 6 339 млн. євро та охоплює такі види транспорту, як авіація, автомобільний транспорт, залізничний транспорт, водний транспорт, міський транспорт [1].

Trans-European Transport Network (TEN-T) – політика Європейської Комісії, спрямована на впровадження та розвиток загальноєвропейської мережі доріг, залізничних ліній, внутрішніх водних шляхів, морських судноплавних шляхів, портів, аеропортів та залізнично-дорожніх терміналів. Кінцевою метою є усунення прогалин, вузьких місць та технічних бар'єрів, а також зміцнення соціальної, економічної та територіальної згуртованості в ЄС. Поточна політика TEN-T базується на Регламенті ЄС № 1315/2013. Загалом TEN-T складається з двох планових шарів, таких як основна мережа (включає найважливіші з'єднання, що з'єднують найважливіші вузли, й має бути

завершена до 2030 року), комплексна мережа (охоплює всі європейські регіони й має бути завершена до 2050 року). Окрім побудови нової фізичної інфраструктури, політика TEN-T підтримує застосування інновацій, нових технологій та цифрових рішень для всіх видів транспорту. Метою є покращене використання інфраструктури, зменшення впливу транспорту на довкілля, підвищення енергоефективності та безпеки [2].

Intelligent Transport Systems (ITS) – це системна інтеграція сучасних інформаційних, комунікаційних технологій та засобів автоматизації з транспортною інфраструктурою, транспортними засобами та користувачами, яка орієнтована на підвищення безпеки та ефективності транспортного процесу, комфортності для водіїв та користувачів транспорту [3]. На території Києва ми вже зараз можемо побачити застосування цього методу. В районах міста встановлюються інноваційні камери. Деякі з них вміють рахувати та розпізнавати різні види машин, прогнозувати транспортні потоки автомобілів та самостійно аналізувати завантаженість кожної смуги. Також вони можуть керувати світлофором в автоматичному режимі, аби не створювались затори на дорогах [4].

Існують також програми, які керують різними видами транспорту. Серед них слід назвати такі, як Single European Sky ATM Research Programme (SESAR), що відповідає за управління повітряним рухом майбутнього [5]; European Maritime Safety Agency (EMSA), що є системою спостереження на морі [6]; River Information Services (RIS), тобто служба інформації на річках [7], The European Rail Traffic Management System (ERTMS), що є Європейською системою управління процесом перевезень на залізницях [8], «Біла Книга», тобто дорожня карта переходу єдиної європейської транспортної зони до конкурентної та енергоефективної транспортної системи, яку ухвалила ЄР [9].

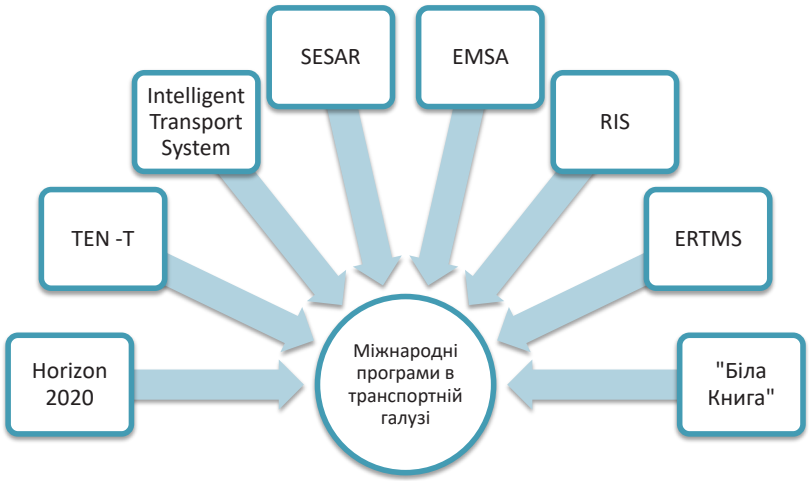

Рис. 1. Міжнародні інноваційні програми в транспортній галузі

Рис. 2. Програма Horizon 2020

Останнім часом з'явилися такі види інноваційних перевезень на транспорті, як каршерінг та райдшерінг. Каршерінг – це вид короткострокової оренди автомобіля у великих містах з похвилинною або погодинною оплатою. Такий вид оренди дає можливість залишити авто у будь-якому пункті обслуговування. У вартість прокату машини включено пальне та мийку авто. Пошук авто, його відкриття, закриття й оплата послуг виконуються зі смартфона через спеціальний додаток ("Getmancar", "MobileCar") [10; 11]. Райдшерінг – спільна поїздка на автомобілі, за якої всі попутники ділять між собою витрати на поїздку ("Uber", "BlaBlaCar") [12; 13].

Отже, вступ України до Європейського Союзу відкриває широкі можливості для розвитку транспорту, адже з'являються різні види програм та інноваційних технологій, що підтримуються Європейською Комісією.

Під час упровадження інновацій в управлінні перевезеннями України необхідно перш за все спиратися на попередній досвід як нашої країни, так і зарубіжних, наслідувати їх відповідно до нових тенденцій розвитку.

Розглянемо досвід зарубіжних країн. В деяких містах реалізуються пілотні проекти систем стягнення дорожніх зборів, де розмір плати підвищується в години пік; також ефективним є застосування інтелектуального громадського транспорту, який дає змогу за допомогою мобільного телефону дізнатися про кількість місць у громадському транспорті, напрямок руху.

Велике значення для більшості країн має декарбонізація, тобто зменшення шкідливих викидів та підвищення екологічності транспорту. Найбільшої уваги цій проблемі приділяє Норвегія. Сьогодні Норвегія – це одна з країн-лідерів за розвитком електричного транспорту [14].

У січні 2019 року загальна кількість продажів нових легкових електрифікованих автомобілів (чистих електромобілів та плагін-гібридів) склала 4 699 одиниць, що на 27,3% більше, ніж рік тому за ринкової частки 52,2%. Продажі дизельних автомобілів скоротилися й складають менше 18%, тоді як бензинові зберегли частку 19%, решта реєстрації була за гібридами [15].

Такого успіху вдалося досягти насамперед завдяки ефективній системі державної підтримки електротранспорту.

1) Нульове мито. З 1990 року ввезення електромобілів до країни не обкладається митом, яке для автомобілів з двигуном внутрішнього згоряння (ДВЗ) становить до 100% від ціни.

2) Нульовий ПДВ. З 2001 року реалізація електромобілів на території Норвегії не обкладається ПДВ, хоча для бензинових та дизельних автомобілів розмір податку складає 25%.

3) Спеціальні номерні знаки (державний рівень). З 1999 року за власниками електромобілів були закріплені реєстраційні номери, що починаються з літер EL, EK і EV.

4) Безкоштовний проїзд по автомагістралях і за користування поромами.

5) Безкоштовна парковка.

6) Доступ на автобусні смуги.

7) Створення мережі зарядних станцій. Уряд Норвегії у 2009 році запустив програму з будівництва національної мережі загальнодоступних електричних зарядних станцій. Програма фінансується за рахунок коштів, отриманих від експорту нафти й газу. Мета програми полягає у встановленні уздовж автомагістралей як мінімум по двох швидкісних зарядних станцій по 50 км кожна. У 2017 році мета була успішно досягнута.

8) Безкоштовна зарядка (національний рівень).

9) Закупівля електричного транспорту для муніципальних потреб. Багато міст Норвегії заявили про повний перехід громадського транспорту на електроенергію. Наприклад, державний автопарк в Осло стане електричним вже до 2020 року. Задля цього міською адміністрацією було розміщено замовлення на 76 електробусів і будівництво відповідних зарядних станцій для них [16].

Іншим прикладом є Париж. Згідно з рішенням керівництва Парижа до 2025 року місто має повністю перейти на електричні та біопаливні автобуси. Загалом транспортний парк міста налічує близько 4 700 автобусів. Серед них вже близько 900 мають гібридний двигун, 83 є електричними, а 140 працюють на біопаливі, [17].

Досвід зарубіжних країн необхідний насамперед для того, щоби вберегти себе від майбутніх помилок та зайвих витрат. Крім того, необхідно враховувати особливості вітчизняної транспортної мережі.

Зокрема, забезпечення високої пропускної здатності вітчизняної транспортної мережі та правова підтримка, що сприятиме впровадженню в управлінні перевезеннями сучасних інформаційних систем, забезпечить високу якість транспортних послуг як у сфері вантажних, так і в галузі пасажирських перевезень, скорочення витрат часу на доставку товарів споживачам, пересування пасажирів транспортом. Так, цього року «Укравтодор» планує встановити 6 майданчиків зважування вантажних автомобілів в русі (Weight-in-Motion), а з 2020 року – запустити систему збирання оплати від вантажного транспорту.

Також необхідно забезпечити пільги для екологічних видів транспорту. У сфері оподаткування вже є певні зрушення щодо підтримки цього напряму. Підписаний Верховною Радою Закон «Про внесення змін у Податковий кодекс України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень в 2018 році» № 6776-д збільшив попит на купівлю електромобілів, адже дав змогу ввозити електромобілі без сплати податку на додану вартість (ПДВ) та акцизів. Спрощений режим оподаткування тривав до 31 грудня 2018 року і був частково подовжений до 2022 року. Згідно із Законом ПДВ за електромобілі не буде сплачуватись, а ставка акцизу буде залежати від місткості акумулятора (1 євро за 1 кіловат).

Згідно зі статистикою Міністерства інфраструктури України кількість імпортованих електрокарів на початок 2018 року становила 793 одиниці, а до кінці року збільшилась до 956, тому такі дії уряду, як відміна сплати податку під час ввезення, мають досить позитивні наслідки.

Деякі українські міста самостійно проявляють ініціативу стосовно розвитку екологічності. Першим українським містом, що прийняло Концепцію розвитку електромобільності, став Львів. Метою Концепції є покращення екологічної ситуації у місті шляхом створення сприятливих умов для збільшення відсотку використання мешканцями міста електричного транспорту, про що повідомляє прес-служба Львівської міської ради.

В рамках Концепції Львівська мерія планує до 2025 року збільшити кількість електрокарів до 20% від загальної кількості зареєстрованих у місті автомобілів. Окрім цього, рівень використання громадського електричного транспорту у місті має становити не менше 40%, а комунального – не менше 50%.

Збільшення відсотка електрокарів покращить стан повітря та знизить шумове навантаження міста. Також завдяки Концепції підвищиться енергоефективність міста шляхом зменшення споживання пального [18].

Модернізація управління перевезеннями в Україні приведе до розвитку транспортної інфраструктури до сучасного рівня, сприятиме підвищенню якості транспортних послуг, забезпечить безпеку перевезень, знизить шкідливий вплив на довкілля, підвищить ефективність перевезень.

Впровадження інновацій у транспортну галузь сприяє економічному розвитку країни. Однак разом із новими можливостями з'являються нові проблеми, серед яких можна виділити недосконаліть нормативно-правової бази, нестачу фінансів, безконтрольне розподілення ресурсів, нерозвиненість науково-технічної бази, відплив кваліфікованих кадрів, застарілу інфраструктуру.

З нестачею фінансів необхідно боротися шляхом залучення інвесторів (як іноземних, так і українських), пояснювати їм необхідність запровадження інновацій, керуватися майбутнім зменшенням витрат. Безконтрольне розподілення витрат можна подолати за допомогою зміни нормативно-правової бази, жорсткішого контролю, особливо якщо цей контроль будуть здійснювати незацікавлені особи, а саме іноземні представники. Проблему нерозвиненості науково-технічної бази можна вирішити різними мотиваційними програмами чи грантами для студентів, винахідників, науковців. Це вирішить проблему відтоку кваліфікованих кадрів та частково проблему застарілої інфраструктури.

Отже, потрібно реально оцінювати кількість проблем інноваційних методів удосконалення перевезень та враховувати всі можливості для їх вирішення. Правильний підхід до вирішення цих питань сприятиме досягненню значного розвитку не лише транспортної галузі, але й усієї країни.

Висновки. Розглянувши всі можливості розвитку транспорту у нашій країні та проаналізувавши всі проблеми, можемо зробити висновок. Програми, діяльність яких була описана, є важливими для ефективного управління транспортом. Україна вже зробила крок назустріч інноваціям, скасувавши сплату ПДВ для ввезення електромобілів. Ці дії роблять екологічний транспорт доступнішим для купівлі, тому в подальшому необхідно спрямувати зусилля на розвиток необхідної інфраструктури, зокрема станцій технічного обслуговування, встановлення зарядок для електромобілів; надавати можливість користуватися безкоштовно цією інфраструктурою, тобто створювати так звані програми лояльності. Також необхідно впроваджувати критерії для автомобілів, адже це сприятиме використанню меншої кількості транспортних засобів, що забруднюють повітря. Необхідно правильно організовувати рух автомобілів, брати приклад з високорозвинених країн, будувати зручні транспортні розв'язки, встановлювати розумні світлофори, пропагувати райдшерінг у великих містах, а також, звичайно, приваблювати інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Horizon 2020: рамкова програма ЄС з досліджень та інновацій. URL: http://nkp.ntu.edu.ua/?page_id=31&lang=uk (дата звернення: 23.09.2019).
2. Trans-European Transport Network (TEN-T). URL: https://ec.europa.eu/transport/themes/infrastructure/ten-t_en (дата звернення: 23.09.2019).
3. Інтелектуальна транспортна система / Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтелектуальна_транспортна_система (дата звернення: 23.09.2019).
4. Комунальне підприємство «Інформатика» виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації). URL: https://i.kyivcity.gov.ua (дата звернення: 23.09.2019).
5. SESAR development manager. URL: https://www.sesardeploymentmanager.eu (дата звернення: 23.09.2019).
6. European Maritime Safety Agency. URL: http://www.emsa.europa.eu/ssn-main.html (дата звернення: 23.09.2019).
7. River Information Services. URL: http://www.ris.eu (дата звернення: 23.09.2019).
8. The European rail traffic management system. URL: http://www.ertms.net (дата звернення: 23.09.2019).
9. White Paper on transport. Roadmap to a single European transport area. Towards a competitive and resource-efficient transport system. Luxembourg : Publications Office of the European Union.
10. Каршерінг в Києві. URL: https://getmancar.com.ua/ua (дата звернення: 23.09.2019).
11. Mobilecar – поминутная аренда электромобилей. URL: https://mobilecar.com.ua (дата звернення: 23.09.2019).
12. Офіційний сайт "Uber". URL: https://www.uber.com/ua/ru (дата звернення: 23.09.2019).
13. BlaBlaCar. URL: https://www.blablacar.com.ua (дата звернення: 23.09.2019).
14. Від планів до дії: як звести до мінімуму шкідливі викиди в атмосферу. URL: https://mind.ua/openmind/20186380-vid-planiv-do-diyi-yak-zvesti-do-minimumu-shkidlivi-vikidi-v-atmosferu (дата звернення: 23.09.2019).
15. Норвегия начинает 2019 год с сильного роста продаж электромобилей. // HEvCars – портал про экологически чистые виды транспорта в Украине. URL: https://hevcars.com.ua/reviews/norvegiya-nachinaet-2019-god-s-silnogo-rosta-prodazh-elektromobilej (дата звернення: 23.09.2019).
16. Париж закупить 800 електробусів та хоче відмовитись від дизельного палива у громадському транспорті. URL: https://hmarochos.kiev.ua/2019/04/11/paryzkyj-miskyj-pereviznyk-povnistyu-vidmovlyayetsya-vid-dyzelnogo-palyva (дата звернення: 23.09.2019).
17. До 2025 року 20% автівок у Львові мають бути електричними. URL: https://hmarochos.kiev.ua/2018/01/09/do-2025-roku-20-avtivok-u-lvovi-mayut-buti-elektrichnimi (дата звернення: 23.09.2019).
18. Єрмак С., Чернова Ю. Інновації в транспорті: зарубіжний досвід. *Торгівля і ринок України*. 2016. Вип. 39–40. С. 73–79.

References:

1. Horizon 2020: ramkova proghrama JeS z doslidzhenj ta inovacij [Horizon 2020: EU Framework Program for Research and Innovation.]. URL: http://nkp.ntu.edu.ua/?page_id=31&lang=uk (accessed: 23.09.2019).
2. Trans-European Transport Network (TEN-T). [Trans-European Transport Network (TEN-T]. URL: https://ec.europa.eu/transport/themes/infrastructure/ten-t_en (accessed: 23.09.2019).
3. Intelektualjna transportna systema [Intelligent transport system] // Vikipedija: viljna encyklopedija. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтелектуальна_транспортна_система (accessed: 23.09.2019).
4. Komunaljne pidpryjemstvo "Informatyka" vykonavchogho orghanu Kyjivsjkoji misjkoji rady (Kyjivsjkoji misjkoji derzhavnoji administraciji). [Informatics utility of the executive body of the Kyiv City Council (Kyiv City State Administration)]. URL: https://i.kyivcity.gov.ua (accessed: 23.09.2019).
5. SESAR development manager. [SESAR development manager]. URL: https://www.sesardeploymentmanager.eu (accessed: 23.09.2019).
6. European Maritime Safety Agency. [European Maritime Safety Agency]. URL: http://www.emsa.europa.eu/ssn-main.html (accessed: 23.09.2019).
7. River Information Services. [River Information Services]. URL: http://www.ris.eu (accessed: 23.09.2019).
8. The European rail traffic management system. [The European rail traffic management system]. URL: http://www.ertms.net (accessed: 23.09.2019).
9. White Paper on transport. Roadmap to a single European transport area. Towards a competitive and resource-efficient transport system. [White Paper on transport. Roadmap to a single European transport area. Towards a competitive and resource-efficient transport system]. Luxembourg : Publications Office of the European Union.
10. Karsheringh v Kyjevi. [Karshering in Kiev]. URL: https://getmancar.com.ua/ua (accessed: 23.09.2019).
11. Mobilecar – pomynutnaja arenda elektromobylej. [Mobilecar – daily rent of electric vehicles]. URL: https://mobilecar.com.ua (accessed: 23.09.2019).
12. Oficijnyj sajt Uber. [Uber Official Website]. URL: https://www.uber.com/ua/ru (accessed: 23.09.2019).
13. BlaBlaCar. [BlaBlaCar]. URL: https://www.blablacar.com.ua (accessed: 23.09.2019).
14. Vid planiv do diji: jak zvesty do minimumu shkidlyvi vykydy v atmosferu. [From plans to action: how to minimize harmful emissions into the atmosphere]. URL: https://mind.ua/openmind/20186380-vid-planiv-do-diyi-yak-zvesti-do-minimumu-shkidlivi-vikidi-v-atmosferu (accessed: 23.09.2019).
15. Norvegiya nachinaet 2019 god s sil'nogo rosta prodazh elektromobiley. [Norway starts 2019 with strong growth in electric vehicle sales]. HEvCars – portal pro ekologicheski chistye vidy transporta v Ukraine. URL: https://hevcars.com.ua/reviews/norvegiya-nachinaet-2019-god-s-silnogo-rosta-prodazh-elektromobilej (accessed: 23.09.2019).
16. Paryzh zakupytj 800 elektrobusiv ta khoche vidmovytysj vid dyzeljnogho palyva u ghromadsjkomu transporti. [Paris will buy 800 electric buses and wants to give up diesel in public transport]. URL: https://hmarochos.kiev.ua/2019/04/11/paryzkyj-miskyj-pereviznyk-povnistyu-vidmovlyayetsya-vid-dyzelnogo-palyva (accessed: 23.09.2019).
17. Do 2025 roku 20% avtivok u Ljvovi majutj buty elektrychnymy. [By 2025, 20% of Lviv car tickets must be electric.]. URL: https://hmarochos.kiev.ua/2018/01/09/do-2025-roku-20-avtivok-u-lvovi-mayut-buti-elektrichnimi (accessed: 23.09.2019).
18. Jermak S., Chernova Ju. Innovaciji v transporti: zarubizhnyj dosvid [Transport innovations: foreign experience]. Torghivlja i rynok Ukrajiny. 2016. Vyp. 39–40. S. 73–79.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПЕРЕВОЗОК

Аннотация. В статье осуществлен анализ современных программ, нововведений и подходов к внедрению инновационных методов совершенствования перевозок. Установлено, что в период глобального мирового развития появляются новые возможности развития транспорта, которые способствуют увеличению его эффективности, экономичности и экологичности. Исследованы методы, помогающие экономить время при передвижении, повысить комфорт перевозок и их экономическую эффективность, а также способствуют снижению уровня загрязнения окружающей среды. Описаны преимущества и недостатки этих инструментов. Установлено, что с новыми возможностями появляются новые проблемы, среди которых следует назвать несовершенство нормативно-правовой базы, нехватку финансов, бесконтрольное распределения ресурсов, неразвитость научно-технической базы, отток квалифицированных кадров, устарелою инфраструктуру. Предложен комплекс мер по устранению существующих недостатков.

Ключевые слова: транспортная сеть, инновации в транспорте, инновационные технологии, эффективность перевозок, управление перевозками.

MODERN APPROACHES TO IMPROVING TRANSPORTATION

Summary. One factor in the economic development of a country is transportation, the quality of which depends largely on the technologies used. The article analyzes modern programs, innovations and approaches for the introduction of innovative methods of transportation improvement. The object of the study is the transport network. The subject of the study is innovative methods and programs for improving transportation management. The purpose of the article is to investigate modern innovative methods of improving transportation. It is established that in the period of global world development new opportunities for the development of transport appear, which contribute to increase its efficiency, economy and environmental friendliness. Methods that help to save time in moving, increase the comfort of transportation and their cost-effectiveness, and contribute to reducing the level of environmental pollution are investigated. It is important to ensure maximum integration of all elements of the transportation process. The introduction of integrated automated transportation management systems will ensure their rationality. Domestic and foreign experience in the improvement of transportation is investigated, not the last place in which the state supports of electric transport has. It is established that new problems are emerging, among which the main ones are identified – imperfect legal framework, lack of finances, uncontrolled allocation of resources, underdevelopment of scientific and technical base, outflow of qualified personnel, outdated infrastructure, etc. A set of measures to remedy existing shortcomings is proposed. It is determined that further efforts should be directed to the development of the infrastructure necessary for ecological transport, rational organization of car traffic, construction of convenient transport interchanges, attracting investors. Therefore, it is necessary to really evaluate the number of problems of innovative methods of transportation improvement and to consider all possibilities for solving them. The right approach to address these issues will help to achieve significant development not only for the transport industry but for the whole country.

Key words: transport network, transport innovation, innovative technology, transportation efficiency, transportation management.

УДК 331.101.36
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-18

Личковська М. Р.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри політичних наук і права
Одеського південноукраїнського національного
педагогічного університету імені К.Д. Ушинського
Меджидова В. О.
студентка
Одеського південноукраїнського національного
педагогічного університету імені К.Д. Ушинського

Lychkovska Maryna
PhD in Economics,
Associate Professor, Department of Political Science and Law
South Ukrainian National Pedagogical University
named after K. D. Ushynsky
Medzhydova Viktoriia
Student
South Ukrainian National Pedagogical University
named after K. D. Ushynsky

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ ПРАЦІ І ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ

Анотація. У статті узагальнено наявні погляди на специфіку цифровізації економіки, її спрямованість. Виділено ключові складники процесу цифровізації економіки, визначено ті з них, які мають найбільший вплив на соціально-трудову сферу. Охарактеризовано інноваційну працю персоналу та його мобільність як головний стратегічний ресурс нової економіки. Запропоновано розгляд інноваційності праці як однієї з форм професійної мобільності. Розглянуто, проаналізовано об'єктивні та суб'єктивні аспекти трудової мобільності, а також основні фактори впливу на них. Охарактеризовано три моделі стратегії адаптації робітників до кризи. Визначено традиційні та інноваційні форми цих моделей. Розкрито специфічний характер цих стратегій та форм в умовах формування «кризового мислення» працюючих громадян у сучасній Україні як основи поширення міграційних настроїв усіх верств населення. За результатами дослідження запропоновано вжиття економічних заходів, спрямованих на створення передумов для подолання кризового мислення та підвищення трудової активності працівників у новій економіці.

Ключові слова: економіка знань, цифрова економіка, інноваційна праця, професіональна мобільність, креативність, кризове мислення.

Вступ та постановка проблеми. Сьогодні людство переживає нову хвилю технологічних змін, що пов'язані з ІТ-технологіями. Визначальними рисами цих трансформацій є стрімкі темпи накопичення та поширення інформації, зміна технологій, способу роботи, компетенцій, робочого місця, формування нових видів соціально-трудових відносин. Головними економічними стратегічними ресурсами нової економіки стають сукупність та складне поєднання інформації, знань, інтелекту, а основною базою формування конкурентних переваг та визначних здатностей є перш за все інноваційна праця персоналу будь-якої організації, його здатність до професійної мобільності. Таким чином, значна затребуваність підприємств у використанні інноваційної праці та професійної мобільності, з одного боку, та недостатня розробленість теоретико-методологічних питань щодо їх формування, з іншого боку, не дають змогу повною мірою задіяти великі можливості інтелектуального потенціалу підприємств навіть в умовах цифрофізації економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом проблеми та можливості розвитку економіки, суспільства, людства, які є наслідком технологічної революції, зокрема цифровізації, розглядають багато вчених як в Україні, так і за кордоном. Значну увагу цим проблема приділяли Дж. Аткінсон, Б. Барчела, П. Блайтон, П. Друкер, К. Шваб, І. Шумпетер, О. Білик, Д. Богиня, В. Геєць, М. Герасимчук, О. Грішнова, В. Дружиніна, А. Колот, К. Краус, Е. Лібанова, М. Поляков, Р. Прима, Л. Сушенцева та інші вчені. Водночас значна кількість проблем щодо впливу цифрового розвитку на підвищення інноваційного змісту праці та професійну мобільність персоналу залишається недостатньо розкритою.

Метою статті є узагальнення сутнісного наповнення понять «інноваційна праця» та «професійна мобільність» в розрізі складових, що їх формують; проведення аналізу основних факторів впливу на них; розроблення економічних заходів, вжиття яких спрямоване на їх активізацію в новій економіці.

Результати дослідження. На початку XXI ст. світ увійшов у період комплексних трансформацій, коли новим стає все або майже все, а головними є рушійні сили розвитку. Нові технології є не традиційним розвитком продуктивних сил, а принципово новою виробничо-економічною системою [1, с. 14]. Це свідчить про перехід до нової парадигми розвитку світового господарства, основою якої стають концепції економіки знань (ЕЗ) та цифрової економіки (ЦЕк). Ці концепції набувають загальносвітового поширення та перетинаються як у наукових дискусіях, так і в практичних підходах, адже обидві почали використовуватись для розроблення національних та міжнародних

стратегій розвитку, забезпечують підвищення продуктивності праці, посилення інноваційної складової виробництва, як наслідок, ведуть до підвищення якості життя у країнах, зорієнтованих на розвиток ІТ-сектору.

Згідно з Клаусом Швабом, цифрова економіка – це інноваційна динамічна економіка, що базується на активному впровадженні інновацій та інформаційно-комунікаційних технологій в усі види економічної діяльності та сфери життєдіяльності суспільства, що дає змогу підвищити ефективність та конкурентоспроможність окремих компаній, економіки та рівень життя населення. Цифрова економіка є основою Четвертої промислової революції [2] та третьої хвилі глобалізації.

Згідно з прогнозними даними експертів "BCG" ("The Boston Consulting Group") до 2020 року приблизно 25% світової економіки перейде до впровадження технологій цифровізації, які дають змогу державі, бізнесу та суспільству функціонувати більш ефективно. Між тим до 2016 року Україна була єдиною в Європі країною без власного «цифрового» бачення. Практично всі країни ЄС вже затвердили та впроваджують власні цифрові адженди (цифрові стратегії). У 2016 році в Україні було розроблено тільки проект «Цифрові адженди України – 2020», де передбачено стратегічне завдання, що полягає в усуненні технологічного розриву між Україною та розвинутими країнами [3]. Тільки у 2018 році схвалено урядову Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки, затверджено план заходів щодо її реалізації. Виконання цього плану, на думку розробників, створить умови для здійснення так званого цифрового стрибка та переходу на більш високий технологічний рівень розвитку [4].

Ми повністю погоджуємося з науковцями, які вважають, що зазначені документи є своєчасним кроком у контексті глобальних перетворень економіки України й, будучи присвяченими цифровізації економіки, матимуть пряме відношення до побудови ЕЗ з огляду на той вплив, який ІКТ здійснюють на сферу отримання й переробки знань [5–7].

Ми також підтримуємо думку про те, що у Концепції багато уваги приділяється питанню побудови Індустрії 4.0, порівняно менше – сферам науки й освіти [5], а зовсім поза увагою залишається сфера соціально-трудових відносин.

Влучною є думка про те, що ««цифровізацію» варто розглядати як інструмент, а не як самоціль» [3, с. 5]. Щодо цього професор А. Колот зазначає, що нова економіка лише створює передумови для високої продуктивності праці, але вона автоматично не розв'язує цю проблему. Нова економіка в її соціально-трудовому вимірі – це насамперед нова, більш висока продуктивність праці, передусім праці, яка здійснюється працівниками творчими, креативними, насиченими знаннями [1]. На думку цього фахівця, лише сукупність і складне поєднання інформації, знань, інтелекту, інновацій є тими економічними ресурсами, які правомірно називати стратегічними.

Зазначені вимоги сильно впливають на соціально-трудову сферу, оскільки змінюються як структура, так і зміст соціально-трудових відносин, а також усталені параметри ринку праці, тобто інформаційні технології трансформують ринок праці, видозмінюючи зміст і характер праці, форми зайнятості, структуру робочих місць, а також висувають нові вимоги до підготовки висококваліфікованих кадрів.

Щодо цього в Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки зазначається, що рушійною силою цифрової економіки є людський капітал, тобто знання, таланти, навички, вміння, досвід, інтелект людей. Цифрова грамотність повинна бути однією з головних компетенцій, а цифровізація та багатоформність сьогодні є головними трендами на загальному ринку праці. Уміння використовувати цифрові технології в роботі поступово стає необхідним для більшості спеціалізацій та професій, тобто наскрізним або багатоплатформним [4].

Між тим досвід найбільш успішних лідерів світової економіки свідчить про те, що основною базою формування конкурентних переваг є не просто праця, заснована на використанні ІТ-технологій, а перш за все інноваційна праця персоналу та його мобільність.

Таким чином, поза увагою в Концепції залишаються два головних, на наш погляд, питання:

– як забезпечити інноваційність праці;
– як підвищити професійну мобільність працівників.

Відповіді на ці питання є проблемою не тільки України, але й інших країн та світової економіки загалом.

Практично всі фахівці, які вивчають сучасний ринок праці, використовують поняття «інноваційна праця», однак чіткого визначення його немає. Найбільш змістовним, на наш погляд, є визначення цього поняття професором А. Колотом, який пропонує інноваційну працю трактувати як трудову діяльність, якій притаманна висока частка знанєвої, інтелектуальної, творчої компонент, яка здатна задовольнити суспільні потреби зі значним корисним ефектом [1].

Між тим низка авторів пов'язує інновації тільки з процесом інтелектуальної праці, вважаючи, що основним ресурсом фізичної праці є фізичні здібності, розумової – знання та аналітичні здібності. Таке визначення, на наш погляд, не є коректним. Ці автори ототожнюють поняття інтелектуальної праці з розумовою роботою, тобто виконанням якихось обов'язків. Сама по собі розумова робота навіть за використання комп'ютерів та ІТ-технологій може мати рутинний характер (наприклад, бухгалтерія, звітність). Ми вважаємо, що інтелектуальна праця присутня в процесі виконання будь-якої роботи, як розумової, так і фізичної. Однак ми повністю погоджуємося з А. Колотом в тому, що для того, щоб інтелектуальна праця стала інноваційною, необхідна присутність таких важливих елементів, як творчість та креативність. Причому як творчість, так і креативність передбачають створення нових продуктів, рішень, підходів [1].

З огляду на такі важливі ознаки інноваційної праці, як те, що вона не піддається регламентації, точному прогнозуванню, нормуванню та контролюванню, не має стандартів, вона має високий ступінь ризику, під яким слід розглядати ступінь відхилення від бажаних результатів. Задля підвищення ефективності працівників та створення для них більш сприятливих умов праці Концепцією розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки передбачено створення цифрових робочих місць [4]. Створення сприятливих умов є необхідною, але не єдиною компонентою інноваційної праці. Інноваційна праця є можливою тільки в певному середовищі, де будуть пов'язані такі найважливіші фактори, як знання, бажання та вміння їх застосовувати, потреба в цьому.

Ці фактори пов'язують інноваційність праці з професійною мобільністю працівників. Ми вважаємо, що інноваційність праці можна розглядати як одну з форм професійної мобільності, перехід від рутинного характеру праці до творчого, креативного, тобто зміну ставлення до праці: від виконання функціональних обов'язків до форми самовираження та самовдосконалення. Отже, ми трохи розширимо найбільш поширене визначення професійної

мобільності, під якою будемо розуміти якісну характеристику трудових ресурсів, їх здатність та готовність до зміни праці (характеру праці, відношення до праці, кваліфікації, місця роботи, сфери діяльності, регіону) та швидкої адаптації в динамічних виробничих умовах і кон'юнктури у сфері зайнятості.

Справді, завдяки використанню ІТ-технологій громадяни можуть більш ефективно набувати знань, вмінь та навичок у багатьох інших сферах (наприклад, вивчати мови, предмети, опановувати професії) [4]. Однак це є лише створенням умов, оскільки залишаються такі фактори, як бажання та вміння застосувати набути знання, а також потреба в цьому.

Деякі науковці вирішення цих проблем вважають лише сучасною педагогічною проблемою, а шлях їх вирішення бачать у вдосконаленні освіти. На наш погляд, тільки досконала система освіти, висококваліфіковані викладачі не спроможні змусити людину навчатися, якщо у неї немає внутрішньої потреби в цьому. До того ж освіта й освітня мобільність безпосередньо не належать до категорій «інноваційна праця» та «професійна мобільність», а є лише першими етапами процесу їх формування.

Нам дуже імпонує підхід О. Білик, яка розглядає мобільність (хоча ці положення можна повністю віднести до інноваційності праці) у контексті теорії людського капіталу як актив людського капіталу на особистісному рівні, що характеризується здатністю індивіда швидко адаптуватись до нових умов життєдіяльності, бажанням і спроможністю до якісного вдосконалення та цілеспрямованої зміни свого соціального статусу, професійної належності, сфери зайнятості, виду трудової діяльності, робочого місця, території проживання. При цьому вона підкреслює те, що важливою є здатність працівників не лише швидко адаптуватись до зростання складності нової техніки та технологій, але й максимально ефективно застосовувати свої знання, оскільки знання стають капіталом лише тоді, коли їх доцільно використовують у трудовій діяльності. Саме вміння застосовувати наявні знання, здібності та досвід для збільшення своїх доходів, як вважає О. Білик, перетворює людські знання на капітал, визначає ефективність реалізації індивідуального людського потенціалу й впливає на збільшення доходів працівника, що є однією з обов'язкових умов ефективного функціонування економіки [8, с. 43, 44].

Таким чином, знання, інноваційність, вміння їх застосовувати та професіональна мобільність є якісними характеристиками індивідуального людського потенціалу. Цей потенціал реалізується тільки тоді, коли у працівника виникає потреба в цьому, а вона виникає тоді, коли їх використання приводить до збільшення доходів працівника.

Виникає питання про те, який рівень доходів є достатнім для виникнення бажання й потреби реалізації свого інтелектуального потенціалу у робітника. Згідно з теорією А. Маслоу, якщо оплата праці лише задовольняє насущні потреби працівника, залишаються не реалізованими потреби вищого рівня в повазі, самовираженні та самореалізації. Отже, поки праця буде лише засобом забезпечення існування людини, вона буде лише тяжкою необхідністю, матиме рутинний характер і буде зводитись до виконання функціональних обов'язків. Таким чином, розмір доходів повинен повністю задовольняти насущні потреби працівника. Цей розмір визначити неможливо, тому що він залежить від багатьох факторів об'єктивного та суб'єктивного характеру. Значне зростання споживання в розвинутих країнах привело, на думку науковців, до формування суспільства споживання, у якому масове споживання виходить далеко за межі потреб для існування людини, а особисте щастя пов'язується не з перетворенням праці на першу життєву потрібність, потрібність у самовираженні та самовдосконаленні, а з купівлею та споживанням матеріальних цінностей. Це є хворобою сучасного суспільства й потребує також негайного вирішення, що знаходить відображення в працях багатьох науковців, але це не тема нашого дослідження. У цьому дослідження ми зосередимо увагу на професійній мобільності.

Потенційно порівняно з іншими чинниками виробництва робоча сила є більш мобільною як у географічному, так і в професійному аспектах. Однак реально вона не завжди готова переміститися в інше місце чи навчатися іншої спеціальності, тобто мобільність робітників має обмежений характер, тому що існує низка факторів об'єктивного та суб'єктивного характеру, які стримують переміщення робітників.

Об'єктивною основою мобільності робітників є зміни в змісті та характері їх праці, зокрема її предметі, засобах, меті та методах, тобто умовах праці.

З одного боку, розвиток науки й техніки створює умови для появи нових галузей економіки та нових професій. З іншого боку, у кожному виді діяльності фахівець досягає межі, за якою його творчі креативні здібності вже не можуть проявлятися на цьому робочому місті, тому фахівець може й повинен час від часу переходити в суміжні області, змінювати напрями професійної діяльності. Ці твердження знайшли втілення та практичне підтвердження у сучасному менеджменті у формі ротації робітників, а також плануванні кар'єри під час управлінні людськими ресурсами на підприємствах. Зміна праці може проявлятися в межах однієї професії через удосконалення праці або у вигляді переходу від одного виду роботи до іншого, або як поєднання різних видів роботи [9].

Суб'єктивний аспект розкриває процес зміни інтересів працівників та акт прийняття рішення щодо зміни місця роботи чи професії, що залежить від таких індивідуальних характеристик людей, як потреби, ціннісні орієнтації, моральні якості та інші визначальні мотиви. До суб'єктивного аспекту належить розгляд професійної мобільності з характерологічної точки зору, що дає підстави розглядати її як відносно усталену властивість особистості, підготовленість або схильність до зміни виду професійної діяльності [10]. Так, у контексті психології трудової мобільності виокремлюють типи особистості, потенційно схильні до мобільної або стабільної поведінки, та типи особистості, що по-різному оцінюють порівняльну значущість кар'єрного зростання, оскільки всі типи особистості є тими чинниками, що диференціюють індивідуальне сприйняття та оцінювання тієї чи іншої ситуації [10].

Таким чином, оцінювання необхідності та бажання переміщення, як правило, мотивується самою людиною. Залежно від характеру цього оцінювання розрізняють мотиви здійснення акту мобільності й мотиви утримання від неї. Під мотивами мобільності розуміють усвідомлені людиною причини та цілі (внутрішні усвідомлені або не усвідомлені спонуки, що відповідають цим стимулам), які роблять соціальне, зокрема професійне, переміщення необхідним, тому в одних і тих самих умовах за наявності рівних можливостей індивіди приймають неоднакові рішення. Це пов'язане з тим, що особистість з її неповторною структурою перебуває між зовнішніми стимулами до переміщення та мотивованими оцінками його доцільності. Безперечно, мотиваційні функції виконують ціннісні орієнтації особистості. При цьому цінностями є матеріальні або ідеальні предмети, які здатні задоволь-

нити потреби та інтереси людини, сформувати індивідуальний стиль життя, невід'ємними складовими якого є професійна діяльність, професійне самовизначення особистості [11].

Таким чином, різні типи особистостей, які перебувають в однаковій об'єктивній ситуації, реалізують різні моделі трудової поведінки: більш здібні індивіди іноді крокують службовими сходами значно повільніше, ніж менш здібні, але орієнтовані на кар'єру; одні змінюють професію задля кращих умов, інші протистоять зміні фаху; частина людей під виливом руйнуючої економічної та професійної культури засвоює нову культуру, а інша залишається відданою попередній [10].

Отже, особистості по-різному пристосовуються до життєвих обставин, виробляють різні моделі стратегії адаптації до кризи, кожна з яких має свої традиційні та інноваційні форми.

1) Стратегія пристосування (виживання):

– інноваційна (настанова на засвоєння нових знань, підвищення кваліфікації тощо);

– традиційна (настанова на будь-яку постійну роботу та гарантовану зайнятість).

2) Стратегія зміни професії:

– інноваційна (настанова на вертикальну висхідну мобільність, тобто соціальний підйом на основі якісної зміни професії та кваліфікації, наприклад створення свого бізнесу, або горизонтальну мобільність, тобто перехід від однієї соціальної позиції до іншої, що перебуває на тому ж соціальному рівні, переміщення без якісної зміни професії та кваліфікації, наприклад, оволодіння новими професіями);

– традиційна (настанова на вертикальну спадну мобільність, тобто соціальний «спуск»).

3) Стратегія зайнятості на декількох роботах:

– інноваційна (настанова урізноманітнення інтересів (основна робота й фріланс або клаудсорсинт, краудфандинг тощо);

– традиційна (настанова працювати на декількох роботах, щоби забезпечити своє існування) [9].

Всі ці стратегії в сучасних умовах України набувають специфічного характеру. Деформація, руйнація трудового потенціалу, які детерміновані трансформаційними процесами, тривалим періодом спаду в економіці, соціально-економічною кризою, відбилися на погіршенні якісних характеристик трудових ресурсів, негативно вплинули на трудовий менталітет і трудові орієнтації людей. Все це, на думку Л. Сушенцевої, не тільки знецінило людський капітал та інтелектуальний потенціал, але й породило стихійну адаптацію працюючих громадян до жорстких соціальних реалій, сформувавши так зване кризове мислення [11].

В умовах «кризового мислення» інноваційні форми, як правило, отримують різні форми зовнішньої міграції (наявні чи віртуальні), тому що не знаходять реалізації в Україні. «Невтішний висновок: український інтелект будує «економіку знань» де завгодно, але не в Україні. І це не вина компаній та громадян: вони роблять це там, де є реальний запит на їх інтелект та знання, де є робота. Роблячи світ навколо кращим, українські «цифрові» таланти або обмежуються номінальним фізичним розташуванням в Україні, або взагалі залишають країну» [3, с. 7].

«Кризове мислення» щодо традиційних форм породжує не менш руйнуючи наслідки.

1) Порушення залежності більшої оплати за більш кваліфікований труд, тобто знецінення людського капіталу. Знецінення торкнулось як загального людського потенціалу (знань, умінь та навичок, які люди одержують у системі формальної освіти), так і специфічного людського потенціалу (знань та вмінь, які вони здобувають у процесі професійної діяльності, безпосередньо на робочих місцях). Це привело, на думку Л. Гордона, до появи особливої категорії бідності, а саме «бідності сильних», за якої робітники високої кваліфікації втратили здатність забезпечувати достатній рівень благополуччя для себе та своїх рідних [12].

2) Перехід значної частини працівників інтелектуальної праці у сфери некваліфікованої, але більш високодохідної діяльності, що здебільшого перетворило трудову мотивацію до високоефективної праці на мотивацію виживання.

3) Масове знецінення людського капіталу не могло не позначитись на продуктивності праці й стало одним з головних чинників її різкого зниження у пореформений період.

4) Криза виробництва й падіння попиту на промислову продукцію із середини 90-х років XX ст. зумовили зниження потреби у підготовці кадрів для промисловості, яка практично припинилась. Молодь тепер не може заповнити вакансії, що потребують спеціальної (технічної, технологічної) професійної підготовки, а старше покоління найближчими роками піде на пенсію. Таким чином, з одного боку, молодь не може заповнити дефіцит у кваліфікованій робочій силі, а з іншого боку, дешева некваліфікована праця для неї не є привабливою.

5) Молодь все частіше поступає у вищі навчальні заклади не для отримання знань та професії, а для отримання формального свідоцтва, а саме диплому. Знання ж вони, на їхню думку, будуть отримувати на посадах, на які зможуть працевлаштуватися.

6) Змінилося поняття престижності професій, адже найбільш популярними є різні галузі права та ті, що допоможуть працевлаштуватися в системі органів влади [9].

Все це руйнує інтелектуальний потенціал та посилює міграційні настрої всіх верств населення. Зовнішня міграція набуває загрозливих розмірів.

Таким чином, високий рівень безробіття, низький та неконкурентоспроможний рівень заробітної плати, наявність працюючих бідних, незатребуваність фаху на батьківщині, невизначеність умов праці, зникнення деяких галузей виробництва або значне їх скорочення демотивує працівників, породжує «кризове мислення», знижує рівень професійної мобільності та інноваційної спрямованості праці, обумовлює слабку сприйнятливість професійно-кваліфікаційної структури ринку праці до структурних зрушень, невідповідність професійно-кваліфікаційної структури персоналу потребам роботодавців для забезпечення технологічних змін.

Висновки. Проведене дослідження свідчить про те, що перетворення можливостей цифрової економки на переваги для ринку праці України є можливим за таких умов.

По-перше, проблема руйнування трудової мотивації стала найбільш значущою для суспільства й має значні наслідки у демографічній, соціальній та трудовій сферах, тому подолання цієї проблеми має стати одним з ключових пріоритетів соціально-економічного розвитку економіки, що стане передумовою ефективності реструктуризації національної економіки у її цифровому форматі та забезпечить інтелектуальним потенціалом інтенсивний вектор розвитку економіки.

По-друге, існування та поширення «кризового мислення» як фактору зростання міграційних настроїв населення України та зниження продуктивності праці може стати причиною консервації важкої економічної

ситуації та стримування соціально-економічного розвитку України.

По-третє, важливим напрямом соціально-економічної політики має стати політика щодо створення умов для підвищення мотиваційного потенціалу трудової мобільності та трудової продуктивної активності національних людських ресурсів. Для вирішення цих проблем потрібний комплексний підхід, за якого враховуються інформаційний, соціально-економічний та правовий напрями як єдиний механізм підвищення рівня національної економіки.

По-четверте, реалізація цієї політики має бути спрямована на використання не соціального підходу, який передбачає державне гарантування кожному члену суспільства наявності доходів не нижче прожиткового мінімуму, а перш за все ринкового, який передбачає створення умов для розвитку своїх продуктивних здібностей та їх ефективної реалізації, а саме тих, що спрямовані на макроекономічну стабілізацію та оздоровлення економіки (створення робочих місць, розширення іноземного інвестування, створення належних умов праці та її справедлива оплата, соціальний захист на рівні не гіршому, ніж в інших країнах).

По-п'яте, необхідно унормувати новий формат соціально-трудових відносин (зокрема, щодо обліку робочого часу, оплати праці, оподаткування доходів) перш за все в разі дистанційної зайнятості, роботи фрілансером, у «віртуальному» робочому місці шляхом внесення відповідних змін до законів та нормативно-правових актів, що регулюють соціально-трудову сферу.

Звичайно, наведений перелік проблем забезпечення інноваційності праці, формування та розвитку трудової мобільності не є завершеним, адже насправді він є значно ширшим. Крім того, здійснене дослідження не вичерпує всіх аспектів цих проблем. Ці та інші проблеми ринку робочої сили мають бути предметом дискусій та подальшого наукового дослідження.

Список використаних джерел:

1. Колот А., Кравчук О. Людина і нова економіка: діалектика розвитку. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2015. № 1 (9). С. 8–29.
2. Шваб К. Четвертая промышленная революция / пер. с англ. Москва : Э, 2016. 208 с.
3. Цифрова адженда України – 2020 (Цифровий порядок денний – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. Київ : Хай-тек офіс Україна, 2016. 90 с. URL: https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee-3c3922.pdf (дата звернення: 19.08.2019).
4. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядження КМУ від 17 січня 2018 року № 67-р. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80 (дата звернення: 19.08.2019).
5. Ханін І., Поляков М., Білозубенко В. Про співвідношення концепцій економіки знань і цифрової економіки у формуванні нової парадигми розвитку світового господарства. *Проблеми економіки*. 2018. № 2. С. 38–43.
6. Поляков М. Економіка знань: сутність, детермінанти, глобальний ландшафт : монографія. Дніпро : Нова ідеологія, 2018. 688 с.
7. Краус Н., Голобородько О., Краус К. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf (дата звернення: 25.08.2019).
8. Білик О. Основні напрями збереження і розвитку національного людського капіталу за рахунок активізації трудової мобільності. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 1. С. 43–46.
9. Личковська М. Сутність та тенденції формування трудової мобільності: національні проблеми. *Економіка та суспільство*. 2018. № 18. С. 667–673. URL: www.economyandsociety.in.ua (дата звернення: 25.08.2019).
10. Пріма Р. Професійна мобільність фахівця як наукова проблема. URL: https://www.sportpedagogy.org.ua/html/journal/2008-01/08prmssp.pdf (дата звернення: 20.08.2019).
11. Сушенцева Л. Формування професійної мобільності майбутніх кваліфікованих робітників у професійно-технічних навчальних закладах: теорія і практика : монографія / за ред. Н. Ничкало. Кривий Ріг, 2011. 439 с.
12. Гордон Л. Четыре рода бедности в современной России. *Социологический журнал*. 1994. № 4. С. 23–34.

References:

1. Kolot A., Kravchuk O. (2015) Lyudyna i nova ekonomika: dialektyka rozvytku [Man and the new economy: the dialectic of development]. *Sotsial'no-trudovi vidnosyny: teoriya ta praktyka*, no. 1(9). pp. 8–29.
2. Shvab K. (2016) *Chetvertaia promishlennaia revoliutsyia* / perevod s anlyiskoho [Fourth Industrial Revolution / translation from English]. Moskva : E. 208 p. (in Russian).
3. High-Tech Office Ukraine (2016), Digital Adzhda of Ukraine – 2020. Conceptual foundations. Priority areas, initiatives, projects of digitalization" of Ukraine by 2020, available at: https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf (accessed: 19.08.2019).
4. Cabinet of Ministers of Ukraine (2018), "About the conceptualization of the development of the digital economy for Ukraine and Ukraine for 2018–2020 and the hardening of the plan for entry into the project", available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80 (accessed: 19.08.2019).
5. Khanin I., Polyakov M., Bilozubenko V. (2018) Pro spivvidnoshennia kontseptsii ekonomiky znan i tsyfrovoi ekonomiky u formuvanni novoi paradyhmy rozvytku svitovoho hospodarstva [On the Relationship between the Concepts of the Knowledge Economy and the Digital Economy in the Formation of a New Paradigm for the Development of the World Economy]. *Problemy ekonomiky*, no. 2, pp. 38–43.
6. Poljakov M. (2018) *Ekonomika znanj: sutnistj, determinanty, ghlobaljnyj landshaft : monoghrafija* [Economics of knowledge: essence, determinants, global landscape : monograph]. Dnipro : Nova ideologhija. 688 p. (in Ukrainian).
7. Kraus N., Holoborodko O., Kraus K. (2018) "Tsyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy avanhardnoho kharakteru rozvytku" [Digital economy: trends and prospects for the avant-garde character of development]. *Efektyvna ekonomika*. 2018. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf (accessed: 25.08.2019).
8. Bilyk O. (2009) Osnovni napriamy zberezhennia i rozvytku natsionalnoho liudskoho kapitalu za rakhunok aktyvizatsii trudovoi mobilnosti. [Basic directions of maintenance and development of national human capital are due to activation of labour mobility]. *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 1, pp. 43–46.

9. Lychkovska M. (2018) Sutnist ta tendentsii formuvannia trudovoi mobilnosti: natsionalni problemy [Essence and tendencies of forming of labour mobility: national problems]. [Elektronnyi resurs] *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 18, pp. 667–673. Available at: www.economyandsociety.in.ua (accessed: 25.08.2019).
10. Prima R. Profesiina mobilnist fakhivtsia yak naukova problema [Professional mobility of specialist as scientific problem] [Elektronnyi resurs]. Available at: https://www.sportpedagogy.org.ua/html/journal/2008-01/08prmssp.pdf (accessed: 20.08.2019).
11. Sushentseva L. (2011) *Formuvannia profesiinoi mobilnosti maibutnikh kvalifikovanykh robitnykiv u profesiino-tekhnichnykh navchalnykh zakladakh: teoriia i praktyka : monohrafiia* [Formation of professional mobility of future skilled workers in vocational education institutions: theory and practice : monograph]. Kryvyi Rih, 439 p. (in Ukrainian).
12. Hordon L. (1994) Chetyre roda bednosty v sovremennoi Rossyy. [Four sorts of poverty are in modern Russia]. *Sotsyolohycheskyi zhurnal*, no. 4. pp. 23–34 (in Russian).

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ТРУДА И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье обобщены существующие взгляды на специфику цифровизации экономики, ее направленность. Выделены ключевые составляющие процесса цифровизации экономики, определены те из них, которые имеют наибольшее влияние на социально-трудовую сферу. Охарактеризован инновационный труд персонала и его профессиональная мобильность как главный стратегический ресурс новой экономики. Предложено рассмотрение инновационности труда как одной из форм профессиональной мобильности. Рассмотрены, проанализированы объективные и субъективные аспекты трудовой мобильности, а также основные факторы влияния на них. Охарактеризованы три модели стратегии адаптации работников к кризису. Определены традиционные и инновационные формы этих моделей. Раскрыт специфический характер этих стратегий и форм в условиях формирования «кризисного мышления» работающих граждан в современной Украине как основы распространения миграционного настроения всех слоев населения. По результатам исследования предложено принятие экономических мер, направленных на создание предпосылок для преодоления кризисного мышления и повышения трудовой активности работников в новой экономике.

Ключевые слова: экономика знаний, цифровая экономика, инновационный труд, профессиональная мобильность, креативность, кризисное мышление.

DIGITALIZATION OF THE ECONOMY: NEW OPPORTUNITIES AND PROBLEMS OF INCREASING INNOVATIVE JOBS AND PROFESSIONAL MOBILITY

Summary. The article summarizes the existing views on the specifics of the digitalization of the economy, its orientation. The key components of the process of digitization of the economy are identified and those that have the greatest impact on the social and labor sphere are identified. It was stated that “digitalization” should be considered as a tool, not as an end in itself, since it only creates the conditions for improving the efficiency, effectiveness and quality of economic and personal activity. Labor is the main strategic resource of the new economy. And it is not just work that is based on the use of IT technologies, but above all innovative work of staff and its mobility. It is argued that the essential components of innovative work are creativity and creativity, and the realization of these components is possible only in a certain environment where such important factors as knowledge, desire and ability to apply it and the need for it are linked. It is emphasized that these factors link work innovation with the professional mobility of workers. It is proposed to consider labor innovation as a form of professional mobility, as a transition from the routine nature of work to creative, creative. Based on the analysis of theoretical and methodological approaches, a generalized substantive filling of the concepts of “innovative work” and “professional mobility” in the context of the components that form them. It is proved that the problems of increasing the innovativeness of labor and occupational mobility in Ukraine, compared with other countries, have their own specificity. First of all, it is related to the formation of “crisis thinking”. It is noted that the problem of “crisis thinking” can cause conservation of difficult economic situation and impediment of socio-economic development of Ukraine. Therefore, overcoming this problem should become one of the key priorities of socio-economic development of the economy, which will become a prerequisite for the effective restructuring of the national economy in its digital format. According to the research, the proposed economic measures are aimed at creating the preconditions for overcoming the crisis thinking and increasing the labor activity of workers in the new economy.

Key words: knowledge economy, digital economy, innovative work, occupational mobility, creativity, crisis thinking.

УДК 338.22.01
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-19

Лукашова Л. В.
кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри менеджменту
Київського національного торговельно-економічного університету

Lukashova Liudmyla
PhD, Associate Professor,
Doctoral student of the department of management
Kyiv National University of Trade and Economics

ТЕОРІЇ ТА МОДЕЛІ ФАСИЛІТАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. У статті розглянуто основні теорії, на яких ґрунтується теорія фасилітації підприємницької діяльності, а саме теорії обмежень, ящика, шести сигм та майстерного мислення. Зазначені теорії обумовили появу сучасних моделей фасилітації, а саме моделі фасилітації зростання, моделі Дрекслера-Сібета, моделі фасилітації «п'ять пальців», групи моделей фасилітації співпраці, моделі фасилітації Кайзера, динамічної моделі фасилітації. Дослідження та систематизація моделей фасилітації виявили низку обмежень щодо їх практичного застосування. Основним обмеженням автор вважає сферу застосування моделі. Неможливість використання базових моделей фасилітації щодо суб'єктів підприємництва обумовила розроблення та обґрунтування авторської моделі. Модель орієнтована на суб'єктів малого підприємництва як на найбільш масовий та значущий прошарок суб'єктів підприємницької діяльності.

Ключові слова: фасилітація, теорії фасилітації, моделі фасилітації, підприємницька діяльність, мале підприємництво, суб'єкти малого підприємництва, модель фасилітації малого підприємництва.

Вступ та постановка проблеми. Сучасний стан національної економіки, тенденції розвитку підприємництва, зокрема малого підприємництва, в Україні обумовлюють необхідність поглиблення теоретико-методологічних підходів до фасилітації підприємницької діяльності, їх адаптацію відповідно до умов господарювання та потреб суб'єктів підприємництва. З огляду на особливість структури національних суб'єктів підприємницької діяльності, а саме приналежність близько 99% до суб'єктів малого підприємництва, доцільним вбачається розроблення моделі фасилітації малого підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток теорії фасилітації підприємницької діяльності зробили такі провідні вчені, як Е. Голдратт, Дж. Лорей, Р. Керолл, М. Гербер, П. Келлер, П. Друкер. Авторами сучасних моделей фасилітації є С. Зуйбек, Д. Сібет, А. Дрекслер, А. Кайзер, С. Гейз. Однак, незважаючи на значний науковий доробок у теорії фасилітації, застосування базових теорій та моделей фасилітації до національних суб'єктів підприємництва є неможливим внаслідок особливостей об'єкта фасилітації та специфіки процесу фасилітації в економічній сфері. Вищевикладене обумовлює необхідність критичного переосмислення та адаптації наявних теорій, а також розроблення моделі фасилітації національного підприємництва, зокрема малого підприємництва.

Метою статті є систематизація теорій та моделей фасилітації, адаптація їх застосування щодо суб'єктів підприємництва, розроблення моделі фасилітації малого підприємництва.

Результати дослідження. Вивчення вітчизняного та закордонного досвіду фасилітації дало змогу сформувати авторське бачення фасилітації, а також виділити та ідентифікувати різновиди фасилітації за сферою застосування. Автор розглядає фасилітацію як процес, зазначаючи, що, відповідно до сфери застосування, вона охоплює бізнес-фасилітацію (фасилітацію в економічній сфері), соціальну, управлінську, психологічну, зокрема екофасилітацію, медичну, правову, спортивну, педагогічну та графічну. Фасилітація підприємницької діяльності (бізнес-фасилітація) визначається автором як процес сприяння розвитку підприємництва шляхом надання суб'єктам господарювання фінансової, інформаційно-консультаційної підтримки, стимулювання інновацій та мінімізації господарських ризиків.

Теорія фасилітації підприємницької діяльності ґрунтується на низці альтернативних теорій, зокрема теорії обмежень ("The Theory of Constraints"), теорії ящика ("Box Theory"), теорії шести сигм ("Six Sigma"), теорії майстерного мислення ("Lean Thinking"). Зазначені альтернативні теорії спрямовані на створення бізнес-культури, яка продукує високу цінність для стейкхолдерів, споживачів та працівників.

На думку автора, кожен суб'єкт підприємницької діяльності, зокрема суб'єкт малого підприємництва, незалежно від виду та специфіки господарської діяльності має бути знайомий із принципами теорії обмежень. Ця методологія ґрунтується на такому твердженні: кожна реальна система, наприклад бізнес, повинна мати принаймні одне обмеження. Якщо це не так, то система може виробляти необмежену кількість того, до чого прагне, у разі бізнесу – прибутку [1]. Іншими словами, кожен бізнес або система має щось, що перешкоджає йому досягти свого максимального потенціалу. Це та слабкість, що обмежує продуктивність. Відповідно, це обмеження визначає максимальну потужність усієї системи. «Вузьким місцем» є будь-який крок, пропускна спроможність якого є меншою за попит на нього або дорівнює йому. Поліпшити результат або пропускну спроможність можна шляхом підвищення продуктивності найвужчого місця в ланцюгу. Підвищення пропускної спроможності на інших стадіях не приведе до підвищення вихідних параметрів системи. Обмеженням, або «вузьким місцем», може бути низький споживацький попит, уповільнений процес продажу продукції, обмеження обладнання та виробничих потужностей, погано розроблені бізнес-системи, недостатня кількість працівників або незадовільний рівень їх підготовки.

Теорія обмежень для малого підприємництва наголошує на тому, що кожна бізнес-система незалежно від галузі

має принаймні один обмежуючий фактор, що впливає на продуктивність. Вона передбачає наявність процесів, які допомагають бізнесу визначити та усунути найважливішу перешкоду («вузьке місце») шляхом реструктуризації процесів та процедур. Доцільно зауважити, що раніше теорія обмежень застосовувалася переважно в переробній промисловості, проте зараз її використання є слушним незалежно від сфери господарської діяльності.

Необхідним є виділення достатньої кількості часу задля оцінювання дієвості впроваджених рішень до переходу до іншого обмеження. Період оцінювання змінюється залежно від ухваленого рішення. Якщо за результатами оцінювання рішення є неефективним і таким, що негативно впливає на загальну якість обслуговування, слід повернутися назад та проаналізувати альтернативні рішення. Якщо рішення виявилося ефективним та сприяло розв'язанню задачі, процес розпочинається знову, але вже з використанням іншого обмеження [2].

Теорію обмежень можна представити у вигляді п'яти основних кроків [3]:

– визначення обмежень системи;

– максимізація ефективності обмежень;

– підпорядкування обмеженням усіх завдань та процесів;

– підвищення обмежень;

– пошук альтернатив для зміни статусу завдання з обмеження до необмеження;

– пошук нових обмежень.

Обмеженням, що найчастіше зустрічається у суб'єктів малого підприємництва, є недостатній обсяг продажів, їх невідповідність цільовим параметрам.

Доцільно зважати не лише на усунення «вузького місця» в конкретному процесі, але й на вдосконалення будь-якої системи в послідовності систем, яка обмежує господарську діяльність суб'єкта підприємництва загалом. Всі основні системи та бізнес-процеси повинні працювати синхронно для досягнення найвищої ефективності та пропускної спроможності. Максимальне зниження бар'єрів або обмежень сприяє максимізації потенціалу.

Теорію обмежень інколи представляють у вигляді схеми:

Продуктивність = Максимальний потенціал –
– Обмеження.

Хоча економічна ефективність та скорочення витрат є надзвичайно важливими, найкращим показником удосконалення господарської діяльності є підвищення пропускної спроможності системи, що супроводжується більш високими доходами та прибутками.

Теорія ящика керується переконливим принципом, який японці називають "kaizen", що передбачає постійне систематичне поступове поліпшення в роботі. Теорія ящика інтегрує складні та дорогі методи управління бізнес-процесами у прості, інтуїтивно зрозумілі та дешеві рішення для суб'єктів малого підприємництва. Застосування цієї теорії дає змогу подвоїти прибуток за рахунок високопродуктивних систем і процесів [4].

Теорія ящика дає змогу розглядати будь-яку організацію через призму операційних деталей, виявляти головну причину проблем та приймати чіткі управлінські рішення. Теорія ґрунтується на принципах, що походять з природного середовища. Мета теорії ящика для малого підприємництва полягає в тому, щоби допомогти власникам значно підвищити клієнтську лояльність, прибутковість та обсяги господарської діяльності за рахунок підвищення продуктивності життєво важливих бізнес-систем і процесів. Ефективні системи та процеси здатні зробити послуги та продукти кращими та дешевшими.

Велика кількість суб'єктів малого підприємництва мають рудиментарні системи, які створюються безсистемно та змінюються відповідно до зміни персоналу. Ці низькопробні системи не є задокументованими, вимірними й такими, що постійно вдосконалюються. У теорії ящика деталізовані процедури, стандарти продуктивності та звітність замінюють узагальнені рішення, операції, які здійснюються на розсуд працівників, а також все інше, що може бути ідентифіковане як випадкове.

М. Гербер зазначає, що необхідно організовувати бізнес-функції, а не людей, створювати системи в межах кожної бізнес-функції [5]. Він пропагує надання системам змоги керувати бізнесом, а людям – системами внаслідок того, що люди змінні, а системи постійні.

Створення ефективних бізнес-систем є водночас мистецтвом і наукою, що вимагає творчості та інновацій, а також логіки, організації та дисципліни. Гарні системи окупають себе безліч разів.

Суб'єктам малого підприємництва не варто розглядати вдосконалення процесів як виняткову сферу великих компаній. Реальну цінність підприємницької діяльності відображає зрілість його бізнес-систем, їх здатність послідовно виробляти бажані результати.

Теорія ящику побудована відповідно до систем навколишнього світу, зокрема сонячних систем, екосистем, погодних систем, системи людського тіла. З часом людина починає неухильно слідувати моделі системи задля вирішення проблем та переходу до нових висот.

Теорія ящику є методологією та програмним забезпеченням, що розподіляє бізнес-функції на керовані системи та підсистеми, «коробки» процедурної схеми. У теорії ящику системні та підсистемні «коробки» складають основу всієї ділової активності. Ці «коробки» каскадують вниз по організаційній діаграмі зі все більшою специфікою та деталізацією. Методологія розглядає відходи як неефективні «коробки». Це може бути бізнес-система, підсистема або етап певного процесу, який є «вузьким місцем», не додає цінності з точки зору споживачів або характеризується надмірними дефектами, затримками, відхиленнями від чинних стандартів.

Виділення пріоритетів у сукупності з фокусуванням забезпечує швидкий результат. Є лише два способи отримання кращих результатів від будь-якої бізнес-системи: удосконалити процедуру або поліпшити складові частини, що використовуються під час процедури, зокрема персонал. Задля поліпшення індивідуальної системи або процесу теорія ящику зосереджується на шести найважливіших галузях, таких як процеси (якісно розроблені ефективні та рівномірні системи, що використовують стандартизовані процедури, прагнуть усунути час простою, помилки, непотрібні рухи, «вузькі місця» тощо) компоненти (система повинна мати всі необхідні компоненти для успішного функціонування, такі як контрольні списки, форми, звіти, обладнання, програмне забезпечення, матеріали, інструменти та інші ресурси), люди (люди є найважливішим та найдорожчим компонентом системи, який потребує його розташування відповідно до робіт з урахуванням рівня підготовки, прав та відповідальності), якість (мінімальна кількість помилок, відходів та переробок задля зниження витрат, бездефектність продуктів або послуг, які відповідають вимогам та очікуванням замовника або перевищують їх), швидкість (стислі терміни виконання та висока пропускна здатність, більш висока продуктивність праці та задоволення роботою, зниження витрат) і вимірювання (Пітер Друкер говорить,

що «ви не можете керувати тим, що не можете виміряти» [6]; відбувається зворотній зв'язок на фоні постійного вимірювання).

Теорія ящику фокусується на таких діях і процедурах:

1) перевершення очікувань клієнтів, швидке вирішення проблем;

2) надійне, якісне, швидке й послідовне перетворення споживачів на затятих фанів;

3) розроблення чітких посадових інструкцій та конкретизація очікувань працівників;

4) зменшення нагляду та контролю за працівниками, мінімізація залежності від тимчасових співробітників;

5) забезпечення високого рівня задоволення від роботи, зниження плинності кадрів;

6) підвищення продуктивності, якості та безпеки;

7) зниження витрат;

8) збільшення грошового потоку та прибутку;

9) створення довгострокової цінності бізнесу.

Теорія ящику – це практичне застосування знань, принципів, стратегій, досвіду до розроблення високопродуктивних бізнес-систем і створення виняткових організацій. Ця система зорієнтована на започаткування, зростання, фіксацію або франшизу будь-якого бізнесу.

Існує програмне забезпечення "Box Theory Gold", яке є революційно новим інструментом, розробленим спеціально для суб'єктів малого та середнього підприємництва, а також розширює навички системного мислення й розвитку бізнесу, використовуючи потужні методи вдосконалення процесів.

Ще однією теорією, на якій базується теорія фасилітації малого підприємництва, є *теорія* шести сигм [7]. Ця методологія, що використовується багатьма великими компаніями для підвищення якості бізнес-систем і процесів, нині є недооціненою суб'єктами малого підприємництва. Методологія дає змогу вдосконалювати виробництво та усувати дефекти. Трьома основними поняттями, які відображають сутність теорії шести сигм, є якість (прийнятний рівень в межах затвердженого діапазону специфікацій або очікувань замовника), стандарти якості (основні вимоги щодо якості, які визначаються замовником) та варіація (відхилення від специфікацій або очікувань замовника). Вихідна якість вважається ідеальною, якщо вона перебуває між нижньою та верхньою заданими межами. Відповідно до теорії шести сигм стандарти якості або задовольняються, або ні. Проміжне положення відсутнє. Суб'єкт малого підприємництва повинен усвідомлювати бажання споживача (відповідає параметрам критичної якості) та прийнятні зміни, зокрема споживацьку толерантність до помилок. Сигма, яка виражається літерою "Z", означає кількість варіацій в процесі, набір даних або будь-що, що можна виміряти.

Існує значна кількість варіацій методології шести сигм (табл. 1).

Основними варіаціями методології серед вищенаведеного переліку вважаються DMAIC та DMADV.

Методологія шести сигм є фактично методологією вдосконалення підприємницької діяльності, спрямованою на трансформацію ефективності за рахунок підвищення якості, скорочення витрат і створення нових можливостей. Запровадження методології шести сигм суб'єктами малого підприємництва дасть змогу останнім підвищити рівень задоволення споживачів; досягти значної економії витрат; підвищити кількість бізнес-процесів, пов'язаних з продуктивністю; генерувати нові ринки; генерувати більш високий рівень доходів та прибутків; організувати та досягати стійкого помітного покращення господарської діяльності.

Статистика досліджень щодо впровадження методології шести сигм свідчить про можливість збільшення за її рахунок дохідності на 5–15%, продуктивності на 15–90%, пропускної спроможності, зокрема продуктивності обладнання, на 20–50%; зменшення витрат на 25–40%, дефектів на 25–50%, часу циклу на 40–60%, виробничих площ на 30–50% [22].

Нині на вітчизняному ринку методологія знайшла своє застосування на виробництві, в роздрібній торгівлі, державному секторі економіки, освіті, армії, комунальній сфері, ресторанному господарстві, під час надання окремих видів послуг. Проте більшість суб'єктів підприємництва, які застосовують цю методологію, належать до суб'єктів середнього та великого підприємництва.

Ще однією методологією, яку доцільно використовувати суб'єктам малого підприємництва, є *Lean Thinking*. Методологія гарно себе зарекомендувала у світовій практиці. Зокрема, "Toyota Motor Company", яку вважають першою компанією, що застосувала у своїй діяльності *Lean Thinking*, є однією з найуспішніших та найбільш прибуткових у світі. Ця методологія розвивалася протягом поколінь та була скерована на досягнення постійно зростаючої цінності для споживачів. Це одночасно є філософією та стратегією вдосконалення бізнесу. Основні принципи методології *Lean Thinking* можуть бути застосовані до широкого спектру бізнес-процесів [23].

Автор вважає, що наведені вище методології стали базисом для теорії фасилітації та обумовили появу сучасних моделей фасилітації, які відрізняються перш за все сферою застосування та варіативністю використаних наукових підходів (табл. 2).

Слід зауважити, що не всі моделі фасилітації можуть бути застосовані в економічній сфері щодо суб'єктів підприємництва, зокрема суб'єктів малого підприємництва. Деякі з вищенаведених моделей застосовуються в інших сферах життєдіяльності, зокрема динамічна модель фасилітації може бути використана лише у сфері психології та педагогіки.

Неможливість застосування однієї з вищенаведених базових моделей фасилітації щодо малого підприємництва обумовлює необхідність розроблення моделі, яка б враховувала особливості об'єкта фасилітації та специфіку процесу фасилітації в економічній сфері. Автором розроблено модель фасилітації малого підприємництва з урахуванням зазначених особливостей та обмежень (рис. 1).

Ключовими елементами моделі фасилітації, на думку автора, є об'єкт фасилітації, яким є мале підприємництво, представлене суб'єктами малого та мікропідприємництва; суб'єкти фасилітації (фасилітатори), якими є держава, недержавні інституції (громадські організації, міжнародні фонди та організації тощо), що є елементами інфраструктури малого підприємництва та продукують інституційні обмеження розвитку суб'єктів малого підприємництва, регулюють та регламентують їх господарську діяльність. Відправною точкою для розроблення напрямів фасилітації малого підприємництва є стан об'єкта фасилітації з урахуванням основних тенденцій в динаміці, який обумовлений впливом факторів зовнішнього середовища, зокрема економічних, правових, фінансових, ресурсних, соціальних, психологічних, організаційних, а також переліком та ступенем впливу наявних підприємницьких ризиків.

Удосконалення процесу фасилітації доцільно проводити з урахуванням наявних методичних підходів до розвитку малого підприємництва. Розроблення стратегії фасилітації розвитку малого підприємництва є квінтесенцією вдосконалення процесу фасилітації та має базуватися на результатах оцінювання ступеня ризику від провадження господарської діяльності суб'єктами малого

Таблиця 1

Варіації методології шести сигм

№	Методологія	Основні стадії методології	Прихильники та компанії, що пропагують і застосовують методологію на практиці
1	CDOC	Концептуалізація, проектування, оптимізація, контроль (Conceptualize, Design, Optimize, Control).	"SBTI" (The Science Based Targets initiative) об'єднує 563 компанії [8].
2	DCCDI	Визначення, клієнтська концепція, проектування, імплементація (Define, Customer Concept, Design and Implement).	"BPM" (провідним аналітиком є Джеф Теннант).
3	DCDOV	Визначення, концепція, проектування, оптимізація, перевірка (Define, Concept, Design, Optimize, Verify).	"Uniworld" (компанія спеціалізується на річкових круїзах) [9].
4	D-IDOV-M	Визначення, ідентифікація, проектування, оптимізація, перевірка, моніторинг (Define, Identify, Design, Optimize, Verify, Monitor).	"World Scientific Publishing Company" [10].
5	DMADOV	Визначення, виміри, аналізування, проектування, оптимізація та перевірка (Define, Measure, Analyze, Design, Optimize and Verify).	"General Electric" [11].
6	DMAIIC	Визначення, вимірювання, аналізування, покращення, імплементація, контролювання (Define, Measure, Analyze, Improve, Implement, Control).	"Cintas Corporation" (спеціалізацією є перелік продукції, необхідний для функціонування будь-якого суб'єкта підприємництва (уніформа, вогнегасники, туалетні приналежності, рекламна продукція тощо)) [12].
7	DMAIC [13]	Визначення, вимірювання, аналізування, покращення, контролювання (Define, Measure, Analyze, Improve, Control).	"Motorola" (спеціалізацією є виробництво телекомунікаційного обладнання) [14].
8	DMAICR	Визначення, вимірювання, аналізування, покращення, контролювання, впровадження (Define, Measure, Analyze, Improve, Control, Realize).	"Ford Motor Co" [15]
9	DMADV	Визначення, вимірювання, аналізування, дизайн, перевірка (Define, Measure, Analyze, Design, Verify).	"Dr Aminu's" (спеціалізацією є охорона здоров'я) [16].
10	DMEDI	Визначення, вимірювання, дослідження, розроблення, впровадження (Define, Measure, Explore, Develop and Implement).	"Pricewaterhouse Coopers" (міжнародна мережа, що пропонує послуги консалтингу та аудиту) [17].
11	IDOV [18]	Ідентифікація, проектування, оптимізація, затвердження (Identify, Design, Optimize and Validate).	"Sandia National Laboratories" (спеціалізацією є розроблення передових технологій задля забезпечення миру) [19].
12	I2DOV	Винаходи, інновації, розроблення, оптимізація, затвердження (Invent, Innovate, Develop, Optimize, Validate).	
13	MEDIC	Розроблення карт та вимірювання, дослідження та оцінювання, визначення та опис, імплементація та покращення, контролювання та підтвердження (Map & Measure, Explore & Evaluate, Define & Describe, Implement & Improve, Control & Conform).	"Philips" (спеціалізацією є охорона здоров'я, освітлення, виготовлення споживчих товарів) [20].
14	VCPCIA	Візуалізація, визначення, виділення пріоритетів, характеристика, покращення, успішне виконання (Visualize, Commit, Prioritize, Characterize, Improve, Achieve).	"Raytheon" (спеціалізацією є технології та інновації в галузях оборони, цивільного захисту та кібербезпеки) [21].

Джерело: розроблено автором

підприємництва. Завершальним етапом цієї моделі є оцінювання параметрів малого підприємництва та його загального стану порівняно з вихідними параметрами, а також шляхом розрахунку індикаторів оцінювання фасилітації щодо ефективності вжиття фасилітаційних заходів. Процес фасилітації малого підприємництва, представлений у вигляді моделі, є циклічним та має повторюватися в разі найменшого коливання вихідних параметрів, що характеризують стан малого підприємництва, а також їх відхилення від нормативних значень. Нормативні значення параметрів стану малого підприємництва визначаються емпіричним шляхом та повинні враховувати стратегічні пріоритети розвитку національної економіки.

Висновки. В результаті дослідження автором виділено теорії, які є базисом теорії фасилітації, такі як теорія обмежень, теорія ящика, теорія шести сигм та теорія майстерного мислення. Вищезазначені теорії обумовили появу сучасних моделей фасилітації, серед яких можна виділити модель фасилітації зростання, модель Дрекслера-Сібета, модель фасилітації «п'ять пальців», групу моделей фасилітації співпраці, модель фасилітації Кайзера, динамічну модель фасилітації. Критичний аналіз наявних моделей фасилітації виявив неможливість застосування їх більшості до суб'єктів підприємництва, зокрема до суб'єктів малого підприємництва. Розроблена автором модель фасилітації малого підприємництва враховує особливості об'єкта та суб'єктів фасилітації, а також інституційні обмеження, які вони продукують. Окрема увага приділяється впливу факторів зовнішнього середовища та підприємницьких

Таблиця 2

Характеристика основних моделей фасилітації

№	Найменування моделі	Характеристика моделі
1	Модель фасилітації зростання (The Grove Facilitation Model) [24]	Модель об'єднує набір ключових стратегій, ілюструючи в порядку їх використання сім кластерів стратегій фасилітації, що підтримують роботу із сімома груповими викликами, відображеними в моделі Дрекслера-Сібета (Drexler/Sibbet Team Performance Model). Обидві моделі відображають рефлективний характер процесів, описаний у теорії процесів А. Юнга [25].
2	Модель Дрекслера-Сібета (Drexler/Sibbet Team Performance Model) [24]	Комплексна модель продуктивності роботи команди, яка визначає передбачувані етапи, пов'язані зі створенням та підтримкою команд. Модель демонструє розвиток команди у сім етапів, чотири з яких забезпечують створення команди (орієнтація, вибудовування довіри, роз'яснення мети, зобов'язання), а три – описують зростання рівня стійкої продуктивності (імплементація, досягнення високої продуктивності, оновлення). Може бути використана як основа для підтримки командної культури або інструмент оцінювання команди.
3	Модель фасилітації «П'ять пальців» [26]	В основі моделі лежать навички ефективного фасилітатора, які, на думку автора Стіва Зуйбека, можна перерахувати на пальцях однієї руки. Абсолютною найважливішою навичкою (перший палець) є визначення раціональних та експериментальних результатів. Другий палець відображає навички опитування. Процес фасилітації базується на низці послідовних високоякісних питань, орієнтованих на конкретні результати. Третій палець складають цінності та переконання, які лежать на поверхні. Найбільш вагомою в процесі фасилітації вважається робота щодо зміни поглядів та точки зору. Цьому виду робіт сприяють навички фасилітатора в анкетуванні, проектуванні процесів, вибудовуванні досвіду для окремих осіб і груп. Четвертий палець відповідає за спостереження й гостроту відчуття. Фасилітатори повинні володіти вміннями спостереження та інтерпретувати поведінку окремих осіб та груп, що досягається за рахунок повної присутності фасилітатора у групі. П'ятий палець складають гнучкість налаштувань на конкретному етапі чи місці, тобто можливість коригування процесів, зміни підходів.
4	Моделі фасилітації співпраці [27]	
4.1	Модель коаліції громади	В центрі уваги моделі лежать концентрація колективної влади членів громади й зосередження її на діях. Як правило, коаліції мають керівні принципи членства, операційні процедури, підзаконні акти, структури управління та виборні керівні посади. Співпраця ґрунтується на спільних цілях та баченні.
4.2	Модель практичних громад	Передбачає створення навчальних гільдій, які підтримують розвиток спільних спеціальних знань та компетенцій. Розвиток співпраці зосереджується на поширенні знань, умінь та побудові зв'язків між людьми. Теоретичні положення цієї моделі знайшли відображення в працях Етьєна Венгера [28].
4.3	Модель кооперації	Ґрунтується на концепції розвитку кооперації. Драйверами кооперативів є сім принципів, що стосуються членства, контролю, участі, автономії, навчання, спілкування та соціальної відповідальності. Завдяки спільній власності та спільному управлінню модель кооперації має потенціал для охоплення як навчання, так і дій.
4.4	Модель співіснування громад	На перший погляд модель є дещо абстрактною для підприємництва та неприбуткових організацій. Це концепція власності та управління, відповідно до якої групи індивідуумів сумісно володіють нерухомістю, водночас мають соціальні контакти та індивідуальний простір. Структури управління є рівноправними, спрямованим на вирішення проблем та одностайність у прийнятті рішень.
4.5	Модель промислових кластерів	Промислові кластери – це асоціації суб'єктів підприємництва, які поділяють один і той же простір у певній географічній локації. Сутність моделі полягає у створенні критичної маси пов'язаних технологій, робочої сили та постачальників, об'єднаних між собою відносинами «покупець – продавець» або «рівноправне партнерство». Очікуваний результат передбачає отримання конкурентних переваг від близькості конкурентів, кваліфікованої робочої сили, спеціалізованих постачальників та спільної бази знань про стан галузі. Співпраця збалансовує потреби окремих організацій задля забезпечення мережевого ефекту, за якого загальне є більшим за суму його частин.
5	Модель фасилітації Кайзера [29]	Лінійна модель, орієнтована в часі. Автор підкреслює ключову роль цінностей у процесі фасилітації. Складовими моделі є місія, люди, заохочення, структура, технології, цінності, інформація, лідерство.
6	Динамічна модель фасилітації [30]	Модель, окрім впливу фасилітатора, враховує фасилятивний потенціал середовища, розподіляє сфери фасилітації на формалізовані та неформалізовані.

Джерело: складено автором

ризиків на суб'єктів малого підприємництва. Удосконаленню процесу фасилітації малого підприємництва передує обґрунтування пріоритетних напрямів фасилітації та визначення стратегічних альтернатив в рамках стратегії фасилітації розвитку малого підприємництва. Обов'язковою умовою реалізації цієї моделі є оцінювання фасилітації розвитку малого підприємництва на основі системи індикаторів.

Рис. 1. Модель фасилітації малого підприємництва.

Джерело: розроблено автором

Список використаних джерел:

1. Goldratt E.M. The Goal: A Process of Ongoing Improvement. North River Press; 30th Anniversary Edition edition, 2014. 362 p.
2. Lohrey J. Theory of Constraints in a Service Organization. *Small Business / Chron.com.* URL: http://smallbusiness.chron.com/theory-constraints-service-organization-77337.html (дата звернення: 15.05.2019).
3. Carroll R. The Theory of Constraints for Small Business – Eliminate Bottlenecks! URL: https://www.boxtheorygold.com/blog/bid/59599/The-Theory-of-Constraints-for-Small-Business-Eliminate-Bottlenecks (дата звернення: 17.05.2019).
4. Carroll R. Box Theory for Small Business – Create High-Performance Systems! URL: https://www.boxtheorygold.com/blog/bid/66038/Box-Theory-for-Small-Business-Create-High-Performance-Systems (дата звернення: 05.05.2019).
5. Gerber M. The E-Myth Revisited: Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It. Picnic Time; Updated, Subsequent edition, 1995. 268 p.
6. Drucker P. The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done. Harper Business; Revised edition, 2006. 210 p.
7. Pyzdek T., Keller P. The Six Sigma Handbook. McGraw-Hill Education. (5th ed.), 2018. 720 p.
8. Сайт науково обґрунтованих ініціатив. *Science based targets initiative*. URL: https://sciencebasedtargets.org (дата звернення: 25.08.2019).
9. Сайт компанії "Uniworld". URL: https://www.riverosity-uniworld.com (дата звернення: 25.08.2019).
10. Sung P., Jiju A. Robust Design for Quality engineering and Six Sigma. World Scientific Publishing Company, 2009. 545 p.
11. Сайт компанії "General Electric". URL: https://www.ge.com/sixsigma/makingcustomers.html (дата звернення: 25.08.2019).
12. Сайт компанії "Cintas". URL: https://www.cintas.com/company (дата звернення: 26.08.2019).
13. Pande P.S., Neuman R.P., Gavanagh R.R. The Six Sigma Way: How GE, Motorola, and Other Top Companies Are Honing Their Performance. McGraw-Hill, 2000. 282 p.
14. Сайт компанії "Motorola". URL: https://www.moto.com (дата звернення: 26.08.2019).
15. Rhex A. Edwards The Last Island of Automation. *Mechanical Engineering. 2013.* № 135 (6). P. 42–47.
16. Aminu M., Smith H., Owolabi H., Mgawadere F., Broek N. Improving Quality of Care for Mothers and Babies – Facilitators' Manual. Centre for Maternal and Newborn Health, LSTM, 2016. URL: https://draminu.com/publications (дата звернення: 26.08.2019).
17. Сайт компанії "Pricewaterhouse Coopers". URL: https://www.pwc.com (дата звернення: 28.08.2019).
18. Mahaboob S., Sheriff S. Design for Six Sigma – IDOV Methodology Kindle Edition, 2012. 7 p.

19. Сайт “Sandia National Laboratories”. URL: https://www.sandia.gov (дата звернення: 28.08.2019).
20. Сайт компанії «Філіпс» в Україні. URL: https://www.philips.ua (дата звернення: 29.08.2019).
21. Сайт компанії “Raytheon”. URL: https://www.raytheon.com/ourcompany (дата звернення: 29.08.2019).
22. Сайт журналу “Lean6sigma”. URL: http://www.lean6sigma.org.ua (дата звернення: 29.08.2019).
23. Carroll R. Lean Thinking for Small Business – Add Value! URL: https://www.boxtheorygold.com/blog/bid/62547/Lean-Thinking-for-Small-Business-Add-Value (дата звернення: 15.05.2019).
24. The Grove Consultants International. URL: https://www.grove.com/methodology_groveFacilitationModel.php (дата звернення: 25.05.2019).
25. Saloma J., Young R. Theory of Process 1: Prelude – Search for a Paradigm. Anodos Foundation. 38 p.
26. Zuieback S. Five Finger Model of Facilitation. Posted Tuesday, January 15, 2013. URL: https://www.stevezuieback.com/blog/five-finger-model-of-facilitation (дата звернення: 22.05.2019).
27. Сайт “Facilitation & Process, LLC”. URL: http://facilitationprocess.com/facilitating-collaboration-five-potential-models (дата звернення: 25.05.2019).
28. *Wenger E.* Communities of practice: A brief introduction, 2012. URL: https://wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice (дата звернення: 05.06.2019).
29. Kiser A.G. Masterful facilitation: Becoming a Catalyst for Meaningful Change. New York : Amacom, 1998. 224 p.
30. Ghais S. Extreme facilitation: Guiding groups through controversy and complexity. San Francisco : Jossey-Bass, 2005. 304 p.

References:

1. Goldratt E.M. (2014). *The Goal: A Process of Ongoing Improvement.* North River Press; 30th Anniversary Edition edition, 2014. 362 p. (in English).
2. Lohrey J. *Theory of Constraints in a Service Organization. Small Business – Chron.com.* Available at: http://smallbusiness.chron.com/theory-constraints-service-organization-77337.html (accessed: 15.05.2019).
3. Carroll R. *The Theory of Constraints for Small Business – Eliminate Bottlenecks!* Available at: https://www.boxtheorygold.com/blog/bid/59599/The-Theory-of-Constraints-for-Small-Business-Eliminate-Bottlenecks (accessed: 17.05.2019).
4. Carroll R. *Box Theory for Small Business – Create High-Performance Systems!* Available at: https://www.boxtheorygold.com/blog/bid/66038/Box-Theory-for-Small-Business-Create-High-Performance-Systems (accessed: 05.05.2019).
5. Gerber M. (1995). *The E-Myth Revisited: Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It.* Picnic Time; Updated, Subsequent edition. 268 p. (in English).
6. Drucker P. (2006). *The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done.* Harper Business; Revised edition. 210 p. (in English).
7. Pyzdek T., Keller P. (2018). *The Six Sigma Handbook.* McGraw-Hill Education (5th ed.). 720 p. (in English).
8. *Sait naukovo obgruntovanykh iniciatyv.* [Site Science based targets initiative]. Available at: https://sciencebasedtargets.org (accessed: 25.08.2019).
9. *Sait kompanii Uniworld.* [Site of Uniworld]. Available at: https://www.riverosity-uniworld.com (accessed: 25.08.2019).
10. Sung P., Jiju A. Robust Design for Quality engineering and Six Sigma. World Scientific Publishing Company, 2009. 545 p.
11. *Sait kompanii General Electric.* [Site of General Electric]. Available at: https://www.ge.com/sixsigma/makingcustomers.html (accessed: 25.08.2019).
12. *Sait kompanii Cintas.* [Site of Cintas]. Available at: https://www.cintas.com/company (accessed: 26.08.2019).
13. Pande P.S., Neuman R.P., Gavanagh R.R. (2000). *The Six Sigma Way: How GE, Motorola, and Other Top Companies Are Honing Their Performance.* McGraw-Hill. 282 p.
14. *Sait kompanii Motorola.* [Site of Motorola.] Available at: https://www.moto.com (accessed: 26.08.2019).
15. Edwards R. (2013). *The Last Island of Automation. Mechanical Engineering* 135 (6). P. 42–47.
16. Aminu M., Smith H., Owolabi H., Mgawadere F., Broek N. (2016). *Improving Quality of Care for Mothers and Babis*, Facilitators' Manual Centre for Maternal and Newborn Health, LSTM. Available at: https://draminu.com/publications (accessed: 26.08.2019).
17. *Sait kompanii Price water house Coopers.* [Site of Price water house Coopers]. Available at: https://www.pwc.com (accessed: 28.08.2019).
18. Mahaboob S., Sheriff S. (2012). *Design for Six Sigma – IDOV Methodology*, Kindle Edition. 7 p.
19. *Sait Sandia National Laboratories.* [Site of Sandia National Laboratories]. Available at: https://www.sandia.gov (accessed: 28.08.2019).
20. *Sait kompanii Filipc v Ukraini* [Site of Filips in Ukraine]. Available at: https://www.philips.ua (accessed: 29.08.2019).
21. *Sait kompanii Raytheon* [Site of Raytheon]. Available at: https://www.raytheon.com/ourcompany (accessed: 29.08.2019).
22. *Sait zhurnalu Lean6sigma* [Site of Lean6sigma]. Available at: http://www.lean6sigma.org.ua (accessed: 29.08.2019).
23. Carroll R. *Lean Thinking for Small Business – Add Value!* Available at: https://www.boxtheorygold.com/blog/bid/62547/Lean-Thinking-for-Small-Business-Add-Value (accessed: 15.05.2019).
24. *Sait The Grove Consultants International* [Site The Grove Consultants International]. Available at: https://www.grove.com/methodology_groveFacilitationModel.php (accessed: 25.05.2019).
25. Saloma J., Young R. (2012). *Theory of Process 1: Prelude – Search for a Paradigm.* Anodos Foundation. 38 p.
26. Zuieback S. *Five Finger Model of Facilitation.* Posted Tuesday, January 15, 2013. Available at: https://www.stevezuieback.com/blog/five-finger-model-of-facilitation (accessed: 22.05.2019).
27. *Sait Facilitation & Process* [Site Facilitation & Process] LLC. Available at: http://facilitationprocess.com/facilitating-collaboration-five-potential-models (accessed: 25.05.2019).
28. *Wenger E. Communities of practice: A brief introduction*, 2012. Available at: https://wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice (accessed: 05.06.2019).
29. Kiser A.G. (1998). *Masterful facilitation: Becoming a Catalyst for Meaningful Change* / A. Glenn Kiser. – New York : Amacom. 224 p.
30. Ghais S. (2005). *Extreme facilitation: Guiding groups through controversy and complexity*. San Francisco : Jossey-Bass. 304 p.

ТЕОРИИ И МОДЕЛИ ФАСИЛИТАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассмотрены основные теории, на которых базируется теория фасилитации предпринимательской деятельности, а именно теории ограничений, ящика, шести сигм и искусного мышления. Указанные теории обусловили появление современных моделей фасилитации, а именно модели фасилитации роста, модели Дрекслера-Сибета, модели фасилитации «пять пальцев», группы моделей фасилитации сотрудничества, модели фасилитации Кайзера, динамической модели фасилитации. Исследования и систематизация моделей фасилитации выявили ряд ограничений касательно их практического применения. Основным ограничением автор считает сферу применения модели. Невозможность использования базовых моделей фасилитации касательно субъектов предпринимательства обусловила разработку и обоснование авторской модели. Модель ориентирована на субъектов малого предпринимательства как на наиболее массовую и значимую прослойку субъектов предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: фасилитация, теории фасилитации, модели фасилитации, предпринимательская деятельность, малое предпринимательство, субъекты малого предпринимательства, модель фасилитации малого предпринимательства.

THE THEORIES AND MODELS OF FACILITATION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Summary. The article deals with the basic theories that underpin the theory of entrepreneurial facilitation: theory of constraints, box theory, six sigma theory, and theory of lean thinking. The author paid special attention to the study of variations in the six sigma theory. DMAICs and DMADVs have been identified as major. These theories led to the emergence of modern models of facilitation: grove facilitation model, Drexler-Sibbet team performance model, and five-finger facilitation model, group of collaboration facilitation models (community coalition model, practical community model, cooperative model, community coexistence model, and industrial cluster model), Kaiser Facilitation model, and dynamic facilitation model. Research and systematization of facilitation models have identified a number of limitations regarding their practical application. The author believes that the main limitation is the scope of the model. The inability to use basic models of facilitation for business entities led to the development and justification of the author model. The model is aimed at small business entities as the largest mass and significant layer of business entities. The key elements of the model of facilitation developed by the author are the object of facilitation – small business, which is represented by small business entities and microenterprises, as well as entities of facilitation (facilitators) – the state, non-state institutions (public organizations, international foundations and organizations, etc.). The formation of a strategy for facilitating the development of small business is the quintessence of improving the process of facilitation and should be based on the results of assessing the degree of risk of doing business by small business entities. The final stage of this model is estimation of the parameters of small business and its general condition in comparison with the initial parameters, as well as by calculating the indicators of the evaluation of the facilitation for the efficiency of the facilitation measures. The process of small business facilitation, presented as a model, is cyclical and should be repeated in the slightest fluctuation of the initial parameters.

Key words: facilitation, theories of facilitation, models of facilitation, entrepreneurial activity, small business, small business entities, model of small business facilitation.

УДК 330.341
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-20

Любчик К. Л.
аспірант кафедри міжнародного обліку та аудиту
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

Lyubchik Katherine
Postgraduate student of the
Department of International Accounting and Auditing
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

МЕДІА-ПЛАТФОРМИ ЯК НОВИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ

Анотація. Зростаюча роль соціальних медіа-платформ у забезпеченні прибуткової бізнес-діяльності міжнародних компаній обумовлена насамперед їх потужним впливом на мотиваційні установки та економічну поведінку глобальних споживачів. Висока динаміка зростання обсягів електронної торгівлі суттєво знижує рентабельність торговельних операцій, насамперед на основі зменшення цін на товари, якими торгують в Інтернеті. Саме цим пояснюється динамічне зростання останніми роками глобальних витрат на впровадження хмарних сервісів, які дають змогу обробляти та систематизувати великі масиви невпорядкованих і незгрупованих інформаційних даних. З огляду на високий динамізм розбудови глобального інформаційного простору та його соціально-медійного складника міжнародні компанії, які претендують на високий конкурентний статус на світових ринках, постійно модернізують діючі стратегічні й операційні підходи до маркетингових комунікацій та корпоративного маркетингового менеджменту.

Ключові слова: торгівля, Інтернет, технології, медіа-платформи, хмарні сервіси.

Вступ та постановка проблеми. За останнє десятиліття соціальні медіа трансформувались у безпосередній бізнес-комунікаційний простір та впливових агентів впливу корпоративних структур на суспільну й індивідуальну свідомість, а масштаби витрат свідчать насамперед про усталений глобальний тренд щодо використання корпоративним сектором соціальних мереж як важливого каналу просування й збуту своїх продуктів, а також завоювання ринку через лояльність споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження цієї проблематики зробили Т. Данько, Н. Савицька, Т. Гірченко, Н. Діпа, С. Дешмух. Однак поза їхньою увагою залишаються питання соціально-медійного маркетингу або маркетингу у соціальних мережах як системи специфічних маркетингових заходів та інструментів.

Динаміка зростання обсягів електронної торгівлі суттєво знижує рентабельність торговельних операцій, насамперед на основі зменшення цін на товари, якими торгують в Інтернеті.

Метою статті є аналіз та узагальнення у сучасній бізнес-практиці маркетингових заходів у соціальних медіа.

Результати дослідження. Не випадково за останнє десятиліття соціальні медіа (соціальні мережі, інтернет-форуми, блоги, фото- й відеохостинги, геосоціальні сервіси, спільноти подійних комунікацій, підкасти, соціальні агрегатори [1, с. 261] тощо) зі власне медійних платформ налагодження й підтримки різноманітних соціальних взаємовідносин та комунікацій, спілкування й поширення інформації серед великої кількості індивідуумів трансформувались у безпосередній бізнес-комунікаційний простір та впливових агентів впливу корпоративних структур на суспільну та індивідуальну свідомість. Це спричинило становлення, а згодом динамічний розвиток самостійного напряму в маркетингових стратегіях компаній, а саме соціально-медійного маркетингу (Social Media Marketing, SMM), або маркетингу у соціальних мережах. Як система специфічних маркетингових інструментів, що реалізуються в онлайн-режимі з використанням соціальних медійних платформ, маркетинг у соціальних мережах базується на технології Phygital (поєднання цифрових технологій (Digital) та особистої комунікації зі споживачем (Physical) через взаємодію фізичного й цифрового контактів між продавцем і споживачем [2, с. 22]) та забезпечує активний вплив на свідомість цільової аудиторії задля досягнення конкретних маркетингових цілей компаній та організацій. Серед таких цілей слід відзначити збільшення кількісних параметрів цільової аудиторії, переорієнтацію її купівельних звичок, просування корпоративного бренду чи продукту, підвищення лояльності до нього з боку покупців.

Подібні масштаби витрат свідчать насамперед про усталений глобальний тренд щодо використання корпоративним сектором соціальних мереж як важливого каналу просування й збуту своїх продуктів, а також завоювання ринку через лояльність споживачів до власного бренду. Саме ці мотивації дедалі більшою мірою спонукають міжнародні компанії до використання соціальних медійних платформ для досягнення власних корпоративних цілей. Як наслідок, усі бренд-менеджери, директори з маркетингу та співробітники рекламних агентств зареєстровані у соціальних мережах та активно використовують їх у професійній діяльності.

Зростаюча роль соціальних медіа-платформ у забезпеченні прибуткової бізнес-діяльності міжнародних компаній обумовлена насамперед їх потужним впливом на мотиваційні установки та економічну поведінку глобальних споживачів. Йдеться, зокрема, про широкі можливості міжнародного маркетингу у соціальних медіа щодо розвитку та розширення клієнтських баз корпоративного сектору з відносною легкістю та мінімальними трансакційними витратами. Вони забезпечують активну популяризацію нових форм бізнесу на глобальних ринках, сприяючи запуску нових товарів і послуг для великих цільових аудиторій споживачів з мінімальними організаційно-економічними та інституційними ресурсами, а також не значними за розміром інвестиційними капіталовкладеннями [3]. Інакше кажучи, соціальні медійні платформи забезпечують найбільш глибоку міжфункціональну конвергенцію та координацію виробничих операцій різних структурних підрозділів бізнес-структур та взаємодію зі споживачами й компаніями-партнерами.

Як наслідок, сьогодні всі ми стаємо свідками докорінної зміни діючих бізнес-моделей суб'єктів господарювання щодо динамічного розвитку інтернет-торгівлі, а також її інформаційної, логістично-складської, фінансово-кредитної та інституційної інфраструктури; формування розгалужених глобальних мереж електронних бірж і віртуальних 3D-магазинів, віртуальних примірочних та цифрового банкінгу, електронної логістики й інтернет-трейдингу, інтернет-страхування й технологічних платформ купівлі товарів на базі радіочастотних RFID-міток, безконтактних платіжних технологій NFC і Self Checkout кас самообслуговування. Потужний вплив на технологічний базис глобального бізнесу справляє також тріада соціальної інтеграції, локалізації та мобільності, що формує ядро так званої моделі SoLoMo [2, с. 22]. Остання відбиває фактично загальносвітовий тренд розвитку інтернет-індустрії та нового покоління онлайн-сервісів, призначених, зокрема, для розвитку міжнародного маркетингу й продажів, а також забезпечення високої мобільності ритейлу на основі технологічних можливостей смартфонів та мобільного еквайрингу, а також докорінної зміни культури споживання товарів і послуг.

Так, саме поширення технологій NFC, QR-кодів і QR-шопінгу стало запорукою динамічного нарощування масштабів та диверсифікації видової та продуктової структури світової електронної торгівлі. Якщо оцінювати її сучасні масштаби, то тільки у 2014–2018 рр. вартісний обсяг глобальних роздрібних продажів, здійснених каналами електронної комерції, зріс з 1,3 до 2,8 трлн. дол. США, а на 2021 р. досягне відмітки у майже 4,9 трлн. Подібне зростання вартісних обсягів електронної торгівлі відбилось також на показниках її відносної частки у загальносвітовому роздрібному товарообігу, яка зросла з 7,4% у 2015 р. до 11,9% у 2018 р. з прогнозним зростанням до 17,5% у 2021 р. [4].

У Сполучених Штатах Америки на тлі зростання вартісних обсягів оптової торгівлі товарами тривалого користування у 22,4% у 2007–2017 рр. (з 2 897,5 до 3 547,9 млрд. дол. США) електронна торгівля цією групою товарів збільшилась на 60,6% (з 667,1 до 1 071,8 млрд.).

Сукупний дохід від електронної торгівлі товарами у Німеччині досягнув у 2018 р. близько 65,1 млрд євро [5], а від інтернет-торгівлі книгами, згідно з даними Німецької асоціації видавців і книгорозповсюджувачів, становив у 2017 р. понад 1,7 млрд євро, тоді як у 2004 р. він не перевищував 0,6 млрд. [6]. Важливо відзначити також наявність чітко виражених структурних асиметрій у національному й транскордонному розподілі електронних роздрібних закупівель товарів за країнами світу. Тоді як у США (66%), Великобританії (62%), Франції (60%), Німеччині (66%), Польщі (62%), Індії (66%), Китаї (57%) та Японії (94%) більшість електронних товарних поку-

пок здійснюється національними каналами, в решті країн переважають або виключно транскордонні, або поєднання національних і транскордонних покупок. Такий розподіл засвідчує фактично рівень інтернаціоналізації національних електронних роздрібних мереж вищезазначеної групи держав, які орієнтуються на обслуговування як внутрішніх, так і міжнародних товаропотоків.

Слід відзначити, що висока динаміка зростання обсягів електронної торгівлі суттєво знижує рентабельність торговельних операцій, насамперед на основі зменшення цін на товари, якими торгують в Інтернеті. Так, на споживчому ринку Сполучених Штатів Америки щорічний приріст вартісного обсягу інтернет-продажів уп'ятеро перевищує приріст продажів у традиційній роздрібній торгівлі, становлячи сьогодні близько 10% загального роздрібного товарообігу. Саме цим пояснюється динамічне зростання останніми роками глобальних витрат на впровадження хмарних сервісів, які дають змогу обробляти та систематизувати великі масиви невпорядкованих і незгрупованих інформаційних даних (їх обсяг у 2–2,5 рази перевищує обсяг задокументованої інформації). Використання хмарних сервісів не тільки суттєво полегшує процес ухвалення управлінських рішень у сфері маркетингової діяльності, але й відкриває перед підприємницькими структурами якісно нові можливості нарощування своїх конкурентних позицій на світових ринках і постійної модернізації способів ведення бізнес-діяльності на основі збереження й обміну у віддаленому доступі програмами та файлами, а також використання хмарних обчислень. Не випадково нині майже 60% акумульованої у світі інформації зберігається у хмарах, а остання доповідь "Gartner" свідчить про те, що ринок хмарних технологічних послуг досягне у 2021 р. 278,3 млрд. дол. США, тоді як у 2017 р. він не перевищував 145,3 млрд. (табл. 1).

Таким чином, вибухоподібне за кількісними та структурними параметрами зростання електронної роздрібної й оптової торгівлі обумовлене насамперед потужними конкурентними перевагами подібних інституційних майданчиків світового збуту товарів, що випливають перш за все з широких можливостей економії колосальних трансакційних витрат на оренду торговельних залів та логістичних складів, оплату електроенергії та комунальних послуг, а також забезпечення високої оперативності реалізації торговельних операцій завдяки використанню технічних можливостей Інтернету, цифрових технологій та діджиталізації корпоративних розподільчих і збутових процесів. Не слід скидати з рахунків ще одну важливу конкурентну перевагу інтернет-магазинів, що випливає з відсутності регуляторного впливу контролюючих органів державного менеджменту, отже, забезпечує відносну свободу щодо реалізації комерційних операцій. Саме цим обумовлений той факт, що нині практично всі власники великих торговельних мереж одночасно володіють й інтернет-магазинами, котрі завдяки своїй високій доступності та низькій ресурсомісткості збутових процесів дедалі більшою мірою переводять їх у віртуальний простір.

З огляду на високий динамізм розбудови глобального інформаційного простору та його соціально-медійного складника міжнародні компаній, які претендують на високий конкурентний статус на світових ринках, постійно модернізують діючі стратегічні й операційні підходи до маркетингових комунікацій та корпоративного маркетингового менеджменту. Йдеться насамперед про активне використання ними соціальних медіа, які стають невід'ємним інструментом корпоративних стратегій; значне урізноманітнення інструментів розширення клієнтської бази, у якій зацікавлений капітал; створення нових конкурентних переваг на основі залучення нових компетенцій від споживачів, співробітників та інших учасників корпоративних партнерських мереж. Досить сказати, що сьогодні близько 93% маркетологів міжнародних компаній, згідно з даними звіту "Social Media Video" за 2013 р., використовує переваги соціальних медійних платформ для нарощування обсягів ринкового збуту товарів і послуг, а лише 6% маркетологів новостворених бізнес-структур не використовує жодної соціально-медійної платформи [3].

Корпорації, які під час реалізації своїх маркетингових стратегій спираються на активне використання соціальних медійних платформ, не тільки здобувають широкий доступ до найбільш ефективних маркетингових схем збутової діяльності із застосуванням інструментів впливу на цільову аудиторію, але й мають можливість регулярно отримувати релевантну інформацію щодо реакції останньої на маркетингові дії компанії. Вищезазначені канали міжнародних бізнес-комунікацій однаково є важливими для побудови результативної маркетингової стратегії міжнародної компанії, оскільки лежать в основі розбудови цілісної системи маркетингових комунікацій для ефективного й оперативного звернення до міжнародної аудиторії.

Найбільш поширеними збутовими майданчиками соціальних медійних мереж є нині шопінг-платформи, що активно використовуються також у системі прямих роздрібних продажів; шопінг-функціонали соціальних мереж, державні закупівлі (B2G); електронна купівля-продаж товарів між бізнес-структурами та внутрішньо корпоративні торговельні трансакції (B2B); хмарні та фінансові сервіси, цифровий контент у режимі роздрібних трансакцій B2C; електронні аукціони між споживачами (C2C); продаж приватними особами товарів та послуг комерційним організаціям (C2B). У загальному форматі системи національних рахунків електронна торгівля охоплює господарські операції, що відбивають рух товарів проміжного споживання (B2B, C2B) кінцевого споживання (B2G, B2C), а також перерозподільні операції з перепродажу товарів між домогосподарствами, що здійснюються на інтернет-аукціонах та торговельних майданчиках соціальних медійних платформ [2, с. 238].

Незважаючи на активне використання підприємницькими структурами соціальних медійних платформ, усі

Таблиця 1

Прогноз глобальних доходів від публічних хмарних сервісів у 2017–2021 рр., млрд. дол. США [7]

Хмарний сервіс	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Послуги хмарних бізнес-процесів	42,2	46,6	50,3	54,1	58,1
Сервіси хмарної інфраструктури	11,9	15,2	18,8	23,0	27,7
Сервіси хмарних додатків	58,8	72,2	85,1	98,9	113,1
Служби керування хмарами і служби безпеки	8,7	10,7	12,5	14,4	16,3
Сервіси інфраструктури хмарних систем	23,6	31,0	39,5	49,9	63,0
Усього	145,3	175,8	206,2	240,3	278,3

вони досить обережно ставляться до їх інтеграції на свої веб-сайти. Як показує дослідження компанії "Burson-Marsteller", до 40% компаній зі списку "Fortune 500", навіть маючи облікові записи на сайтах соціальних медіа, не інтегрують їх на свої веб-сторінки, а значки "Facebook", "Twitter" важко знайти на корпоративних сайтах компаній. Їх небажання просувати соціальні медійні платформи пов'язане як із правовими питаннями щодо використання їх логотипів, так і з незначною залежністю між інтегруванням соціальних медіа на веб-сторінки компаній та продуктивністю їх бізнес-діяльності. Наприклад, корпорація "Apple", не маючи жодного облікового запису на сайтах соціальних мереж, є одним з найпопулярніших глобальних брендів [8, с. 2463].

Крім того, соціальні медійні платформи підходять не для кожного бізнесу, особливо за умов, якщо компанія не готова включатись у соціальні мережі або не має належної системи планування фінансово-господарської діяльності. Так, незважаючи на те, що соціальні медійні платформи є розгалуженими рекламними майданчиками з високим представництвом потенційних споживачів рекламованої продукції, компанії-виробники можуть навіть втратити дорогоцінні час і фінансові ресурси. Багато маркетингових агентств наголошують на вкрай низькій ефективності реклами у соціальних медіа (рекламі довіряють не більше 14% покупців, тоді як відгукам інших покупців – 78%), зазначаючи такі її причини, як відсутність загальнокорпоративної маркетингової чи соціально-медійної стратегії; потреба у додаткових людських, технічних та фінансових ресурсах для управління корпоративною присутністю в Інтернеті; необхідність здійснення щоденного моніторингу результативності маркетингу у соціальних медіа; високий рівень ризику інформаційного витоку чи злому; загрози втрати ділової репутації у разі потрапляння негативної інформації у соціальні мережі [9, с. 72].

Ефективність діяльності операторів електронної роздрібної торгівлі визначальною мірою залежить також від технічного й технологічного стану логістично-складської, транспортної та фінансово-кредитної інфраструктури, які є ключовими драйверами її розвитку. Досить сказати, що у сучасній світовій торговельній практиці близько 60% загальної кількості онлайн-покупців здійснюють оплату банківською карткою, а 25% використовують електронні платежі [2, с. 239], що дає змогу суттєво інтенсифікувати онлайн-торгівлю.

Загалом мобільні й цифрові технології справляють потужний вплив на модернізацію бізнес-моделей корпоративних структур способом імплементації дистанційних технологій оброблення інформації. Одним з їх інструментів є смартфони як персоніфіковані багатофункціональні мережеві пристрої з широким набором додатків, відео- і фотокамер, що дають змогу в оперативному режимі з'єднуватися з усіма інтернет-приладами. З урахуванням високої динаміки зростання кількості власників смартфонів (з 1,5 до 2,5 млрд. осіб у 2014–2018 рр. [10] з прогнозом до 3,8 млрд. осіб у 2021 р. [11]) і планшетів (230 млн. у 2018 р.) очікується чималий приріст частки мобільного маркетингу у цифровій рекламі. Вже сьогодні вона становить близько 8% цифрової реклами за щорічного темпу зростання на рівні 92%. При цьому близько 13% загального обсягу операцій електронної комерції здійснюються через мобільні телефони й інші електронні гаджети (зокрема, 70% здійснюються через планшети), а щорічний темп приросту мобільної комерції становить близько 30% [12, с. 76].

Характеризуючи вплив соціальних медіа на міжнародний бізнес, не можемо оминути увагою такий тренд, як поступове «розмивання» меж між рекламою та звичайним інформаційним контентом. За таких умов брендування відбувається не тільки каналами вірусного поширення соціальних медійних платформ, але й мобільними додатками. Причому останні демонструють набагато вищий рівень результативності рекламних заходів та значно нижчий рівень їх витратності порівняно з традиційними бюджетами на телебаченні, радіо- й контекстною рекламою. Ще одна конкурентна перевага нової реклами пов'язана із залученням аудиторії на основі застосування брендованих ігор, додатків, брендованих контент-проектів та моделей брендування UGC-проектів.

Висновки. Узагальнюючи вищенаведене, відзначимо, що соціальні медійні платформи в інформаційну епоху відіграють дедалі більшу роль у бізнес-діяльності. Подібно всім іншим видам маркетингу, маркетинг у соціальних мережах має цілу низку конкурентних переваг щодо залучення покупців, розкрутки бренду, збільшення збуту товарів і послуг та нарощування прибутків компаній. Крім того, він дає можливість маркетинговим службам підприємств забезпечувати високу оперативність управління рекламними заходами, здійснювати успішне просування корпоративного бренду чи товару, формувати лояльність споживачів до компанії, отримувати зворотний зв'язок від цільової аудиторії, а також здійснювати детальний аналіз бізнес-ситуацій, що виникли чи можуть виникнути під час вжиття медійних заходів. Найбільшого поширення у сучасній бізнес-практиці отримали такі маркетингові заходи у соціальних медіа, як моніторинг соціальних медіа, збирання інформаційного контенту з різних медіасервісів, соціальна аналітика й вклади, соціальні мережі та програмне забезпечення. У сукупності вони забезпечують розширення цільової аудиторії компаній через спеціалізовані соціальні інтернет-сервіси та створення профілів, що включають комплексну інформацію про бренди та популярний серед користувачів мережі спеціалізований інформаційний контент. У такий спосіб забезпечуються розбудова усталених і довгострокових комунікаційних каналів компаній зі своїми споживачами, оптимізація використання їх ресурсної бази, імплементація ефективних маркетингових рішень й оперативне реагування на найменші зміни в поведінці споживачів.

Список використаних джерел:

1. Данько Т., Китова О. Вопросы развития цифрового маркетинга. Проблемы современной экономики. 2013. № 3 (47). С. 261–265.
2. Савицька Н. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C. Маркетинг і цифрові технології. 2017. Т. 1. № 1. С. 20–33.
3. 10 Facts about International Social Media Marketing. URL: https://www.kwintessential.co.uk/blog/localisationtranslation/10-facts-international-social-media-marketing (дата звернення: 19.06.2019).
4. E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2021. Statista. URL: https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide (дата звернення: 19.06.2019).
5. E-commerce revenue from trade goods in Germany from 2000 to 2018 (in billion euros). Statista. URL: https://www.statista.com/statistics/434303/consumer-goods-e-commerce-revenue-germany (дата звернення: 19.06.2019).

6. Estimated internet book trade revenue in Germany from 2004 to 2017 (in million euros). Statista. URL: https://www.statista.com/statistics/411440/internet-book-trade-revenue-germany (дата звернення: 21.06.2019).
7. Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud Revenue to Grow 17.3 Percent in 2019. STAMFORD, Conn., September 12, 2018. URL: https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2018-09-12-gartner-forecasts-worldwide-public-cloud-revenue-to-grow-17-percent-in-2019 (дата звернення: 20.05.2019).
8. Deepa N., Deshmukh S. Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. International Journal of Management Research and Review. 2013. Vol. 3. Iss. 2. P. 2461–2468.
9. Иванова Т., Кочкова Я. Особенности маркетинга в социальных медиа в условиях цифровизации. Экономический журнал. 2018. № 3 (51). С. 67–76.
10. Number of smartphone users worldwide from 2014 to 2020 (in billions). Statista. URL: https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide (дата звернення: 20.05.2019).
11. Newzoo's 2018 Global Mobile Market Report: Insights into the World's 3 Billion Smartphone Users. URL: https://newzoo.com/insights/articles/newzoos-2018-global-mobile-market-report-insights-into-the-worlds-3-billion-smartphone-users (дата звернення: 20.05.2019).
12. Гірченко Т., Коссманн Р. Впровадження та розвиток цифрового маркетингу у сучасному банківському бізнесі. Європейське співробітництво. 2016. № 12 (19). С. 68–85.

References:

1. Danko T., Kitova O. (2013) Voprosyi razvitiya tsifrovogo marketinga [Digital marketing development issues]. Problems of the modern economy, vol. 3, no. 47, pp. 261–265.
2. Savitska N. (2017) Marketing u sotsIalnih merezhah: strategiyi ta instrumenti na rinku B2C [Social media marketing: strategies and tools in the market], Marketing and digital technology, vol. 1, no. 1, pp. 20–33.
3. 10 Facts about International Social Media Marketing. – [Electronic Resource]. – Available from: https://www.kwintessential.co.uk/blog/localisationtranslation/10-facts-international-social-media-marketing (accessed: 19.06.2019).
4. E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2021. – Statista. – [Electronic Resource]. – Available from: https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide (accessed: 19.06.2019).
5. E-commerce revenue from trade goods in Germany from 2000 to 2018 (in billion euros). – Statista. [Electronic Resource]. – Available from: https://www.statista.com/statistics/434303/consumer-goods-e-commerce-revenue-germany (accessed: 19.06.2019).
6. Estimated internet book trade revenue in Germany from 2004 to 2017 (in million euros). – Statista. – [Electronic Resource]. – Available from: https://www.statista.com/statistics/411440/internet-book-trade-revenue-germany (accessed: 21.06.2019).
7. Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud Revenue to Grow 17.3 Percent in 2019. – [Electronic Resource]. – Available from: https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2018-09-12-gartner-forecasts-worldwide-public-cloud-revenue-to-grow-17-percent-in-2019 (accessed: 20.05.2019).
8. Deepa N., Deshmukh S. (2013)Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. International Journal of Management Research and Review. Vol. 3. Iss. 2. P. 2461–2468.
9. Ivanova T., Kochkova Ya. (2018) Osobennosti marketinga v sotsialnyih media v usloviyah tsifrovizatsii [Features of social media marketing in the digital environment]. Economic Journal, vol. 3, no. 51, pp. 67–76.
10. Number of smartphone users worldwide from 2014 to 2020 (in billions). – Statista. – [Electronic Resource]. – Available from: https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide (accessed: 20.05.2019).
11. Newzoo's 2018 Global Mobile Market Report: Insights into the World's 3 Billion Smartphone Users. – [Electronic Resource]. – Available from: https://newzoo.com/insights/articles/newzoos-2018-global-mobile-market-report-insights-into-the-worlds-3-billion-smartphone-users (accessed: 20.05.2019).
12. Girchenko T., Kossmann R. (2016) Vprovadzhennya ta rozvitok tsifrovogo marketingu u suchasnomu bankivskomu biznesi [Introduction and development of digital marketing in the modern banking business]. European Cooperation, vol. 2, no. 19, pp. 68–85.

МЕДИА-ПЛАТФОРМЫ КАК НОВЫЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Аннотация. Растущая роль социальных медиа-платформ в обеспечении доходной бизнес-деятельности международных компаний обусловлена прежде всего их мощным влиянием на мотивационные установки и экономическое поведение глобальных потребителей. Высокая динамика роста объемов электронной торговли существенно снижает рентабельность торговых операций, в первую очередь на основе снижения цен на товары, которыми торгуют в Интернете. Именно этим объясняется динамичный рост в последние годы глобальных расходов на внедрение облачных сервисов, которые позволяют обрабатывать и систематизировать большие массивы неупорядоченных и несгруппированных информационных данных. С учетом высокого динамизма развития глобального информационного пространства и его социально-медийной составляющей международные компании, претендующие на высокий конкурентный статус на мировых рынках, постоянно модернизируют действующие стратегические и операционные подходы к маркетинговым коммуникациям и корпоративному маркетинговому менеджменту.

Ключевые слова: торговля, Интернет, технологии, медиа-платформы, облачные сервисы.

MEDIA PLATFORM AS A NEW TREND TO TRADE DEVELOPMENT

Summary. The growing role of social media platforms in providing profitable business to international companies is primarily due to their strong influence on motivational settings and economic behavior of global consumers. The high dynamics of the growth of e-commerce significantly reduces the profitability of trading operations, primarily on the basis of lower prices for goods traded on the Internet. This explains the dynamic growth in recent years of global costs for the introduction of cloud services, which enable to handle and systematize large arrays of disorderly and ungrouped information. Given the high dynamism of the development of the global information space and its social and media component, international companies claiming a high competitive status in world markets are constantly upgrading existing strategic and operational approaches to marketing communications and corporate marketing management. Corporations that rely on the active use of social media platforms

when implementing their marketing strategies not only gain broad access to the most effective marketing schemes of marketing activities, but also have the ability to regularly receive relevant information on the reaction of the latter to marketing activities the company. The aforementioned channels of international business communications are equally important for building an effective marketing strategy for an international company, since they form the basis of developing a holistic marketing communication system for effective and efficient access to the international audience. Therefore, marketing activities in aggregate provide the expansion of the target audience of companies through specialized social Internet services and profiles that include comprehensive information about brands and popular among network users specialized content. In this way, the development of established and long-term communication channels of companies with their consumers, optimization of their resource base utilization and implementation of effective marketing decisions and prompt response to the smallest changes in consumer behavior are provided.

Key words: trade, Internet, technology, media platforms, cloud services.

УДК 339.5:339.98
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-21

Майборода Ю. О.
аспірант кафедри міжнародних економічних відносин
Ужгородського національного університету

Mayboroda Yuriy
PhD Student of International Economic Relations Department
Uzhgorod National University

ФАКТОРИ ГЛОБАЛЬНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ЛІДЕРСТВА США

Анотація. У статті досліджено основні фактори, що сприяли становленню Сполучених штатів Америки як провідного учасника світової торгівлі товарами та послугами. До таких факторів віднесено ресурсний; фактор розвитку підприємницьких структур, що здійснюють експорт; ступінь державної підтримки та розвиток інфраструктури зовнішньоекономічного підприємництва; структуру експорту та технологічний розвиток; особливості національної системи регулювання зовнішньої торгівлі та впливовість країни у міжнародних економічних організаціях. Визначено, що багаті природні умови сприяли розвитку сільськогосподарського експорту, формуванню розгалуженої транспортно-логістичної мережі, досягненню ефекту масштабу у виробництві. До ресурсних факторів, що позитивно впливають на позиції США на світових ринках, віднесено високопродуктивні трудові ресурси, високий рівень наукової та професійної підготовки кадрів, задіяних у експортних галузях. Важливим чинником у забезпеченні позицій країни як торговельного лідера є розвиток інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності, зокрема системи державних органів сприяння експорту, а також домінуюча роль транснаціональних корпорацій як основного експортера американської продукції.

Ключові слова: глобальне торговельне лідерство, світова торгівля, експорт, технологічний розвиток, регулювання міжнародної торгівлі.

Вступ та постановка проблеми. Впродовж тривалого часу США є світовим лідером за більшістю економічних показників та мають неабиякий вплив на прийняття важливих для світової спільноти рішень, як у військово-політичній, так і в економічній площині. На переконання видатного американського політолога З. Бжезинського, домінування США у чотирьох сферах (військовій галузі, економіці, технологічній та культурній) забезпечує Сполученим Штатам політичний вплив, близького якому не має жодна держава світу, робить Америку «… єдиною світовою наддержавою у повному розумінні цього слова» [1].

Важливість економічної складової, зокрема глобального торговельного лідерства країни, у формуванні та утриманні її світової гегемонії, важко перебільшити. Разом з тим, на фоні наростаючих темпів економічного розвитку нових індустріальних країн і сповільнення динаміки – у сформованих високо розвинутих економіках, країна зіткнулася із загрозою втрати статусу провідного експортера світу, щонайменше за абсолютними показниками, адже Китай вже з 2012 року впевнено випереджає США за вартісним значенням експорту, і розрив між країнами за цим показником стрімко зростає.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам місця та ролі США у світовій торгівлі присвячено значну кількість наукових робіт. У контексті політичної та економічної глобалізації роль США розглядають Дж. Айкенбері, З. Бжезинський, С. Гантінгтон, Г. Кіссінджер, Р. Хаас, Ф. Фукуяма. Питанню економічного лідерства країни присвячені праці вітчизняних науковців І. Баранецького, І. Ощипка, І. Подольської, О. Шнипка. Більшість наукових досліджень здебільшого розглядають питання загального домінування країни у світовій економічній системі, не виокремлюючи роль торгівлі як основи досягнення світового лідерства. Тому **метою** даної статті є дослідження факторів, що сприяли здобуттю країною статусу провідного світового експортера. Для вирішення даної мети визначено **завдання**:

– класифікувати фактори, що нині впливають на позиції країни у світовій торгівлі та виокремити передумови та фактори, що спряли формуванню сучасних позицій США на світовому ринку в минулому;

– охарактеризувати механізм впливу визначених факторів на позиції країни як світового торговельного лідера.

Для досягнення мети дослідження використано загальнонаукові методи аналізу та синтезу, індукції та

дедукції, порівняння, узагальнення. Інформаційну базу дослідження складають наукові праці вітчизняних та іноземних дослідників, дані інформаційних агенцій, міжнародних економічних організацій, уряду США.

Результати дослідження. Сучасна міжнародна торгівля як багатогранна та динамічна форма міжнародних економічних відносин є втіленням матеріалізації глобалізаційних процесів та основою економічного зростання більшості економік світу. Поясненню причин, чому країни деякі країни здобувають провідні позиції у світовій торгівлі, присвячено чимало наукових досліджень. Так, класичні теорії основою розвитку міжнародної торгівлі та спеціалізації вбачають насамперед забезпеченість країн факторами виробництва. Новітні теорії міжнародної торгівлі основну увагу звертають на технологічні фактори, враховують початкові рівні добробуту країн та їх географічне розташування. Однак поряд із основним, домінуючим чинником впливу, ефект підсилення ролі країни у світовій торговельній системі створюють й інші детермінанти, вплив яких не завжди можна кількісно оцінити.

Сполучені штати Америки – країна, насамперед відома високим рівнем розвитку ринкових інституцій, ліберальними умовами для функціонування бізнесу, високим рівнем продуктивності праці в економіці. Успіх держави пояснюють вдалим поєднанням класичної економічної ефективності, здібності упредметнення елементів культури, ліберальної ідеології з новими потужностями, інформацією та комунікаціями і інституціональною організацією [2]. Водночас при дослідженні впливу низки чинників на позиції США у світовій торгівельній системі, слід враховувати як ті, що обумовлюють природні конкурентні переваги країни – такі як ресурсне забезпечення, так і ті, що визначають набуті – такі як технологічний розвиток, інфраструктура сприяння експорту тощо.

Аналізуючи вплив факторів на формування позицій країни у міжнародній торгівлі можна виокремити наступні: ресурсне забезпечення національної економіки; рівень технологічного розвитку країни і особливості структури її експорту; особливості розвитку підприємницьких структур, задіяних у міжнародній торгівлі та форма їх взаємовідносин з державою; стан розвитку зовнішньоекономічної інфраструктури; ступінь інституційної інтеграції країни у світову економічну систему, політична воля та вага країни у міжнародних організаціях; особливості національної системи регулювання зовнішньої торгівлі. Розглянемо детальніше вплив зазначених факторів.

Ресурсне забезпечення економіки (природно-кліматичні та трудові ресурси) відіграє важливу, хоча не першочергову роль у визначенні експортної орієнтації та формуванні позицій країни на світових ринках. Наявність сприятливих кліматичних умов та придатних до вирощування сільськогосподарських земель є важливою умовою для розвитку аграрного експорту. Доступність для видобутку та можливості для транспортування викопних ресурсів впливають на розвиток всіх секторів економіки, в тому числі експорт-орієнтованих. В той час як у слаборозвинутих країнах природно-сировинна база визначає примітивну та нееластичну структуру експорту і переважання у ній частки сировини та товарів з низькою доданою вартістю, у країнах, що вже пройшли індустріальну стадію розвитку, приміром США, достатній рівень забезпеченості власними ресурсами, насамперед, енергетичними, та ефективне їх використання, дозволяє зберегти відносно високий рівень економічної безпеки.

США вдосталь наділені природними відновлюваними та невідновлюваними ресурсами. Країна має значні площі земель сільськогосподарського призначення, різноманітний клімат та протяжну берегову лінію, достатню кількість водних ресурсів. У рейтингу країн світу за оцінкою вартістю природних ресурсів США посідають 7 позицію – загальна вартість природних ресурсів оцінюється у $45 трильйонів доларів, з яких 89% припадає на природне вугілля та деревину [3].

Важливим ресурсом у сучасній світовій економіці, не дивлячись на роботизацію та технологізацію виробництва, є людський капітал – а насамперед, його якісна структура та продуктивність праці. США – визнаний світовий центр міграції та концентрує у собі інтелектуальний потенціал світової економіки. Робоча сила США (працездатне населення) станом на липень 2019 року становить понад 160 мільйонів осіб (4 місце в світі після Китаю, Індії та ЄС), ринок праці США характеризуються низьким рівнем безробіття 3,7% [4]. За даними ОЕСР, США належить 6 місце в світі серед країн з найвищою продуктивністю праці – 64,2 долари на годину (перше місце у 2018 році належало Ірландії з показником 84 долари) [5].

Аналіз значення природних та трудових ресурсів дає змогу виокремити наступний вплив їх на зовнішню торгівлю США:

1) наявність значної території під однією національною юрисдикцією (4 місце в світі за площею території) сприяє досягненню ефекту масштабу у виробництві та відповідно, зростання конкурентоздатності американських товарів на світових ринках;

2) вихід до океанів і значна протяжність морського узбережжя створює умови для розвитку транспортних комунікацій, зростання ролі мультимодальних перевезень із використанням морського транспорту, підвищення ефективності транспортних перевезень у зовнішній торгівлі;

3) різноманіття кліматичних умов (на території країні представлені майже всі існуючі види кліматичних зон), достатній рівень забезпеченості водними ресурсами сприяли розвитку ефективного сільського господарства і конкурентного аграрного експорту, за яким країна має позитивне сальдо зовнішньої торгівлі і є провідним постачальником продуктів харчування на світовий ринок;

4) трудові ресурси в країні характеризуються високою продуктивністю, достатньою забезпеченістю висококваліфікованими власними кадрами та залученням праці мігрантів, що створює умови для розвитку високотехнологічних галузей виробництва та зростання частки високотехнологічного експорту.

Базовим фактором, що в сучасних умовах визначає набуті переваги країни у міжнародній торгівлі, є *рівень технологічного розвитку країни і особливості структури експорту, яку він визначає*. Розвиток технологій дає змогу компенсувати брак природних та людських ресурсів. Завдяки розвитку технологій та структурним змінам у економіці, в тому числі через трансформацію військового сектору у транспортний, космічний або високотехнологічне виробництво споживчих та промислових товарів, США вдалося забезпечити сталі позиції на світових ринках.

За останніми дослідженнями, в недалекому майбутньому, низка технологій, серед яких топ-5 були оголошені на Світовому економічному форумі у 2019 році, матимуть найбільший вплив на світову економіку – сприятимуть зростанню обсягів торгівлі у окремих галузях сфери послуг, підвищать ефективність зовнішньоторговельних операцій, рівень безпеки міжнародних розрахунків, дозволять окремим країнам відмовитися від імпорту певних товарів, забезпечивши внутрішнє виробництво їх замінників завдяки зазначеним технологіям. До таких

технологій віднесено [6]: Блокчейн технології, «штучний інтелект» і навчання машин, торгівлю послугами через цифрові платформи, 3-d друк та мобільні платежі. Всі зазначені технології активно і прогресивно застосовуються у виробництві та постачанні товарів у США, а деякі з них – були винайдені у країні (3-d друк).

США належить до країн із високими показниками інноваційної активності та диджиталізації економіки (6 місце за Глобальним індексом інновацій у 2018 році [7], а витрати на НДДКР є важливою детермінантою у формуванні експортної спеціалізації країни. Майже 20% товарів, що експортуються зі США, є високотехнологічними, а враховуючи той факт, що значна частина високотехнологічного виробництва розміщується у закордонних філіях американських ТНК, фактичний показник технологічності продукції, виготовленої під американськими торговими марками, значно вищий.

Особливості розвитку підприємницьких структур, задіяних у міжнародній торгівлі, та форма їх взаємовідносин з державою суттєво впливають на позиції країни у світовому експорті. Нині основну роль у забезпеченні позицій США на світових ринках відіграють транснаціональні корпорації, які водночас є основним гравцями у сучасній міжнародній торгівлі. Так, за даними джерела [8], на 5% провідних ТНК, що зареєстровані у розвинутих країнах, припадає 85% експорту цих країн, а 25% провідних компаній майже на 100 % покривають вартісний обсяг експорту. Станом на травень 2019 року 8 із 10 ТНК з найбільшою ринковою капіталізацією були американськими, а загалом у списку зі 100 компаній – 54 зареєстровані у США [9]. Сім з десяти провідних високотехнологічних компаній світу також базуються у США і утримують провідні позиції у виробництві та експорті технологій вже впродовж тривалого часу [10].

Експансія ТНК США дозволяє не тільки збільшувати обсяги експорту, а забезпечувати стійку присутність на закордонних ринках. Вважається, що ТНК реалізують національні інтереси держави, і є засобом підтримання домінуючої ролі США у світовій економіці. Тому в країні склалася така форма зв'язку між державою та ТНК як система лобіювання, завдяки якій спеціальні відділи корпорації та їх неформальні підрозділи формують вплив на прийняття рішень політичних партій та органів державної влади [11, с. 261]. ТНК, в свою чергу виступають основним інвестором політичної активності в країні.

Стан розвитку зовнішньоекономічної інфраструктури та системи органів підтримки експорту визначає умови, в яких функціонують підприємства-експортери. До зовнішньоекономічної інфраструктури (або бізнес-інфраструктури ЗЕД, ринкової інфраструктури ЗЕД, підприємницької інфраструктури) відносять систему загальнодержавних та регіональних, урядових та приватних інститутів, що забезпечують нормальне функціонування зовнішньоекономічної сфери, і зовнішньоторговельної в тому числі. Це сукупність фінансово-кредитних, митних та брокерських, транспортно-логістичних, інформаційно-консультаційних, інноваційних, посередницьких та збутових організацій, що покликані створити належні умови для забезпечення реалізації зовнішньоторговельними підприємствами їх функції – постачання товарів чи надання послуг іноземному покупцю (споживачу) та навпаки, постачання іноземних товарів та послуг на внутрішній ринок – шляхом надання фінансової, організаційної, інформаційної підтримки тощо. Високорозвинена інфраструктура зменшує вплив відстані між регіонами, забезпечує інтеграцію ринку і низьковитратний зв'язок із ринками інших країн та регіонів [12, с. 408].

США характеризуються високим рівнем розвитку інноваційної інфраструктури, значною роллю держави та системи державних органів у підтримці експортерів, високим рівнем розвитку сектору економіки, що пов'язаний з діловими послугами (різного роду консультаційними сервісами, такими як юридичні, маркетингові, бухгалтерські тощо, якими користуються юридичні особи). Урядовий Комерційний сервіс (U.S. Commercial Service), що є структурою у складі Адміністрації міжнародної торгівлі (International Trade Administration), надає американським підприємствам консультації щодо здійснення зовнішньоторговельних операцій у 100 підрозділах на території країни та 70 закордонних підрозділах. Власне сама Адміністрація міжнародної торгівлі позиціонується як основний ресурсний партнер компаній зі США, що виходять на світові ринки, і надає широке коло послуг експортерам від маркетингових досліджень – до юридичної підтримки. Серед важливих державних органів у інфраструктурі ЗЕД США є також Експортно-імпортний банк (Ex-Im Bank), Адміністрація малого бізнесу (The Small Business Administration), Сервіс підтримки сільськогосподарського експорту (The Foreign Agricultural Service, FAS).

США також відомі своїм передовим досвідом організації роботи технопарків, яких у країні діє понад 200, ефективною формою співпраці підприємства та науково-дослідних установ, централізацією технопарків навколо вищих навчальних закладів.

Іншим важливим чинником, що сприяє позиціонуванню США у глобальній торгівлі, є *ступінь інституційної інтеграції країни у світову економічну систему, політична воля та вага у міжнародних економічних організаціях.* Роль системи міжнародних економічних організацій у економічному розвитку світової економіки та забезпечення глобальної безпеки у всіх її аспектах сформувалася у 2 половині 20 сторіччя за активної участі США. У міжнародній торгівлі, у системі ГАТТ/СОТ зокрема, було розроблено механізм мирного врегулювання торгових суперечок між країнами, вдалося скоротити використання митно-тарифних та нетарифних інструментів, що підривають засади конкуренції на глобальному ринку, розвинути механізм регульованого торговельного співробітництва (укладання більшості регіональних торговельних угод здійснюється за посередництва СОТ).

Вже звично, що вага країн у таких організаціях значною мірою залежить від економічної могутності держави та її місця в світовій економічній системі. За переконанням О.С. Шнипка, саме величезний економічний потенціал США визначає їхню політичну могутність. Тому ознакою лідерства США є їх здатність впливати на рішення ключових міжнародних інституцій та кредитних установ. Саме здатність США ініціювати санкції проти держав, впливати на прийняття нових членів до низки міжнародних організацій вкупі з економічною вагою у світовій економіці, автор називає «економічною владою» [13].

Місце країни у світовій торговельній системі визначається і *особливостями національної системи регулювання зовнішньої торгівлі.* Від рівня розробленості нормативно-правової бази регулювання зовнішньої торгівлі країни, її узгодженості з міжнародними правилами та звичаями, ефективності роботи національної системи органів регулювання зовнішньої торгівлі залежить здатність країни просувати свої експортні товари на світові ринки, зберігати здобуті сегменти світового ринку. Що стосується США, то країна характеризується складної системою органів регулювання зовнішньої торгівлі та надзвичайно активною роллю комерційної дипломатії у реалізації наці-

ональних інтересів у міжнародній торгівлі. Останні роки, починаючи від світової економічної кризи 2008 року у зовнішньоторговельній політиці США все яскравіше виявляються риси протекціонізму та так званого «економічного націоналізму».

Висновки. Сполучені штати Америки – успішна країна у всіх аспектах, що можуть характеризувати сучасні міжнародні економічні відносини. В умовах багатої ресурсної бази на засадах ліберальної ринкової економіки сформувалася потужна національна економічна система. Активна підтримка держави на глобальному рівні та сприяння підвищенню ефективності зовнішньоекономічних операцій на рівні підприємств уможливила вихід американського експортера на світові товарні ринки та тривале утримання лідерських позицій у ній. Домінування США у світовій торгівлі забезпечується також завдяки гнучкій структурі експортної пропозиції країни, що характеризується зростаючою часткою високотехнологічної продукції, а також потужному капіталу провідних американських ТНК, сила яких підкріплюється державним лобі та інструментами комерційної дипломатії. Вагомість країни як засновника та провідного учасника міжнародних економічних організацій дозволяє країні активно відстоювати свої національні інтереси у міжнародній торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Brzezinski Z. The grand chessboard: American primacy and its geostrategic imperatives. New-York, 1997. 240 p.
2. Погорська І.І. Глобальне лідерство США: виклик міжнародно-системної трансформаційності XXI століття. *Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки»*. 2015. № 5. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2500 (дата звернення: 19.08.2019).
3. Countries with the most natural resources. *Worldatlas*. URL: https://www.worldatlas.com/articles/countries-with-the-most-natural-resources.html (дата звернення: 19.08.2019).
4. United States Labor Force Statistics Seasonally Adjusted. *RI Government*. URL: http://www.dlt.ri.gov/lmi/laus/us/usadj.htm (дата звернення: 20.08.2019).
5. GDP per hour worked. *OECD*. URL: https://data.oecd.org/lprdty/gdp-per-hour-worked.htm (дата звернення: 21.08.2019).
6. Fan Z., Rodriguez Chiffelle C. These 5 technologies have the potential to change global trade forever. *World Economic Forum*. URL: https://www.weforum.org/agenda/2018/06/from-blockchain-to-mobile-payments-these-technologies-will-disrupt-global-trade/ (дата звернення: 21.08.2019).
7. The Global innovation index 2018: energizing the world with innovation. *World Intellectual Property Organization*. 2018. 54 p. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018-chapter1.pdf (дата звернення: 20.08.2019).
8. Capitalist Globalization Is Not Unwinding: TNCs Continue To Increase Their Power and Profits. *Economicfront*. URL: https://economicfront.wordpress.com/2019/03/01/capitalist-globalization-is-not-unwinding-tncs-continue-to-increase-their-power-and-profits/ (дата звернення: 20.08.2019).
9. 10 of the World's Top Companies Are American. *Investopedia*. URL: https://www.investopedia.com/articles/active-trading/111115/why-all-worlds-top-10-companies-are-american.asp (дата звернення: 21.08.2019).
10. The Top 10 Technology Companies. *Investopedia*. URL: https://www.investopedia.com/articles/markets/030816/worlds-top-10-technology-companies-aapl-googl.asp (дата звернення: 21.08.2019).
11. Манойленко Д.В. Держави та ТНК: проблема взаємовідносин: міжнародно-правовий аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право».* 2014. Вип. 26. С. 258–261.
12. Малашенко Ю.А., Єфеменко А.Г., Заволока Ю.М. Формування економічного змісту та роль інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. *Економіка та суспільство*. 2018. № 15. С. 403–410. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/62.pdf (дата звернення: 21.08.2019).
13. Шнипко О.С. Економічна влада США: історія та сучасність. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 15. С. 22–26. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/15_2011/8.pdf (дата звернення: 21.08.2019).

References:

1. Brzezinski Z. (1997). *The grand chessboard: American primacy and its geostrategic imperatives*. New-York, 1997. 240 p.
2. Poghorsjka I.I. (2015). Ghlobaljne liderstvo SShA: vyklyk mizhnarodno-systemnoji transformacijnosti XXI stolittja [Global leadership of the USA: challenge of international systemic transformation of 21st century]. *Mizhnarodni vidnosyny. Serija poltychni nauky* [International relations. Series "Political Sciences"], vol. 5. Available at: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2500 (accessed on 19 August 2019).
3. Countries with the most natural resources. *Worldatlas*. Available at: https://www.worldatlas.com/articles/countries-with-the-most-natural-resources. html (accessed on 19 August 2019).
4. United States Labor Force Statistics Seasonally Adjusted. *RI Government*. Available at: http://www.dlt.ri.gov/lmi/laus/us/usadj.htm (accessed on 20 August 2019).
5. GDP per hour worked. *OECD*. Available at: https://data.oecd.org/lprdty/gdp-per-hour-worked.htm (accessed on 20 August 2019).
6. Fan Z., Rodriguez Chiffelle C. These 5 technologies have the potential to change global trade forever. *World Economic Forum*. Available at: https://www.weforum.org/agenda/2018/06/from-blockchain-to-mobile-payments-these-technologies-will-disrupt-global-trade/ (accessed on 21 August 2019).
7. The Global innovation index 2018: energizing the world with innovation. *World Intellectual Property Organization*. Available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018-chapter1.pdf (accessed on 20 August 2019).
8. Capitalist Globalization Is Not Unwinding: TNCs Continue To Increase Their Power and Profits. *Economicfront*. Available at: https://economicfront.wordpress.com/2019/03/01/capitalist-globalization-is-not-unwinding-tncs-continue-to-increase-their-power-and-profits/ (accessed on 21 August 2019).
9. 10 of the World's Top Companies Are American. *Investopedia*. Available at: https://www.investopedia.com/articles/active-trading/111115/why-all-worlds-top-10-companies-are-american.asp (accessed on 21 August 2019).
10. The Top 10 Technology Companies. *Investopedia*. Available at: https://www.investopedia.com/articles/markets/030816/worlds-top-10-technology-companies-aapl-googl.asp (accessed on 21 August 2019).

11. Manojlenko D.V. (2014). Derzhavy ta TNK: problema vzajemovidnosyn: mizhnarodno-pravovyj aspekt [States and transnational corporations: international-legal aspects]. *Scientific Herald of UzhNU. Series "Law"*, vol. 26, pp. 258–261.
12. Malashenko Ju.A., Jefemenko A.Gh., Zavoloka Ju.M. (2018). Formuvannja ekonomichnogho zmistu ta rolj infrastruktury zovnishnjoekonomichnoji dijaljnosti sub'jektiv ghospodarjuvannja [Formation of economic sense and role of infrastructure for international economic relations of economic subjects]. *Economy and Society (electronic journal)*, vol. 15, pp. 403–410. Available at: http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/62.pdf (accessed on 21 August 2019).
13. Shnypko O.S. (2011). Ekonomichna vlada SShA: istorija ta suchasnistj [Economic power of the USA: history and modern times]. *Investment: practice and experience (electronic journal),* vol. 15, pp. 22–26. Available at: http://www.investplan.com.ua/pdf/15_2011/8.pdf (accessed on 21 August 2019).

ФАКТОРЫ ГЛОБАЛЬНОГО ТОРГОВОГО ЛИДЕРСТВА США

Аннотация. В статье исследованы основные факторы, способствовавшие становлению Соединенных Штатов Америки как ведущего участника мировой торговли товарами и услугами. К таким факторам относится ресурсный; фактор развития предпринимательских структур, осуществляющих экспорт; степень государственной поддержки и развитие инфраструктуры внешнеэкономического предпринимательства; структура экспорта и технологическое развитие; особенности национальной системы регулирования внешней торговли и влияние страны в международных экономических организациях. Определено, что богатые природные условия способствовали развитию сельскохозяйственного экспорта, формированию разветвленной транспортно-логистической сети, достижению эффекта масштаба. К ресурсным факторам, положительно влияющих на позиции США на мировых рынках, отнесены высокопроизводительные трудовые ресурсы, высокий уровень научной и профессиональной подготовки кадров, задействованных в экспортных отраслях. Важным фактором в обеспечении позиций страны как торгового лидера является развитие инфраструктуры ВЭД, в частности системы государственных органов содействия экспорту, а также доминирующая роль транснациональных корпораций в качестве основного экспортера американской продукции.

Ключевые слова: глобальное торговое лидерство, мировая торговля, экспорт, технологическое развитие, регулирование международной торговли.

FACTORS OF THE GLOBAL TRADE LEADERSHIP OF THE USA

Summary. The paper is dedicated to the study of the main factors that contributed to the formation of the United States of America as a leading participant in world trade in goods and services. Country is now undoubtedly considered as a leader in both economic and political sphere, however is steadily losing its positions in trade in front of China's development. It is underlined, that most scholars whether study political aspects of the leadership of the USA, or consider the general notion of "economic leadership" without granting special attention to trade leadership. The approach applied in the study of the impact of factors on the US position in the world trading system, takes into account both those that determine the country's natural competitive advantages – such as resources, and those that determine the acquired ones – such as technological development, export promotion infrastructure. The following factors are considered as critical in USA domination in global trade: resources; development of business entities engaged in export; degree of state support and development of infrastructure of foreign economic entrepreneurship; structure of export and technological development; features of the national system on foreign trade regulation and the country's influence in international economic organizations. It was determined that rich natural conditions (vast arable lands, water resources and variety of climate conditions) contributed to the development of effective agricultural exports of USA, in which the country is having trade surplus. The formation of an extensive transport and logistics network was also due to the access to the oceans and long coastal line, while achievement of economies of scale is influenced by the concentration of huge territory under one national authority regulation. Resource factors that positively affect US positions in world markets include high-productivity labor resources, a high level of scientific and professional training of personnel involved in export industries. Inbound migration of qualified personnel also increases the productivity of economy. The paper studies the role of the system of state export promotion bodies as important parts of foreign economic activity infrastructure in the USA. In particular, the role of such bodies as International Trade Administration, Ex-Im Bank, The Small Business Administration, The Foreign Agricultural Service are studied as important driver in ensuring the country's position as a global trade leader. The country has also developed the best practice in effective functioning of technological parks. Special attention is granted to transnational corporations as main exporters of American products. It is mentioned, that due to their lobby by the state these forms of business have also helped the US in reaching leading positions of at the global market. The USA are also famous for their commercial diplomacy and show some features of protectionism and even the so-called economic nationalism in trade policy. The leading positions of the country in international economic organizations considered to be supportive for the interests of national traders abroad.

Key words: global trade leadership, world trade, export, technological development, international trade regulation.

УДК 336.77:332.2
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-22

Мельник Л. В.
кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри фінансів і економіки природокористування
Національного університету
водного господарства та природокористування

Melnyk Leonid
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor Department of Finance and Economics
of Environmental Management,
National University of Water Management and Environmental Engineering

ІНСТИТУЦІЙНИЙ ТА РЕГУЛЯТОРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Анотація. У статті визначено сутність інституційного потенціалу іпотечного кредитування сільськогосподарських виробників. Виокремлено показники інтенсивності кредитної діяльності фінансових інституцій. Проаналізовано динаміку показників інституційного потенціалу іпотечного кредитування аграрної сфери. Проведено аналіз стану фінансово-кредитної інфраструктури в регіональному розрізі. Визначено рівень конкуренції на ринку банківських послуг за допомогою індексу Херфіндаля-Хіршмана. Надано бальну оцінку областей України за критерієм розвитку регіональних банківських систем. Наголошено на низькому рівні розвитку інституційної складової іпотечного процесу. Досліджено рівень державного регулювання у сільському господарстві. Виокремлено принципи державної підтримки аграрної галузі. Визначено напрями ефективного використання інституційного потенціалу.

Ключові слова: іпотечне кредитування, фінансова підтримка, інституційний потенціал, аграрна сфера, ресурсний потенціал.

Вступ та постановка проблеми. В сучасній економічній системі України не всі можливості її розвитку використовуються повністю, у зв'язку з чим потенціалу аграрної сфери відводиться важлива роль. Можливість своєчасного доступу аграрних виробників до кредитних коштів є важливим фактором інтенсифікації сільськогосподарського виробництва та рушійною силою для запуску виробничо-комерційних потоків розвитку галузі. Розвиток інфраструктури фінансового забезпечення суб'єктів господарювання створює міцний плацдарм для гнучкого реагування виробників сільськогосподарської продукції на потреби ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню формування та використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств присвячені праці таких учених, як І. Базилевич, О. Гривківська, О. Гуторов, М. Дем'яненко, І. Лютий, В. Міщенко, Б. Пасхавер, Н. Погорєльцева, П. Саблук. Водночас проведений аналіз наукових доробок щодо іпотечного кредитування сільськогосподарського виробництва свідчить про недостатню вивченість питань формування інституційного потенціалу іпотечного кредитування, створення ефективної іпотечної системи кредитування аграрної сфери.

Метою статті є оцінювання інституційного потенціалу іпотечного кредитування сільського господарства та підвищення ефективності його використання в сучасних економічних умовах.

Результати дослідження. Під інституційним потенціалом іпотечного кредитування аграрної сфери ми розуміємо систему учасників іпотечного ринку, яка б забезпечувала ефективне використання акумульованого позичкового капіталу, отримання прибутку для всіх суб'єктів іпотечних відносин та сприяла мінімізації ризиків [1, с. 95].

Задля здійснення якісного аналізу інституційного середовища іпотечного кредитування аграрної сфери нами зосереджено увагу на динаміці абсолютних та відносних показників густини фінансово-кредитної мережі та інтенсивності кредитної діяльності, зокрема проаналізовано:

– кількість банківських та небанківських фінансових установ (од.);

– кількість потенційних кредиторів в розрахунку на 1 000 суб'єктів сільськогосподарського виробництва (од.);

– обсяг кредитних ресурсів, виданих одним кредитором (млн. грн.);

– густину фінансових установ в розрахунку на 1 суб'єкта господарювання в регіональному розрізі (од.).

Аналіз стану фінансово-кредитної інфраструктури в Україні за 2013–2017 роки представлено в табл. 1.

Наведені дані свідчать про те, що за ці п'ять років більш ніж удвічі скоротилась кількість банків та їх структурних підрозділів, що пов'язано з кризою банківської системи у другій половині 2016 року та масовим банкрутством великої кількості банків. Зменшення кількості установ спостерігалось також у небанківській фінансовій сфері, адже кількість кредитних спілок скоротилась майже на 40%, а саме з 624 одиниць у 2013 році до 378 одиниць у 2017 році; водночас кількість інших кредитних установ, зокрема ломбардів, недержавних пенсійних фондів, страхових компаній, зросла вдвічі, а саме з 85 до 176 станом на кінець 2013 та 2017 років відповідно.

Якісні характеристики забезпеченості суб'єктів аграрної галузі інститутами іпотечного кредитування мають подібні тенденції. У 2013 році на 1 000 аграрних підприємств припадали 402 кредитні установи, 1,2 установи припадали на 1 000 домогосподарств, а вже на кінець 2017 року цей показник зменшився до 201 установи з розрахунку на 1 000 підприємств і менше однієї установи на 1 000 домогосподарств. Така динаміка є природною на фоні загальної нестабільності соціально-економічного простору в країні та відображає процес очищення сис-

Таблиця 1

Динаміка показників інституційного потенціалу іпотечного кредитування аграрної сфери у 2013–2017 роках

Показник	Одиниця вимірювання	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Темп зростання 2017 року до 2013 року, %
Кількість банківських установ	од.	180	163	117	96	82	45,6
Кількість структурних підрозділів банків (філій)	од.	19 290	15 082	11 871	10 316	9 489	49,2
Кількість небанківських фінансових організацій	од.	739	712	735	612	583	78,9
зокрема, кредитних спілок		624	589	588	462	378	60,6
інших кредитних установ		85	93	117	121	176	207,1
юридичних осіб публічного права		30	30	30	29	29	96,7
Кількість аграрних підприємств	од.	49 848	46 012	46 744	44 998	50 115	100,5
зокрема, великих		27	28	29	20	18	66,7
середніх		2 915	2 595	2 533	2 501	2 383	81,7
Малих		46 906	43 389	44 182	42 477	47 714	101,7
зокрема, фермерських господарств		27 785	39 428	32 303	44 079	45 035	162,1
Кількість домогосподарств	тис. од.	16 958,7	16 076,3	15 073,7	15 003,4	14 985,6	88,4
Обсяг виданих кредитів	млн. грн.	885 432	990 056	962 664	985 447	1 004 114	113,4
Кількість потенційних кредиторів в розрахунку на 1 000 аграрних підприємств	од.	402	343	270	243	201	50,0
Кількість потенційних кредиторів в розрахунку на 1 000 домогосподарств		1,2	1,0	0,8	0,7	0,7	58,3
Обсяг кредитних ресурсів, що припадає на 1 кредитора	тис. грн.	44,2	62,7	76,4	90,2	99,7	225,6

Джерело: розраховано автором за даними джерел [2; 3; 4]

теми від негнучких, нездатних витримати кризові удари суб'єктів фінансово-кредитної сфери, місце яких на стадії рецесії мають посісти інституції нового рівня.

Разом зі скороченням кількості фінансових установ за досліджуваний період спостерігалося зростання обсягів кредитних ресурсів, наданих суб'єктам господарювання однією кредитною установою, а саме із 44 млн. грн. у 2013 році до 100 млн. грн. у 2017 році відповідно (на 125% у відносному вираженні). Зростання цього показника зумовлене не лише звуженням інституційної організації фінансового сектору, але й девальвацією національної валюти та інфляційними явищами в державі.

Ступінь забезпечення сільськогосподарських підприємств структурними одиницями фінансових установ у регіональному аспекті (рис. 1) дає змогу говорити про порівняно високий рівень забезпеченості центральних та західних регіонів України, тоді на Півдні та Сході країни банківська мережа є менш розгалуженою порівняно з кількістю аграрних товаровиробників.

Останнім часом експертний аналіз банківської системи фіксує тенденцію до зростання концентрації та зниження конкурентних факторів на банківському ринку. Важливим індикатором зниження конкуренції на ринку є зростання індексу Херфіндаля-Хіршмана (ННІ). Значення ННІ за активами, кредитами та зобов'язаннями з 2014 року підвищилось майже вдвічі, а саме з рівня у діапазоні 450–460 до 850–950. Така динаміка показника ННІ ілюструє рух до олігополізації традиційно конкурентної банківської системи й потребує значної уваги владних структур. Варто зазначити, що максимального рівня економічного зростання, а саме близько 12%, країні вдалось досягнути в період, коли значення ННІ коливалося в межах 300–380 од., при цьому у розвинутих європейських країнах, наприклад, критичною межею вважається значення показника у 400 од. [5].

В процесі дослідження інституційного аспекту потенціалу іпотечного кредитування у регіональному розрізі нами був здійснений аналіз областей України щодо насиченості та достатності наявної інституційної структури для забезпечення безперебійного виробничо-господарського процесу суб'єктів аграрної сфери. Задля цього був використаний метод бальних оцінок, який полягає у присудженні конкретного балу за рівень детермінованої групи показників, що відповідає визначеному інтервалу. Бальна система передбачає такий розподіл оцінок: слабкий рівень насичення (1 бал), помірний рівень (2 бали), значний рівень (3 бали), високий рівень (4 бали). Результуючий показник, яким є категоріальний бал, враховує сукупну дію визначальних ознак та обраховується як сума балів за відповідний рівень окремих характерних показників, що визначаються відповідно до схеми бальної оцінки:

$$Б_К = \sum_{i=1}^{n} Б_i , \quad (1)$$

де $Б_К$ – категоріальний бал; $Б_i$ – бал і-го показника відповідно до схеми бальних оцінок; n – кількість показників, відібраних для проведення оцінювання.

Результати оцінювання регіонів України за методом бальних оцінок наведено в табл. 2.

Вочевидь, у більшості областей існує низький рівень забезпечення суб'єктів аграрного підприємництва та особистих селянських господарств інституціями, що здій-

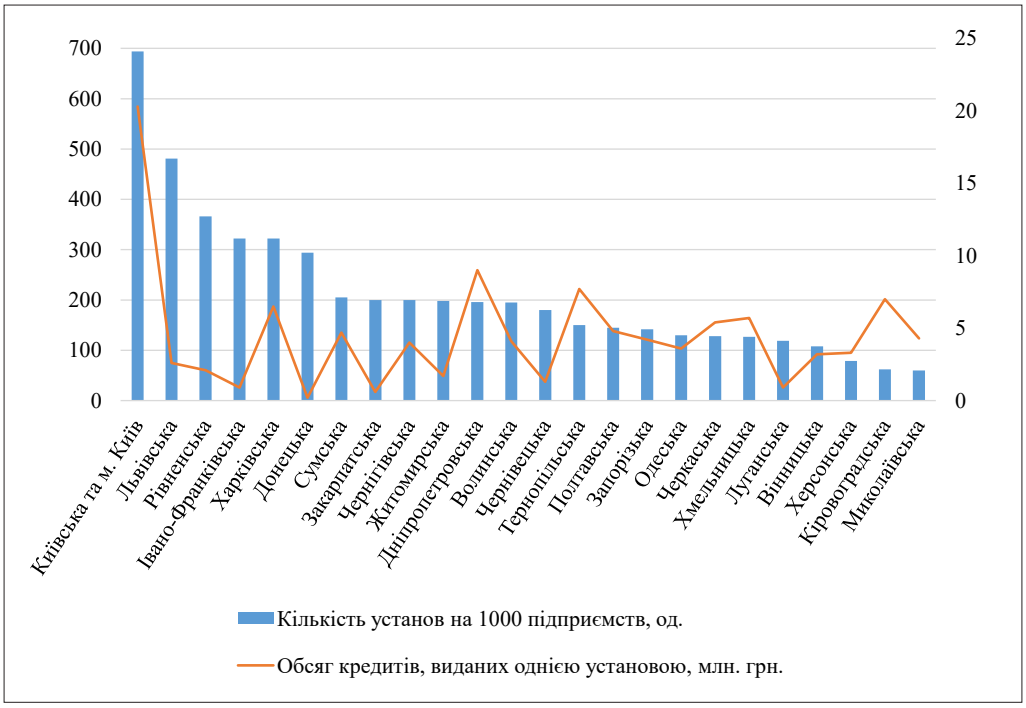

Рис. 1. Кількість структурних підрозділів банків з розрахунку на 1 000 аграрних підприємств та обсяги наданих кредитів однією установою станом на 1 січня 2018 року

Джерело: складено автором за даними джерел [2; 4]

снюють іпотечне кредитування галузі. Помірний рівень інституційного забезпечення спостерігається у трьох областях, а саме Донецькій, Кіровоградській та Сумській.

Київська область разом з м. Києвом є єдиним регіоном, що досягнув рангу зі значним рівнем інституційного забезпечення, випередивши решту регіонів України за показником кількості банківських установ у розрахунку на 1 000 аграрних підприємств та за обсягами наданих кредитів однією банківською установою.

Відзначимо, що жоден інший регіон не досягнув високого рівня розвитку інституційної складової іпотечного процесу. В середньому по Україні рівень інституційного забезпечення суб'єктів господарювання в аграрній сфері є низьким і потребує невідкладного вдосконалення, підкріпленого законодавчою базою, а також оптимізації фінансово-кредитної інфраструктури регіонів з урахуванням місцевих умов щодо потреб та викликів, сильних та слабких сторін, щоби сформована мезосистема з мінімальними витратами приносила максимально можливу суспільну та виробничу користь. Розкриття інституційного потенціалу іпотечного кредитування у регіональному аспекті дасть змогу підсилити дію сильних сторін суб'єктів аграрного господарювання та нівелювати слабкі риси, а також забезпечить мінімізацію диспропорцій розвитку регіонів України та сприятиме подальшій інтеграції держави в міжнародну економічну систему.

Для запуску іпотечного фінансування сільського господарства лише впровадження ринку сільськогосподарських земель недостатньо. Державі необхідно створити стабільні умови та стимулювати зацікавленість для зустрічі взаємних інтересів потенційних кредиторів і позичальників, а також забезпечити здійснення прямих фінансових вливань через спеціалізовані іпотечно-кредитні установи.

При цьому одним із важливих завдань держави як регулятора іпотечного ринку та ринку сільськогосподарських земель є забезпечення збереження національного багатства України, попередження тотального переходу права власності на нього до кредиторів, а також паритету еколого-економічного господарювання на сільськогосподарських землях України.

Державна підтримка аграрного сектору України має прямий та опосередкований характер. Згідно з даними Мінагрополітики з бюджетних коштів на підтримку вітчизняного сільськогосподарського виробництва у 2017 році було виділено близько 5 млрд. грн. Найбільші за обсягами вливання відбулися в аграрну сферу Вінницької (13% від загальної суми) та Одеської (близько 7%) областей. Фінансування в обсязі більше 250 млн. грн. отримали також Миколаївська, Чернігівська, Хмельницька, Сумська та Дніпропетровська області. Найбільша частка фінансової підтримки припадає на програму забезпечення аграрних товаровиробників сільськогосподарською технікою та обладнанням на основі лізингу (84,4% прямої бюджетної підтримки сільського господарства), а лише 3,5% припадає на фінансову підтримку тваринництва. Серед областей України з найменшою часткою бюджетних асигнувань, спрямованих в аграрну галузь, слід назвати Івано-Франківську (45,5 млн. грн., або 0,9%) та Закарпатську (32,6 млн. грн., або 0,7%) області.

Водночас рівень сукупної (прямої та опосередкованої) державної підтримки аграрної галузі в Україні щодо виробленої сільськогосподарської продукції з 2013 року набував від'ємного значення, а на кінець 2017 року становив -7%. Для порівняння, згідно з дослідженням ОЕСР, в Китаї цей показник становив 21%, в Туреччині – 20%, загалом по ЄС – 19%, у середньому по країнах СНД – близько 15% [6].

Україна діє в глобалізованій світовій економіці, що зумовлює необхідність враховувати у внутрішній економічній політиці вимоги взятих зобов'язань щодо участі в міжнародних економічних об'єднаннях. Проте негативна тенденція, що спостерігається у сфері державного фінансування аграрного сектору, незважаючи на наявність кіль-

Таблиця 2

Бальна оцінка областей України за критерієм розвитку регіональних банківських систем

Регіон	Кількість установ на 1 000 підприємств	Обсяг кредитів, виданих однією установою			Кількість установ на 1 000 ОСГ		Категоріальний бал (БК)	Рівень інституційного забезпечення
	од.	Б1	млн. грн.	Б2	од.	Б3		
Україна	**185**	**1**	**7,1**	**2**	**2,1**	**1**	**4**	**низький**
Київська область та м. Київ	694	4	20,3	4	1,7	1	9	значний
Донецька область	294	2	0,2	1	6,5	4	7	помірний
Кіровоградська область	62	1	7	2	4,6	3	6	
Сумська область	205	1	4,7	1	5,2	4	6	
Дніпропетровська область	196	1	9	2	3,2	2	5	низький
Закарпатська область	200	1	0,6	1	4,5	3	5	
Львівська область	481	3	2,6	1	0,8	1	5	
Харківська область	322	2	6,5	2	0,9	1	5	
Вінницька область	108	1	3,2	1	2,8	2	4	
Івано-Франківська область	322	2	0,9	1	1,1	1	4	
Миколаївська область	60	1	4,3	1	2,5	2	4	
Одеська область	130	1	3,6	1	3	2	4	
Рівненська область	366	2	2,1	1	1	1	4	
Тернопільська область	150	1	7,7	2	2	1	4	
Хмельницька область	127	1	5,7	2	0,9	1	4	
Черкаська область	128	1	5,4	2	1,2	1	4	
Чернігівська область	200	1	4	1	3,5	2	4	
Волинська область	195	1	4,1	1	1	1	3	
Житомирська область	198	1	1,7	1	1,2	1	3	
Запорізька область	142	1	4,2	1	1,1	1	3	
Луганська область	119	1	0,9	1	1,6	1	3	
Полтавська область	145	1	4,8	1	0,8	1	3	
Херсонська область	79	1	3,3	1	1,9	1	3	
Чернівецька область	180	1	1,3	1	1,5	1	3	

Джерело: розраховано автором за даними джерел [2; 4]

ких розроблених та впроваджених програм бюджетного асигнування, зумовлена здебільшого неповноцінністю функціональної структури цих програм, оскільки освоєння цільових коштів за останні п'ять років тримається на рівні 30–60% і менше.

З огляду на те, що вклад аграрного сектору у виробництво ВВП становить близько 9–10%, обсяг бюджетного фінансування аграріїв у ВВП у розмірі 0,17% є надзвичайно низьким, причому встановлений Бюджетним кодексом рівень державного фінансування агросектору складає 1% ВВП.

Результати проведеного нами дослідження рівня державного регулювання аграрної сфери дають змогу говорити про наявність значного регуляторного потенціалу іпотечного кредитування сільськогосподарської галузі. Для досягнення ефективного функціонування агропромислового комплексу державна підтримка має ґрунтуватись на принципах:

– пріоритетності підтримки екологічно орієнтованих ресурсозберігаючих технологій в аграрному бізнесі;

– повноти освоєння бюджетних коштів за встановлений період;

– дотримання вимог законодавства щодо обсягів та напрямів бюджетного фінансування аграріїв;

– прозорості процедури розподілу бюджетних коштів за цільовими програмами;

– пріоритетності підтримки дрібних (фермерських) господарств;

– мінімізації бюрократичної складової в процесі отримання державного фінансування;

– підвищення доступності до державних програм суб'єктів малого та середнього агробізнесу.

Напрямами ефективного використання інституційного потенціалу є:

– підвищення ефективності діяльності наявних на ринку нерухомості ріелторів, нотаріальних контор, оцінювачів та можливості для створення нових учасників ринку;

– оптимізація діяльності законодавчих органів влади в галузі нормативно-правового забезпечення сфери іпотечного кредитування аграрних підприємств та фермерських господарств під заставу нерухомого майна, зокрема земель сільськогосподарського призначення;

– вдосконалення процедури стягнення заборгованості за іпотечними кредитами в судовому порядку;

– створення нових або трансформація наявних іпотечних інститутів, на які покладаються обов'язки щодо гарантування іпотечних кредитів, формування земельних банків, викупу нерухомості, яка була зазначена як застава за кредитом, що не може бути погашений;

– оптимізація структури страхового ринку, основною функцією якого є погашення ризиків по іпотечних кредитах;

– формування єдиної інтегральної системи державних реєстраторів, що можуть забезпечити наповнення єдиної бази даних щодо обтяження нерухомого майна суб'єктів аграрного підприємництва заставою [1, с. 95].

Висновки. Таким чином, ідентифікація ресурсного потенціалу іпотечного кредитування в інституційному та регуляторному аспектах свідчить про наявність значних резервів для активізації та трансформації регенеративних процесів всередині аграрної галузі, зміцнення та поглиблення міжгалузевих зв'язків на національному та міжнародному рівнях. Такого ефекту можна досягнути за умови залучення фінансово-кредитних ресурсів у систему іпотечного кредитування за умови розвитку інституційної структури та належного рівня державної підтримки аграрної сфери. Ефект синергії, спричинений комплексною дією багатьох визначальних та другорядних факторів, дасть змогу запустити ланцюговий ефект: економічний розвиток локомотивної галузі, яким є сільськогосподарське виробництво, прискорює темпи розвитку суміжних промислових галузей, а також сприяє розширенню спектру невиробничих послуг, що має позитивний ефект як на регіональному, так і на національному рівнях.

Список використаних джерел:

1. Мельник Л. Потенціал іпотечного кредитування в аграрній сфері: сутність, структура, специфіка формування. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2018. № 10 (38). С. 93–98.
2. Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cg.htm (дата звернення: 20.06.2019).
3. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг : офіційний веб-сайт. URL: https://www.nfp.gov.ua (дата звернення: 10.07.2019).
4. Національний банк України : офіційний веб-сайт. URL: https://bank.gov.ua (дата звернення: 18.07.2019).
5. Синергія розвитку банків та індустріалізації економіки: відкритий громадський проект для широкого експертного обговорення : Стратегія розвитку банківської системи 2016–2020 / Комітет Верховної Ради України з питань фінансової політики і банківської діяльності. Київ, 2016. 93 с. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Credit_Economics_Department/afedra+bankspravi/proekt_strategi.pdf (дата звернення: 10.07.2019).
6. Організація економічного співробітництва та розвитку : офіційний веб-сайт. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/data/oecd-agriculture-statistics/agricultural-support-estimates-edition-2018_a195b18a-en (дата звернення: 15.07.2019).

References:

1. Meljnyk L. (2018) Potencial ipotechnogho kredytuvannja v aghrarnij sferi: sutnistj, struktura, specyfika formuvannja. [Potential of mortgage lending in agrarian sphere: essence, structure, specificity of formation]. *Naukovi zapysky Nacionaljnogho universytetu "Ostrozjka akademija"*, no. 10 (38), pp. 93–98.
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny [Oficijnyj veb-sajt]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cg.htm (accessed: 20.06.2019).
3. Nacionaljna komisija, shho zdijsnjuje derzhavne reghuljuvannja u sferi rynkiv finansovykh poslugh [Oficijnyj veb-sajt]. Available at: https://www.nfp.gov.ua (accessed: 10.07.2019).
4. Nacionaljnyj bank Ukrajiny [Oficijnyj veb-sajt]. Available at: https://bank.gov.ua (accessed: 18.07.2019).
5. Strateghija rozvytku bankivsjkoji systemy 2016–2020 (2016) "Synerghija rozvytku bankiv ta industrializaciji ekonomiky": vidkrytyj ghromadsjkyj proekt dlja shyrokogho ekspertnogho obghovorennja / Komitet Verkhovnoji Rady Ukrajiny z pytanj finansovoji polityky i bankivsjkoji dijaljnosti. Kyjiv, 93 p. Available at: https://kneu.edu.ua/userfiles/Credit_Economics_Department/afedra+bankspravi/proekt_strategi.pdf (accessed: 10.07.2019).
6. Orghanizaciji ekonomichnogho spivrobitnyctva ta rozvytku [Oficijnyj veb-sajt]. Available at: https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/data/oecd-agriculture-statistics/agricultural-support-estimates-edition-2018_a195b18a-en (accessed: 15.07.2019).

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ И РЕГУЛЯТОРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ АГРАРНОЙ СФЕРЫ

Аннотация. В статье определена сущность институционального потенциала ипотечного кредитования сельскохозяйственных производителей. Выделены показатели интенсивности кредитной деятельности финансовых институтов. Проанализирована динамика показателей институционального потенциала ипотечного кредитования аграрной сферы. Проведен анализ финансово-кредитной инфраструктуры в региональном разрезе. Определен уровень конкуренции на рынке банковских услуг с помощью индекса Херфиндаля-Хиршмана. Предоставлена балльная оценка областей Украины по критерию развития региональных банковских систем. Сделан акцент на низком уровне развития институциональной составляющей ипотечного процесса. Исследован уровень государственного регулирования в сельском хозяйстве. Выделены принципы государственной поддержки аграрной отрасли. Определены направления эффективного использования институционального потенциала.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, финансовая поддержка, институциональный потенциал, аграрная сфера, ресурсный потенциал.

INSTITUTIONAL AND REGULATORY POTENTIAL OF MORTGAGE LENDING OF THE AGRARIAN SPHERE

Summary. The ability of agrarian producers to access credit facilities in a timely manner depends largely on the level of financial infrastructure development. However, the problems of building the institutional capacity of agricultural mortgage lending are poorly understood today. The purpose of this paper is to assess the institutional potential of agricultural mortgage lending and to increase its efficiency in current economic conditions. The article identifies the essence of the institutional potential of agricultural mortgage lending. Indicators of the intensity of credit activity of financial institutions are distinguished: the

number of banking and non-banking financial institutions; number of potential creditors of agricultural production; the volume of credit resources issued by one lender; density of financial institutions by region. The dynamics of indicators of the institutional potential of the mortgage lending to the agricultural sector has been analyzed. The analysis of the state of financial and credit infrastructure in the regional context has been performed. The level of competition in the banking services market using the Herfindahl-Hirschman index has been determined. A point evaluation of the regions of Ukraine on the criterion of development of regional banking systems was conducted. The low level of development of the institutional component of the mortgage process has been emphasized. The level of state regulation in agriculture has been investigated. The principles of state support for the agricultural sector have been highlighted. The directions of effective use of institutional potential have been determined: increase of efficiency of activity of realtors, notary offices, appraisers and opportunities for creation of new market participants; optimization of legal support of the sphere of mortgage lending to agricultural enterprises; improvement of mortgage debt collection procedure; creation of mortgage institutions for guaranteeing mortgage loans, formation of land banks; optimization of the insurance market structure; formation of a single integrated system of state registrars.

Key words: mortgage lending, financial support, institutional potential, agrarian sphere, resource potential.

УДК 658

Ковальский А.
аспірант кафедри бухгалтерського обліку та аудиту
Одеського національного економічного університету

Kovalskiy A.
Postgraduate Student of the Department of Accounting and Auditing
Odessa National Economic University

ЩОДО ДЕФІНІЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ КОМУНАЛЬНОЇ СФЕРИ

Анотація. У статті розглянута сутність та значення такого поняття, як «бізнес-модель» підприємств комунальної інфраструктури, розроблений авторський підхід щодо дефініції терміну «Бізнес модель» для підприємств комунальної інфраструктури.

Ключові слова: Класифікація комунальних підприємств, комунальна інфраструктура, функціонування комунальних підприємств, бізнес модель, конкурентна перевага.

Постановка проблеми. Суб'єкти господарювання комунальної сфери України є одними з найбільш збиткових в зв'язку з відсутністю необхідної системи фінансування та практичною відсутністю залучених інвестицій. Однією із актуальних проблем є питання формування відповідної «бізнес моделі» для комунальних підприємств що надасть можливість побудувати систему сталого розвитку підприємства та стане запорукою залучення інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні два десятиліття поняття «Бізнес модель» міцно увійшла в усі словники з менеджменту. В середині 90-х фірми віддавали перевагу використанню цього поняття для залучення інвестицій. В даний час компанії з різних галузей використовують цю концепцію: інноваційні, технологічні, е-бізнесу та бізнесу інформаційних систем адаптують існуючі підходи під швидкозмінне бізнес середовище. Актуальні питання щодо визначення терміну «Бізнес модель» неодноразово піднімалися в наукових працях таких вітчизняних та закордонних науковців як В. Алексєєва, Е. Альтман, В. Бабаєв, Л. Бражніков, В. Воротін, В. Ігнатова, Т. Момот, О. Мордвінов, О. Нагорна, В. Толуб'як, Р. Сайфулін, О. Шевченко, Amit, Zott, Barney, Williamson та ін.

Постановка завдання. Бізнес-моделі можуть зіграти позитивну і потужну роль в корпоративному управлінні. Перш ніж досліджувати цю роль більш детально, спочатку необхідно зрозуміти, що саме являє собою бізнес-модель.

Аналіз зарубіжної економічної літератури показав, що багато авторів запропонували власні визначення терміну «бізнес-модель», але обійшли увагою функціонування комунальних підприємств. Розробці власної дефініції бізнес-моделі підприємств комунальної інфраструктури присвячується ця стаття.

Виклад основного матеріалу. Теоретичним основам розробки бізнес моделей приділяється недостатньо уваги. Винятком є робота Amit and Zott (2001), де автори підходять до конструкції бізнес-моделей як до об'єднуючої одиниці аналізу, які фіксують створення вартості з декількох джерел. Вони виступають за крос-теоретичну перспективу, укладаючи, що жодна теорія не може повністю пояснити потенціал створення вартості підприємства.

Конструкція бізнес-моделі грунтується на центральних ідеях бізнес-стратегії і пов'язаних з нею теоретичних традиціях. Конкретніше, це ґрунтується на концепції ланцюжка створення вартості (Porter, 1985) і розширених поняттях систем вартості і стратегічного позиціонування (Porter, 1996). Оскільки бізнес-модель включає в себе конкурентну перевагу, вона також спирається на теорію, засновану на ресурсах (Barney et al., 2001). З точки зору відповідності фірми ширшої мережі створення вартості модель відноситься до теорії стратегічних мереж (Jarillo, 1995) і стратегіям співпраці (Dyer and Singh, 1998). Крім

того, модель включає в себе вибір (наприклад, вертикальна інтеграція, конкурентна стратегія) щодо меж фірми (Barney, 1999) і пов'язана з економікою трансакційних витрат (Williamson, 1981).

Більшість точок зору на моделі включають пропозиції фірми і заходи, які вживаються для їх виконання. Тут керівництво повинне розглянути ціннісне пропозицію фірми, вибрати види діяльності, які воно буде виконувати всередині фірми, і визначити, як фірма вписується в мережу створення вартості. Грунтуючись на теорії економічного розвитку Шумпетера (1936), вартість створюється з унікальних комбінацій ресурсів, які виробляють інновації, а економіка трансакційних витрат визначає ефективність транзакцій і граничні рішення як джерело вартості. Позиціонування всередині більшої мережі цінності може бути критичним фактором у створенні вартості. В рамках свого позиціонування фірма повинна встановити відповідні відносини з постачальниками, партнерами і клієнтами.

Моделі неявно або явно зачіпають внутрішні компетенції, які лежать в основі конкурентної переваги фірми. Це узгоджується з теорією, заснованої на ресурсах, де фірма розглядається як сукупність ресурсів і можливостей (Barney et al., 2001). Конкурентна перевага може виникнути в результаті надзвичайного виконання певних дій у внутрішній ланцюжку створення вартості фірми, надзвичайною координацією між цими діями або надзвичайного управління взаємодією між фірмою та іншими в мережі створення цінності. Крім того, в тих випадках, коли модель має запатентовані інноваційні елементи, актуальна теорія ресурсної переваги (Hunt, 2000).

Економіка підприємства займає чільне місце в дослідженнях бізнес-моделей. Ефективна модель включає в себе унікальні комбінації, які призводять до створення надзвичайних цінностей, що, в свою чергу, забезпечує надзвичайний прибуток для фірми, що узгоджується з теорією Шумпетера (Schumpeter, 1936). У той же час прагнення підприємців до зростання і прибутку значно різняться. Стратегічні цілі відображають ставлення фірми до розвитку бізнесу в цілому. Бізнес-моделі будуть відрізнятися для підприємств з більш помірними і більш амбітними прагненнями. Різні теоретичні традиції мають значення для підприємницьких намірів щодо характеру і масштабів підприємства. Теорія самоефективності є тому прикладом, з її акцентом на роль когнітивних здібностей і навичок підприємця у визначенні результатів. В якості альтернативи теорія ефективності передбачає, що підприємці висловлюють припущення про майбутнє, визначають, що можна зробити, і цілі з часом виникають (Wiltbank and Sarasvathy, 2002).

З теоретичної точки зору можна також розглядати бізнес-модель як взаємопов'язані компоненти системи, складову архітектурну основу фірми. У теорії систем бізнес розглядається як відкрита система з різними рівнями комбінаторної складності між підсистемами, обмежена середовищем і відкритим обміном інформацією (Petrovic et al., 2001).

Оскільки на сьогоднішній день не існує загальноприйнятого визначення бізнес-моделі для підприємств комунальної сфери, ми пропонуємо нове визначення, керуючись наступними двома принципами.

По-перше, наше визначення базується на багатих напрацювання вчених в цій галузі. По-друге, сфера комунальної власності, на нашу думку, спрямована на створення вартості як на рівні підприємства, так і в цілому для регіону і країни. Тобто фокус уваги при визначенні бізнес-моделі у ціннісно-орієнтованих компаній спрямований на зовнішнього користувача – інвесторів, кредиторів, споживачів і інших стейкхолдерів.

У якості відправної точки ми почали з аналізу терміну «Бізнес модель». Зокрема, бізнес в основному займається створенням вартості і отриманням прибутку від цієї вартості, а модель є просто поданням реальності. Комбінуючи ці концепції з результатами, отриманими в наслідок аналізу літератури, ми визначаємо бізнес-модель підприємств комунальної інфраструктури як комплексну систему стратегічних дій і взаємин зі створення цінності для споживача при оптимальному розподілі ресурсів з метою утримання вартості в цілісному ланцюжку її створення.

Це визначення включає в себе чотири ключових терміна. Перший ключовий термін, комплексна система стратегічних дій, передбачає, що правильно розроблена бізнес-модель допомагає чітко сформулювати ключові припущення про причинно-наслідкові зв'язки і внутрішньої узгодженості стратегічного вибору. Другий ключовий термін: оптимальний розподіл ресурсів – дуже важливий для муніципальної власності. Термін «створення і утримання вартості» відображає дві фундаментальні функції, які повинні виконувати всі організації, щоб залишатися життєздатними протягом тривалого періоду часу. Успішні фірми створюють цінність, надаючи послуги або виробляючи товари таким чином, щоб вони відрізнялися їх від конкурентів. Фірми можуть розвивати основні компетенції, можливості та переваги, які відрізняють їх від існуючих у конкурентів. Вони можуть використовувати ці основні компетенції та можливості, наприклад, для виконання виробничих процесів унікальним способом або можуть об'єднувати свої дії в бізнес-процеси таким чином, щоб перевершувати своїх конкурентів. У них навіть може бути унікальний підхід до забезпечення капіталу, який необхідний для фінансування створення основних компетенцій, можливостей і позиційних переваг. Зрештою, комерційні компанії повинні заробляти гроші, щоб вижити; таким чином, їх життєздатність пов'язана як з цінністю, яку вони створюють, так і з тим, як вони утримують вартість і, як наслідок, отримують прибуток. Однак створення цінності або її утримання не відбувається у вакуумі. Як стверджує Хамел (Hamel, 2000) [8, с. 141], і те, і інше відбувається всередині ланцюга створення цінності, в яку можуть входити постачальники, партнери, канали поширення і коаліції, що розширюють власні ресурси компанії. Фірма може бути в змозі створити унікальні відносини з будь-якої з цих сторін або навіть зі своїми кінцевими клієнтами. Роль, яку фірма обирає у своїй мережі створення цінності, є важливим елементом її бізнес-моделі.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Спираючись на вищевикладене теоретичне підґрунтя, можна розробити концептуальний підхід до розробки та адаптації бізнес-моделі управління на підприємствах комунальної інфраструктури. Щоб бути корисною, така концепція повинна бути досить простою, логічною, вимірюваною, всебічною та оперативно-значущою.

Список використаних джерел:

1. Amit R., Zott C. Value creation in e-business. Strategic Management 2001; 22(2):493–520.
2. Barney J.B. How firm capabilities affect boundary decisions. Sloan Manage Rev 1999; 40(1):19–32.
3. Barney J., Wright M., Ketchen D. The resource-based view of the firm: ten years after. J. Manage 2001; 27(6):625–41.
4. Dyer J., Singh H. The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. Academic Management Review 1998; 23(4):660–79.
5. Hamel, G. (2000). *Leading the revolution*. New York, 7 Plume.
6. Hunt S. D. A general theory of competition. Thousand Oaks (CA): Sage Publications, 2000.
7. Jarillo J. C. Strategic networks. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1995.
8. Petrovic O., Kittl C., Teksten R.D. Developing business models for e-busi- ness. Vienna: International Electronic Commerce
9. Porter M.E. Competitive advantage. New York: Free Press, 1985.
10. Porter M.E. What is strategy. Harvard Business Review 1996; 74(6):61–78.
11. Schumpeter J. Theory of economic development. Cambridge (MA): Harvard University, 1936.
12. Williamson O. E. The economics of organization: the transaction cost approach. Am J Sociolgy 1981; 87(4):548–77.
13. Wiltbank R., Sarasvathy S. Patterns of business model change as measures of causation and effectuation. In: Reynolds P, editor. Research in frontiers of entrepreneurship research. Babson Park (MA): Babson College Press, 2002, p. 328.

УДК 336.027.64
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-45

Романчукевич В. В.
докторант
ДВНЗ «Університет банківської справи»
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9393-5590

Romanchukevych V. V.
State University of Banking

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. У статті запропоновано комплексне розширене бачення методології наукового дослідження проблематики модернізації державної фінансової політики (далі – ДФП) сталого розвитку в умовах глобалізації, що базується на системі базових та специфічних принципів побудови ДФП, склад і зміст яких розкриті автором в контексті обґрунтування авторського бачення логіки ведення дослідження модернізації фінансової політики держави в умовах глобалізації. Подано характеристику комплексу методологічних підходів, використання яких є найбільш обґрунтованих з позиції науки та практики для дослідження проблем модернізації ДФП сталого розвитку. Визначено, що методологія наукового дослідження модернізації ДФП в умовах глобалізації є складним багаторівневим шляхом пізнання істини, який випливає з існуючих проблем побудови ДФП, ґрунтується на чітко визначених принципах, використовує сукупність підходів, послуговується визначеними методами дослідження та здійснюється на двох рівнях: теоретичному та емпіричному.

Ключові слова: державної фінансової політики, модернізація, методологія, глобалізація, теоретичний рівень, емпіричний рівень.

Постановка проблеми. Дослідження модернізації державної фінансової політики сталого розвитку (далі – ДФПСР) в умовах глобалізації містить багато суперечностей є такою, якій характерними є певні проблеми, що унеможливлюють зовсім або ж суттєво утруднюють проведення такого роду досліджень. Відповідно, таке дослідження мусить не тільки відповідати певним критеріям як-то, наприклад, комплексність та системність, але і здійснюватися відповідно до чіткої методології, яка дасть змогу зменшити їх вплив.

Чітка методологія є базовою для послідовного дослідження державної фінансової політики сталого розвитку в умовах глобалізації та її модернізації. Тому науковці, які здійснюють дослідження проблем формування та впровадження ДФП, обов'язково обґрунтовують методологічні основи їх досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковому сенсі найбільшої ваги серед праць, що висвітлюють методологічні основи дослідження проблематики фінансової політики держави, мають праці таких дослідників як Ванькович Д., Гальчинський А., Геєць, Данилишин Б., Юхименко П., Клейнер Г., Рач В., Росошанський О., Сіташ Т., Чмиленко Ф., Петрушевська В., Талер Р. та ін.

Постановка завдання. Головною метою цієї роботи є вирішення проблеми формування ефективної державної фінансової політики сталого розвитку в умовах глобалізації в частині наукового обґрунтування відповідного категоріально-понятійного апарату, що дає змогу чітко ідентифікувати досліджуване явище, його зміст та роль в організації суспільного життя.

Виклад основного матеріалу дослідження. Погоджуємося з думкою науковця, що зазначені проблеми в

своїй сукупності створюють особливості, що впливають на проведення бюджетної, податкової політики та політики формування фінансів реального сектору економіки, а саме в сферах:

– *бюджетної політики:* (незначні (за обсягами) суми бюджетних коштів та їх хронічний дефіцит; нераціональна структура витрат і неефективне використання бюджетних коштів; надмірна централізація фінансових ресурсів);

– *податкової політики* (високий рівень податкового навантаження (виходячи з обсягу ВВП на і жителя України), низький рівень збору податків через ухилення від їх сплати та приховування платниками податків реальних доходів; систематичні порушення балансу фінансових інтересів платників податку та податкових адміністрацій на користь держави);

– *фінансів реального сектору* (низький рівень забезпеченості суб'єктів господарювання власними оборотними коштами, гіпертрофована кредиторська заборгованість, відсутність реальних державних важелів впливу на управління кредиторською заборгованістю) [1].

Зважаючи на вище окреслені проблеми та особливості формування й провадження фінансової політики держави, вважаємо, що її розробка фінансової політики повинна здійснюватися відповідно до чітких принципів, інакше зазначені проблеми будуть зменшувати її ефективність.

Петрушевська В., досліджуючи можливості адаптації ДФП до умов євроінтеграційних і глобалізаційних процесів, зазначає, що вона повинна здійснюватися відповідно до чітко визначених цілей та принципів [2]. Всі цілі фінансової політики науковиця виокремлює у три послідовні рівні, які слугують одній головній меті – досягнення стабільного соціально-економічного розвитку держави.

Що ж стосується принципів побудови ДФП, то вищезгадана вчена виділяє наступні: науковий підхід; прогнозування можливих наслідків; урахування накопиченого досвіду; чітке визначення макроекономічних показників; урахування національних і географічних особливостей; комплексний підхід; багатоваріантність; урахування внутрішнього становища й міжнародних позицій держави [2].

У свою чергу Сіташ Т. виділяє такі три принципи фінансової політики як:

– сприяння розвитку виробництва, підтримання підприємницької активності та підвищення рівня зайнятості населення;

– мобілізація й використання фінансових ресурсів для забезпечення соціальних гарантій;

– спрямованість на запровадження такого фінансового механізму, який зумовлює раціональне використання природних ресурсів, заборону технологій, що загрожують здоров'ю людини [3].

Рис. 1 графічно представляє всі принципи побудови та реалізації державної фінансової політики, які поділено на дві логічні групи: базові принципи, а також спеціальні принципи, що враховують особливості провадження фінансової політики у конкретній державі.

Формування нових підходів до трактувань процесів, що супроводжують процес реалізації фінансової політики, створення шляхів модернізації фінансової політики держави, особливо у контексті глобалізації суттєво залежать від сукупності методологічних підходів, які обрані дослідником.

У табл. 1 представлено методологічні підходи, використання яких є найбільш обґрунтованим з позиції науки та практики.

Застосування представлених у табл. 1 методологічних підходів дає змогу дослідити ДФП, так би мовити, сповна з врахуванням факторів впливу зовнішнього і внутрішнього середовищ, процесів, а також об'єктів, на які вона здійснює вплив. Розглянемо детальніше кожен з підходів.

Наукове дослідження модернізації фінансової політики держави в умовах глобалізації здійснюється в основному на двох рівнях: теоретичному та емпіричному. Ці рівні, хоча є різними за сутністю, на практиці глибоко переплітаються, адже на теоретичному рівні відбувається пояснення фактів, явищ, процесів, що отримані на були отримані на емпіричному рівні. Отож, розглянемо обидва із згаданих рівнів дослідження нашого предмета.

Теоретичний рівень дослідження відрізняється від емпіричного тим, що на цьому рівні дослідник має справу з окремими елементами моделі досліджуваного об'єкта, які є результатом мисленевої діяльності попередніх дослідників, а на емпіричному рівні дослідник працює з реальними об'єктами. Таким чином на теоретичному рівні спостерігається певне відмежування від реальної дійсності.

На теоретичному рівні створюються системи знань, теорії, в яких розкриваються загальні та необхідні зв`язки, формулюються закони в їх системній єдності та цілісності [10]. Сьогодні назріла потреба в обґрунтуванні екологічних імперативів державної фінансової політики сталого розвитку, формування ефективного економіко-правового механізму охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки в рамках комплексної екологічної функції держави, а загалом- і розвитку, як зазначає проф. В. Костицький екологічної держави як нового феномену сучасної цивілізації [11-13].

На теоретичному рівні дослідження фінансової політики держави головним завданням є розкриття суттєвих причин та зв`язків між явищами, а пізнавальною функцією – пояснення явищ у формі законів, теорій, теоретичних систем та системних законів. На цьому рівні домінує раціональне пізнання.

На відміну від теоретичного рівня, на емпіричному рівні відбувається пряме спостереження за явищами та об'єктами, що формують вплив на фінансову політику держави, на підставі яких фіксуються факти, виявляються закономірності, притаманні фінансовій політиці різних держав світу, регіонів, історичних періодів. На цьому рівні дослідження домінує чуттєво-сенситивний компонент пізнання.

Слід зауважити, що цим методам притаманний один суттєвий недолік – всі вони не «доторкаються» до об'єкта нашого дослідження. Але ці методи дають змогу встановити певні закономірності, спільні для різних елементів риси, фактори впливу тощо.

На відміну від теоретичного рівня, на емпіричному рівні відбувається пряме спостереження за явищами та об'єктами, що формують вплив на фінансову політику держави, на підставі яких фіксуються факти, виявляються закономірності, притаманні фінансовій політиці різних держав світу, регіонів, історичних періодів. На цьому рівні дослідження домінує чуттєво-сенситивний компонент пізнання.

Зауважимо, що методи, які використовуються на теоретичному та емпіричному рівнях сильно пов'язані і мають значний рівень залежності, вони зумовлюють один одного у загальній структурі наукового пізнання. Висновки, отримані на емпіричному рівні, стають підставою для теоретичного дослідження. А теоретичні умовиводи – стають емпірично доступними.

Висновки з проведеного дослідження. Отож, методологія наукового дослідження модернізації ДФП в умовах

глобалізації є складним багаторівневим шляхом пізнання істини, що випливає з існуючих проблем побудови ДФП, ґрунтується на чітко визначених принципах, використовує сукупність підходів, послуговується визначеними методами дослідження та здійснюється на двох рівнях: теоретичному та емпіричному.

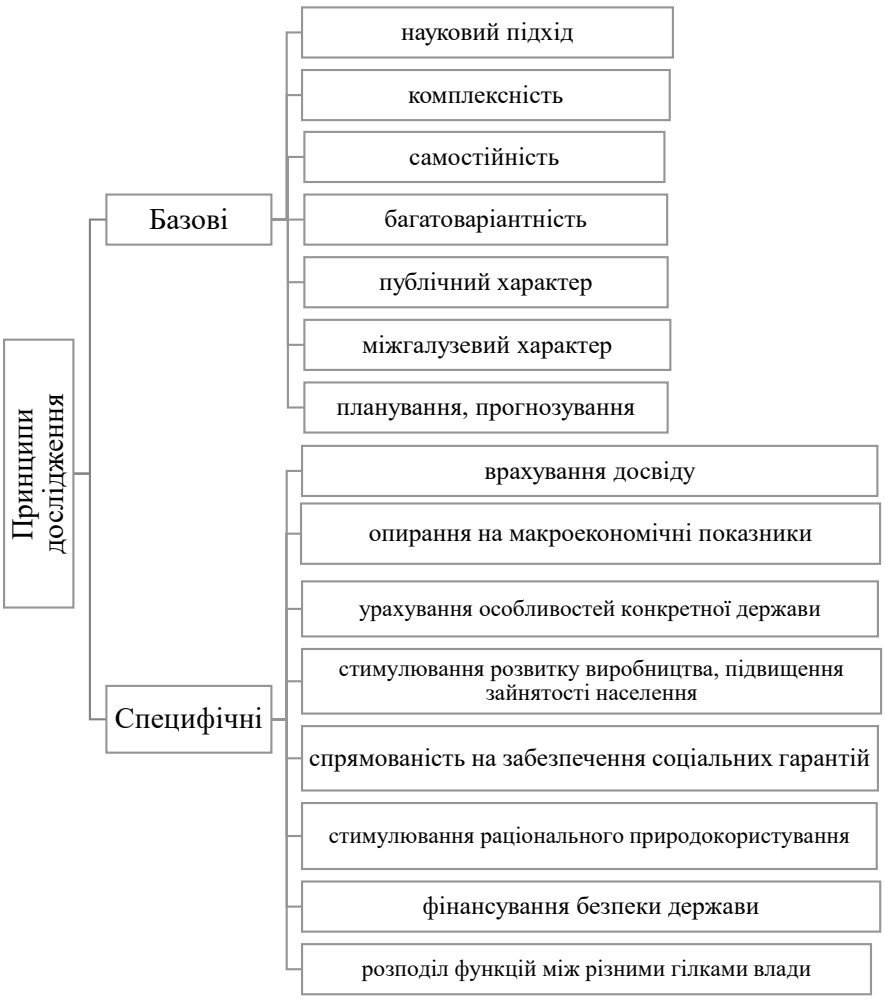

Рис. 1. Принцип побудови державної фінансової політики

Джерело: складено автором на основі [4]

Таблиця 1

Загальна характеристика методологічних підходів до дослідження явищ і процесів

Підхід	Зміст
Хронологічний (історичний)	Вивчення процесів у хронологічній послідовності. Дозволяє розкрити певні послідовності, зв'язки, закономірності, суперечності.
Термінологічний	Дослідження понять, категорій з метою з'ясування їх змісту, уточнення, визначення зв'язків та формування ієрархії понятійного апарату.
Системний підхід	Обов'язковий для кожного об'єкту дослідження. Комплексне дослідження великих і складних об'єктів.
– структурно-функціональний	Виділення в об'єктах структурних елементів із зазначенням ваги кожного з них та встановленням взаємозв'язків між ними.
– системно-діяльнісний	Виділення як окремої компоненти діяльність людини.
– системно-генетичний	Визначення умов зародження, розвитку і перетворення системи.
Інформаційний	Процес одержання, обробки, трансформації, зберігання, поширення інформації з метою поглиблення знань про предмет дослідження.
Формальний	Встановлення певних математичних закономірностей між процесами і явищами завдяки формалізації теоретичних знань (за допомогою математичних знаків та формул).
Синергетичний	Дослідження процесів самоорганізації й становлення нових упорядкованих структур. Передбачає ймовірнісне бачення світу, ґрунтується на дослідженні нелінійних систем.
Аксіологічний (ціннісний)	Дає змогу оцінити певний окремий об'єкт дослідження з позиції цінності, яку він несе окремому індивіду чи суспільству в цілому.

Джерело: складено автором на основі [5–9]

Список використаних джерел:

1. Ванькович Д. В. Теоретико-методологічні засади та механізм реалізації фінансової політики України. Дис. … доктор. наук.: 08.00.08. Львів, 2014. 425 с.
2. Петрушевська В. В. Адаптація фінансової політики України до умов глобалізаційних і євроінтеграційних процесів. *Проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 131-137.
3. Сіташ Т. Д. Фінансова політика держави: прагматика та проблематика.*Академічний огляд*. 2015. № 1 (42). С. 31.
4. Методи наукових досліджень / Укл.: Кавєра О. Л. Донецьк: ДонНТУ. 2013. 25 с.
5. Чмиленко Ф.О., ЖукЛ.П. Посібник до вивчення дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень. Донецьк: РВВ ДНУ, 2014. 48 с.
6. Методологія а методи наукових досліджень в соціальній роботі. URL: http://lib.chdu.edu.ua/pdf/posibnuku/327/7.pdf
7. Методи наукових досліджень / Укл.: Кавєра О. Л. Донецьк: ДонНТУ, 2013. 25 с.
8. Важинський С.Є., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
9. Гуторов О. І. Методологія та організація наукових досліджень. Х.: ХНАУ, 2017. 272 с.
10. Клименюк О. В. Технологія наукового дослідження.Київ – Ніжин : ТОВ Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. 308 с.
11. Kostytsky Vasyl., Ensuring ecological safety or ensuring a favorable environment: theoretical and legal justification of the function of a modern ecological state / Vasyl Kostytsky // Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University – http://jpnu.pu.if.ua, Vol. 5, No. 2 (2018), 25-32.
12. Костицький В. В. Екологія перехідного періоду: право, держава, економіка (економіко-правовий механізм охорони навколишнього природного середовища в Україні) / В. В. Костицький ; Інститут законодавчих передбачень і правової експертизи. – К. : УСП МСБ ”Eusmeu”, 2003. – 772 с. – (Серія ”Екологічна бібліотечка” ; № 5) (Бібліотечка журналу ”Малий та середній бізнес”).
13. Костицький В. В. Міжнародно-правовий етичний імператив як основа теоретико-методологічного забезпечення розвитку екологічного права / В. Костицький // Право України. – 2011. – № 2. – С. 20-33.

References:

1. Vankovich D.V. (2014) Teoretyko-metodologhichni zasady ta mekhanizm realizaciji finansovoji polityky Ukrajiny [Theoretical and methodological foundations and mechanism of implementation of financial policy of Ukraine.], P. 425.
2. Petrushevskaya V.V.(2014) Adaptacija finansovoji polityky Ukrajiny do umov ghlobalizacijnykh i jevrointeghracijnykh procesiv [Adaptation of the Financial Policy of Ukraine to the Conditions of Globalization and European Integration Processes.], *Problems of economy.* № 2. P. 131-137.
3. Sitash T.D. (2015) Finansova polityka derzhavy: praghmatyka ta problematyka [Financial policy of the state: pragmatics and problems.], *Academic review.* № 1 (42). P. 31.
4. Kavera O.L. (2013) Metody naukovykh doslidzhenj [Methods of scientific research], *Donetsk: DonNTU.* P. 25.
5. Chmilenko F.A., Zhuk L.P. (2014) Posibnyk do vyvchennja dyscypliny «Metodologhija ta orghanizacija naukovykh doslidzhenj [Handbook for the study of the discipline «Methodology and organization of scientific researc»], *Donetsk*. P. 48.
6. Metodologhija a metody naukovykh doslidzhenj v socialjnij roboti [Methodology and methods of scientific research in social work] Available at: http://lib.chdu.edu.ua/pdf/posibnuku/327/7.pdf.
7. Kavera O.L. (2013) Metody naukovykh doslidzhenj [Methods of Scientific Research Donetsk], P. 25.
8. Vazhinsky S.E., Shcherbak T.I. (2016) Metodyka ta orghanizacija naukovykh doslidzhenj [Methods and organization of scientific researches], *Sumy*. P. 260.
9. Gutorov O.I. (2017) Metodologhija ta orghanizacija naukovykh doslidzhenj [Methodology and organization of scientific research], P. 272.
10. Klimeniuk O.V.(2006) Tekhnologhija naukovogho doslidzhennja [Technology of scientific research], *Kiev – Nizhin*. P. 308.
11. Kostytsky Vasyl., Ensuring ecological safety or ensuring a favorable environment: theoretical and legal justification of the function of a modern ecological state / Vasyl Kostytsky // Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University – http://jpnu.pu.if.ua, Vol. 5, No. 2 (2018), 25-32.
12. Kostytsky V.V. Transition ecology: law, state, economy (economic and legal mechanism of environmental protection in Ukraine) / V.V. Kostytsky; Institute for Legislative Predictions and Legal Expertise. – K.: SMB Eusmeu SME, 2003. – 772 p. – (Series “Ecological Library”; # 5) (Library of the magazine “Small and Medium Business”).
13. Kostytsky V. International legal ethic imperative as a basis of theoretical and methodological support for the development of environmental law / V. Kostytsky // Law of Ukraine. – 2011. – № 2. – P. 20-33.

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ МОДЕРНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация. В статье исследовано комплексное расширенное видение методологии научного исследования проблематики модернизации государственной финансовой политики (далее – ГФП) устойчивого развития в условиях глобализации, основанной на системе базовых и специфических принципов построения ГФП, состав и содержание которых раскрыты автором в контексте обоснования авторского видения логики ведения исследования модернизации финансовой политики государства в условиях глобализации. Дана характеристика комплекса методологических подходов, использование которых наиболее обоснованных с точки зрения науки и практики для исследования проблем модернизации ГФП устойчивого развития. Определено, что методология научного исследования модернизации ГФП в условиях глобализации является сложным многоуровневым путем познания истины, вытекающий из существующих проблем построения ГФП, основывается на четко определенных принципах, использует совокупность подходов, пользуется определенными методами исследования и осуществляется на двух уровнях: теоретическом и эмпирическом.

Ключевые слова: государственной финансовой политики, модернизация, методология, глобализация, теоретический уровень, эмпирический уровень.

PROBLEMIC ASPECTS OF MODERNIZATION OF THE STATE FINANCIAL POLICY OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE GLOBALIZATION CONDITIONS

Summary. The article proposes a comprehensive extended vision of the methodology of scientific research on the issues of modernization for state financial policy (in the following – SFP) in the conditions of globalization, based on the system of basic and specific principles for the construction of SFP, the composition and content of which are revealed by the author in the context of substantiation of the author's vision. Characteristic of a set of methodological approaches, the use of which are the most grounded from the point of view of science and practice for the research of problems of modernization of the SFP of sustainable development, is presented. A large number of scientific works have been analyzed, which cover the methodological foundations of the study of the problems of financial policy of the state, and the works of such researchers. It is researched that the study of modernization of the public financial policy of sustainable development in the conditions of globalization contains many contradictions, which is characterized by certain problems that make it impossible or at all significantly impede such studies. Graphically presents all principles of construction and implementation of public financial policy. Through the study of the works of leading scientists, methodological approaches are presented, the use of which is the most reasonable from the standpoint of science and practice. The goal of this work was achieved, namely, the proposed method of solving the problem of forming an effective state financial policy of sustainable development in the conditions of globalization in the part of scientific substantiation of the relevant categorical and conceptual apparatus. It is determined that the methodology of scientific research on the modernization of SFP in the context of globalization is a complex multi-level way of knowing the truth that follows from the existing problems of constructing SFP, is based on clearly defined principles, uses a set of approaches, uses certain methods of research and is carried out at two levels: theoretical and empirical. It is noted that the methods used at the theoretical and empirical levels are strongly linked and have a high level of dependence, they predetermine each other in the general structure of scientific knowledge. The empirical conclusions are the basis for theoretical research.

Key words: public financial policy, modernization, methodology, globalization, theoretical level, empirical level.

УДК 346.54
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-46

Гончар В. І.
асистент кафедри маркетингу, інновацій і регіонального розвитку
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Honchar Vadym
Assistant of the Department of Marketing, Innovation and Regional Development
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНЦЕНТРАЦІЇ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Анотація. У статті узагальнено основні тенденції виробничого і торговельного сегментів фармацевтичного ринку України протягом 2010-2018 років. Зроблено висновок про скорочення кількості суб'єктів господарювання на всіх сегментах, за виключенням оптової торгівлі фармацевтичними товарами. Показано, що на ринку превалюють малі суб'єкти господарювання, але спостерігається тенденція до їх деконцентрації на користь укрупнення бізнесу. Встановлено, що основною інституціональною одиницею регіональної фармацевтичної мережі є аптеки у містах і селищах міського типу, концентрація аптечних пунктів значно вище у сільській місцевості. Для кластеризації регіонів було використано метод суми місць, за критерієм схожості рейтингових оцінок області України було поділено на 6 кластерів. Виявлено протиріччя між часткою фармацевтичних товарів у роздрібному товарообороті регіону і рівнем концентрації аптек і аптечних пунктів. Запропоновано механізми регулювання економічної концентрації на фармацевтичному ринку України.

Ключові слова: механізми регулювання, економічна концентрація, фармацевтичний ринок, товари, аптека.

Вступ та постановка проблеми. Конкурентне середовище є запорукою успішного розвитку як окремих галузей національної економіки, так і суб'єктів господарювання. Його важливою складовою є організаційне середовище, яке визначається такими елементами, як: розмір суб'єкта господарювання; форма його власності; сфера діяльності; фінансові можливості; рівень техніко-технологічного розвитку; рентабельність та прибутковість; місце компанії на ринку; репутація та імідж [1, с. 75]. Галузі національної економіки мають спільний об'єкт регулювання, серед яких – економічна концентрація, однак його межі є специфічними. На фармацевтичному ринку – це концептуально-регламентуючі механізми реформування системи охорони здоров'я через здійснення структурних реформ [2, с. 23]. Економічна концентрація проявляється на рівні кількості суб'єктів господарювання, продуктів, регіонального розміщення тощо. Розвиток процесів державного контролю за економічною концентрацією відбувається в напрямку зближення та уніфікації правових норм. У світі всі країни, які досягли успіхів в економічному зростанні, мають спеціальне антимонопольне законодавство і систему незалежних та самостійних органів, які здійснюють державний контроль за процесами економічної концентрації [3, с. 165].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми концентрації у національній економіці і на фармацевтичному ринку України досліджуються багатьма вітчизняними вченими. Стадник К. О. справедливо акцентує увагу на факторах, що стимулюють процеси концентрації: внутрішніх (наявність тимчасових вільних ресурсів; забезпечення зростання підприємства; усунення неефективності); зовнішніх (зміни у державній політиці; активізація діяльності транснаціональних корпорацій); фінансовій та операційній синергії (економія при одержанні фінансових ресурсів; створення податкових щитів; збільшення розмірів ринкової ніші; економія організаційних витрат) [4, с. 97].

Мороз С. Г. розглядає питання економічної концентрації на фармацевтичному ринку скрізь призму дотримання національного (ДСТУ ISO 9001:2009) та міжнародного стандартів (ISO 9001:2008), інтеграції до вимог належних виробничої (*GMP*) і дистриб'юторської (*GDP*) практик [5, с. 302]. Пасечник О. В. наголошує на специфічних рисах ринку лікарських засобів в ЄС: інновації та інвестиції як рушійна сила розвитку, удосконалення існуючих та створення нових продуктів; регуляторні обмеження дистрибуції; соціальний та правовий захист прав споживачів; розвиток медичного страхування; державне регулювання цін; бюджетне субсидіювання соціальних фармацевтичних товарів [6, с. 99]. Питання регіональної концентрації як джерела конкурентних переваг досліджуються Торб'як Б. М. у контексті наявності схожих рис у регіональних фармацевтичних ринків, які є підставою для їх кооперації та консолідації, використання інструментів державно-приватного і муніципально-приватного партнерства, кластерних технологій тощо [7, с. 222]. Погоджуємося з Голубкою В. М., що прояви монополізації, інші деструктивні явища і процеси негативно позначаються на розвитку фармацевтичного ринку. Його державне регулювання визначається як система цілеспрямованих заходів долання кон'юнктурних ринкових дисбалансів з оптимізацією задоволення інтересів його учасників та конструктивними впливами на ситуацію в країні загалом [8, с. 22]. Об'єктом уваги Романюка С. А. є економічна щільність як індикатор територіальної концентрації економіки [9, с. 13]. Аналізуючи питання галузевої концентрації, Дучинська Н. І. зазначає, що в умовах трансформаційної економіки інвестори сконцентрували капітал переважно у сфері обігу у формі грошового та товарного капіталу [10, с. 179]. Високо оцінюючи науковий доробок зазначених авторів, слід визнати потребу в удосконаленні

Метою даної роботи є діагностика економічної концентрації на фармацевтичному ринку України за ефектом масштабу та регіональним поділом і розробка на цій основі рекомендації із удосконалення механізмів державного регулювання.

Результати дослідження. Учасниками фармацевтичного ринку є виробничі фармацевтичні підприємства і торгівельні підприємства, що здійснюють оптову і роздрібну торгівлю фармацевтичними товарами. Протягом 2010-2018 років відбулося скорочення кількості суб'єктів господарювання за КВЕД 21 – Виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів (табл. 1): середніх – із 62 до 57, малих – із 312 до 189, мікро – із 252 до 138.

Таблиця 1

Динаміка і структура суб'єктів господарювання – учасників фармацевтичного ринку

Вид економічної діяльності	Код за КВЕД–2010	Роки	Кількість суб'єктів господарювання, одиниць				у % до загального показника суб'єктів господарювання відповідного виду діяльності			
			великі	середні	малі	мікро	великі	середні	малі	мікро
виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	21	2010	4	62	312	252	1,1	16,4	82,5	66,7
		2011	4	61	304	252	1,1	16,5	82,4	68,3
		2012	5	62	204	149	1,8	22,9	75,3	55,0
		2013	7	63	198	144	2,6	23,5	73,9	53,7
		2014	5	61	190	145	2,0	23,8	74,2	56,6
		2015	5	60	185	143	2,0	24,0	74,0	57,2
		2016	6	58	151	104	2,8	27,0	70,2	48,4
		2017	6	55	179	131	2,5	22,9	74,6	54,6
		2018	7	57	189	138	2,8	22,5	74,7	54,5
виробництво основних фармацевтичних продуктів	21.1	2010	–	7	61	55	–	10,3	89,7	80,9
		2011	–	5	54	49	–	8,5	91,5	83,1
		2012	–	8	35	26	–	18,6	81,4	60,5
		2013	–	9	34	28	–	20,9	79,1	65,1
		2014	–	11	39	31	–	22,0	78,0	62,0
		2015	–	10	35	28	–	22,2	77,8	62,2
		2016	–	6	26	16	–	18,7	81,3	50,0
		2017	–	6	34	25	–	15,0	85,0	62,5
		2018	–	6	35	27	–	14,6	85,4	65,9
виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів	21.2	2010	4	55	251	197	1,3	17,7	81,0	63,5
		2011	4	56	250	203	1,3	18,1	80,6	65,5
		2012	5	54	169	123	2,2	23,7	74,1	53,9
		2013	7	54	164	116	3,1	24,0	72,9	51,6
		2014	5	50	151	114	2,4	24,3	73,3	55,3
		2015	5	50	150	115	2,4	24,4	73,2	56,1
		2016	6	52	125	88	3,3	28,4	68,3	48,1
		2017	6	49	145	106	3,0	24,5	72,5	53,0
		2018	7	51	154	111	3,3	24,1	72,6	52,4
оптова торгівля фармацевтичними товарами	46.46	2010	9	102	3573	3319	0,2	2,8	97,0	90,1
		2011	9	101	3045	2740	0,3	3,2	96,5	86,8
		2012	10	108	2759	2464	0,3	3,8	95,9	85,6
		2013	13	102	3013	2724	0,4	3,3	96,3	87,1
		2014	13	92	3249	2954	0,4	2,7	96,9	88,1
		2015	9	84	3351	3119	0,3	2,4	97,3	90,6
		2016	10	84	3247	3005	0,3	2,5	97,2	89,9
		2017	12	90	3421	3188	0,3	2,6	97,1	90,5
		2018	11	93	3628	3377	0,3	2,5	97,2	90,5
роздрібна торгівля фармацевтичними товарами в спеціалізованих магазинах	47.73	2010	1	273	9011	7759	0,0	2,9	97,1	83,6
		2011	1	282	7452	6245	0,0	3,7	96,3	80,7
		2012	2	265	6915	5755	0,0	3,7	96,3	80,1
		2013	4	275	7140	6032	0,1	3,7	96,2	81,3
		2014	1	272	7817	6928	0,0	3,4	96,6	85,6
		2015	1	260	7666	6855	0,0	3,3	96,7	86,5
		2016	1	269	7454	6647	0,0	3,5	96,5	86,1
		2017	2	261	7345	6558	0,0	3,4	96,6	86,2
		2018	1	265	7112	6385	0,0	3,6	96,4	86,5

Джерело: побудовано за даними [11]

Проте кількість великих суб'єктів господарювання збільшилася із 4 до 7. Зазначене обумовило структурні зрушення: частка великих і середніх суб'єктів збільшилася – відповідно з 1,1% до 2,8%, із 16,4% до 22,5%, а малих (у т.ч. мікро-) скоротилася: із 82,5% до 74,7%, із 66,7% до 54,5%. Переважна частка суб'єктів господарювання у рамках зазначеної галузі здійснює діяльність за КВЕД 21.2 – Виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів. Кількість великих зросла – із 4 до 7, натомість усіх інших скоротилася: середніх – із 55 до 51, малих – із 251 до 154, мікро – із 197 до 111.

Структурні зрушення позначилися на зростанні частки великих і середніх підприємств – із 1,3% до 3,3%, із 17,7% до 24,1% і скороченні питомої ваги малих і мікро – із 81,0% до 72,6%, із 63,5% до 52,4%.

У діяльності з виробництва основних фармацевтичних продуктів (КВЕД 21.1) великі суб'єкти господарювання відсутні, кількість інших скоротилася: середніх – із 7 до 6, малих – із 61 до 35, мікро – із 55 до 27. Також мають місце структурні зрушення, але вони не такі значні: питома вага середніх суб'єктів господарювання зросла із 10,3% до 14,6%, а малих – скоротилася із 89,7% до 85,4%, у т.ч. за рахунок мікро – із 80,9% до 65,9%.

У сфері оптової торгівлі фармацевтичними товарами (КВЕД 46.46) існують протилежні тенденції: кількість великих суб'єктів господарювання зросла із 9 до 11, малих – із 3573 до 3628, у т.ч. мікро – із 3319 до 3377. Натомість скоротилася кількість середніх суб'єктів господарювання – із 102 до 93. Питома вага великих суб'єктів господарювання є незначною і зросла із 0,2% до 0,3%, середніх незначно скоротилася – із 2,8% до 2,5%, малих і мікро – незначно зросла – відповідно із 97,0% до 97,2%, із 90,1% до 90,5%.

У роздрібній торгівлі фармацевтичними товарами в спеціалізованих магазинах (КВЕД 47.73) на початок і кінець аналізованого періоду був лише один великий суб'єкт господарювання, чисельність інших скоротилася: середніх – із 273 до 265, малих – із 9011 до 7112, мікро – із 7759 до 6385. Структурні зміни не є значними: частка середніх суб'єктів господарювання зросла із 2,9% до 3,6% за рахунок скорочення малих – із 97,1% до 96,4% (у т.ч. питома вага суб'єктів мікропідприємництва зросла – із 83,6% до 86,5%).

В Україні станом на 01.01.2018 налічується 12540 аптек і аптечних пунктів (табл. 2). При цьому співвідношення кількості аптек і аптечних пунктів складає 3:1. Співвідношення між кількістю аптек і аптечних пунктів становить: у містах і селищах міського типу – 3,4:1, у сільській місцевості – 1,86:1.

Питома вага аптек у містах і селищах міського типу складає 68,8%, у сільській місцевості – 7,19%, частка аптечних кіосків становить відповідно 20,15% і 3,86%. Регіональна концентрація зазначених суб'єктів господарювання суттєво різниться. За питомою вагою аптек лідирують м. Київ (10,20%) та такі області: Дніпропетровська (8,69%), Харківська (7,29%), Одеська (7,00%), Львівська (6,61%). Аутсайдерами є: Луганська (1,82%), Тернопільська (1,65%), Чернівецька (1,37%) області. Найвищі рейтинги за питомою вагою аптечних пунктів мають такі регіони: Дніпропетровська (7,41%), Кіровоградська (6,44%), м. Київ (6,04%), Харківська (5,98%), Одеська (5,85%), Львівська (5,31%), Полтавська (5,15%). Найменшу частку має Закарпатська область (1,76%).

Питома вага аптек у регіональній мережі міст та селищ міського типу коливається від 53,1% у Кіровоградській області до 84,23% у м. Києві. У найбільшій кількості регіонів (11) частка аптек коливається в інтервалі (53,1%; 62,9%).

На інтервал (62,9%; 72,7%) приходиться 8 регіонів, на інтервал (72,7%; 82,5%) – 5 регіонів. Регіонами з найбільшою концентрацією є такі області: Львівська, Харківська, Запорізька, Донецька, Дніпропетровська.

Значним є розмах варіації частки аптечних кіосків у містах та селищах міського типу: від 10,92% у Київській області до 33,33% у Чернігівській. У переважній більшості регіонів (13) вона становить від 17,72% до 24,52%. На інтервал (10,92%; 17,72%) приходиться 6 регіонів, на інтервал (24,52%; 31,32%) – 5 регіонів. Найбільша концентрація притаманна таким областям: Волинська, Кіровоградська, Чернівецька, Сумська, Івано-Франківська.

Частка аптек у сільській місцевості варіює від 1,9% у Львівській області до 17,9% у Черкаській області. У 12 областей вона знаходиться в інтервалі до 7,4%, у 7 областей – в інтервалі (7,4%; 12,9%), у 5 областей – в інтервалі (12,9%; 18,4%). Найвищі показники концентрації притаманні таким областям: Полтавська, Київська, Закарпатська, Хмельницька.

Питома вага аптечних пунктів у сільській місцевості змінюється від 0,41% у Донецькій області до 10,12% у Кіровоградській області. У переважної більшості регіонів (10) вона не перевищує 3,81%, у 9 знаходиться в інтервалі (3,81%; 7,21%). Найвищу концентрацію мають 5 регіонів, серед яких такі області: Полтавська, Херсонська, Чернівецька, Закарпатська.

Регіони України мають різну кластероздатність. Сагайдак-Нікітюк Р. В. поділяє їх на три зони за потенціалом фармацевтичної кластеризації: високий, середній і низький [13, с. 58]. Якщо регіони першої зони мають повну готовність для кластеризації, то регіони другої зони потребують певного удосконалення інфраструктури фармацевтичного ринку, а регіони третьої зони – її значного розвитку. Фармацевтичний кластер можна визначити як міжрегіональне об'єднання науково-дослідних і освітніх установ, що здійснюють розробку лікарських засобів, виробників фармацевтичної продукції, дистриб'юторів, оптових і роздрібних торговельних підприємств (аптек і аптечних пунктів, інтернет-магазинів, поштових відділень), які здійснюють традиційну та електронну торгівлю і доводять товар до покупців, забезпечуючи економію трансакційних витрат на основі логістичного управління, задоволення потреб споживачів у якісних фармацевтичних товарах, досягнення синергетичних і соціальних ефектів на рівні регіону, галузі, держави. Для кластеризації регіонів було використано метод суми місць. Для цього було розраховано рейтинги, розраховані за кількістю аптек і аптечних пунктів у містах та селищах сільського типу та в сільській місцевості. За сумою місць за принципом: найменша сума – перше місце – визначено загальний рейтинг підприємств. У один кластер об'єднані підприємства з близькою сумою місць: 1 кластер – Полтавська і Кіровоградська області (відповідно 29 і 30 місць), 2 кластер – Дніпропетровська (35), Одеська (37), Черкаська (38), 3 кластер – Херсонська (41), Волинська (42), Житомирська (42), Київська (43), 4 кластер – Закарпатська (47), Рівненська (47), Миколаївська (49), Чернігівська (50), 5 кластер – Тернопільська (53), Хмельницька (54), Вінницька (55), Харківська (56), 6 кластер – Чернівецька (60), Запорізька (62), 7 кластер – Сумська (65), Львівська (68), Івано-Франківська (69). Донецька і Луганська області мають загальну кількість балів відповідно 73 та 55, але вони не включені у жодний кластер за соціально-політичними мотивами, оскільки на частині їх території проводиться операція об'єднаних сил.

Станом на 01.01.2018 площа аптек і аптечних пунктів становить 619150 м2, причому співвідношення між ними складає 8:1. На аптеки і аптечні пункти у містах та селищах міського типу приходиться відповідно 83,46% і 9,45%, у сільській місцевості- відповідно 5,34% і 1,75%. Лідером концентрації є м. Київ, де на аптеки приходиться 93,22%, на аптечні кіоски – 6,78%.

Протягом 2017-2018 років питома вага фармацевтичних товарів у роздрібному товарообороті зросла із 9,4% до 9,8%. У регіональному розрізі у 2018 році вона варіює від 5,9% у м. Києві до 21,3% у Луганській області. Частку 14% і вище мають такі області: Донецька, Волинська, Рівненська, Хмельницька.

У найбільшій кількості регіонів (16) питома вага фармацевтичних товарів у роздрібному товарообороті знаходиться в інтервалі (9,6%; 13,3%). Її найнижчий розмір

Таблиця 2

Мережа аптек і аптечних пунктів підприємств роздрібної торгівлі по регіонах на 1 січня 2018 року

Регіон	Усього, од	всього роздрібна мережа				у тому числі							
						міста та селища міського типу				сільська місцевість			
		аптек		аптечних пунктів		аптек		аптечних пунктів		аптек		аптечних пунктів	
		од.	%	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%
Україна	**12540**	**9529**	**100**	**3011**	**100**	**8628**	68,80	**2527**	20,15	**901**	7,19	**484**	3,86
Вінницька	387	307	3,22	80	2,66	279	72,09	55	14,21	28	7,24	25	6,46
Волинська	369	231	2,42	138	4,58	213	57,72	114	30,89	18	4,88	24	6,50
Дніпропетровська	1051	828	8,69	223	7,41	773	73,55	194	18,46	55	5,23	29	2,76
Донецька	486	372	3,90	114	3,79	361	74,28	112	23,05	11	2,26	2	0,41
Житомирська	425	316	3,32	109	3,62	266	62,59	88	20,71	50	11,76	21	4,94
Закарпатська	260	207	2,17	53	1,76	170	65,38	33	12,69	37	14,23	20	7,69
Запорізька	625	493	5,17	132	4,38	472	75,52	119	19,04	21	3,36	13	2,08
Івано-Франківська	289	209	2,19	80	2,66	198	68,51	75	25,95	11	3,81	5	1,73
Київська	586	485	5,09	101	3,35	399	68,09	64	10,92	86	14,68	37	6,31
Кіровоградська	484	290	3,04	194	6,44	257	53,10	145	29,96	33	6,82	49	10,12
Луганська	249	173	1,82	76	2,52	152	61,04	60	24,10	21	8,43	16	6,43
Львівська	790	630	6,61	160	5,31	615	77,85	153	19,37	15	1,90	7	0,89
Миколаївська	306	217	2,28	89	2,96	192	62,75	70	22,88	25	8,17	19	6,21
Одеська	843	667	7,00	176	5,85	600	71,17	155	18,39	67	7,95	21	2,49
Полтавська	585	430	4,51	155	5,15	341	58,29	102	17,44	89	15,21	53	9,06
Рівненська	410	297	3,12	113	3,75	263	64,15	94	22,93	34	8,29	19	4,63
Сумська	303	217	2,28	86	2,86	200	66,01	82	27,06	17	5,61	4	1,32
Тернопільська	227	157	1,65	70	2,32	130	57,27	54	23,79	27	11,89	16	7,05
Харківська	875	695	7,29	180	5,98	669	76,46	165	18,86	26	2,97	15	1,71
Херсонська	366	270	2,83	96	3,19	223	60,93	67	18,31	47	12,84	29	7,92
Хмельницька	491	397	4,17	94	3,12	332	67,62	80	16,29	65	13,24	14	2,85
Черкаська	447	332	3,48	115	3,82	252	56,38	97	21,70	80	17,90	18	4,03
Чернівецька	205	131	1,37	74	2,46	116	56,59	58	28,29	15	7,32	16	7,80
Чернігівська	327	206	2,16	121	4,02	183	55,96	109	33,33	23	7,03	12	3,67
м. Київ	1154	972	10,20	182	6,04	972	84,23	182	15,77	-	-	-	-

Джерело: побудовано за даними [12]

припадає на 4 області, серед яких: Дніпропетровська, Одеська, Київська. Це регіони з високою регіональною концентрацією аптек і аптечних закладів.

Для вирішення проблеми зменшення концентрації аптек і аптечних закладів у сільській місцевості необхідно вжити такі заходи із впровадження альтернативних форм її зростання: розвиток філіальної мережі міських аптек, урахування кількості і щільності населення при видачі ліцензій на ведення аптечної справи, нові логістичні рішення для придбання лікарських засобів сільським населенням у районних центрах, організація їх продажу у фельдшерсько-акушерських пунктах, впровадження механізмів додаткового фінансування сільських аптечних закладів як на державному, так і на регіональному рівні [14, с. 13].

Висновки. Основний результат статті полягає в узагальненні основних тенденцій виробничого і торговельного сегментів фармацевтичного ринку України протягом 2010-2018 років.

1. Основними суб'єктами господарювання фармацевтичного ринку є малі організаційні форми. Великі підприємства відсутні у діяльності з виробництва основних фармацевтичних продуктів, у роздрібній торгівлі на початок і кінець аналізованого періоду зазначений сегмент представлений лише одним сегментом. Найбільша частка великих і середніх підприємств спостерігається у виробництві основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів, малих і мікропідприємств – у оптовій і роздрібній торгівлі фармацевтичними товарами. У виробничому сегменті фармацевтичного ринку і в роздрібній торгівлі спостерігається скорочення кількості суб'єктів господарювання і структурні зрушення, пов'язані зі скороченням частки малих підприємств. У оптовій торгівлі фармацевтичними товарами – незначне зростання кількості суб'єктів господарювання і питомої ваги малих організаційних форм.

2. Основною інституціональною одиницею регіональної фармацевтичної мережі є аптеки у містах і селищах міського типу, концентрація аптечних пунктів значно вище у сільській місцевості. Розрив між аптеками і аптечними пунктами зростає ще більше за умови розрахунків концентрації на основі торговельної площі. У регіональному розрізі найбільшу концентрацію за кількістю аптек і аптечних пунктів має столиця і промислово розвинуті регіони з акцентом на аптеки у містах, найменшу – регіони з аграрною спеціалізацією з акцентом на аптечні пункти. Для кластеризації регіонів було використано метод суми місць. За критерієм схожості рейтингових оцінок області України було поділено на 6 кластерів. Виявлено протиріччя між часткою фармацевтичних товарів у роздрібному товарообороті регіону і рівнем концентрації аптек і аптечних пунктів. У високо-розвинутих промислових регіонах України з відносно більшими доходами населення і більшою ємністю споживного ринку спостерігається нижча питома вага фармацевтичних товарів у роздрібному товарообороті регіону.

3. Механізми регулювання економічної концентрації на фармацевтичному ринку України пов'язані зі створенням кластерних об'єднань його виробничих і торговельних суб'єктів на основі вертикальних і горизонтальних зв'язків, із використанням інноваційних інструментів просування фармацевтичних товарів, особливо в сільську місцевість; із забезпеченням фізичної та цінової доступності лікарських засобів для широких верств населення. Обов'язковою умовою реалізації зазначених напрямів є дієва конкурентна політика держави на фармацевтичному ринку, діяльність із обмеження прояву монополізму і недобросовісної конкуренції.

Метою подальших досліджень є розробка механізмів регулювання конкурентоспроможності фармацевтичного ринку України в умовах євроінтеграції.

Список використаних джерел:

1. Чакалова К. О. Характеристика організаційного середовища внутрішнього ринку праці на прикладі українських фармацевтичних компаній. *Інтелект XXI*. 2017. № 5. С. 73-77.
2. Голубка В. М. Механізми регулювання фармацевтичного ринку: сутність, класифікація та роль у забезпеченні конкурентоспроможності. *Економічний форум*. 2015. № 2. С. 18-24.
3. Стадник К. О. Світовий досвід державного контролю за процесами економічної концентрації. В*існик Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія : Економічна теорія та право*. 2013. № 3. С. 161-167.
4. Стадник К. О. Сучасний стан концентрації суб'єктів господарювання в економіці України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Юриспруденція*. 2013. Вип. 6-1(2). С. 96-98.
5. Мороз С. Г. Визначення конкурентного положення підприємства на фармацевтичному ринку. *Бізнес Інформ*. 2015. № 3. С. 298-303.
6. Пасечник О. В. Фармацевтичне законодавство та право внутрішнього ринку ЄС: питання співвідношення. *Європейські студії і право*. 2014. № 1. С. 89-102.
7. Торб'як Б. М. Аналіз тенденцій формування та розвитку регіональних фармацевтичних ринків. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 1. С. 220-224.
8. Голубка В. М. Механізми регулювання фармацевтичного ринку: сутність, класифікація та роль у забезпеченні конкурентоспроможності. *Економічний форум*. 2015. № 2. С. 18-24.
9. Романюк С. А. Економічна щільність як індикатор територіальної концентрації економіки. *Регіональна економіка*. 2013. № 2. С. 7-14.
10. Дучинська Н. І. Вплив конкуренції на концентрацію капіталу в економіці України. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер. : Економіка*. 2014. Т. 22, вип. 8(2). С. 176-182.
11. Державна служба статистики України. Кількість суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності (2010-2018). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/pssg/ksg_vsmm_ek_2010_2018_u.xlsx (дата звернення 10.01.2019)
12. Державна служба статистики України. Торгова мережа підприємств роздрібної торгівлі на 1 січня 2018 року. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/torm_prt/arch_torm_prt_u.htm (дата звернення 10.01.2019)
13. Сагайдак-Нікітюк Р. В. Методика зонування регіонів України за потенційною фармацевтичною кластеризацією. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2014. № 1. С. 55-60.
14. Кубарєва І. В., Демянік К. О. Аналіз сучасних тенденцій соціально – ефективної організації фармацевтичного забезпечення населення сільської місцевості в Україні. *Фармацевтичний журнал*. 2015. № 5. С. 8-14.

References:

1. Chakalova K. O. (2017) Kharakterystyka orhanizatsiinoho seredovyshcha vnutrishnoho rynku pratsi na prykladi ukrainskykh farmatsevtychnykh kompanii [Characteristics of the organizational environment of the domestic labor market on the example of Ukrainian pharmaceutical companies]. *Intelekt XXI*, vol. 5, pp. 73-77. (in Ukrainian)
2. Holubka V. M. (2015) Mekhanizmy rehuliuvannia farmatsevtychnoho rynku: sutnist, klasyfikatsiia ta rol u zabezpechenni konkurentospromozhnosti [Mechanisms of regulation of the pharmaceutical market: essence, classification and role in ensuring competitiveness]. *Ekonomichnyi forum*, vol. 2, pp. 18-24. (in Ukrainian)
3. Stadnyk K. O. (2013) Svitovyi dosvid derzhavnoho kontroliu za protsesamy ekonomichnoi kontsentratsii [World experience of state control over the processes of economic concentration]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Iurydychna akademiia Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho". Seriia : Ekonomichna teoriia ta pravo*, vol. 3, pp. 161-167. (in Ukrainian)
4. Stadnyk K. O. (2013) Suchasnyi stan kontsentratsii subiektiv hospodariuvannia v ekonomitsi Ukrainy [The current state of concentration of economic entities in the economy of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Yurysprudentsiia*, vol. 6-1(2), pp. 96-98. (in Ukrainian)
5. Moroz S. H. (2015) Vyznachennia konkurentnoho polozhennia pidpryiemstva na farmatsevtychnomu rynku [Determining the competitive position of the enterprise in the pharmaceutical market]. *Biznes Inform*, vol. 3, pp. 298-303. (in Ukrainian)
6. Pasechnyk O. V. (2014) Farmatsevtychne zakonodavstvo ta pravo vnutrishnoho rynku YeS: pytannia spivvidnoshennia [Pharmaceutical legislation and EU internal market law: the question of correlation]. *Yevropeiski studii i pravo*, vol. 1, pp. 89-102. (in Ukrainian)
7. Torbiak B. M. (2018) Analiz tendentsii formuvannia ta rozvytku rehionalnykh farmatsevtychnykh rynkiv [Analysis of trends in the formation and development of regional pharmaceutical markets]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 1, pp. 220-224. (in Ukrainian)
8. Holubka V. M. (2015) Mekhanizmy rehuliuvannia farmatsevtychnoho rynku: sutnist, klasyfikatsiia ta rol u zabezpechenni konkurentospromozhnosti [Mechanisms of regulation of the pharmaceutical market: essence, classification and role in ensuring competitiveness]. *Ekonomichnyi forum*, vol. 2, pp. 18-24. (in Ukrainian)
9. Romaniuk S. A. (2013) Ekonomichna shchilnist yak indykator terytorialnoi kontsentratsii ekonomiky [Economic density as an indicator of territorial concentration of the economy]. *Rehionalna ekonomika*, vol. 2, pp. 7-14. (in Ukrainian)
10. Duchynska N. I. (2014) Vplyv konkurentsii na kontsentratsiiu kapitalu v ekonomitsi Ukrainy [The impact of competition on the concentration of capital in the economy of Ukraine]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Ser. : Ekonomika*, vol. 22, No. 8(2), pp. 176-182. (in Ukrainian)
11. State Statistics Service of Ukraine (2019). Kilkist subiektiv velykoho, serednoho, maloho ta mikropidpryiemnytstva za vydamy ekonomichnoi diialnosti (2010-2018) [Number of large, medium, small and micro enterprises by types of economic activity (2010-2018)]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/pssg/ksg_vsmm_ek_2010_2018_u.xlsx (accessed 10 January 2019) (in Ukrainian)
12. State Statistics Service of Ukraine (2019). Torhova merezha pidpryiemstv rozdribnoi torhivli na 1 sichnia 2018 roku [Retail trade network as of January 1, 2018]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/torm_prt/arch_torm_prt_u.htm (accessed 10 January 2019) (in Ukrainian)
13. Sahaidak-Nikitiuk R. V. (2014) Metodyka zonuvannia rehioniv Ukrainy za potentsiinoiu farmatsevtychnoiu klasteryzatsiieiu [Methods of zoning the regions of Ukraine by potential pharmaceutical clustering]. *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti v farmatsii*, vol. 1, pp. 55-60. (in Ukrainian)
14. Kubarieva I. V., Demianik K. O. (2015) Analiz suchasnykh tendentsii sotsialno – efektyvnoi orhanizatsii farmatsevtychnoho zabezpechennia naselennia silskoi mistsevosti v Ukraini [Methods of zoning the regions of Ukraine by potential pharmaceutical clustering]. *Farmatsevtychnyi zhurnal*, vol. 5, pp. 8-14. (in Ukrainian)

МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЦЕНТРАЦИИ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ УКРАИНЫ

Аннотация. В статье обобщены основные тенденции производственного и торгового сегментов фармацевтического рынка Украины в течение 2010-2018 годов. Сделан вывод о сокращении количества субъектов хозяйствования на всех сегментах, за исключением оптовой торговли фармацевтическими товарами. Показано, что на рынке превалируют малые субъекты хозяйствования, но наблюдается тенденция к деконцентрации в пользу укрупнения бизнеса. Установлено, что основной институциональной единицей региональной фармацевтической сети есть аптеки в городах и поселках городского типа, концентрация аптечных пунктов значительно выше в сельской местности. Для кластеризации регионов был использован метод суммы мест, по критерию сходства рейтинговых оценок области Украины были разделены на 6 кластеров. Выявлено противоречие между долей фармацевтических товаров в розничном товарообороте региона и уровнем концентрации аптек и аптечных пунктов. Предложены механизмы регулирования экономической концентрации на фармацевтическом рынке Украины.

Ключевые слова: механизмы регулирования, экономическая концентрация, фармацевтический рынок, товары, аптека.

MECHANISMS FOR REGULATING OF THE ECONOMIC CONCENTRATION AT THE PHARMACEUTICAL MARKET OF UKRAINE

Summary. The article summarizes the main trends of the production and trade segments of the pharmaceutical market of Ukraine during 2010-2018. It is concluded that the number of business entities in all segments, except for wholesale trade in pharmaceuticals, has been reduced. It has been shown that small businesses predominate in the market, but there is a tendency to deconcentrate them in favor of business consolidation. It is established that the main institutional unit of the regional pharmaceutical network is pharmacies in cities and towns, the concentration of pharmacies is much higher in rural areas. It has been shown that the gap between pharmacies is widening even more in terms of concentration calculations based on retail space. It was found that in the regional context, the largest concentration in the number of pharmacies and drugstores has the capital and industrialized regions with an emphasis on pharmacies in cities, the least – regions with agricultural specialization with an emphasis on pharmacies. The method of sum of places was used for clustering of regions, according to the criterion of similarity of rating estimations the region of Ukraine was divided into 6 clusters. Contradictions between the share of pharmaceutical goods in the retail turnover of the region and the level of concentration of pharmacies and drugstores were revealed. In highly developed industrial regions of Ukraine with relatively higher incomes and greater capacity of the consumer market, there is a lower share of pharmaceuticals in the retail turnover of the region. Mechanisms for regulating economic concentration in the pharmaceutical market of Ukraine, which are associated with the creation of cluster associations of its production and trade entities on the basis of vertical and horizontal links, using innovative tools to promote pharmaceutical products, especially in rural areas; ensuring the physical and affordability of medicines for the general population. A prerequisite for the implementation of these areas is an effective competition policy of the state in the pharmaceutical market, activities to limit the manifestation of monopoly and unfair competition.

Key words: regulatory mechanisms, economic concentration, pharmaceutical market, goods, pharmacy.

УДК 330.322
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-47

Окаянюк К.М.
здобувач
Причорноморського науково-дослідного інституту
економіки та інновацій

Okayanyuk Kateryna
Applicant
Black Sea Research Institute of Economics and Innovation

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПОДОЛАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ОБМЕЖЕНЬ

Анотація. Метою статті є розробка економічного механізму подолання інвестиційних обмежень. Розкрито сутність та основні підходи до визначення поняття «економічний механізм». Розкрито інструменти забезпечення зростання інвестицій. Визначено, що для забезпечення зростання інвестицій у національну економіку України важливе значення має розвиток державно-приватного партнерства та концесії. Доведено, що під економічним механізмом подолання інвестиційних обмежень запропоновано розуміти систему взаємопов'язаних методів впливу на діяльність суб'єктів ринку через інституційне та нормативно-правове забезпечення за допомогою економічних інструментів зростання інвестицій (капітальні та іноземні інвестиції, державно-приватне партнерство, концесія, гарантії захисту прав власності та інвестицій, індустріальні парки, програми підтримки малого бізнесу та експорту) із врахуванням факторів впливу (попит, фінансові ресурси, технічне забезпечення) та контролем за індикаторами легкості ведення бізнесу.

Ключові слова: національна економіка, національне багатство, інвестиційні обмеження, економічний механізм, інструменти зростання інвестицій.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання інвестиції відіграють значну роль для розвитку національної економіки. Постійні трансформаційні процеси вносять дисбаланс у пропорційний структурний розподіл інвестиційних ресурсів. Тому, постійно виникають інвестиційні обмеження. Гострою проблемою сьогодні є відсутність механізму подолання інвестиційних обмежень, адже забезпечує реалізацію поставлених завдань через засоби та інструменти. Відповідно розроблення економічного механізму подолання інвестиційних обмежень в сучасних умовах є досить актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль інвестицій для розвитку національної економіки вже неодноразово актуалізувалася у працях провідних вітчизняних науковців, серед них І.О. Іртищева [1], Л.Є. Смків [2], Ю.М. Харазішвілі [3]. Поряд із дослідженням значення інвестицій для розвитку національної економіки поширеними є праці науковців, що стосуються формування економічних механізмів, які найчастіше трактують як певну інтегровану, багаторівневу складну систему форм, методів, інструментів та факторів господарювання [4; 5]. Однак постійні структурні трансформації потребують додаткових досліджень у формуванні національного інвестиційного потенціалу України.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розробка економічного механізму подолання інвестиційних обмежень.

Виклад основного матеріалу досліджень. Л.І. Абалкін характеризував господарський механізм, як складну структуру, що охоплює форми організації виробництва та господарських зв'язків, структуру, форми і методи планування процесів господарювання, важелі впливу на виробничі процеси та учасників господарської діяльності (рис. 1).

Економічний механізм пояснюють як «сукупність методів і засобів дії на економічні процеси, їх регулювання» [7]. У ринковій економіці економічний механізм розглядають як поєднання саморегулюючої діяльності суб'єктів господарювання у поєднанні із державним регулюванням та відповідними функціями [8]. Економічному механізму приписують властивість саморуху, яка проявляється за рахунок імпульсного впливу (поштовхів) одного явища на інше [9]. Економічний механізм обумовлюється взаємо обумовлюючою взаємодією економічних регуляторів, важелів, інструментів [10].

Вивчення різних підходів до трактування економічних механізмів в науковій літературі дає підстави стверджувати про неоднозначність розуміння даного поняття, що ускладнює об'єктивність суджень, проте розширює можливості формування науково-понятійного апарату та відкриває нові напрямки досліджень. Зокрема, в рамках даного дослідження цікавим є тлумачення економічного механізму подолання інвестиційних обмежень.

Для забезпечення подолання інвестиційних обмежень важливим є виокремлення інструментів (рис. 2).

Капітальні інвестиції з державного бюджету мають надзвичайно велике стабілізаційне значення для національної економіки. Окрім стабілізаційної функції, вони виконують перерозподільну функцію для інвестиційних ресурсів та забезпечують можливість створення й відновлення основних засобів для пріоритетних видів економічної діяльності (забезпечувально-відновлювальна функція). Бюджетні інвестиції забезпечують придбання основних засобів, їх ремонт, оновлення, реконструкцію і т.д. За рахунок бюджетних інвестицій відбувається розподіл капітальних трансфертів для населення та бізнесу, поповнення статутних фондів підприємств та організацій. Крім того, саме бюджетні інвестиції вливають на зміну структури та основного капіталу держави [12, с. 9].

Для забезпечення зростання інвестицій у національну економіку України важливе значення має розвиток державно-приватного партнерства (ДПП) та концесії.

Таким чином, проаналізувавши різні підходи до визначення економічного механізму та особливості формування національного інвестиційного потенціалу, можна визначити поняття економічного механізму подолання інвестиційних обмежень (рис. 3).

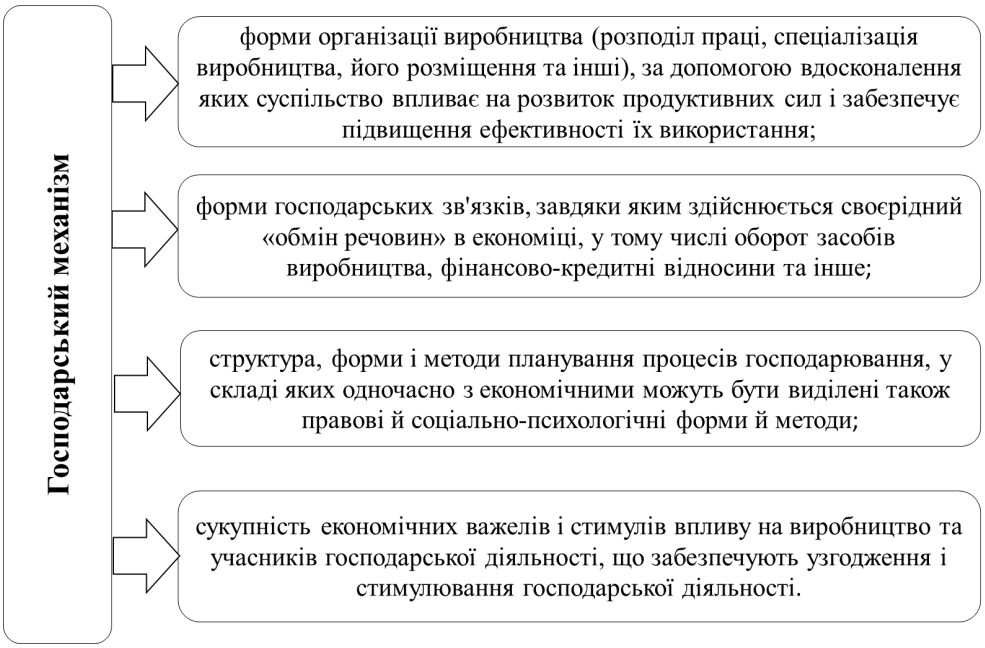

Рис. 1. Складові господарського механізму

Джерело: узагальнено на підставі [6]

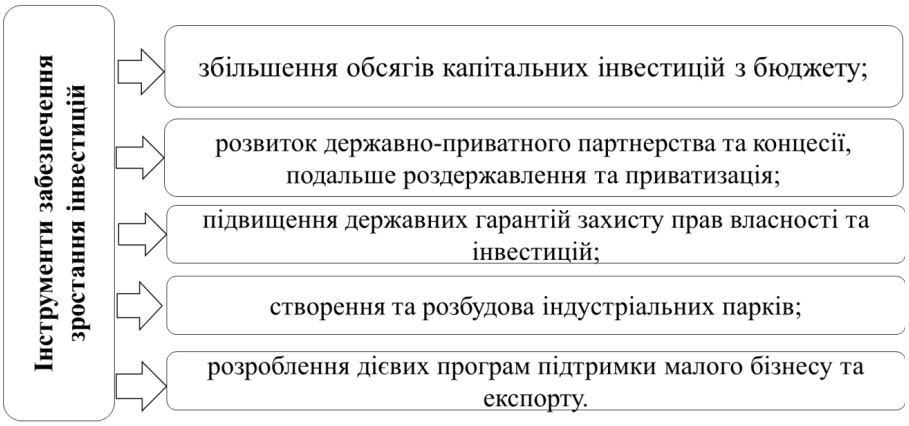

Рис. 2. Інструменти забезпечення зростання інвестицій

Джерело: узагальнено на підставі [11]

Під економічним механізмом подолання інвестиційних обмежень слід розуміти систему взаємопов'язаних методів впливу на діяльність суб'єктів ринку через інституційне та нормативно-правове забезпечення за допомогою економічних інструментів зростання інвестицій (капітальні та іноземні інвестиції, державно-приватне партнерство, концесія, гарантії захисту прав власності та інвестицій, індустріальні парки, програми підтримки малого бізнесу та експорту) із врахуванням факторів впливу (попит, фінансові ресурси, технічне забезпечення) та контролем за індикаторами легкості ведення бізнесу.

Висновки. Досліджено, що вивчення різних підходів до трактування економічних механізмів в науковій літературі дає підстави стверджувати про неоднозначність розуміння даного поняття, що ускладнює об'єктивність суджень, проте розширює можливості формування науково-понятійного апарату та відкриває нові напрями досліджень. Зокрема, в рамках даного дослідження цікавим є тлумачення економічного механізму подолання інвестиційних обмежень.

Доведено, що під економічним механізмом подолання інвестиційних обмежень запропоновано розуміти систему взаємопов'язаних методів впливу на діяльність суб'єктів ринку через інституційне та нормативно-правове забезпечення за допомогою економічних інструментів зростання інвестицій (капітальні та іноземні інвестиції, державно-приватне партнерство, концесія, гарантії захисту прав власності та інвестицій, індустріальні парки, програми підтримки малого бізнесу та експорту) із врахуванням факторів впливу (попит, фінансові ресурси, технічне забезпечення) та контролем за індикаторами легкості ведення бізнесу.

Рис. 3. Економічний механізм подолання інвестиційних обмежень

Джерело: авторська розробка

Список використаних джерел:

1. Іртищева І. О., Стегней М. І., Паук М. І. Методичні підходи до визначення рівня інвестиційної привабливості галузі, підприємства. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки.* 2014. № 5. С. 15-24.
2. Сімків Л.Є., Даляк Л.А. Вплив інвестиційних процесів на економічне зростання в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету* URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/18-2016/24.pdf
3. Харазішвілі Ю.М., Назарага І.М. Інвестиції: підхід до прогнозування. *Актуальні проблеми економіки.* 2012. № 9(135). С. 213-222.
4. Амбросов В.Я., Маренич Т.Г. Наукові положення удосконалення економічного і господарського механізмів розвитку сільського господарства. Економіка АПК. 2005. № 10. С. 14.
5. Полозова Т.В., Овсюченко Ю.В. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування підприємств промисловості. *Вісник МСУ, економічні науки.* 2005. Том VIII. № 1-2. С. 63-65.
6. Абалкин Л.И. Избранные труды : в 4-х т. М. : Экономика. 2000. Т. 2: На пути к реформе: хозяйственный механизм развитого социалистического общества. Новый тип экономического мышления. Перестройка: пути и проблемы. 2000. 911 с.
7. Столяров В., Васечко Л. Экономический механизм социального страхования URL: http://efaculty.kiev.ua/analytics/str/3
8. Полянский А., Соловьев М. Систематизация механизмов государственного регулирования на рынках недвижимости. Недвижимость и инвестиции. *Правовое регулирование.* 2001. № 4(9). URL: http://dpr.ru/journal/journal_7_4.htm
9. Хозяйственный механизм рыночной экономики URL: http://geum.ru/book/docum157.htm
10. Экономический механизм / Словарь терминов. URL: http://birzhevik.ru/tesaurus/221/12065
11. Економічна стратегія «Зростання через інвестиції». URL: https://drive.google.com/file/d/1DmerrNq53rk4PixQRv-CTgatC08YgFMW/view
12. Кириленко О.П., Малиняк Б.С. Теорія і практика бюджетних інвестицій: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 288 с.
13. Іртищева І.О., Крамаренко І.С. Інвестиційна привабливість економіки: міжрегіональні асиметрії. *Регіональна економіка.* 2014. № 2 (72). С. 84-95.

References:

1. Irtyshcheva I.O., Stegney M.I. and Pauk M.I. (2014). Metodychni pidhody do vyznachennja rivnja investycijnoi' pryvablyvosti galuzi, pidpryjemstva [Methodical approaches to determining the level of investment attractiveness of the industry, enterprise], *Bulletin of KhNAU. Series: Economic Sciences,* no. 5, pp. 15–24.
2. Simkov L.E. and Dalyak L.A. Vplyv investycijnyh procesiv na ekonomichne zrostannja v Ukrai'ni. [The impact of investment processes on economic growth in Ukraine], *Scientific Bulletin of the International Humanities University*, available at: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/18-2016/24.pdf (Accessed 01 June 2019).
3. Kharazishvili Y.M. and Nazaraga I.M. (2012). Investycii': pidhid do prognozuvannja. [Investment: an approach to forecasting], *Current economic problems,* no. 9 (135). pp. 213-222.

4. Ambrosov V.Ya. and Marenich T.G. (2005). Naukovi polozhennja udoskonalennja ekonomichnogo i gospodars'kogo mehanizmiv rozvytku sil's'kogo gospodarstva. [Scientific provisions for improving the economic and economic mechanisms of agricultural development]. *Economics of agro-industrial complex,* no. 10, pp. 14.
5. Polozova T.V. and Ovsyuchenko Yu.V. (2005). Sutnist' organizacijno-ekonomichnogo mehanizmu funkcionuvannja pidpryjemstv promyslovosti. [The essence of the organizational and economic mechanism of functioning of industrial enterprises]. *ISU Bulletin, Economic Sciences,* no. 1-2, pp. 63-65.
6. Abalkin L.I. (2000). Yzbrannye trudy : v 4-h t. M. : Jekonomyka. 2000 [Selected works: in 4 volumes. M.: Economics. 2000. Vol. 2: On the way to reform: the economic mechanism of a developed socialist society. A new type of economic thinking. Perestroika: ways and problems].
7. Stolyarov V. and Vasechko L. (2018). Jekonomycheskyj mehanyzm socyal'nogo strahovanyja [Economic mechanism of social insurance], available at: http://efaculty.kiev.ua/analytics/str/3(Accessed 01 June 2018).
8. Polyansky A. and Solovyov M. (2001). Systematyzacyja mehanyzmov gosudarstvennogo regulyrovanyja na rynkah nedvyzhymosty. [Systematization of mechanisms of state regulation in real estate markets]. *Real estate and investments. Legal regulation.* no. 4 (9), available at: http://dpr.ru/journal/journal_7_4.htm(Accessed 01 June 2018).
9. Hozjajstvennyj mehanyzm rynochnoj jekonomyky. [Economic mechanism of the market economy] (2000), available at: http://geum.ru/book/docum157.htm(Accessed 01 June 2018).
10. Jekonomycheskyj mehanyzm [Economic mechanism] (2004) / Glossary of terms, available at: http://birzhevik.ru/tesaurus/221/12065(Accessed 01 June 2018).
11. Ekonomichna strategija «Zrostannja cherez investycii'» [Economic strategy "Growth through investment"] (2008), available at: https://drive.google.com/file/d/1DmerrNq53rk4PixQRv-CTgatC08YgFMW/view(Accessed 01 June 2018).
12. Kirilenko O.P. and Malinyak B.S. (2007). Teorija i praktyka bjudzhetnyh investycij [Theory and practice of budget investments], Ternopil: Economic Thought, Ukraine
13. Irtyshcheva I.O. and Kramarenko I.S. (2014). Investycijna pryvablyvist' ekonomiky: mizhregional'ni asymetrii' [Investment attractiveness of the economy: interregional asymmetries]. *Regional economy*, no. 2 (72), pp. 84-95.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ПРЕОДОЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Аннотация. Целью статьи является разработка экономического механизма преодоления инвестиционных ограничений. Раскрыта сущность и основные подходы к определению понятия «экономический механизм». Раскрыто инструменты обеспечения роста инвестиций. Определено, что для обеспечения роста инвестиций в национальную экономику Украины важное значение имеет развитие государственно-частного партнерства и концессии. Доказано, что под экономическим механизмом преодоления инвестиционных ограничений предложено понимать систему взаимосвязанных методов воздействия на деятельность субъектов рынка через институциональное и нормативно-правовое обеспечение с помощью экономических инструментов роста инвестиций (капитальные и иностранные инвестиции, государственно-частное партнерство, концессия, гарантии защиты прав собственности и инвестиций, индустриальные парки, программы поддержки малого бизнеса и экспорта) с учетом факторов влияния (спрос, финансовые ресурсы, техническое обеспечение) и контролем за индикаторами легкости ведения бизнеса.

Ключевые слова: национальная экономика, национальное богатство, инвестиционные ограничения, экономический механизм, инструменты роста инвестиций.

ECONOMIC MECHANISM FOR OVERCOMING INVESTMENT LIMITATIONS

Abstract. The purpose of the article is to develop an economic mechanism for overcoming investment restrictions. The essence and main approaches to the definition of the concept of "economic mechanism" are revealed. It is investigated that the study of different approaches to the interpretation of economic mechanisms in the scientific literature gives grounds to argue and opens new areas of research. In particular, in the framework of this study it is interesting to interpret the economic mechanism of overcoming investment restrictions. The tools for ensuring investment growth are revealed. It is determined that the development of public-private partnership and concession is important to ensure the growth of investments in the national economy of Ukraine. It is proved that capital investments from the state budget have an extremely high stabilizing value for the national economy. In addition to the stabilization function, they perform a redistributive function for investment resources and provide the ability to create and restore fixed assets for priority economic activities (supply and recovery function). Budget investments provide for the purchase of fixed assets, their repair, renovation, reconstruction, etc. At the expense of budget investments there is a distribution of capital transfers for the population and business, replenishment of statutory funds of the enterprises and the organizations. It is substantiated that the provision of capital investments at the expense of the state budget should be justified and provide for maximization of economic or social effect. That is why it is necessary to comply with certain requirements for capital investment at the expense of the budget. It is proved that the economic mechanism of overcoming investment restrictions is proposed to understand the system of interrelated methods of influencing the activities of market participants through institutional and regulatory support through economic instruments of investment growth (capital and foreign investment, public-private partnership, concession, guarantees protection of property rights and investments, industrial parks, small business and export support programs) taking into account the factors of influence (demand, financial resources, technical support) and control over indicators of ease of doing business.

Key words: national economy, national wealth, investment restrictions, economic mechanism, investment growth instruments.

УДК 69.003.12
DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-27-48

Січний С.Б.
аспірант
Київського національного університету будівництва та архітектури

Sichnyi Serhii
Postgraduate Student
Kyiv National University of Construction and Architecture

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВАМИ ПРИ БУДІВНИЦТВІ ОБ'ЄКТІВ ДЛЯ ДЕРЖАВНОГО ЗАМОВНИКА

Анотація. Обґрунтовано, що ефективним напрямом вдосконалення системи управління вартістю матеріально-технічних ресурсів (МТР) підприємствами – учасниками будівництва при спорудженні об'єктів для державного замовника є створення системи спостереження за цінами, яка забезпечує постійне оновлення інформації про ринкову ціну ресурсів згідно переліку сформованому на певному етапі життєвого циклу споруди. Запровадження системи спостереження за цінами сприятиме впровадженню BIM-технологій, розробці достовірній кошторисній документації на етапі проектування та створенню можливості для оперативного прийняття ефективних рішень підприємствами-підрядниками. Система спостереження містить наступні складові: алгоритм визначення розрахункової ринкової ціни будівельних МТР з заданою точністю на основі обмеженої вибірки і в умовах обмеженого фінансування; порядок збору до системи спостереження, перевірки та зберігання інформації про поточну ціну будівельних МТР; порядок обробки інформації зібраної до Системи спостереження за цінами, розрахунку поточних ринкових цін будівельних МТР; порядок визначення вартості робіт з визначення розрахункової ринкової ціни будівельних МТР та методику визначення їх економічної ефективності.

Ключові слова: матеріально-технічні ресурси, система управління вартістю матеріально-технічних ресурсів, система спостереження за цінами, вартість будівництва, ринкова ціна

Вступ та постановка проблеми. Одна з основних характеристик будівництва – ресурсоємкість. Ефективне управління вхідними ресурсами, в тому числі їх вартістю, може значно покращити ефективність використання коштів державних і комунальних підприємств – замовників будівництва. Питання вартості будівництва, управління нею, ціноутворення в будівництві та ціни будівельної продукції знаходиться в полі зору держави і науки.

Вагомий вклад в дослідження проблем економіки будівництва внесли відомі вітчизняні вчені В. Анін, К. Мамонов, Г. Рижакова, Л. Сорокіна, С. Стеценко та ін. До проблеми визначення ціни продукції зверталися багато вітчизняних та закордонних дослідників, серед яких можна виділити А.Ф. Косік, Г.Е. Гронтковську, О.І. Ястремського, О.Г. Гриценко, І.Б. Скворцова, О.Я. Загорецьку, О.Б. Іванову, В.С. Пінішко. Вагомий внесок в розвиток теорії моніторингових систем зробили українські науковці: Ю. Валькман, В. Галіцин, В. Ситник, В. Степашко та ін. Проблеми визначення вартості життєвого циклу будови і управління нею почали ставитися і поступово розкриватись у вітчизняних економічній науці лише в останні роки у роботах О. Кучеренка, В. Ніколаєва, Т. Ніколаєвої, П. Пантелеєва, А. Щербини.

Найбільш вагома частина вхідних ресурсів будівельного виробництва це матеріально-технічні ресурси. Так, тільки вартість матеріалів у будівництві складає в середньому 60% вартості прямих витрат. Матеріально-технічні ресурси (МТР) є зовнішнім фактором для всіх учасників будівельного процесу, і для замовника будівництва і для виконавців робіт (підрядників). Від їхнього складу (переліку) прямо залежить склад і кількість іншого важливого ресурсу – праці. Від них залежить вартість життєвого циклу об'єкта. Тому кожен крок з покращення управління вхідними матеріально-технічними ресурсами, в тому числі їх вартістю, впливає на будівельну галузь і економіку в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі будівництва, та експлуатації об'єктів задіяна велика кількість ресурсів підприємств: матеріальних, трудових, енергетичних, фінансових тощо. Вони взаємодіють через: постачання необхідних матеріальних, трудових та енергетичних ресурсів, виконання будівельних робіт, розподіл функцій між виконавцями робіт, функціонування фінансової складової в процесі виконання робіт за підтримки інформаційних ресурсів. Всі ці види діяльності повинні розглядається як єдине ціле з метою отримання готової будівельної продукції заданих параметрів з мінімальними витратами ресурсів шляхом оптимального їх використання.

Кожна будівля чи споруда має задані параметри: технічні, якісні та експлуатаційні характеристики. Ці характеристики можуть бути реалізовані різними наборами матеріально-технічних ресурсів.

За традиційного підходу, під час проектування, має бути обраний один технологічно і економічно оптимальний набір матеріально-технічних ресурсів, який використовується під час будівництва і потім на протязі всього життєвого циклу споруди, навіть, якщо перестав бути економічно оптимальним. Це обумовлено не тільки значною складністю варіантного проектування але й складністю і тривалістю економічних розрахунків для кожного із варіантів проекту.

Тоді завдання управління вартістю будівництвом, за традиційного підходу, полягає у забезпеченні такої послідовності і порядку використання визначеного набору ресурсів, щоб витрати були мінімальні. Для вирішення цієї задачі пропонуються різні сучасні методи та підходи. Наприклад: логістичний метод, який має розвинений математичний апарат та глибоко опрацьований [1; 2; 3] дозволяє науково обґрунтовано підійти до визначення необхідних запасів різних видів ресурсів на підприємстві [4] управління вартістю їх зберігання [5] та розробки

оптимальних планів забезпечення ними підприємства [6]. Але для нього, як і для інших методів, вихідними даними для застосування є перелік необхідних ресурсів, кількість і ринкова ціна кожного з них. Без достовірної інформації про ринкову ціну ресурсів такі системи обмежені наявною інформацією, що може призводити до прийняття не оптимальних рішень.

Визначення і застосування найбільш економічно ефективних технологій в процесі будівництва – варіантне проектування і заміна технологій в ході будівництва видається неможливим. Основна причина – неможливо проводити економічні розрахунки в темпі будівництва. Відсутня оперативна, в режимі реального часу, інформація про наявність, а головне про ринкову ціну ресурсів для можливих технологічно ефективних варіантів продовження будівництва. Щоб можна було визначити економічно ефективне завершення будівництва в даний, конкретний момент часу.

Мета дослідження. Перелік і кількість ресурсів для учасників будівельного процесу внутрішня інформація, яка визначаються з проектної документації, норм та технологічних карт. Але ціна ресурсів, яка склалась на ринку відповідних ресурсів це зовнішня інформація, відсутня у відкритому доступі і потребує визначення. Тому управління вартістю МТР потрібно починати з ефективної системи спостереження за ринковими цінами, а отже метою даного дослідження є визначення основних принципів побудови та структури Системи спостереження за цінами як основного елементу системи управління вартістю матеріально-технічних ресурсів підприємствами при будівництві об'єктів для державного замовника.

Результати дослідження. Система спостереження за ринковими цінами забезпечує постійне оновлення інформації про ринкову ціну ресурсів згідно переліку сформованому на певному етапі життєвого циклу споруди.

На етапі проектування розробляються кілька альтернативних рішень, які потребують різного складу МТР. При цьому технологічна послідовність будівництва (проект виконання робіт) кожного варіанту будується не як ланцюг, а як граф можливих технологічно ефективних процесів. Формується початковий перелік МТР з усіх ресурсів необхідних для всіх альтернативних варіантів проекту. Системою спостереження за цінами, з заданою точністю, визначаються розрахункові поточні ринкові ціни. Вони служать основою для вибору економічно ефективного проектного рішення, яке зберігається в BIM-моделі будови. Планова (кошторисна) вартість МТР та будівництва розраховується як «коридор» в якому має знаходитись їхня фактична вартість.

Схема удосконаленої системи управління вартістю МТР на основі системи спостереження за цінами зображена на рис. 1.

Мобільність сучасного будівельного виробництва дозволяє виконувати швидку заміну не тільки ресурсів, але й способів виробництва. Якщо можливий підбір і постійна підтримка максимально ефективної комбінації складу і поточної вартості (ринкової ціни) вхідних ресурсів, тоді можливий постійний пошук економічно ефективного способу виробництва для незавершеної частини будови і для кожного ще не реалізованого елемента об'єкта будівництва.

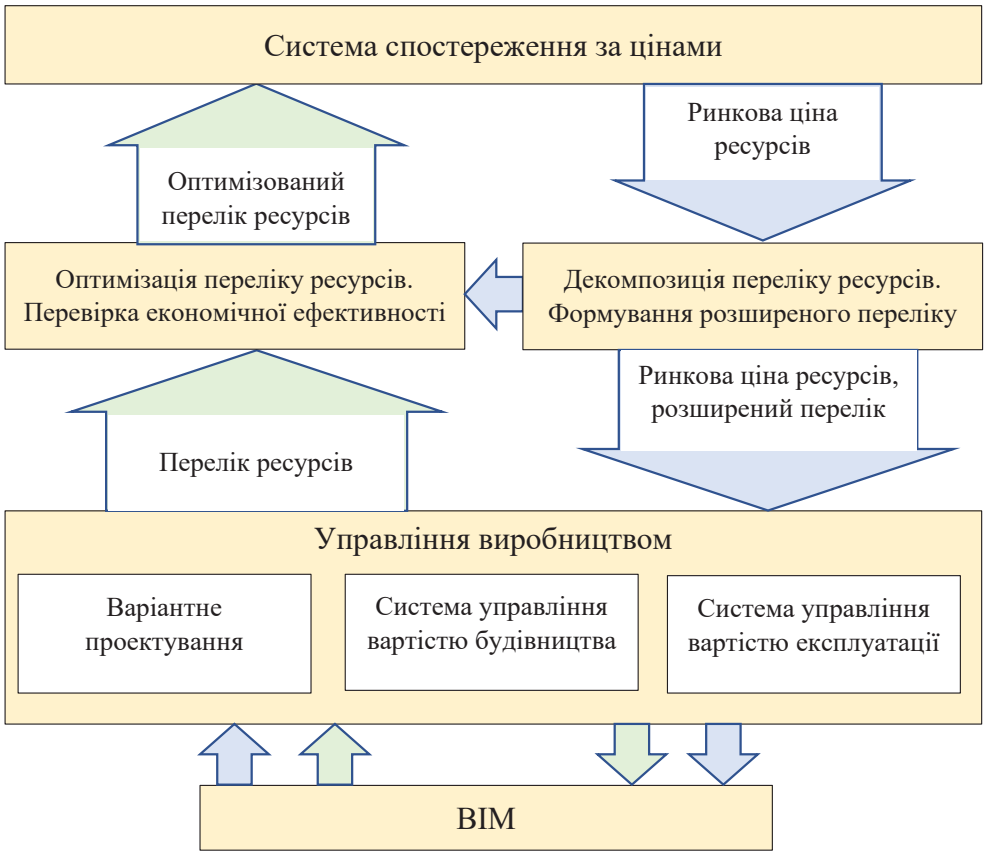

Рис. 1. Система управління вартістю МТР підприємствами – учасниками будівництва при спорудженні об'єктів для державного замовника

Джерело: складено автором

Таке варіантне проектування і заміна технологій в ході будівництва видається неможливим. Основна причина – неможливо проводити економічні розрахунки в темпі будівництва. Відсутня оперативна, в режимі реального часу, інформація про наявність, а головне про ринкову ціну ресурсів для можливих технологічно ефективних варіантів продовження будівництва, щоб можна було визначити економічно ефективне завершення будівництва в даний, конкретний момент часу.

Щоб усунути цю проблему потрібна система спостереження за ринковими цінами будівельних ресурсів. Вона може розглядатись як зовнішній інформаційний ресурс для об'єктного будівельного виробництва або будуватись як внутрішній технологічний елемент об'єктного будівельного виробництва та/чи спеціалізованих підприємств з надання інформаційних послуг в сфері будівництва.

Система спостереження за цінами має відповідати наступним принципам:

– системність;
– єдність методології;
– прозорість, відкритість;
– достовірність;
– об'єктивність;
– незалежність;

Система спостереження за цінами може будуватись як:

– частина системи управління вартістю будівництва об'єктного будівельного виробництва;

– корпоративна система забезпечення інформацією в службі замовника, будівельній корпорації;

– внутрішній технологічний елемент спеціалізованих підприємств з надання інформаційних та/чи консалтингових послуг в сфері будівництва;

– частина системи матеріально-технічного забезпечення будівництва;

та інш.

Система спостереження має вирішувати два основних завдання:

а) моніторинг ринків будівельних ресурсів – збір, перевірка, зберігання інформації – спостереження за ринками ресурсів для будівництва;

б) обробка та використання даних – виконання набору правил, процедур, розрахунків щодо інформації зібраної моніторингом ринків будівельних ресурсів та отриманої в результаті її обробки.

Розподіл функцій між цими завданнями має встановлюватись безпосередньо під час проектування та запуску системи спостереження. І може корегуватись в процесі її експлуатації.

На перший погляд здається, що маємо справу зі «стандартним» маркетинговим чи статистичними дослідженням ринку. Але є кілька причин, які вимагають окремого вивчення питань моніторингу ринків будівельних ресурсів та правил і процедур обробки і використання зібраних даних:

– до досліджень ринкової вартості будівельних ресурсів, окрім точності, висуваються жорсткі обмеження щодо їх тривалості;

– перелік будівельних ресурсів, для яких необхідно проводити аналіз, динамічний. Його розмір та структура залежить від об'єкту будівництва та складу будівельних робіт. В ході будівництва цей перелік змінюється щомісяця;

– назви ресурсів в проектній документації носять узагальнений характер. Отже, формування списку постачальників для визначення ринкової ціни будівельного ресурсу може проводитись тільки після визначення переліку реальних ринкових назв, які максимально точно відповідають узагальненій назві ресурсу в проектній документації;

– для проектів що реалізуються з використанням BIM-технологій ресурсом може бути конструктив який поступово деталізується на менші конструктиви аж до окремих ресурсів (від LOD 100 до LOD 500).

Вартість таких робіт в об'єктному будівельному виробництві завжди буде обмежена. Вона не може перевищувати економію замовника будівництва чи прибуток підрядника, який буде отриманий від такого аналізу поточних цін. Тому необхідна максимальна ефективність досліджень в рамках обмеженого бюджету.

Для оцінки якості робіт з визначення поточної ринкової ціни необхідно визнати, що це значення може розраховуватись тільки з певною точністю і вірогідністю. Отже і кошторисна (планова) вартість будівництва може бути розрахована тільки з певною похибкою.

Явно чи неявно наукові дослідження визнають що вартість будівництва, початкова (планова) і кінцева (фактична) – це випадкові величини. При цьому кінцевою (фактичною) вартістю управляти не можливо (величина випадкова, але похибка розрахунку нульова). Фактична вартість це цільова функція, якої потрібно досягти з максимальною точністю.

Процес управління вартістю будівництва має забезпечувати поступове зменшення похибки розрахунків на всіх етапах. Величина зменшення похибки визначення вартості може досліджуватись і бути вимірником ефективності застосованих інструментів управління.

Знаючи (дослідивши) ефективність інструментів можна вирішувати і зворотну задачу: визначити оптимальні і максимально можливі вимоги щодо точності (похибки) початкового розрахунку вартості будівництва і для кожного з етапів її уточнення.

З початком будівництва, загальне управління вартістю виконується за допомогою обраної системи (логістична, cost engineering та інші). Але на кожному з вузлів графа технологій, на підставі поточних ринкових цін МТР, обирається технологічно або економічно ефективне продовження будівництва. При цьому заданий проектом «коридор» для загальної фактичної вартості МТР та будівництва має звужуватись, як це показано на рис. 2.

Рішення приймається на основі двох цільових функцій

– задана вартість будівництва: середня, мінімальна, діапазон;

– задані експлуатаційні характеристики: середні, мінімальні, діапазон;

Інформація про фактично застосовані технології, МТР та їх постачальників зберігається в BIM-моделі будови.

На етапі експлуатації цикл повторюється але альтернативні проектні рішення формуються з врахуванням технологій і МТР застосованих під час будівництва та в ході експлуатації.

Робота системи спостереження за цінами базується на вибірковому методі обстеження з відповідним статистично-математичним обґрунтуванням розповсюдження отриманих по вибірці даних на всю сукупність. Метод статистичного висновку дозволяє за даними вибірок робити висновок про ціну МТР на ринку в цілому.

Середня розрахункова поточна ринкова ціна ресурсу знаходиться в межах:

$$\overline{ц} - \Delta_{ц} \le Ц \le \overline{ц} + \Delta_{ц} \qquad (1)$$

де: $\overline{ц}$ – середня ціна МТР по вибірці, грн.; $\Delta_{ц}$ – відхилення вибіркової середньої від генеральної середньої, грн.

Мінімальний економічний ефект для всього переліку відомості ресурсів:

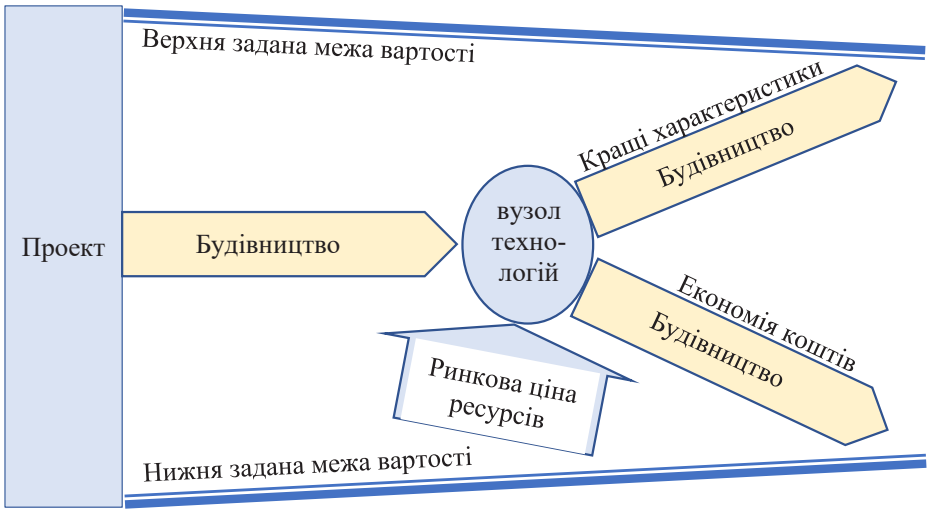

Рис. 2. Схема управління загальною вартістю МТР та будівництва

Джерело: складено автором

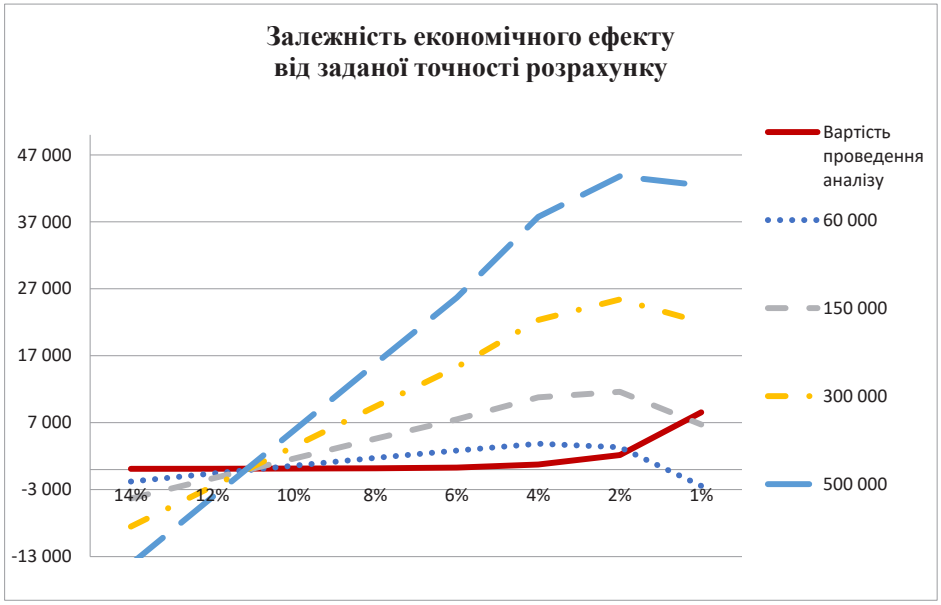

Рис. 3. Залежність економічного ефекту від заданої точності розрахунку ринкової ціни МТР (станом на 2014 рік)

$$EE_{min} = \sum_{1}^{k} K_i \times 2\Delta_{ці} - T_{збд} B_{л/год} N \qquad (2)$$

де: ЕЕ – економічний ефект, економія коштів на придбання ресурсу, грн.; K_i – кількість ресурсу; $\Delta_ц$ – відхилення вибіркової середньої від генеральної середньої, грн.; $T_{збд}$ – усереднені трудовитрати на отримання однієї цінової пропозиції, год.; $B_{л/год}$ – вартість людино-години фахівця зі збору та аналізу даних; N – сумарний обсяг вибірки для всього переліку відомості ресурсів.

Якщо задана точність розрахунку (Δ) більша ніж середнє квадратичне відхилення генеральної сукупності (σ) проводити спеціальні дослідження ринку недоцільно тому, що умовам розрахунку буде відповідати будь яке довільне значення ціни – одна випадкова пропозиція.

В рамках обмеженого бюджету може бути неможливо визначити ринкові ціни всіх кошторисних ресурсів передбачених проектом. Тоді необхідно вирішувати задачу з оптимального розподілу коштів на роботи з аналізу ринкової ціни будівельних ресурсів по проекту: визначити перелік ресурсів передбачених проектом і обсяг вибірок n_i для цих ресурсів так, щоб величина:

$$EE = \sum_{1}^{k} K_i \times \left(\bar{u}_i + \frac{t \times \sigma_i}{\sqrt{n_i}} \right) \times з_i \qquad (3)$$

була максимальною при заданому обмеженні:

$$T_{збд} B_{л/год} N \le R \qquad (4)$$

де: R – сума коштів, яка може бути витрачена на роботи з визначення ринкової ціни ресурсів по будові; $з_i$ – зміна ринкової ціни ресурсу у порівнянні з проектною кошторисною ціною і-го кошторисного ресурсу.

Існує думка, що збільшення точності розрахунків ринкової ціни МТР має призводити до збільшення економії коштів. Розрахунки показують, що збільшення точності розрахунку приводить до різкого зростання вартості

робіт тому, що значно збільшуються трудовитрати на проведення досліджень і визначення ринкової ціни будівельного МТР. Отже існує значення точності вище якого проведення аналізу буде збитковим (рис. 3). Чим більша загальна вартість ресурсу тим більшою може бути економічно обґрунтована точність. Отже для кожної вартості ресурсу існує своя оптимальна точність аналізу, при якій можна отримати максимальний економічний ефект.

Для зменшення трудовитрат і вартості аналізу ринку без відчутного зменшення кінцевої точності розрахунків можуть бути застосовані такі методи:

– зменшення переліку (номенклатури) МТР, для яких проводиться аналіз цін за рахунок організаційно-технічних заходів;

– зменшення переліку МТР, для яких проводиться аналіз цін за рахунок виключення МТР, загальна вартість яких знаходиться в межах похибки розрахунку;

– відстеження коливання ціни в групах технологічно пов'язаних, однорідних МТР призначенням коефіцієнтів співвідношення ціни;

– використання ресурсів–представників для груп однорідних МТР.

Кожен з цих методів може застосовуватись на певному етапі будівельного процесу в залежності від обсягів (загальної вартості) будівельних робіт та номенклатури МТР.

Система спостереження містить наступні складові:

– алгоритм визначення розрахункової ринкової ціни будівельних МТР з заданою точністю на основі обмеженої вибірки і в умовах обмеженого фінансування;

– порядок збору до системи спостереження, перевірки та зберігання інформації про поточну ціну будівельних МТР;

– порядок обробки інформації зібраної до Системи спостереження за цінами, розрахунку поточних ринкових цін будівельних МТР;

– порядок визначення вартості робіт з визначення розрахункової ринкової ціни будівельних МТР та методику визначення їх економічної ефективності.

Висновки. Ефективним напрямом вдосконалення системи управління вартістю МТР підприємствами – учасниками будівництва при спорудженні об'єктів для державного замовника є створення системи спостереження за цінами, яка забезпечує постійне оновлення інформації про ринкову ціну ресурсів згідно переліку сформованому на певному етапі життєвого циклу споруди. Запровадження системи спостереження за цінами сприятиме впровадженню BIM-технологій, розробці достовірній кошторисній документації на етапі проектування та створенню можливості для оперативного прийняття ефективних рішень підприємствами-підрядниками.

Список використаних джерел:

1. Беркута А.В. Система реформування ціноутворення у будівництві України. Автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04. Київ : КНУБА, 2002.
2. Беркута А.В. Реформування ціноутворення – шлях до цивілізованого ринку, 2000.
3. Суровцева Ю.В. Синергетичні підходи до систем ціноутворення будівельної продукції в умовах ринку. *Науково-технічний збірник "Коммунальное хозяйство городов".* Випуск 85. Серія: Економічні науки. 2008. С. 277-281.
4. Матвейчук В. Эффективность европейской системы ценообразования при реализации инвестиционных проектов. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво.* 2009. № 1.
5. Резниченко В.С., Ленинцев Я.Н., Мизюн В.А. Организационно-экономические проблемы и механизмы снижения стоимости строительной продукции, 2006.
6. Николаев В.П. Информационное и нормативно-методическое обеспечение анализа жизненного цикла капитальных инвестиций. 2011.

References:

1. Bertkuta A. (2002). Systema reformuvannja cinoutvorennja u budivnyctvi Ukrajiny [Pricing reform system in the construction of Ukraine] (PhD Thesis), Kiyv, KNUCA.
2. Bertkuta A. (2000). Reformuvannja cinoutvorennja – shljakh do cyvilizovanogho rynku [Pricing reform is the path to a civilized market], Kiyv.
3. Surovtseva Yu. (2008). Synerghetychni pidkhody do system cinoutvorennja budiveljnoji produkciji v umovakh rynku [Synergetic approaches to pricing systems for construction products in market conditions]. *Scientific and technical collection "Municipal economy of cities", Issue 85. Series: Economic Sciences*, p. 277-281.
4. Matveichuk V. (2009). Effektivnost' evropeyskoy sistemy tsenoobrazovaniya pri realizatsii investitsionnykh proektov [The effectiveness of the European pricing system in the implementation of investment projects]. *State and regions. Series: Economics and Entrepreneurship*. № 1.
5. Reznichenko V.S., Leninsev Ya.N. and Mizyun V.A. (2006). Organizatsionno-ekonomicheskie problemy i mekhanizmy snizheniya stoimosti stroitel'noy produktsii
6. Nikolaev V.P. (2011). Informatsionnoe i normativno-metodicheskoe obespechenie analiza zhiznennogo tsikla kapital'nykh investitsiy [Informational and normative-methodological support for the analysis of the life cycle of capital investments].

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПРИ СТРОИТЕЛЬСТВЕ ОБЪЕКТОВ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗАКАЗЧИКА

Аннотация. Обосновано, что эффективным направлением совершенствования системы управления стоимостью материально-технических ресурсов (МТР) предприятиями – участниками строительства при сооружении объектов для государственного заказчика является создание системы наблюдения за ценами, которая обеспечивает постоянное обновление информации о рыночной цене ресурсов согласно перечню сформированном на определенном этапе жизненного цикла здания. Она может рассматриваться как внешний информационный ресурс для объектного строительного производства или строиться как внутренний технологический элемент объектного строительного производства и / или специализированных предприятий по оказанию информационных услуг в сфере строительства. Введение системы наблюдения за ценами будет способствовать внедрению BIM-технологий, разработке достоверной сметной документации на этапе проектирования и создания возможности для оперативного принятия эффективных решений предприятиями-подрядчиками. Система наблюдения содержит следующие составляющие: алгоритм определения расчетной рыночной цены строительных МТР с заданной точностью на основе ограниченной выборки и в условиях ограниченного финансирования; порядок сбора к системе наблюдения, проверки и хранения информации о текущей цену строительных МТР; порядок обработки информации собранной в Систему наблюдения за ценами, расчета текущих рыночных цен строительных МТР; порядок определения стоимости работ по определению расчетной рыночной цены строительных МТР и методику определения их экономической эффективности.

Ключевые слова: материально-технические ресурсы, система управления стоимостью материально-технических ресурсов, система наблюдения за ценами, стоимость, рыночная цена.

IMPROVEMENT OF THE COST MANAGEMENT SYSTEM OF MATERIAL AND TECHNICAL RESOURCES BY ENTERPRISES IN THE CONSTRUCTION OF FACILITIES FOR THE STATE CUSTOMER

Abstract. It has been substantiated that an effective direction for improving the management system for the cost of material and technical resources (MTR) by enterprises participating in construction during the construction of facilities for a state customer is the creation of a price monitoring system that provides constant updating of information on the market price of resources according to the list formed at a certain stage of the life cycle building. It can be considered as an external information resource for facility construction production or built as an internal technological element of facility construction production and / or specialized enterprises for the provision of information services in the field of construction. The introduction of a price monitoring system will contribute to the introduction of BIM technologies, the development of reliable estimate documentation at the design stage and the creation of opportunities for prompt effective decision-making by contractors. The monitoring system contains the following components: an algorithm for determining the estimated market price of construction materials and equipment with a given accuracy based on a limited sample and in conditions of limited funding; the procedure for collecting to the monitoring system, checking and storing information about the current price of construction materials and equipment; the procedure for processing information collected in the Price Monitoring System, calculating current market prices for construction materials and equipment; the procedure for determining the cost of work to determine the estimated market price of construction materials and equipment and the methodology for determining their economic efficiency.

Key words: material and technical resources, management system for the cost of material and technical resources, price monitoring system, value, market price.

НОТАТКИ

Науковий журнал

НАУКОВИЙ ВІСНИК УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

Випуск 27

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. 16,97.
Підписано до друку 30.09.2019 р. Замов. № 1019/223. 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 № 6424 від 04.10.2018 р.