МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОБЛЕМИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 4(72)

Частина 2

Київ-2019

Головний редактор: Смерічевський Сергій Францович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Заступник головного редактора: Засанський Володимир В'ячеславович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії Національного авіаційного університету.

Відповідальний секретар: Радченко Ганна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Редакційна колегія:

Ареф'єва Олена Володимирівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедрою Економіки повітряного транспорту Національного авіаційного університету.

Дергачова Вікторія Вікторівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

Іващенко Алла Іванівна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана.

Кривов'язюк Ігор Володимирович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Луцького національного технічного університету.

Окландер Михайло Анатолійович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету.

Паливода Олена Михайлівна, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та економіки водного транспорту Державного університету інфраструктури та технологій.

Петровська Світлана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, декан факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету.

Прохорова Вікторія Володимирівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання Української інженерно-педагогічної академії.

Сохацька Олена Миколаївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту та маркетингу Тернопільського національного економічного університету.

Хлобистов Євген Володимирович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри екології Національного університету «Києво-Могилянська академія».

Igor Britchenko, Doctor Habil., Professor of State Higher Vocational School Memorial of Prof. Stanislaw Tarnowski, Poland.

Vladimir Glonti, Doctor of Economic Sciences, Professor, Dean of Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

Електронна сторінка видання – **www.psae-jrnl.nau.in.ua**

Міжнародний цифровий ідентифікатор журналу:
https://doi.org/10.32782/2520-2200

Збірник наукових праць «**Проблеми системного підходу в економіці**»
включено до переліку наукових фахових видань України
в галузі економічних наук (Категорія «Б»)
на підставі Наказу МОН України від 18 грудня 2018 року № 1412.

Наукове видання включено до міжнародних, закордонних,
національних реферативних та наукометричних баз даних:
НБУ ім. В.І. Вернадського, Index Copernicus, Google Scholar,
CiteFactor, OAJSE, Eurasian Scientific Journal Index.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Національного авіаційного університету
на підставі Протоколу № 7 від 18 вересня 2019 року.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 8776, видане Державною реєстраційною службою України 24.05.2004 р.

ISSN 2520-2200

© Національний авіаційний університет, 2019

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Поченчук Г.М., Бабух І.Б.
ЕКОСИСТЕМНИЙ ПІДХІД НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ..... 7

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Пробоїв О.А.
ФОРМУВАННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ..... 16

Пулій О.В., Іванов Є.І.
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТОРГОВЕЛЬНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ І ТУРЕЧЧИНИ..... 24

Чужиков А.В.
СЕКТОРАЛЬНА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОГО МЕДІЙНОГО РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЙ США, А ТАКОЖ "BBC" І "SONY")..... 31

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Носань Н.С.
ПАРАДИГМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД..... 41

Пушак Я.Я., Боднар Н.Р.
ЗАВДАННЯ ТРУДОРЕСУРСНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ..... 47

Рубежанська В.О.
МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ НА МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ..... 52

Юхновська Ю.О.
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ..... 59

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Овсак О.П., Палієнко Т.П., Назаренко О.П.
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР В УКРАЇНІ..... 66

Ольшанський О.В.
ПРОЦЕСНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ КОНЦЕПЦІЯХ..... 71

Поповиченко І.В., Луценко І.А.
ЩОДО ПИТАННЯ ПРО ВИБІР ПОКАЗНИКА НА РОЛЬ КРИТЕРІЮ ЕФЕКТИВНОСТІ..... 77

Продіус О.І.
ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЕЙ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА..... 86

Радєва М.М.
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНИЙ І ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТИ..... 94

Роскладка Н.О., Врона А.О.
GDS-ТУР ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... 100

Садченко О.В., Гайворонська І.В.
МЕРЕЖЕВОЦЕНТРИЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ..... 106

Сопіга В.Б., Алілуйко М.С.
ІНТЕГРАЦІЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВАХ..... 114

Шира Т.Б.
ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ ЗАГРОЗ
НА КОРПОРАТИВНУ БЕЗПЕКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 120

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Ревко А.М.
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ
НА ТРАНСФОРМАЦІЮ СОЦІОГУМАНІТАРНОГО ПРОСТОРУ РЕГІОНУ..... 125

Сєрєбряк К.І.
КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ..... 130

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Ольхович С.Я., Паляничко Н.І., Крохтяк О.В.
АНАЛІЗ РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ
НА ОСНОВІ СИРОВИНИ РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ В УКРАЇНІ..... 136

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Смочко В.Ю., Бедзир В.С.
РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАЙНЯТОСТІ..... 142

Феленчак Ю.Б.
ВПЛИВ РІВНЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДОКТРИНИ ТУРИЗМУ..... 149

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Семенча І.Є., Григорьєва В.С.
УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМ МАРКЕТИНГОМ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА УЗАГАЛЬНЕННЯ..... 154

Ткачук І.Я.
ПРАВОВЕ РЕГЛАМЕНТУВАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ВИТРАТ
НЕПРИБУТКОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ В УКРАЇНІ..... 161

Шевчук К.Д.
РИЗИКИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ
НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ЕТАПУ..... 166

Шулюк Б.С.
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ
ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА: ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД..... 173

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Панасюк В.М., Маринович О.О., Шухманн В.А.
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ
ПІДПРИЄМСТВА В ЧАСТИНІ ВИТРАТ МАЙБУТНІХ ПЕРІОДІВ..... 178

Попівняк Ю.М.
ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРАКТИКУ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ..... 185

МАРКЕТИНГ

Сібрук В.Л., Радченко Г.А., Кутліна І.Ю.
ФОРМУВАННЯ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ
ТЕРИТОРІЙ НА ЗАСАДАХ ТЕОРІЇ ОБМЕЖЕНЬ СИСТЕМ..... 193

Дрокіна Н.І.
КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА..... 200

Лондаренко Д.О.
ІННОВАЦІЙНО-ГАЛУЗЕВА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ
В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ..... 211

CONTENTS

ECONOMICS AND HISTORY OF ECONOMIC IDEA

Pochenchuk Galyna, Babukh Ilona
THE FINANCIAL SERVICES MARKET ECOSYSTEM APPROACH IN DIGITAL AGE.....7

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Proboyiv Olga
DEVELOPMENT OF EUROPEAN INTEGRATION FOREIGN TRADE POLICY OF UKRAINE 16

Pulii Oksana, Ivanov Yevhen
CURRENT STATE AND PROSPECTS OF TRADE AND INVESTMENT
COOPERATION BETWEEN UKRAINE AND TURKEY.....24

Chuzhykov Andrii
SECTORAL DIVERSIFICATION OF THE GLOBAL MEDIA MARKET
(AS EXEMPLIFIED BY US COMPANIES IN CASE OF "BBC" AND "SONY").....31

ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Nosan Nataliya
PARADIGMS AND TECHNOLOGIES FOR THE PROVISION
OF FINANCIAL SECURITY OF THE STATE: DOMESTIC AND WORLD EXPERIENCE.....41

Pushak Yaroslav, Bodnar Nazar
TASKS OF LABOR RESOURCE SECURITY IN THE CONDITIONS
OF FORMING A POST-INDUSTRIAL ECONOMIC SYSTEM.....47

Rubezhanska Viktoriia
MODELING THE IMPACT OF THE NATIONAL LABOR MARKET
ON THE COUNTRY'S MACROECONOMIC DEVELOPMENT.....52

Yukhnovska Yulia
DEVELOPMENT STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF THE CLUSTER
OF THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE AND THE ZAPOROZHE REGION.....59

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Ovsak Oksana, Palyjenko Tetyana, Nazarenko Oleksandra
PECULIARITIES OF INTEGRATED BUSINESS
STRUCTURES FORMATION AND ACTIVITY IN UKRAINE.....66

Olshanskiy Oleksandr
THE PROCESS MANAGEMENT OF COMPANIES
IN MODERN ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC CONCEPTS.....71

Popovychenko Iryna, Lutsenko Igor
ON THE ISSUE OF CHOOSING AN INDICATOR FOR THE ROLE OF AN EFFICIENCY CRITERION.....77

Prodius Oksana
PECULIARITIES OF MODELS OF INCLUSIVE EDUCATION IN THE EUROPEAN COUNTRIES.....86

Radieva Maryna
ECONOMIC EFFICIENCY OF ENTERPRISE ACTIVITY: METHODICAL AND PRACTICAL ASPECTS.....94

Roskladka Nataliia, Vrona Alina
GDS-TOUR AS AN OPTIMIZATION TOOL
FOR THE PRODUCT PORTFOLIO OF TOURISM ENTERPRISE.....100

Sadchenko Olena, Gayvoronska Inna
NETWORK CENTER APPROACH TO MANAGEMENT OF TOURIST DESTINATIONS ENTERPRISES.....106

Sopiha Viktor, Aliluiko Maria
INTEGRATION OF MANAGEMENT SYSTEMS
IN THE HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES.....114

Shyra Taras
EVALUATION OF THE IMPACT OF EXTERNAL AND INTERNAL THREATS
ON THE CORPORATE SECURITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES..... 120

PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY

Revko Alona
METHODOLOGICAL BASES OF ASSESSING THE INFLUENCE OF SOCIAL INFRASTRUCTURE
ON THE TRANSFORMATION OF SOCIO-HUMANITARIAN SPACE IN THE REGION..... 125

Sieriebriak Kseniia
CLUSTER POLICY FOR THE DEVELOPMENT
OF THE INDUSTRIAL COMPLEX OF THE REGIONS OF UKRAINE..... 130

ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION

Olkhovych Svitlana, Palianychko Nina, Krokhtiak Oleksandra
MARKET ANALYSIS OF DRUGS BASED ON RAW MATERIALS OF PLANT ORIGIN IN UKRAINE..... 136

DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS, SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS

Smochko Valeria, Bedzyr Volodymyr
REGIONAL ASPECTS OF STATE EMPLOYMENT POLICY..... 142

Felenchak Yuliia
THE IMPACT OF THE POPULATION INCOME LEVEL
ON THE FORMATION OF SOCIAL TOURISM DOCTRINE..... 149

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Semencha Ilona, Hryhorieva Valeriia
MANAGEMENT OF BANKING MARKETING: THEORETICAL ASPECTS AND DECISION..... 154

Tkachuk Iryna
LEGAL REGULATION OF EXPENDITURES OF NON-PROFIT ORGANIZATIONS IN UKRAINE..... 161

Shevchuk Kostiantyn
RISKS OF TAXATION OF LEGAL ENTITIES INCOME IN THE FINANCIAL
SERVICES MARKET OF UKRAINE: PROBLEMS OF MODERN STAGE..... 166

Shuliuk Bohdana
PECULIARITIES OF FORMATION OF FINANCIAL MECHANISM
OF STATE-PRIVATE PARTNERSHIP: INSTITUTIONAL APPROACH..... 173

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Panasiuk Valentyna, Marynovych Oksana, Schuchmann Vadim
ACCOUNTING AND ANALYTICAL INSTRUMENTS FOR MANAGING CURRENT ASSETS
OF THE ENTERPRISE IN RELATION TO PREPAID EXPENSES..... 178

Popivniak Yuliia
APPROACHES TO EVALUATION OF THE EFFICIENCY
OF INFORMATION TECHNOLOGIES IMPLEMENTATION IN ACCOUNTING PRACTICE..... 185

MARKETING

Sibruk Viktor, Radchenko Anna, Kutlina Iryna
FORMATION OF APPROACHES TO MANAGEMENT OF MARKETING
OF TERRITORIES ON THE BASIS OF THE THEORY OF CONSTRAINTS..... 193

Drokina Nina
COMPETITIVE ANALYSIS OF INTERNET MARKETING AT THE ENTERPRISE..... 200

Londarenko Daria
INNOVATIVE AND SECTORAL MODERNIZATION OF THE REGIONAL ECONOMY
IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT..... 211

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.342:336.7

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-31

Поченчук Г.М.
доктор економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
Бабух І.Б.
кандидат економічних наук,
асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Pochenchuk Galyna
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
Babukh Ilona
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

ЕКОСИСТЕМНИЙ ПІДХІД НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

THE FINANCIAL SERVICES MARKET ECOSYSTEM APPROACH IN DIGITAL AGE

У статті розглянуто особливості екосистеми як сучасної моделі реалізації економічних відносин в умовах становлення цифрової економіки та динамічного впровадження нових цифрових технологій у сферу фінансових послуг. Розглянуто еволюцію сутнісних характеристик екосистеми та її можливості щодо формування нових взаємозв'язків та співпраці економічних агентів, а також проаналізовано їх утілення в концепції ширингу. Охарактеризовано сучасні тренди розвитку ринку фінансових послуг у контексті використання цифрових технологій та появи фінтех-компаній. Визначено ключові напрями розвитку фінтех-сфери (FinTech, InsurTech, RegTech, SupTech) та систематизовано компанії українського сектору фінтех за сферами діяльності. Обґрунтовано необхідність та можливості формування екосистем фінансових послуг, що поєднують економічних агентів із боку попиту та пропозиції фінансових послуг з урахуванням цифрових технологій, функціонування яких дасть змогу збільшити швидкість надання, мобільність, якість, а також зменшити ціну фінансових послуг. Визначено напрями інституціональних змін фінансової сфери щодо регуляторного забезпечення можливостей функціонування екосистем фінансових послуг.

Ключові слова: екосистема, цифровізація, ширингова економіка, фінтех, екосистема фінансових послуг.

В статье рассмотрены особенности экосистемы как современной модели реализации экономических отношений в условиях становления цифровой экономики и динамичного внедрения новых цифровых технологий в сферу финансовых услуг. Рассмотрена эволюция сущностных характеристик экосистемы и ее возможностей по формированию новых взаимосвязей и сотрудничества экономических агентов, а также проанализировано их воплощение в концепции ширинга. Охарактеризованы современные тренды развития рынка финансовых услуг в контексте использования цифровых технологий и появления финтех-компаний. Определены ключевые направления развития финтех-сферы (FinTech, InsurTech, RegTech, SupTech) и систематизированы компании украинского сектора финтех по сферам деятельности. Обоснованы необходимость и возможности формирования экосистем финансовых услуг, объединяющих экономических агентов со стороны спроса и предложения финансовых услуг с учетом цифровых технологий, функционирование которых позволит увеличить скорость предоставления, мобильность, качество, а также снизить цену финансовых услуг. Определены направления институциональных изменений финансовой сферы относительно регуляторного обеспечения возможностей функционирования экосистем финансовых услуг.

Ключевые слова: экосистема, цифровизация, шеринговая экономика, финтех, экосистема финансовых услуг.

The features of the ecosystem as a modern model of economic relations realization in the conditions of digital economy formation and dynamic introduction of new digital technologies in the sphere of financial services are considered in the article. The modern trend of the development of economy in the context of new technologies introduction has been characterized, basic digital technologies of disruptive nature are generalized. The evolution of the essential characteristics of the ecosystem and its ability to form new relationships and cooperation of economic agents are considered, as well as their implementation in the concept of shairing. It has been determined that the digital age is changing the way we do business, as well as the requirements for information technology we use. Digitalization enables and requires the use of adaptive economic systems, ensuring that their components are congruent. The modern trends in the development of the financial services market in the context of the use of digital technologies and the emergence of fintech companies are characterized. The key directions of the fintech sphere development (FinTech, InsurTech, RegTech, SupTech) are identified and the companies of the Ukrainian fintech sector are systematized according to their spheres of activity. The features of creation and development of the financial services market in Ukraine are generalized. The necessity and possibilities of financial services ecosystems formation combining economic agents on the side of the demand and supply of financial services with consideration of digital technologies are substantiated. The necessary components of the financial services ecosystems formation are described. It is noted that besides the prospects FinTech companies functioning raises many institutional problems related to management and legal regulation of activity. The directions of the institutional changes in the financial sector regarding the regulatory provision of opportunities for financial services ecosystems functioning in the context of ensuring technological neutrality, increasing inclusivity and transparency of the financial services market are identified.

Key words: ecosystem, digitalization, sharing economy, fintech, ecosystem of financial services.

Постановка проблеми. Цифрові технології надають сучасній економіці нових сутнісних рис – відкритості комунікацій та повсюдної колаборації, – стаючи її «нервовою системою». Очевидним проявом цього є зміна форм існування економіки: витіснення класичного способу торгівлі, прив'язаного до певного місця угоди, банків як сховищ реальних грошових запасів, проведення касових розрахунків за допомогою роботів і, в перспективі, трансформація всієї грошово-фінансової системи та ринків. Технології стрімко змінюють ринки. Активний їх розвиток дає можливість учасникам ринку фінансових послуг створювати та пропонувати для своїх клієнтів нові сервіси та послуги. Розвиток фінтех-сектору сприяє появі нових банківських та фінансових продуктів, що дають більше можливостей і зручності для користувачів та вимагають упровадження нових моделей функціонування та взаємодії всіх учасників фінансових відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цифровізація всіх сфер життя суспільства лише набуває розмаху, що викликає зацікавленість науковців. Так, вагомі дослідження у цій царині здійснено в наукових працях Б. Ван Арка, Е. Вільямса, С. Волосович, В. Геєця, А. Гриценка, Д. Енгельбара, Р. Інклара, Н. Краус, Е. Петера, М. Тіммер, С. Хантінгтона. Теоретичним та прикладним аспектам розвитку та функціонування фінансових технологій також присвячено значну кількість наукових праць зарубіжних і вітчизняних дослідників, таких як Ю. Бажал, Дж. Ван Дейн, О. Васюренко, С. Гошал, Д. Дранове, Д. Емері, М. Міллер, Х. Мінскі, Ф. Мишкін, Р. Мертон, Г. Мінцберг, Л. Уайт, Л. Федулова, Дж. Фіннерті, У. Шарп. Розуміння необхідності формування екосистем обґрунтовується фундаментальними працями зарубіжних науковців Г. Чесбро, Г. Іцковіца, М. Рассвела, Я. Максвелла, Дж. Мура та роботами вітчизняних учених, серед яких слід відзначити В. Александрову, І. Брікову, З. Варналія, М. Даниловича, О. Марченко, В. Реутова, Л. Федулову, О. Христенко. Попри значний внесок учених у розроблення теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо становлення цифрової економіки та запровадження фінансових технологій на цій онові, функціонування екосистем, швидкий технологічний розвиток та випереджаюче застосування нових технологій і моделей у фінансовій сфері вимагають поглиблення досліджень, пов'язаних із цифровізацією фінансових послуг та взаємодією економічних агентів у процесі їх виробництва, реалізації та споживання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є обґрунтування можливостей та перспектив використання екосистемного підходу до відтворення сфери фінансових послуг в умовах прискореного розповсюдження фінансових технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифровізація економіки та суспільного життя є загальним трендом розвитку світового господарства в сучасних умовах. Цифрова економіка виступає акселератором соціально-економічного життя сучасного суспільства, саме вона здатна значно підвищити ВВП країни як двигун конкурентоспроможності, інновацій. Розглядa-

ючи визначення цифрової економіки, можна відзначити, що здебільшого превалює компонентний підхід, що включає використання цифрової інформації та знань як ключового чинника виробництва, забезпечення дистрибуції за допомогою е-комерції, використання мереж для обміну інформацією у цифровому вигляді та для перетворення соціальних взаємодій [10]. Концепція цифрової економіки наголошує цифрову форму інформації та знань, охоплює всі аспекти суспільства, впливаючи на те, як люди взаємодіють і дають широкі соціологічні зміни. Для будь-якої країни цифровізація є важливою для підвищення власної безпеки, зміцнення економічного становища, підвищення рівня економічної грамотності та обізнаності населення.

Нові цифрові технології радикально змінюють погляди на ведення бізнесу. Приклад шести компаній світу, які існують не більше 20 років (Uber, Airbnb, Facebook, Instagram, Netflix, Alibaba), демонструє, що саме завдяки можливостям сучасних IT-технологій вони зуміли створити принципово нові моделі бізнесу і домогтися вагомих результатів. Однією із дієвих моделей, що враховує особливості сучасного розвитку, є екосистема.

Уперше термін «бізнес-екосистема» з'явився у 1993 р. у статті Дж. Мура [13]. Автор створив нову метафору конкуренції, взяту з вивчення біології та соціальних систем. Він запропонував розглядати компанію не як учасника якоїсь однієї галузі, але в рамках бізнес-екосистеми, що охоплює різні галузі промисловості. У бізнес-екосистемі компанії «спільно розвиваються» навколо нових інновацій, співпрацюючи і конкурентно підтримуючи нові продукти для задоволення потреб клієнтів. У 2014 р. всесвітньо відома транснаціональна компанія Deloitte Touche Tohmatsu Limited опублікувала ґрунтовну доповідь «Бізнес-екосистеми досягають віку повноліття», в якій визначається, що екосистеми – це динамічні спільноти різноманітних акторів, що розвиваються разом, створюють і захоплюють нову цінність завдяки більш досконалим моделям одночасного співробітництва та конкуренції [11]. Екосистеми мають широкий спектр форм, розмірів та різновидів, основними характеристиками яких є такі: екосистеми дають змогу та заохочують участь різноманітного кола (великих та малих) організацій, а часто й окремих людей, які разом можуть створювати, масштабувати та обслуговувати ринки, що перевищують можливості будь-якої однієї організації. Це забезпечує необхідну різноманітність для здорової системи; учасники спільноти взаємодіють та створюють зростаючі за складністю способи, які історично майже неможливо було б формально координувати «зверху вниз», застосовуючи вже розповсюджені технології та інструменти зв'язку та співпраці. Це зумовлює існуючий динамізм та значний прихований потенціал до більш продуктивного розвитку екосистеми в перспективі; учасників, часто включаючи клієнтів, пов'язують деякі поєднання спільних інтересів, цілей та цінностей, які спонукають їх колективно плекати, підтримувати та захищати екосистему як спільну «загальну». Кожен робить внесок, кожен отримує користь. Це підвищує довговічність екосистем.

Відмінна характеристика багатьох екосистем полягає у тому, що вони формуються для досягнення чогось спільного, що виходить за межі ефективного масштабу та можливостей будь-якого окремого суб'єкта (або навіть групи схожих суб'єктів). Екосистемний підхід до реалізації економічних відносин дає можливості формування нових взаємозв'язків та співпраці для вирішення зростаючих соціальних та екологічних проблем (сприяючи реалізації концепції сталого розвитку); використання творчого та інтелектуального потенціалу учасників; прискорення навчання, створення, впровадження та використання інновацій; взаємодіяти зацікавленим сторонам більш комплексно внаслідок поширення міжнародного контексту співпраці, а отже, механізм взаємодії також реалізовуватиметься у цьому напрямі як мережа цінностей. Основна цінність екосистем полягає у комплексності рішення, коли не потрібно «стикувати» складники. Всі учасники системи вже відпрацювали схеми взаємодії й розуміють реальний час, який знадобиться для видачі результату.

Цифрові технології особливо швидкими темпами впроваджуються у фінансовій сфері, наданні фінансових послуг, що зумовило виникнення фінтех-сектору. У широкому розумінні це поняття означає галузь економіки, яка об'єднує компанії, що використовують новітні розробки, для надання якісніших фінансових послуг. У вужчому значенні фінтехами називають самі компанії, які належать до цієї галузі (рис. 1).

Технологічні інновації, які уможливлюють розвиток фінтеху, включають: інтерфейси програмування додатків, штучний інтелект, машинне навчання, великі масиви даних (Big Data), технології розподіленого доступу (наприклад, Blockchain), хмарні технології, розумні контракти, криптографію та біометрію [4]. Фінансові технології значно розширюють можливості створення нових фінансових продуктів та надання фінансових послуг, сприяють наростанню складності й водночас гнучкості всієї економічної системи, створюють можливості зниження трансакційних витрат, однак і можливості зростання ризиків та проблеми збереження конфіденційності трансакцій.

Рис. 1. Структура ринку фінтех за типами компаній та напрямами

Джерело: розробка авторів

Поштовх розвитку фінтех-сектору дали зміни європейського регуляторного законодавства, передусім поява директиви Європейської другої Директиви платежів (PSD2), які зобов'язують банки відкривати їх програмний софт (API) довірчій третій стороні, якщо споживач дає на те свою згоду, що робить доступ до платіжного ринку для нефінансових інститутів простішим унаслідок простоти реєстрації.

Подальший розвиток фінансових технологій пов'язаний не тільки з платежами й грошовим обігом, він потенційно впливає на страхування, інвестування, залучення капіталу, депозити і кредитування. Вже сьогодні іншуртех (страхові технології) перестав бути просто частиною фінтех і виділився в самостійний напрям. Іншуртех – це сегмент фінтех, що забезпечує інструменти та механізми розв'язання існуючих проблем та реалізації нових можливостей страхування. Соціальні та технологічні тенденції, які суміщають потреби клієнта й очікування, є джерелом можливості для технологічно обізнаних страховиків. Ті учасники ринку, які приймають рішення та адаптують їхні пропозиції щодо зміни вимог клієнта, зможуть підтримувати свої позиції на ринку.

Окремим напрямом використання фінансових технологій є спеціалізовані регулятивні та наглядові технології. Регулятивні технології RegTech – це інформаційні технології у сфері фінансів, які забезпечують дотримання виконання регуляторних вимог учасникам фінансових ринків. Такі технології допомагають фінансовим інститутам відповідати вимогам регуляторних органів, забезпечуючи перевірку та захист даних, автоматизацію звітності, ризик-менеджмент, ідентифікацію клієнтів. Наглядові технології SupTech – це технології для регуляторних органів фінансової сфери, вони дають змогу автоматизувати та оптимізувати адміністративні й операційні процедури, оцифровувати дані та робочі інструменти, поліпшують аналітику даних, особливо в режимі реального часу, дають змогу підвищити достовірність і якість звітної інформації, а також удосконалити систему підтримки прийняття рішень. Технологічні зміни змушують регуляторів переглянути свій наглядовий підхід, щоб уникнути відставання тих, за ким вони наглядають, і підхід до створення регуляторних рамок, оскільки регулювання має бути гнучким, інноваційним, спільним.

Також фінансові технології використовуються інститутами фондового ринку. Наприкінці 2017 р. Австралійська фондова біржа підтвердила, що вона використовує технологію блокчейн для її очищення та розрахунків, можливо, вона стала першою фірмою на ринках капіталу,

що використовує технологію розподіленого доступу у масштабах реального світу [9].

Розвиток цифрових та нових фінансових (на їх основі) технологій зумовлює формування шерингової економіки – економіки обміну вільними ресурсами і колективного споживання. Базується вона на шерингу – спільному використанні товарів і послуг, а не на володінні ними, тобто виступає як модель споживання. Вона дає можливість створити надійні зв'язки між будь-якою кількістю людей, зменшити трансакційні витрати, час і відстань, майже створюючи комунікаційний простір, який миттєво доступний зі смартфона чи комп'ютера в будь-якому місці й у будь-який час. Організаційна форма компаній, що використовують концепцію шерингу, скоріше IT-платформи, що використовують розробки фінтех, включаючи обробку та аналіз великих даних. Компанії не виробляють самостійно ніяких продуктів, а тільки аналізують потреби клієнтів і поставляють їм бажані продукти та послуги. Шерингова економіка втілює концепцію екосистем не тільки в галузевому аспекті, а й у контексті стадій суспільного відтворення, адже екосистема виникає тоді, коли актор або група акторів вирішують мобілізувати велику кількість незалежних учасників, щоб працювати разом, досягаючи загальних цілей. Екосистема завжди повинна мати ідею. Щоб створити екосистему, необхідно залучити учасників, які мають достатньо ресурсів, можливостей, компетенції та капіталу, щоб реалізувати ідею. У спільноті екосистеми кожен учасник працює на спільну ідею та посилює один одного, тому не потрібно мати у себе всі ресурси, а потрібно мати партнерів із необхідними ресурсами. Саме цей принцип екосистем актуальний для ефективного функціонування ринку фінансових послуг та фінансових інститутів.

Поява фінтех-компаній та фінтех-рішень, їх успішне проникнення в сегменти ринку фінансових послуг, традиційно займані банками та небанківськими фінансовими інститутами, призвела до дискусій про майбутнє фінансових інститутів і навіть про можливе їх зникнення і заміну фінтех-компаніями. Під впливом сучасних фінансових технологій фінансові інститути можуть отримати безліч вигід, підвищити конкурентоспроможність. У цих умовах актуальним завданням стає створення єдиного простору, що об'єднує традиційні фінансові інститути та фінтех-сферу в рамках цифрового середовища, тобто створення віртуально-реальних фінансових платформ – екосистем фінансових послуг. Екосистему фінансових послуг можна визначити як бізнес-модель фінансового посередництва, що забезпечує продуктивнішу співпрацю та конкуренцію для створення кращого клієнтського досвіду, в якій будуть встановлені партнерські відносини з усіма виробниками фінансових продуктів і послуг, а також супутніх товарів. Побудова такої екосистеми вимагає забезпечення омнікальної взаємодії з клієнтами (новий інтегрований, більш персоніфікований підхід до клієнтів, який припускає можливість надання клієнтам різних каналів продажів – віртуальних або реальних, їх швидке інформування та врахування запитів), гнучкості та адаптивності послуг, що надаються, їх кастомізації (розроблення необхідного клієнту продукту на основі вивчення накопичуваної інформації про попередні покупки та вивчення поведінкових моделей). Також необхідно враховувати ту обставину, що основою екосистеми є високотехнологічна платформа.

У будь-якій екосистемі присутні ключові гравці, які визначають ідеї та правила гри, й нішеві гравці, які, працюючі в екосистемах, підсилюють свої можливості та водночас підсилюють ключового гравця. При цьому діє й зворотний зв'язок: ключові гравці, щоб залишатися сильними, повинні забезпечити силою й нішевих учасників, оскільки останні є основою реалізації їхніх завдань, відповідно, інтереси всіх збалансовані.

Аналіз особливостей становлення фінансової системи України та розвитку ринку фінансових послуг підкреслює їх інституціональну зумовленість попередньою траєкторією розвитку. Зазначені особливості виявляються у: розбудові банкоцентричної моделі; закріпленні інсайдерської бізнес-моделі банківництва, чому сприяла інформалізація владних відносин; відсутності на початкових етапах формування ринку фінансових послуг необхідних спеціалістів і практики функціонування небанківських фінансових інститутів, а також нормативно-правового забезпечення; слабкому розвитку інститутів приватного інвестування та вкладання коштів у цінні папери внаслідок невисокої фінансової грамотності; скомпрометованості діяльності інвестиційних компаній фінансовими пірамідами періоду ваучерної приватизації 90-х років; низькій спроможності домогосподарств заощаджувати, зумовленій загальною економічною ситуацією в Україні, що відображається на ресурсах фінансових інститутів; низькому рівні довіри до фінансових інститутів та недостатньому рівні захисту споживачів послуг небанківських фінансових інститутів, що зумовлюють консервативну поведінку домогосподарств у прийнятті рішень відносно напрямів інвестування заощаджень. Нині фінансовий сектор в Україні найбільш динамічно сприймає нові цифрові технології. Так, ураховуючи класифікацію фінтех-компаній, активно розвивається сфера платежів і валют, починають розвиватися платформи (табл. 1).

Таблиця 1

Компанії українського сектору фінтех за сферами діяльності

Напрям роботи	Компанії українського фінтеху
Платежі і грошові перекази	Fondy, LeoGaming, Uplata, Portmone, PayLastic, Mosst, CoinPay, GlobalMoney, Pay2You, Fint, Way4Pay, WideUp, Platon, iPay.ua, Agency21, UA pay, LiqPay, iBox, Electrum, Forpost, EasyPay
Мобільні гаманці	MAXI, JetBeep, Wallets Factory
Іншуртех (стартапи у сфері страхування)	Ewa, Insart, Alfa Protection, SPOKK, Sureberry, Nexstep Solution
Кредитування	MoneyVeo, «Позичайко», Finhub, MoCash, AmoCredit, Гроші Всім, Upstarter, Credit Plus, «Компаньон Финанс», «Кредит Маркет», P2B Credit, MyCredit, CCloan, Creditor
Криптовалюти/ Блокчейн	Kuna, «Карбованець», Atticlab, BitFury, Distributed Lab, Blockchain Lab, btcu.ua
Управління фінансами	Finance controlling, HomeMoney, Mtax, Finkee, CoinPay, Повертай
Регтех	Open Public Finance, Opendatabot, Ring, YouControl
Legaltech	AXDRAFT, Monitor.Estate
Технології та інфраструктура	UnityBars, Igama, Bintels, PayCoreIO, ProCard, SkyService, Smart Data, Team 301, UnityBars, Bnesis, Corezoid, AIRouting, ProZorro, SDK.finance
Вендори	Cisco, SAS, BPC, Oracle, IBM
Кібербезпека	Safebase, KYTE Consultants, Alfa Protection, Hideez Group
Маркетплейси	Treeum, HOTLINE.FINANCE
Телеком	«Киевстар», Lifecell, Vodafone
Діджитал і необанки	Monobank, Alfa Digital, OptBank, Forward Bank, MPT PAY, Uplata, Хмарка, Finik.Pro
Міжнародні платіжні системи і процесінгові центри	TASLink, «Український процессинговий центр», Mastercard, Visa
Екосистема	The Garage, 1991 Open Data Incubator, HiTech Office, SeedStars, UNIT. City, EY, Radar Tech, Fintech Stars, Fintech Cluster, Future, Re:Actor
Медіа	Finance.ua, Startup Network, PAYSPACE, «МинФин», Ліга.Tech

Джерело: складено авторами за даними [1]

За даними каталогу фінтех-компаній України – 2019, у 2018 р. в Україні з'явилася 21 компанія, яка працює у сфері фінансових технологій, і сьогодні їх уже понад 100. 63% українських фінтех-компаній фінансуються виключно за свій рахунок і стільки ж пройшли точку беззбитковості. Водночас 14% компаній мають штат із понад 75 осіб. Ще 43% українських фінтех-компаній працюють на міжнародному ринку. Більшість українських фінтех-компаній перебуває на стадії початку продажів або масштабування бізнесу, і лише кожна п'ята компанія є зрілою [1].

Сьогодні, ураховуючи переважаючий розвиток банківського сектору в Україні, можливе формування на основі колаборації різних видів фінансових посередників екосистеми фінансових послуг (рис. 2). Використання такої моделі ведення бізнесу на основі нових цифрових технологій, які вимагають довірчих відносин та співпраці, по-іншому вирішує проблему обмеженості ресурсів.

Платформа фінансових послуг, організована як екосистема, розширює охопленість потреб споживача, включає як платіжні, фінансові, так і супутні послуги, необхідні для життєдіяльності. Використання фінансових технологій впливає як на структуру, діяльність, пропозицію фінансових інститутів, так і на поведінку споживачів. Фінансові технології швидко змінюють звички й очікування споживачів фінансових послуг. Споживачі звикли мати доступ до всієї необхідної інформації в будь-який час і в будь-якому місці, очікують однакового рівня сервісу від великих і малих компаній, хочуть мати доступ до всіх функцій через мобільний додаток міжнародного банку і місцевої кредитної організації, сподіваються користуватися кредитними платіжними інструментами в будь-якій точці рітейлу. Усі ці приклади демократизації послуг зумовлюють формування нових поведінкових установок.

Зважаючи на наявну потребу у якісних і недорогих фінансових послугах для різних категорій споживачів в Україні, необхідно зауважити, що фінтех-рішення, які будуть орієнтовані на фінансову інклюзивність та масовий ринок, мають найбільший потенціал для зростання, а отже, потребують відповідного інституціонального забезпечення.

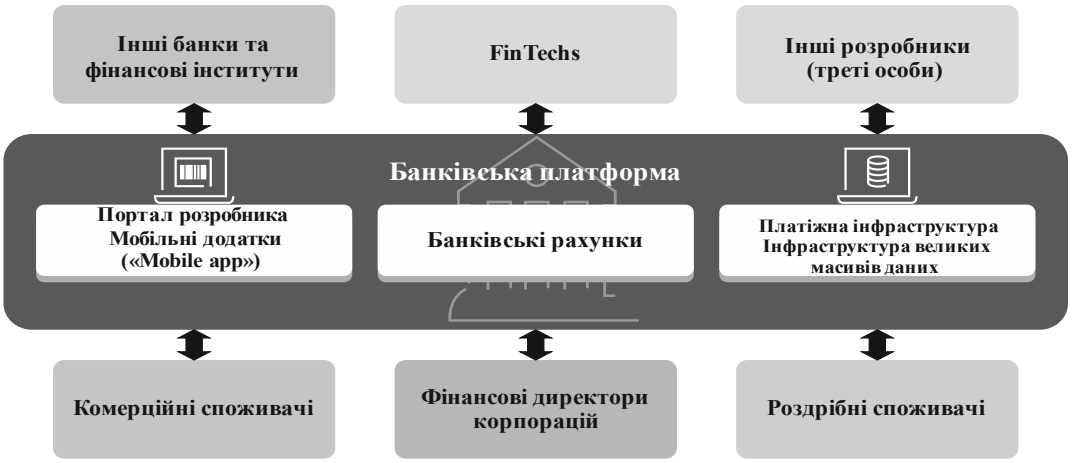

Рис. 2. Екосистема фінансових послуг з урахування цифровізації

Джерело: розроблено авторами

Щоб ринок фінтех-компаній розвивався, необхідно визначити, яких змін правового поля потребує галузь. Важливість та масштабність змін у сфері фінансових послуг вимагають змін інституціонального середовища. Фінансові регулятори мають ураховувати інтереси зацікавлених сторін щодо впливу новітніх технологій на сектор фінансових послуг як із погляду постачальників фінансових послуг, їх споживачів, так і з погляду відповідності регулюючої й наглядової структури основним принципам технологічного нейтралітету, пропорційності та цілісності, а також сприяння технологічним інноваціям. Так, Комісія з технологічних інновацій у сфері фінансових послуг ЄС визначає: технологічний нейтралітет має гарантувати, що для однієї й тієї ж діяльності регулюються однакові норми незалежно від того, як поставляється послуга, щоб інновації були ввімкненими та збереглися рівноправні умови; пропорційність відображає бізнес-модель, розмір, системне значення, а також складність та транскордонну діяльність регульованих суб'єктів; посилення цілісності передбачає, що застосування технологій до фінансових послуг повинно сприяти підвищенню прозорості ринку на користь споживачів та підприємств, не створюючи необґрунтованих ризиків (наприклад, зловживання ринком, порушення правил, проблеми в галузі кібербезпеки, системні ризики) [12].

Для пристосування відповідності інституціонального забезпечення функціонування фінтех-індустрії та нових фінансових продуктів із використанням фінансових технологій уперше у Великобританії було використано новий інституціональний інструмент – регуляторну пісочницю (спеціальний регуляторний режим для фінтех-компаній). Це особливий правовий режим, що дає змогу юридичним особам, які займаються розробленням нових фінансових продуктів і послуг, проводити в обмеженому середовищі експерименти щодо їх упровадженню без ризику порушення чинного законодавства. Робота такого регуляторного режиму дає змогу знизити правову невизначеність і юридичні ризики для учасників фінансового ринку завдяки тому, що чинне законодавство і регулювання не завжди повною мірою враховує особливості нових фінансових рішень. За результатами експерименту формуються правила для нових технологій, а також відбувається прискорювання виведення нових фінансових рішень на ринок.

Таким чином, можна визначити основні напрями інституціональних змін фінансових систем, які відбуваються у світі й в Україні: зміни нормативно-правового забезпечення щодо розвитку фінтех-сектору та функціонування нефінансових компаній, які надають фінансові послуги; розвиток спеціалізованої інфраструктури (хакатони, хаби, Інтернет-платформи); впровадження нових бізнес-моделей надання фінансових послуг (шерингова економіка) та функціонування фінансових установ (екосистема); децентралізація мережі надання фінансових послуг; розповсюдження фінтех на сектор небанківських установ (іншуртех). Прискорення темпів технічного прогресу значно актуалізує проблеми регулювання фінансового сектору.

Реформування фінансового сектору країни відбувається відповідно до заходів Комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 р., яка була прийнята в 2015 р., та з урахуванням внесених у 2017–2018 рр. змін [2]. Оновлена Комплексна програма приділяє увагу таким напрямам, як розвиток інфраструктури платіжного ринку України, розвиток та регулювання діяльності фінтех-компаній та краудфандингу, розроблення національної стратегії

підвищення рівня фінансової обізнаності тощо. Подальші реформи мають бути спрямовані на вдосконалення нормативно-правового забезпечення функціонування фінансової системи з урахуванням нових тенденцій розвитку; реформування системи державного регулювання фінансового сектору; розвиток нової інфраструктури фінансової системи, комплексне впровадження інноваційних рішень. Це стосується продовження гармонізації правового поля України з директивами Європейського Союзу щодо електронних грошей, віддаленого відкриття рахунків, багаторівневої ідентифікації клієнтів (KYC), PSD2, відкритих API та використання третіх сторін як агентів. Необхідно зауважити, що Національний банк України підтримує розбудову фінтех-ринку України шляхом розвитку таких проектів, як: підготовка процесу імплементації норм Європейської другої платіжної директиви у національному законодавстві, модернізація системи електронних платежів НБУ, створення Нацбанком експертної ради з питань комунікації з інноваційними компаніями, тестування електронної гривні.

Висновки з даного дослідження. Цифровізація – визнаний механізм економічного зростання завдяки здатності технологій позитивно впливати на ефективність, результативність, вартість та якість економічної, суспільно-громадської та особистої діяльності. Ринок фінансових послуг сьогодні найбільше і найшвидше відчуває трансформуючий вплив новітніх цифрових технологій. Цифровізація зумовлює зміну правил та моделей, що вимагає інституціональних та функціонально-організаційних змін фінансового сектору. В умовах цифрової трансформації економічних систем більш швидкими темпами відповідні технологічні досягнення впроваджуються в діяльність фінансового сектору, змінюючи як склад, структуру та принципи діяльності фінансових інститутів, так і впливаючи через зміни фінансової системи на структурні компоненти економічної системи у цілому. Так, зміни відбуваються на всіх рівнях економічної агрегації через усю сукупність зв'язків економічних суб'єктів: координаційних, реординаційних та субординаційних.

Розвиток фінансових технологій зумовлює появу нової фінансової інфраструктури; впливає на конкуренцію фінансових інститутів; спричиняє розмивання меж сфер економічної діяльності, появу нових ринків та нових форм їх функціонування; сприяє впровадженню нових бізнес-моделей (маркетплейси, екосистеми), нових форм, в яких пропонуються та реалізуються фінансові продукти; дає змогу створювати нові канали взаємодії з клієнтами та нові моделі прискореного перетворення клієнтського досвіду (digital customer experience); забезпечує нові регуляторні інструменти та способи дотримання їх відповідності фінансовими інститутами та компаніями. Отже, зміни внаслідок запровадження інновацій у колаборації технології – фінанси – інститути охоплюють весь відтворювальний процес і створюють можливості для всіх країн за умови вчасної й адекватної реакції.

Швидкі темпи запровадження цифрових інноваційних технологій у діяльність інститутів фінансового посередництва зумовлюють необхідність реформування системи державного регулювання фінансової системи. Інституціональні зміни регуляторного середовища фінансового посередництва стосуються розподілу функціональних обов'язків між регуляторами щодо фінтех (закон про СПЛІТ – реформа регуляторів ринку фінансових послуг – ще на розгляді в парламенті), використання спеціальних інструментів, можливостей гармонізації вітчизняного фінансового законодавства з фінансовими директивами ЄС. Фінансовим регуляторам необхідно враховувати інтереси зацікавлених сторін щодо впливу новітніх технологій на сектор фінансових послуг як із погляду постачальників фінансових послуг, їх споживачів, так і з погляду відповідності регулюючої й наглядової структури основним принципам технологічного нейтралітету, пропорційності та цілісності, а також сприяння технологічним інноваціям.

Список використаних джерел:

1. Каталог фінтех-компаній України 2019. URL: http://fintechua.org/FintechCatalog19Ukr.pdf? (дата звернення: 10.08.2019).
2. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року. URL: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=43352266 (дата звернення: 10.03.2019).
3. Поченчук Г.М. Інституціональний розвиток економіки в умовах фінансової глобалізації : монографія. Київ : ЦУЛ, 2016. 420 с.
4. Поченчук Г.М. Фінансові технології: розвиток і регулювання. *Економіка і суспільство.* 2017. № 13. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/200.pdf (дата звернення: 10.08.2019).
5. Саврук Г. Бизнес-экосистемы. Логика ведения бизнеса, которая позволила Amazon победить Sony. URL: https://biz.nv.ua/experts/biznes-korporaciy-i-lokalnyh-kompaniy-kak-organizovat-50027774.html (дата звернення: 10.08.2019).

6. Федулова Л.І., Марченко О.С. Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування. *Економічна теорія та право*. 2015. № 2(21). URL: http://econtlaw.nlu.edu.ua/wpcontent/uploads/2015/11/2_21.pdf (дата звернення: 11.08.2019).
7. Яремчук Р.Є., Коломієць О.Г. Формування інституційного середовища розвитку інноваційної екосистеми України. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Вип. 3. С. 9–14.
8. Як шерингова економіка змінює світ. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2016/09/5/603709/ (дата звернення: 10.10.2016).
9. Blockchain for Capital Markets. URL: https://thefintechtimes.com/bitcoin-cash-set-to-be-the-next-huge-cryptocurrency-boom (дата звернення: 11.04.2019).
10. Bukh R., Heeks R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. *Global Development Institute working papers*. 2017. № 68. URL: https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diwkppr68-diode.pdf (дата звернення: 05.06.2018).
11. Business ecosystems come of age. Part of the Business Trends series. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/platform-strategy-new-level-business-trends/DUP_1048-Business-ecosystems-come-of-age_MASTER_FINAL.pdf (дата звернення: 10.08.2019).
12. FinTech, RegTech and SupTech: What They Mean for Financial Supervision. URL: http://res.torontocentre.org/guidedocs/FinTech%20RegTech%20and%20SupTech%20-%20What%20They%20Mean%20for%20Financial%20Supervision.pdf (дата звернення: 11. 07.2019).
13. Moore J.F. Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review.* 1993. May-Jun 71(3). P. 75–86.

References:

1. Katalog fintex-kompanij Ukrayiny (2019). URL: http: //fintechua.org/FintechCatalog19Ukr.pdf? (data zvernennia: 10.08.2019).
2. Kompleksna programa rozvytku finansovogo sektoru Ukrayiny` do 2020 roku. URL: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=43352266 (data zvernennia: 10.03.2019).
3. Pochenchuk G. (2016). *Instytucionalnyj rozvytok ekonomiky v umovax finansovoyi globalizaciyi* [Institutional economic development in the context of financial globalization]. Kyiv : Center for Educational Literature. (in Ukrainian)
4. Pochenchuk G. (2017). Finansovi texnologiyi: rozvytok i regulyuvannya [Financial technologies: development and regulation]. *Economy and society,* no. 13, pp. 1192–1198. (in Ukrainian)
5. Savruk G. Byznes-эkosystems. Logyka vedenyya byznesa, kotoraya pozvolyla Amazon pobedyt Sony [Business ecosystems. The logic of doing business that allowed Amazon to defeat Sony]. URL: https://biz.nv.ua/experts/biznes-korporaciy-i-lokalnyh-kompaniy-kak-organizovat-50027774.html (data zvernennia: 10.08.2019).
6. Fedulova L.I., Marchenko O.S. (2015). Innovacijni ekosystemy: sutnist ta metodologichni zasady formuvannya [Innovative ecosystems: essence and methodological principles of formation]. *Economic theory and law,* no 2(21). URL: http://eco-ntlaw.nlu.edu.ua/wpcontent/up-loads/2015/11/2_21.pdf (data zvernennia: 11.08.2019).
7. Yaremchuk R.E., Kolomiets O.G. (2016). Formuvannya instytucijnogo seredovyshha rozvytku innovacijnoyi ekosystemy` Ukrayiny [Formation of institutional environment for development of innovative ecosystem of Ukraine]. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine,* vol. 3, pp. 9–14. (in Ukrainian)
8. Yak sheryngova ekonomika zminyuye svit [How the sharing economy is changing the world] (2016). URL: https://www.epravda.com.ua/publica-tions/2016/09/5/603709/ (data zvernennia: 10.10.2016).
9. Blockchain for Capital Markets (2019). URL: https://thefintechtimes.com/bitcoin-cash-set-to-be-the-next-huge-cryptocurren-cy-boom (data zvernennia: 11.04.2019).
10. Bukh R., Heeks R. (2017). Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Global Development Institute working papers. No. 68. URL: https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diwkppr68-diode.pdf (data zvernennia: 05.06.2018).
11. Business ecosystems come of age. Part of the Business Trends series. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/platform-strategy-new-level-business-trends/DUP_1048-Business-ecosystems-come-of-age_-MASTER_FINAL.pdf// (data zvernennia: 10.08.2019).
12. FinTech, RegTech and SupTech: What They Mean for Financial Supervision. URL: http://res.torontocentre.org/guidedocs/FinTech%20RegTech%20and%20SupTech%20%20What%20They%20Mean%20for%20Financial%20Supervisionpdf (data zvernennia: 11.07.2019).
13. Moore J.F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review.* May-June 71(3), pp. 75–86.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.972:339.56

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-32

Пробоїв О.А.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки, маркетингу та менеджменту
Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

Proboyiv Olga
Ivano-Frankivsk Educational-Scientific Management Institute
Ternopil National Economic University

ФОРМУВАННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

DEVELOPMENT OF EUROPEAN INTEGRATION FOREIGN TRADE POLICY OF UKRAINE

Досліджено особливості формування євроінтеграційної політики України й виокремлено ґрунтовні аргументи стосовно набуття певних вигід від поглиблення взаємної співпраці між нашою державою та країнами ЄС. Розглянуто напрями зовнішньоторговельної співпраці України з країнами ЄС. Детально проаналізовано товарну структуру українського експорту й імпорту до країн ЄС. Вивчено динаміку експорту та імпорту товарів і послуг України з країнами ЄС, а також визначено основних країн-партнерів під час організації і здійснення зовнішньоторговельних операцій. Окреслено напрями поглиблення євроінтеграційних процесів через поступову інтеграцію й залучення українських підприємств до міжнародних співтовариств і сприяння зміцненню їхніх міжнародних економічних зв'язків у рамках зовнішньоторговельної політики України з максимальним використанням наявної торгово-транзитної інфраструктури та розвитку прикордонної торгівлі.

Ключові слова: євроінтеграція, зовнішньоторговельна політика, зовнішня торгівля, експорт та імпорт товарів і послуг, країни-партнери, економічне співробітництво.

Исследованы особенности формирования евроинтеграционной политики Украины и выделены основные аргументы относительно приобретения определенных выгод от углубления взаимного сотрудничества между нашим государством и странами ЕС. Рассмотрены направления внешнеторгового сотрудничества Украины со странами ЕС. Детально проанализирована товарная структура украинского экспорта и импорта в страны ЕС. Изучена динамика экспорта и импорта товаров и услуг Украины со странами ЕС, а также определены основные страны-партнеры при организации и осуществлении внешнеторговых операций. Очерчены направления углубления евроинтеграционных процессов через постепенную интеграцию и привлечение украинских предприятий к международным содружествам и содействие укреплению их международных экономических связей в рамках внешнеторговой политики Украины с максимальным использованием имеющейся торгово-транзитной инфраструктуры и развития пограничной торговли.

Ключевые слова: евроинтеграция, внешнеторговая политика, внешняя торговля, экспорт и импорт товаров и услуг, страны-партнеры, экономическое сотрудничество.

The article studies the nature and formation peculiarities of European integration policy of Ukraine, it also highlights the arguments for receiving certain advantages of deepen mutual cooperation between our state and EU countries. Ukraine has advantageous geographic location, and as the largest European country, raises interest of both neighboring states and the entire world. The list of the observed comparing priorities demonstrates that Ukraine specializes in manufacturing goods with low added value. That is why, the time is ripe for detecting and eliminating of problems in mutual trade of goods and services between Ukraine and the EU. Finding the directions of foreign trade optimization for Ukrainian businesses is an essential part of receiving long-term competing advantages and a way to increase the efficiency of the national economic system as well as incomes of the population. The carried out

analysis of the product structure of the Ukrainian import and export to the EU countries and studies of the dynamics of Ukrainian export and import of goods and services shows that the EU countries remain almost the single main trade partners of Ukraine. The European Union is a huge sales market and a good market for importing of goods, so trade with the EU countries is a substantial source of currency income. The article outlines the directions of deepening of the European integration processes through gradual integration and attracting Ukrainian business to international communities, it determines the factors that promote strengthening of its international ties within foreign trade policy of Ukraine. The European integration is an important course of both Ukrainian international activities and domestic policy for a long-run perspective because it has a considerable impact on the national security and positively effects its relations with other countries. The binding implementation of the EU integration course will ensure the freedom guarantees and surge of the Ukrainian society, will promote creation of a socially directed market economy and boost considerable financial inflows into the national economy from the EU in the form of international loans, direct and portfolio investment.

Key words: european integration, foreign trade policy, international trade, export and import of goods and services, partner countries, economic cooperation.

Постановка проблеми. Сучасна Україна та більшість її обласних центрів перебувають у такій фазі розвитку, коли економічна й торговельна інтеграція до європейського співтовариства є невідворотною. Вигідне географічне розташування нашої держави створює усі необхідні передумови для її інтенсивного розвитку й успішної інтеграції до світової економіки, адже містить високий інвестиційний потенціал.

Для вітчизняних підприємств перспективними галузями є туристично-рекреаційний комплекс, харчова промисловість, машинобудування, інформаційні технології, альтернативна енергетика та енергозберігаючі технології, однак їх розвиток вимагає залучення значних інвестицій. Список виявлених порівняльних пріоритетів демонструє, що Україна спеціалізується переважно на виробництві товарів із невисокою доданою вартістю через технологічну відсталість і низьку конкурентоспроможність, тому назрілим питанням є виявлення й усунення проблем у взаємній торгівлі товарами та послугами України з державами ЄС.

Знаходження напрямів оптимізації зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств є неодмінною умовою отримання довготривалих конкурентних переваг та способом підняття ефективності функціонування всієї економічної системи й рівня доходів населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування зовнішньоекономічної політики в рамках пошуку шляхів поглиблення інтеграційних процесів широко висвітлювалися у працях зарубіжних та вітчизняних науковців. Зокрема, інтеграційні процеси розглядалися у наукових доробках іноземних дослідників, таких як Ф. Рут, П.А. Циганков, Ю. Шишков. Українські вчені О. Білорус, І. Бураковський, Д. Лук'яненко, А. Філіпенко теж присвятили свої роботи вивченню питань поглиблення інтеграційного напряму зовнішньої політики України. Проблеми ефективності експортно-імпортних операцій вітчизняних підприємств висвітлювали Т. Бондарева, Ю. Ілясова, А. Осадчук, А. Фатенок-Ткачук, О. Пасічна, А. Бондаренко, П. Манін, Н. Невська. Результати досліджень зовнішньоекономічної діяльності підприємств на регіональному рівні розкрито у працях В. Ціхановської, А. Брояки, Ю. Березюка.

Незважаючи на проведені численні дослідження та публікації їх результатів, для України та окремих її регіонів залишається невирішеною низка питань щодо напрямів поглиблення співпраці між нашою державою та країнами ЄС у сфері зовнішньоторговельної політики, тому актуальним буде проведений детальний аналіз товарної структури українського експорту й імпорту до країн ЄС із метою пошуку шляхів оптимізації зовнішньоторговельної діяльності підприємств для отримання довготривалих конкурентних переваг і збільшення ефективності функціонування вітчизняної економічної системи у цілому.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є розкриття особливостей, сутності, стану та перспектив євроінтеграційного напряму зовнішньоторговельної політики України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Європейська інтеграція для України – курс модернізації господарства й подолання технологічної відсталості, переформатування багатьох політичних і економічних процесів для подолання глибокої системної кризи. Це хороша можливість одержати іноземні інвестиції і сучасні технології, вдосконалити конкурентні переваги вітчизняних виробників, прокласти шлях на світові ринки.

Для України європейська інтеграція – це можливість поступово нівелювати кризові явища й модернізувати економіку, створити сучасні робочі місця, подолати технологічну відсталість, безпосередньо залучити зарубіжні вкладення та новітні технології. А це, своєю

чергою, призведе до підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника та розширить можливості виходу на світові ринки, передусім на ринки країн ЄС.

Аналізуючи праці вітчизняних дослідників, слід виокремити декілька аргументів на користь поглиблення взаємної співпраці між нашою державою та ЄС: Європейський Союз є величезним потенційним ринком збуту для вітчизняної сільськогосподарської продукції, а також сприятливим ринком для імпорту високотехнологічної продукції; торгівля з ЄС виступає вагомим джерелом надходження валюти; діяльність українських підприємств на європейському ринку дасть змогу запозичувати іноземний досвід у різних сферах і відкриватиме доступ до сучасної інформації й технологій; розвиток співпраці з ЄС сприятиме більш результативному застосовуванню потенціалу України як транзитної країни; взаємодія з ЄС означатиме дотримання вітчизняними суб'єктами господарювання непохитних та обов'язкових правил і стандартів; євроінтеграційні процеси зумовлюватимуть підвищення ефективності економічних процесів загалом і прискорять вихід із системної кризи [1, с. 54].

Із 1 січня 2016 р. розпочалося застосовування Розділу IV Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у розрізі ґрунтовної та всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ПВ ЗВТ). Починаючи з 1 вересня 2017 р. в повному обсязі набуває чинності Угода про асоціацію між Україною та ЄС. Основоположними успіхами української сторони протягом 2017 р. стали залучення України до програми ЄС під назвою «Конкурентоспроможність підприємств малого і середнього бізнесу (COSME) (2014–2020)», доведення до кінця процедур, обов'язкових для залучення України до Регіональної конвенції щодо преференційних правил походження товарів (ПЕМ-Конвенція) [2, с. 58].

Усебічною ціллю Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та Євросоюзом є збільшення кількості торговельно-економічних угод та інвестиційних потоків, лібералізація торгівлі й гармонізація регуляторного середовища на взаємовигідних домовленостях.

Із 2017 р. економічні взаємовідносини з країнами Європи продовжують поглиблюватися. Їх роль як визначальних торгових партнерів для України зміцнюється безпосередньо за рахунок експорту, адже темпи росту експорту товарів у країни Європи (31,5%) були найбільшими за розмірами також і серед регіонів (частка експорту деяких перевищує 10%), рис. 1.

У цілому спостерігається позитивна динаміка торгівлі України з ЄС, яка зумовлена зростанням товарообороту та збільшенням експорту й імпорту товарів і послуг упродовж 2016–2017 рр. Незважаючи на серйозні зрушення, опанування новітніх ринків національними експортерами обмежується довготривалим процесом стандартизації українських товарів до вимог ЄС. Розширення перспектив застосування потенціалу ПВ ЗВТ між Україною та ЄС є пріоритетом діяльності уряду: скорочення нетарифних обмежень, наприклад пов'язаних із фітосанітарними й санітарними заходами та технічними торговельними перешкодами; перенесення торгівлі в електронний формат й інтеграція у Цифровий ринок ЄС; сприяння одержання малими та невеликими підприємствами частки ринку ЄС [4, с. 13].

Географічну структуру зовнішньої торгівлі товарами і послугами України за 2017 р. відображено на рис. 2 [5, с. 48].

Рис. 2 показує, що ЄС залишається одним із найважливіших торговельних партнерів України, питома вага якого фіксується на рівні 38%. Значними торговельними партнерами нашої держави є Нідерланди (13%), Німеччина (7%) та Польща (5%).

Максимальні обсяги експорту до європейських країн протягом 2016–2017 рр. становила продукція агропромислового комплексу та харчової промисловості – відповідно 28,2% та 28,8%, чорні метали – у розмірі 20,2% та 19,8%, устаткування й електричні машини – 11,0% за 2016 р. і

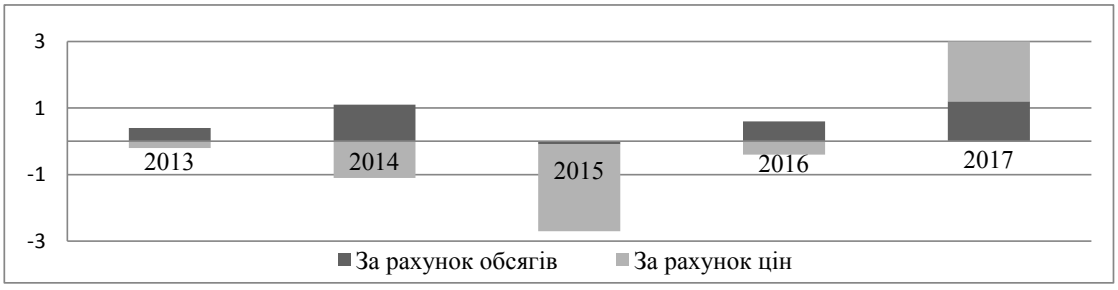

Рис. 1. Динаміка зміни вартісних обсягів експорту переважної більшості товарів до країн Європи за розміром та цінами, млрд дол. США

Джерело: побудовано на основі даних [3]

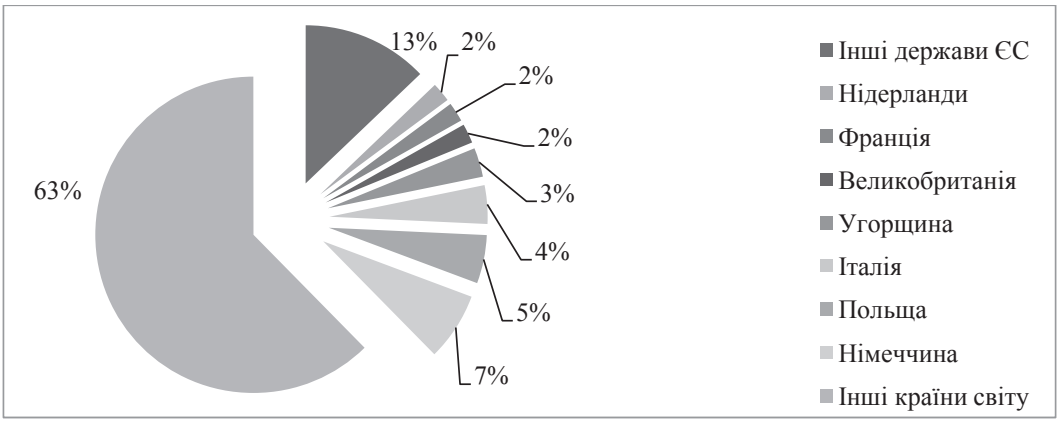

Рис. 2. Географічна (регіональна) структура зовнішньої торгівлі товарами та послугами України за 2017 р.

Джерело: побудовано на основі [5, с. 48]

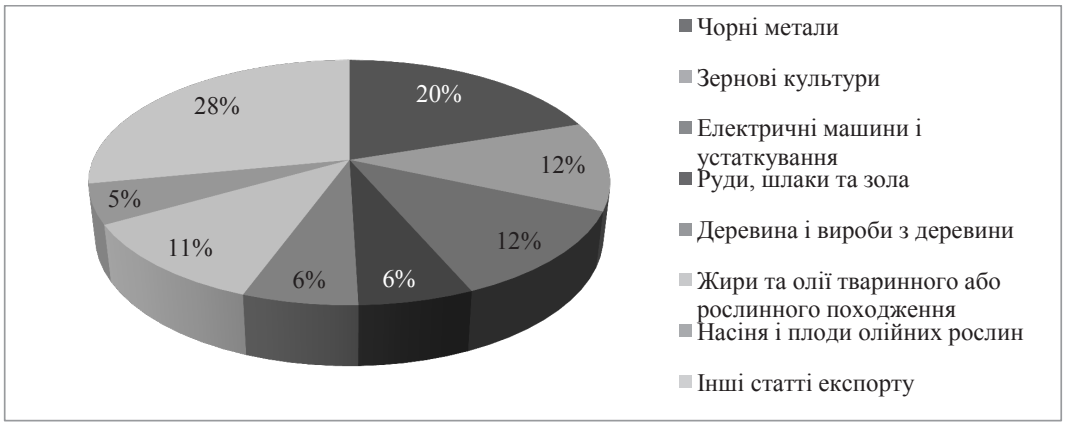

Рис. 3. Структура експорту товарів з України до країн ЄС у 2017 р.

Джерело: побудовано на основі [5, с. 49]

11,9% за 2017 р. відповідно, мінеральні продукти – 7,4% і 6,0%. Структуру експорту товарів до країн ЄС у 2017 р. наведено на рис. 3 [5, с. 49].

Із рис. 3 бачимо, що між товарами АПК і харчової галузі значну частку експорту становили зернові культури – 40,2% (від загального обсягу товарів АПК, зокрема кукурудза – 31,5% і пшениця – 7,3%), жири й олії рослинного або тваринного походження – 16,8% (найбільше становили обсяги соняшникової олії – 14,1%), плоди олійних рослин і насіння – 15,9%. Головні країни – партнери по експорту України у 2017 р. наведено на рис. 4.

Із рис. 4 видно, що максимальні поставки експорту протягом 2017 р. проводилися до Іта-

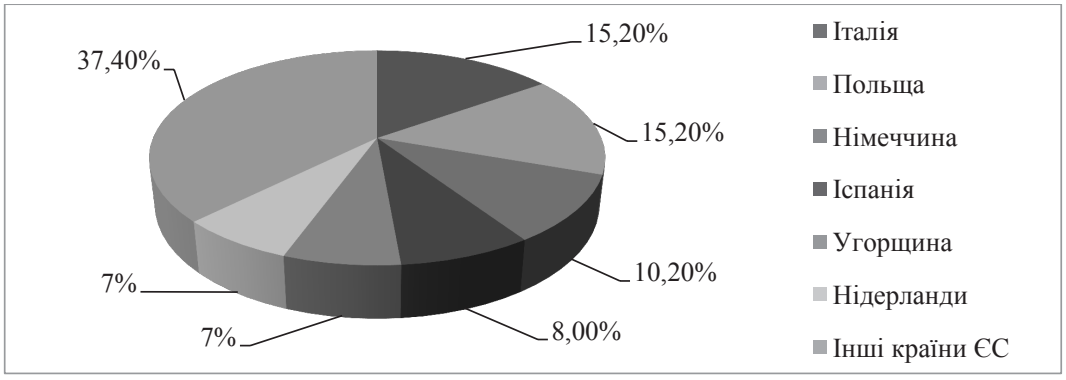

Рис. 4. Головні країни – партнери по експорту товарів з України в ЄС у 2017 р.

Джерело: побудовано на основі [5, с. 47]

лії – 15,2% від загального масиву експорту до країн ЄС (основу становили чорні метали, жири та олії тваринного або рослинного походження, зернові культури), Польщі – 15,2% (електричні машини, чорні метали, руди, зола та шлак) і Німеччини – 10,2% (одяг, електричні машини, текстиль, механічні машини).

Максимальні обсяги імпорту з країн ЄС до України протягом цього періоду становили енергетичні матеріали, нафтові продукти, продукти перегонки нафти – 22,3% та 11,4%, електричне й механічне обладнання –17,3% та 21,6% і продукція хімічної галузі – 17,6% та 19,6% від загального обсягу імпорту відповідно. Головні країни – партнери України по імпорту товарів у 2017 р. відображено на рис. 5 [5, с. 47].

Із рис. 5 стає зрозуміло, що максимальні імпортні надходження серед країн ЄС проводилися з Німеччини – 25,9% від валового обсягу імпорту (ввозилися механічні машини, мінеральне паливо, засоби наземного транспорту, крім залізничного, нафта й продукти її переробки), із Польщі – 15,2% (левова частка припала на мінеральне паливо, нафту і продукти її переробки, пластмаси, електричні машини, полімерні матеріали), з Угорщини – 10,5% (в імпорті переважали нафта та продукти її перегонки, мінеральне пальне, пластмаси, електричні машини, полімерні матеріали).

Аналізуючи товарну й географічну структуру експорту послуг з України до країн ЄС, слід зауважити, що максимальні обсяги експорту в 2016–2017 рр. припадали на транспортні послуги – 35,9% та 37,2% (зокрема, на повітряний – 14,8% та 12,0%, на залізничний – 10,3% та 10,2% від загального обсягу, морський – 7,6% та автомобільний – 8,4% і 6,1% відповідно), послуги з переробки продукції за кордоном – 20,6% та 20,8%, послуги у телекомунікаційній, інформаційній й комп'ютерній сферах – 18,8% та 19,1%, на ділові послуги (консалтингові й професійні) – 6,5% та 6,6% від загального обсягу експорту до країн ЄС [5, с. 49].

Головні країни – партнери щодо експорту послуг з України до ЄС впродовж 2017 р. відображено на рис. 6. Максимальні обсяги експорту послуг отримували Великобританія – 18,9% від загального обсягу експортних послуг країнам ЄС (у структурі експорту переважали комп'ютерні і транспортні послуги, ділові, телекомунікаційні та інформаційні), Німеччина – 15,4% (переважали транспортні, комп'ютерні, ділові та інформаційні послуги), Кіпр – 8,6% (превалювали ділові, транспортні, фінансові, телекомунікаційні, інформаційні, комп'ютерні послуги).

Максимальні обсяги імпорту послуг із країн Європи до України в 2016–2017 рр. припадали на фінансові послуги – 23,6% та 23,1%,

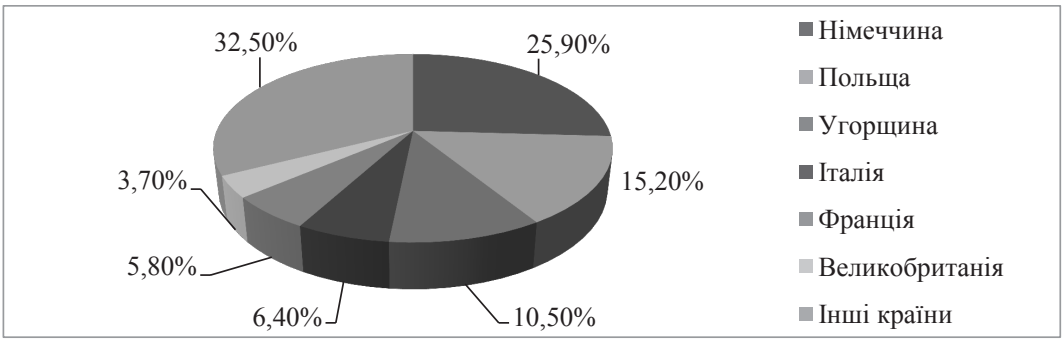

Рис. 5. Головні країни – партнери по імпорту в Україну з ЄС у 2017 р.
Джерело: побудовано на основі [5, с. 47]

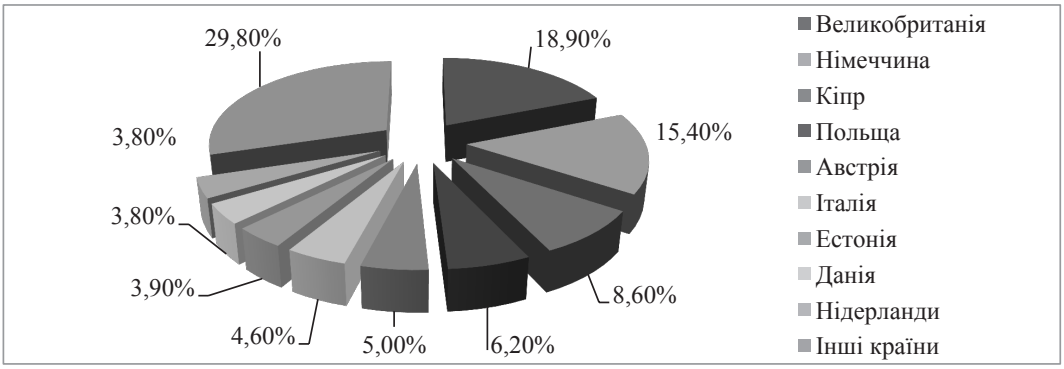

Рис. 6. Ключові країни – партнери України в експорті послуг до ЄС у 2017 р.
Джерело: побудовано на основі [5, с. 48]

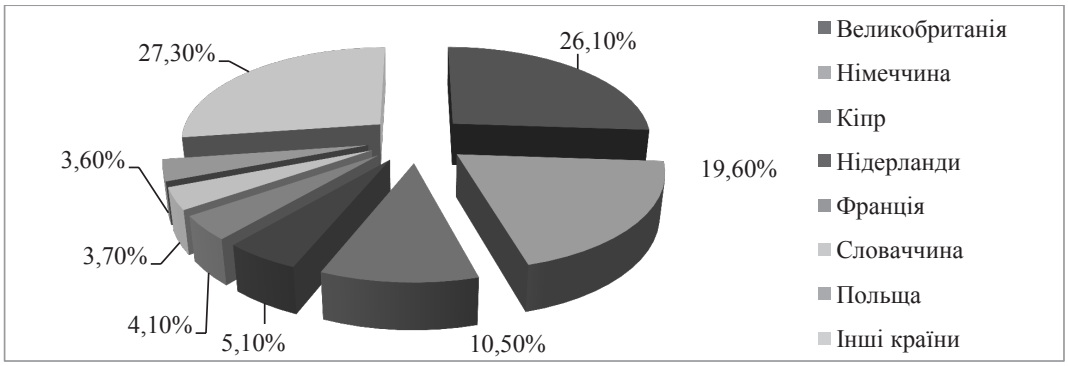

Рис. 7. Ключові країни – партнери України по імпорту послуг з ЄС у 2017 р.
Джерело: побудовано на основі [5, с. 48]

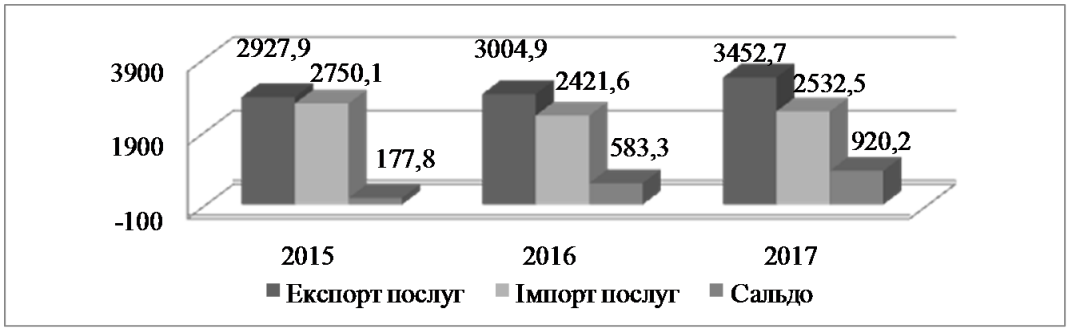

Рис. 8. Динаміка сальдо балансу послуг у зовнішній торгівлі України з ЄС
Джерело: побудовано на основі [7]

транспортні – 21,2% та 20,7% (у т. ч. повітряний –14,2% та 14,0%, морський – 3,5% та 3,4%, трубопровідний – 1,6% та 3,5%), послуги, пов'язані з подорожами, – 10,2% та 12,0% і ділові послуги – 6,4% та 6,2% від валового обсягу імпорту послуг з ЄС [5, с. 49].

На рис. 7 відображено основні партнери України по імпорту послуг з ЄС у 2017 р., на підставі чого можна зробити висновок, що найбільші обсяги імпорту послуг припадали на Великобританію – 26,1% (зокрема, на фінансові, ділові, транспортні, роялті, телекомунікаційні, інформаційні та комп'ютерні послуги) й Німеччину – 19,6% (де переважали урядові, державні, транспортні, ділові, телекомунікаційні, інформаційні послуги).

Отже, товарна структура українського експорту до ЄС зберігалася на задовільному рівні протягом останніх років, незважаючи на глибоку економічну кризу. Близько третини всього обсягу експорту припадало на продукцію сільського господарства й харчової промисловості, друге місце за важливістю відводиться експорту чорних металів (20% експорту в 2017 р.), третє – механічним та електричним машинам (11%). Загальна структура імпортованих товарів з ЄС суттєво змінилася внаслідок переорієнтації закупівлі газу на європейський ринок. У 2016 р. питома вага мінеральних палив сягнула 22% від усього імпорту товарів з ЄС. Новими важливими статтями імпорту з країн ЄС стали електричне й механічне устаткування (17%) та продукти хімічної галузі (17%) [6, с. 60].

Керуючись даними іншого джерела, зокрема Державної служби статистики України, можна порівнювати динаміку зміни сальдо балансу послуг у зовнішній торгівлі за 2016–2017 рр. [7]. Так, обсяг експорту послуг України до країн ЄС у 2017 р. порівняно з 2016 р. зріс на 324,7 млн дол. і становив 3 452,7 млн дол., тоді як імпорт послуг – 2 532,5 млн дол. та збільшився на 110,9 млн дол. Це забезпечило позитивне сальдо – 920,2 млн дол., що більше на 336,9 млн дол. порівняно з минулим роком (рис. 8).

Також відзначається позитивна динаміка збільшення обсягу експорту інформаційних послуг, які у 2017 р. становили 19% загального експорту, якщо порівнювати із 17% у 2016 р. Водночас в імпортних послугах із країн ЄС зменшується питома вага транспортних послуг.

Таким чином, аналіз обсягів, динаміки й структури зовнішньоторговельного балансу України продемонстрував, що країни Європейського Союзу залишаються чи не єдиними з головних торговельних партнерів України, частка яких у 2017 р. становила 38%. Граничні експортні поставки товарів Україна реалізувала в Італію, Польщу, Німеччину, Іспанію, Угорщину

та Нідерланди. Найбільші імпортні поставки товарів з-поміж держав ЄС відбувалися з Німеччини, Польщі та Угорщини. При цьому граничні обсяги експорту та імпорту послуг були зафіксовані з Великої Британії та Німеччини. У 2016–2018 рр. Україна найбільше експортувала продукції агропромислового комплексу й харчової індустрії, чорних металів, електричних машин та устаткування, мінеральних продуктів і транспортних послуг, послуг із переробки товарів за кордоном, у галузі телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг, ділових послуг. Серед імпортних товарів із країн ЄС превалювали енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки, механічні й електричні машини, сировина хімічної промисловості.

Висновки з даного дослідження. Зростання обсягів зовнішньої торгівлі з країнами ЄС дасть змогу: покращити доступ українських товарів і послуг до ринків країн ЄС; поліпшити умови експорту вітчизняної продукції завдяки ціновій перевазі через скасування ввізного мита; частково модернізувати українські підприємства відповідно до вимог ринку завдяки доступу до нових технологій; збільшити притік інвестицій із країн – членів ЄС у нашу економіку; розширити номенклатуру експортної продукції та підвищити її конкурентоспроможність завдяки гармонізації стандартів до вимог ЄС; збільшити ефективність роботи митних органів у контексті сприяння двосторонній торгівлі; сприятиме створенню відповідного правового поля для забезпечення діяльності суб'єктів торговельних відносин й упровадженню відповідних механізмів боротьби з ухиленням від сплати податків. Урегулювання правового поля у зовнішній торгівлі України з країнами ЄС, своєю чергою, стимулюватиме розвиток конкуренції й обмежуватиме монополізм, поліпшить доступ вітчизняних суб'єктів господарювання до якісної імпортної техніки і сировини.

Водночас під час вибору євроінтеграційного вектору зовнішньоторговельної політики України слід зосередити увагу й на негативних аспектах, зокрема: результатом збільшення конкуренції стане витіснення з ринку виробників малого й середнього бізнесу (МСБ); значне посилення конкурентного тиску на внутрішньому ринку України й утрата для цілих галузей промисловості через низький рівень їх конкурентоспроможності, погіршення структури експорту через переорієнтацію вітчизняних експортерів із готової продукції на експорт сировини й напівфабрикатів; виникнення дефіциту деяких сільськогосподарських товарів на внутрішньому ринку у зв'язку з експортною переорієнтацією виробників; зростання імпортозалежності від поставок продукції з ЄС; потреба термінової модернізації виробництва, згідно з вимогами ЄС, у досить стислі терміни; лібералізація торгівлі промисловими і сільськогосподарськими групами товарів завдяки скасуванню або зниженню ставок увізних мит для понад 95% тарифних позицій призведе до занепаду окремих галузей промисловості (малого та середнього бізнесу) [10, с. 124].

Для подолання багатьох проблем, що стоять на шляху до Євросоюзу, слід зрозуміти, насамперед, що євроінтеграція як пріоритетний вектор внутрішньої і зовнішньої політики України повинна бути усвідомлена як прагнення країни жити у просторі європейських цінностей. Україні необхідно максимально реалізовувати власний експортний потенціал й ефективно використовувати економіко-географічне положення, адже наявність загального 1 400-кілометрового кордону з ЄС формує неабиякі можливості для розвитку торгово-транзитної інфраструктури та розвитку прикордонної торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Ціхановська В.М. Стратегічні пріоритети розвитку аграрної галузі України в контексті спільної аграрної політики ЄС. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. С. 52–57.
2. Кухарська Н.О. Україна в сучасних інтеграційних процесах : навчальний посібник. Одеса : Атлант, 2015. 186 с.
3. Тенденції зовнішньої торгівлі товарами України з країнами Європи за 2017 рік. Київ : Національний банк України, 2018. URL: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=69463442 (дата звернення: 26.07.2019).
4. Ключник А.В. Регулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрного сектора в умовах євроінтеграційних процесів України. *Економіка та інноваційний розвиток національного господарства.* 2013. № 4. С. 11–15.
5. Тохтамиш Т.О., Ягольницький О.А., Овчиннікова М.А. Аналіз зовнішньої торгівлі товарами та послугами України з країнами Європейського Союзу. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2018. № 23. С. 44–50. URL: http://global-national.in.ua/issue-23-2018/31-vipusk-23-cherven-2018/4062-tokhta-mish-t-o-yagolnitskij-o-a-ovchinnikova-m-a-analiz-zovnishnoji-torgivli-tovaramita-poslugami-ukrajini-z-krajinami-evropejskogo-soyuzu (дата звернення: 26.07.2019).
6. Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2017 році : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 195 с. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ES_2017.pdf (дата звернення: 26.07.2019).

7. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2017 році : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2018. URL: http://ukrstat.gov.ua (дата звернення: 27.07.2019).
8. Юрчик І.Б., Урбанович В.А. Проблеми інтеграції України у світове співтовариство. *Науковий огляд*. 2016. № 3(24). С. 29–34.
9. Стратегія розвитку міста Івано-Франківська на період до 2028 року. Івано-Франківськ : ІФМР, 2017. URL : http://www.mvk.if.ua/uploads/files/44957-1.pdf (дата звернення: 27.07.2019).
10. Сіденко В. Переформатування європейської інтеграції: можливості і ризики для асоціації Україна-ЄС. Київ : Заповіт, 2018. 214 с.

References:

1. Cikhanovsjka V.M. (2015). Strateghichni priorytety rozvytku aghrarnoji ghaluzi Ukrajiny v konteksti spiljnoji aghrarnoji polityky JeS [Strategic priorities for the development of the Ukrainian agricultural sector in the context of the EU common agricultural policy]. *Efektyvna ekonomika* (electronic journal), no. 12, pp. 52–57.
2. Kukharsjka N.O. (2015). Ukrajina v suchasnykh integhracijnykh procesakh [Ukraine in modern integration processes]. Odesa : Atlant. (in Ukrainian)
3. Tendenciji zovnishnjoji torghivli tovaramy Ukrajiny z krajinamy Jevropy za 2017 rik [Trends in foreign trade in goods of Ukraine with European countries for 2017] (2018). Kyjiv : Nacionaljnyj bank Ukrajiny. Available at: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=69463442 (accessed: 26.07.2019).
4. Kljuchnyk A.V. (2013). Reghuljuvannja rozvytku zovnishnjoekonomichnoji dijaljnosti aghrarnogho sektora v umovakh jevrointeghracijnykh procesiv Ukrajiny [Regulation of development of foreign economic activity of agrarian sector in the conditions of European integration processes of Ukraine]. *Ekonomika ta innovacijnyj rozvytok nacionaljnogho ghospodarstva*, no 4, pp. 11–15.
5. Tokhtamysh T.O., Jagholjnycjkyj O.A., Ovchynnikova M.A. (2018). Analiz zovnishnjoji torghivli tovaramy ta poslughamy Ukrajiny z krajinamy Jevropejsjkogho sojuzu [Analysis of foreign trade in goods and services of Ukraine with the countries of the European Union]. *Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky*, no 23, pp. 44–50. Available at: http://global-national.in.ua/issue-23-2018/31-vipusk-23-cherven-2018/4062-okhta-mish-t-o-yagolnitskij-o-a-ovchinnikova-m-a-analiz-ovnishnoji-torgivli-tovarami-ta-poslugami-ukrajini-z-krajinami-evropejskogo-soyuzu (accessed: 26.07.2019).
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny (2018). Spivrobitnyctvo mizh Ukrajinoju ta krajinamy JES u 2017 roci [Ukraine's foreign trade in goods and services in 2017], Kyjiv. Available at: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ES_2017.pdf (accessed: 26.07.2019).
7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny (2018). Zovnishnja torghivlja Ukrajiny tovaramy ta poslughamy u 2017 roci [Ukraine's foreign trade in goods and services in 2017], Kyjiv. Available at: http://ukrstat.gov.ua (accessed: 27.07.2019).
8. Jurchyk I.B., Urbanovych V.A.(2016). Problemy integhraciji Ukrajiny u svitove spivtovarystvo [Problems of integration of Ukraine into the world community]. *Naukovyj oghljad*, no 3(24), pp. 29–34.
9. Strateghija rozvytku mista Ivano-Frankivsjka na period do 2028 roku [Ivano-Frankivsk city development strategy for the period until 2028](2017). Ivano-Frankivsjk : IFMR. Available at: http://www.mvk.if.ua/uploads/files/44957-1.pdf (accessed: 27.07.2019).
10. Sidenko V. (2018). Pereformatuvannja jevropejsjkoji integhraciji: mozhlyvosti i ryzyky dlja asociaciji Ukrajina-JeS [Reformatting European Integration: Opportunities and Risks for Ukraine-EU Association]. Kyjiv : Zapovit.

УДК 339.56.055

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-33

Пулій О.В.
аспірантка відділу аналізу і прогнозування міжнародної торгівлі
Державного науково-дослідного інституту
інформатизації та моделювання економіки
Іванов Є.І.
кандидат економічних наук,
начальник відділу аналізу і прогнозування міжнародної торгівлі
Державного науково-дослідного інституту
інформатизації та моделювання економіки

Pulii Oksana
State Research Institute for Informatization and Economic Modeling
Ivanov Yevhen
State Research Institute for Informatization and Economic Modeling

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТОРГОВЕЛЬНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ І ТУРЕЧЧИНИ

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF TRADE AND INVESTMENT COOPERATION BETWEEN UKRAINE AND TURKEY

У статті розглянуто сучасні тенденції розвитку зовнішньоекономічних відносин між Україною та Туреччиною. Проаналізовано динаміку і структуру товарообігу між цими країнами. Досліджено проміжні результати переговорів щодо укладання угоди про вільну торгівлю України з Туреччиною, визначено основні розбіжності в позиціях сторін щодо умов лібералізації двосторонньої торгівлі. Стверджується, що Туреччина здійснює агресивну зовнішньоторговельну політику, розглядаючи Україну як ємний ринок збуту та джерело сировини. На основі аналізу комплементарності структур товарообміну України з Туреччиною дано оцінку перспективам активізації торговельних відносин між ними в умовах вільної торгівлі. Проаналізовано динаміку і структуру залучення прямих іноземних інвестицій із Туреччини в національну економіку України. Визначено найбільші бар'єри, які стримують притік ПІІ в Україну з боку турецьких інвесторів. Окреслено турецький досвід залучення ПІІ та інвестування в економіки інших країн світу.

Ключові слова: експорт, імпорт, товарообіг, прямі іноземні інвестиції, індекс комплементарності торгівлі, лібералізація торгівлі.

В статье рассмотрены современные тенденции развития внешнеэкономических отношений между Украиной и Турцией. Проанализированы динамика и структура товарооборота между этими странами. Исследованы промежуточные результаты переговоров по заключению соглашения о свободной торговле Украины с Турцией, определены основные расхождения в позициях сторон по условиям либерализации двусторонней торговли. Утверждается, что Турция осуществляет агрессивную внешнеторговую политику, рассматривая Украину как емкий рынок сбыта и источник сырья. На основе анализа комплементарности структур товарообмена Украины с Турцией дана оценка перспективам активизации торговых отношений между ними в условиях свободной торговли. Проанализированы динамика и структура привлечения прямых иностранных инвестиций из Турции в национальную экономику Украины. Определены наибольшие барьеры, которые сдерживают приток ПИИ в Украину со стороны турецких инвесторов. Очерчен турецкий опыт привлечения ПИИ и инвестирования в экономики других стран мира.

Ключевые слова: экспорт, импорт, товарооборот, прямые иностранные инвестиции, индекс комплементарности торговли, либерализация торговли.

The article looks into current trends in the development of foreign economic relations between Ukraine and Turkey. The Republic of Turkey is a significant regional player, expanding the geography of its economic interests and intending to become a significant player in the world economy. For Ukraine, this means the emergence of new opportunities for economic growth due to favorable geographical location and long history of trade and economic relations with Turkey. The dynamics and structure of

Ukraine-Turkey trade turnover are analyzed. It's revealed that near the half of Ukrainian goods export to Turkey consists of ferrous metals, which output and total exports had been significantly dropped in recent years because of production facilities destruction in the occupied territories as well as oversaturation of the world steel market in general. In contrast, Turkish export to Ukraine is far more diversified and includes mainly machinery, electronic equipment, vehicles and edible fruits. As a result, Ukrainian export to Turkey decreased by 36.3 per cent during 2012-2018 while Turkish exporters remain highly competitive in the Ukrainian market. Interim results of negotiations on free trade agreement between Ukraine and Turkey are investigated. The main contradictions in the positions of the parties regarding the conditions of bilateral trade liberalization are identified. It's argued that Turkey has an aggressive foreign trade policy and considers Ukraine as a capacious market for its manufacturing goods and source raw materials. Ukraine must continue to uphold national interests at all levels in order to form a balanced position on the terms of the free trade agreement with Turkey. Based on the analysis of Ukraine-Turkey trade structures complementarity, prospects of intensifying their trade relations under mutual liberalization are estimated. Dynamics and structure of attracting foreign direct investment from Turkey to the national economy of Ukraine are analyzed. The major barriers that hinder the FDI inflow in Ukraine from Turkey are identified. Turkish experience in attracting FDI and investing in the economies of other countries of the world is outlined.

Key words: export, import, trade turnover, foreign direct investment, trade complementarity index, trade liberalization.

Постановка завдання. Незважаючи на чималі зрушення в географічній структурі зовнішньої торгівлі впродовж останніх п'яти років, що пов'язані з утратою російського ринку збуту й переорієнтацією на європейський ринок, Туреччина надалі залишатися одним найбільших ринків збуту вітчизняної продукції, посідаючи четверте місце за обсягами експорту товарів з України. Разом із цим потенціал взаємовигідного економічного співробітництва між Україною та Туреччиною залишається реалізованим далеко не повною мірою. Попри тривалі переговори між партнерами, досі не досягнуто домовленостей зі створення зони вільної торгівлі. Туреччина починає активно інвестувати в економіки країн-сусідів, однак ця тенденція оминає Україну, притік турецьких ПІІ до якої досі залишається незначним. Турецька Республіка набуває статусу вагомого регіонального гравця, розширює географію розповсюдження своїх економічних інтересів і заявляє про наміри стати вагомим учасником світового господарства. Для України це означає появу нових можливостей забезпечення економічного зростання завдяки сприятливому географічному розташуванню і тривалій історії торговельно-економічних відносин із Туреччиною. Зазначене зумовлює необхідність дослідження перспектив подальшого розширення українотурецької співпраці у сферах зовнішньої торгівлі та інвестування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню торговельно-інвестиційного співробітництва між Україною і Туреччиною присвячено праці низки вітчизняних учених-економістів, серед яких: В.В. Матей [1], І.Л. Федун та О.В. Генералов [2], К.М. Пугачова та О.О. Шеремет [3], Р.С. Коваленко [4], Д.А. Красніков і Н.О. Краснікова [5] та ін. У публікаціях зазначених науковців міститься ґрунтовний аналіз товарної структури зовнішньої торгівлі України з Туреччиною, досліджено державні програми підтримки турецького експорту на український ринок, розглянуто практичні кейси інвестування турецьких компаній в економіку України, визначено напрями розбудови вітчизняної інфраструктури з метою розвитку торговельно-економічної взаємодії України з Туреччиною, у загальних рисах ідентифіковано переваги і можливі загрози створення зони вільної торгівлі між Україною та Туреччиною, зокрема ті, що стосуються торгівлі сільськогосподарською продукцією.

Віддаючи належне існуючим напрацюванням із порушеної проблематики, необхідно зазначити, що аналізу передумов лібералізації зовнішньої торгівлі України з Туреччиною в контексті структури взаємного попиту і пропозиції, а також визначенню специфічних чинників формування інвестиційного клімату для турецьких інвесторів в Україні досі приділено недостатню увагу, що визначає потребу в подальшому дослідженні даних аспектів торговельно-інвестиційних відносин між Україною та Туреччиною.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає у визначенні перспектив активізації економічного розвитку України за умов поглиблення торговельно-інвестиційної співпраці з Турецькою Республікою.

Виклад основного матеріалу дослідження. За підсумками 2018 р. експорт товарів з України до Туреччини становив 2,35 млрд дол. США, або майже 5,0% загальних обсягів експортних поставок за рік. Товарний імпорт із Туреччини сягнув 1,71 млрд дол., або 3,0% від загальних обсягів, що забезпечило позитивне сальдо у вітчизняній торгівлі із цією країною у 640,9 млн дол. [6]. Зважаючи на хронічний

дефіцит торгового балансу України, товарообіг із Туреччиною є надзвичайно ефективним для підтримки макроекономічної стабільності вітчизняної економіки.

Однак рівень цієї ефективності продовжує невпинно знижуватися у міру того, як скорочується різниця у вартісних обсягах експортних та імпортних потоків України з Туреччиною (рис. 1).

Протягом 2012–2018 рр. вітчизняний товарний експорт до Туреччини скоротився на 36,3%, з 3,69 до 2,35 млрд дол. США, тоді як імпорт, спершу зазнавши падіння з 1,95 до 0,85 млрд дол. у результаті розгортання кризи в економіці України у 2015 р., стрімко відновив зростання у посткризовий період, сягнувши 1,71 млрд дол. у 2018 р. Як наслідок, позитивне сальдо торгового балансу України з Туреччиною зменшилося майже втричі – з 1,73 млрд дол. у 2012 р. до 0,64 млрд у 2018 р. Відповідно, коефіцієнт покриття імпорту експортом, зрісши на хвилі кризового падіння імпорту з 1,9 до 3,3 протягом 2012–2015 рр., знизився до 1,4 до 2018 р. Слід зазначити, що продовження цього негативного тренду спостерігається й у 2019 р. Упродовж січня-травня поточного року вітчизняний товарний експорт до Турецької Республіки скоротився на 7,0% до аналогічного періоду попереднього року, тоді як імпорт зріс на 24,3%. Позитивне сальдо становило всього 330 млн дол., тоді як у січні-травні 2018 р. – 567,2 млн.

Причиною окреслених тенденцій є значна концентрація чорних металів у структурі вітчизняних експортних поставок до Туреччини. Частка чорних металів у товарному експорті України до Туреччини протягом 2012–2018 рр. перебувала в діапазоні 47–54%, а вартісний обсяг їх експорту за цей час скоротився з 2,0 до 1,1 млрд дол. США. Це пов'язано, з одного боку, з частковою руйнацією виробничого потенціалу України внаслідок ведення бойових дій і тимчасової окупації промислових об'єктів на сході країни, а з іншого – з глобальним надлишком виробничих потужностей у металургійному секторі, який проявився у період після розгортання світової фінансово-економічної кризи.

За даними Всесвітньої асоціації виробників сталі, внаслідок подвоєння потужностей із виробництва металопродукції в Китаї у період буму 2005–2011 рр. вже у 2017 р. світові виробничі потужності ГМК використовувалися лише на 75%. У відповідь на цей виклик більшість країн намагається обмежити імпорт (Туреччина не виняток) та розширити ринки збуту металопродукції, щоб відновити хоча б докризовий рівень завантаженості своїх виробничих потужностей металургійного сектору, який у середньому у світі сягав 86% у середині 2000-х років [7].

Іншими значними товарними групами в українському експорті до Туреччини є насіння і плоди олійних рослин (13,7%), зернові культури (7,8%), залишки та відходи харчової промисловості (5,5%). Таким чином, експорт є надміру концентрованим і носить яскраво виражений сировинний характер. Натомість імпорт товарів в Україну з Туреччини набагато більше диверсифікований, його основу становлять здебільшого високотехнологічна продукція з високим рівнем доданої вартості: машини й обладнання (9,5%), їстівні плоди (9,1%), транспортні засоби

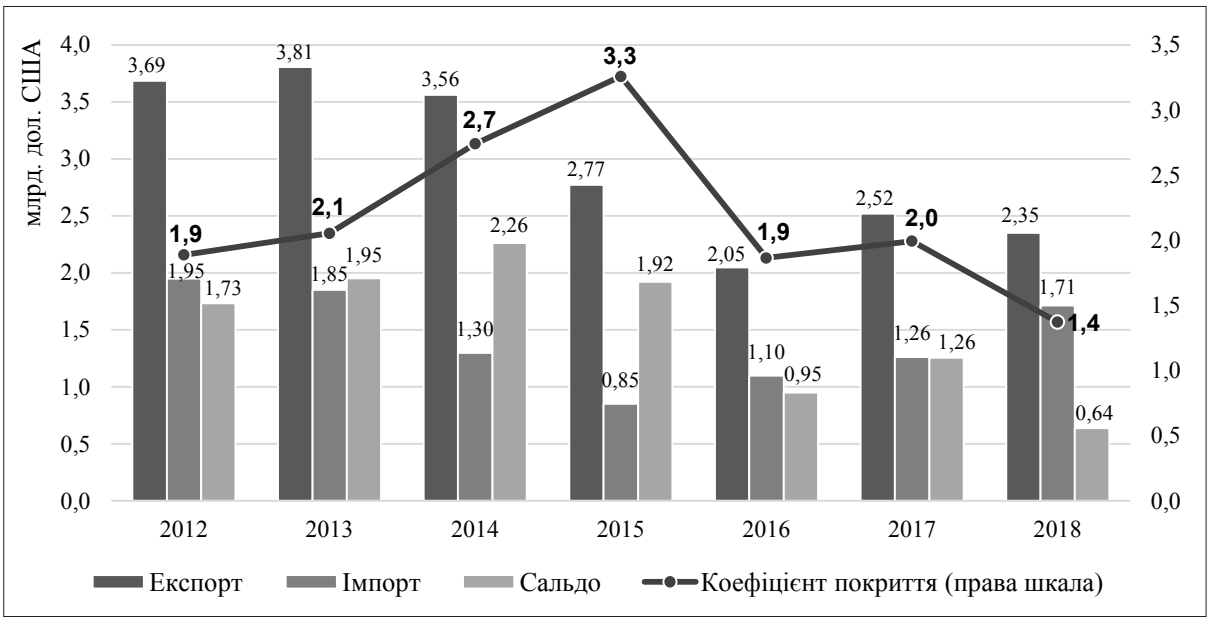

Рис. 1. Динаміка товарообороту між Україною і Туреччиною у 2012–2018 рр.

Джерело: складено за [6]

(8,7%), електричне устаткування (6,2%) [8]. Власне, ці характеристики і лежать в основі стабільного попиту українських споживачів на турецький імпорт.

Отже, у довгостроковій перспективі позиції України в торговельно-економічних відносинах є слабшими, ніж у турецьких партнерів. Це зумовлює необхідність пошуку шляхів одержання доступу та виходу на нові ринки Туреччини для вітчизняних виробників. Одним з основних механізмів досягнення даної цілі нині вбачається укладання угоди про вільну торгівлю. Переговори про укладання цієї угоди між Україною і Туреччиною з різним рівнем інтенсивності тривають ще з 2007 р. Станом на 2019 р. досягнуто спільних позицій із низки принципово важливих питань, зокрема щодо скорочення ставок експортних мит, увізних мит на промислову продукцію, а також відмови від використання експортних субсидій. Проте Туреччина провадить послідовну й агресивну зовнішньоторговельну політику щодо збереження максимально можливого захисту внутрішнього ринку продукції сільського господарства і сфери послуг, що є неприйнятним згідно із сучасними правилами СОТ із формування зон вільної торгівлі та не влаштовує українську сторону, істотно перешкоджаючи досягненню компромісу й успішному завершенню переговорів [9, с. 66–67].

Для визначення перспектив активізації розвитку торгових відносин України з Туреччиною у разі набуття чинності угоди про вільну торгівлю між ними використаємо одну з характеристик, що посідає одне з чільних місць в аналізі ефективності двосторонньої торговельно-економічної співпраці. Це так звана взаємодоповнюваність, або комплементарність, експорту однієї країни з імпортом країни-партнера. Вона визначається за допомогою індексу комплементарності торгівлі (Trade complementarity index – TCI), що відображає міру того, наскільки країни є «природними торговими партнерами» у тому розумінні, що те, що одна країна експортує, збігається з тим, що інша країна імпортує, тобто наскільки попит однієї країни в міжнародній торгівлі збігається з пропозицією іншої [10, с. 30–31]. Розрахунок даного показника є особливо корисним під час аналізу потенційних наслідків зовнішньоторговельних угод між країнами, оскільки взаємна лібералізація найбільш доречна тоді, коли рівень комплементарності в торгівлі є приблизно однаковим. Індекс комплементарності торгівлі розраховують за формулою [10, с. 30]:

$$TCI^{ij} = 100\left[1 - \sum_{k=1}^{m}\left|m_k^i - x_k^j\right| / 2\right], \quad (1)$$

де m_k^i – частка імпорту товару k у сукупному імпорті країни i;

а x_k^j – частка товару k у сукупному експорті країни j.

Індикатор набуває нульового значення, якщо жоден із товарів, що експортуються однією з досліджуваних країн, не імпортується іншою. У разі ідеального товарного збігу часток експорту однієї країни з частками імпорту іншої індикатор приймає значення 100. Ідея використання цього індикатора ґрунтується на припущенні про чутливість структури експорту-імпорту країни до реальної конкурентоздатності товарів та ефективності їх виробництва всередині країни.

Із використанням даних UNCTAD (The United Nations Conference on Trade and Development) було обчислено індекси комплементарності торгівлі між Україною та Республікою Туреччина (табл. 1).

Результати проведених розрахунків дають змогу зробити висновки про комплементарність товаропотоків між Україною і Туреччиною: експортний портфель Турецької Республіки відповідає імпортному портфелю України на 50,5%, тоді як експортний портфель України тотожний імпортному портфелю Турецької Республіки лише на 32,7%. Це свідчить про те, що попит вітчизняних споживачів на турецьку продукцію залишається вищим, аніж попит турецьких споживачів на продукцію українського виробництва. За умови активізації інтеграційних процесів між партнерами (наприклад, створення зони вільної торгівлі) темпи зростання вітчизняного імпорту з Туреччини перевищуватимуть відповідні темпи зростання експорту українських товарів до цієї країни, що призведе до поступового скорочення позитивного сальдо в торгівлі України з Туреччиною. Хоча даний висновок несприятливий із погляду пер-

Таблиця 1

Динаміка індексів комплементарності торгівлі між Україною та Туреччиною у 2012–2017 рр.

Показник	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017/2012
Комплементарність українського експорту турецькому імпорту	42,2	39,3	38,8	35,8	32,3	32,7	-22,5%
Комплементарність турецького експорту українському імпорту	56,4	57,4	52,7	50,2	49,5	50,5	-10,5%

Джерело: складено за [11]

спектив розвитку вітчизняної економіки, його можна використати як аргумент для посилення переговорної позиції української сторони, щоб переконати турецьких партнерів у необхідності й доцільності надання ними більших поступок щодо скасування тарифних і нетарифних бар'єрів у рамках угоди про вільну торгівлю.

У динаміці 2012–2017 рр. спостерігається спадна тенденція за обома обчисленими показниками: індекс комплементарності українського експорту турецькому імпорту зменшився на 10,5 пункти, із 42,2 до 32,7 (падіння на 22,5% у відносному вираженні), а турецького експорту українському імпорту – на 6 пунктів (-10,5%), із 56,4 до 50,5. Це свідчить про стрімку втрату зацікавленості турецьких споживачів у продукції, яку можуть постачати їм українські контрагенти. Виявлені тенденції в разі їх продовження можуть призвести до втрати в української сторони конкурентних переваг і згасання мотивації до лібералізації зовнішньоторговельних відносин із Туреччиною. Зважаючи на хронічно кризовий стан зовнішнього сектору української економіки, втрата вигідних позицій у торгівлі з Туреччиною як з одним із найбільших партнерів може бути особливо обтяжливою, тому пошук дієвих механізмів для якнайскорішого завершення переговорів з укладання угоди створення ЗВТ та запуску процесу лібералізації торгівлі з Туреччиною набуває для України надзвичайної актуальності.

Щодо інвестиційного співробітництва між Україною і Туреччиною, то воно забезпечується низкою документів: Договором про дружбу і співробітництво між Україною і Турецькою Республікою (від 17.09.1992), Угодою про уникнення подвійного оподаткування та попередження податкових ухилень стосовно податків на доход і майно (від 16.01.1998), а також Угодою про взаємне сприяння та захист інвестицій (від 09.10.2017). Угода про взаємне сприяння та захист інвестицій засвідчує бажання України та Турецької Республіки сприяти поглибленню економічного співробітництва через справедливий і рівноправний режим інвестування та визначає умови сприяння залученню інвестицій, механізм їх взаємного захисту, стимулювання припливу капіталу і технологій.

Світова практика переконує, що під час оцінки іноземних інвестицій важливо враховувати вплив прямих іноземних інвестицій на результати економічного розвитку як держави-інвестора (держави-донора), так і держави-реципієнта, однак іноземні інвестиції приносять не лише прибуток інвесторам, а й розширення міжнародного співробітництва між країнами [12, с. 105–106]. Для комплексної оцінки перспектив інвестиційного співробітництва між Україною та Туреччиною проаналізуємо динаміку надходжень прямих інвестицій із 2012 по 2018 р. (рис. 2).

За даними Державної служби статистики України, станом на 31.12.2018 Туреччина інвестувала в економіку України 337,9 млн дол. США, що становить 1,05% від загального обсягу іноземних інвестицій. У динаміці 2012–2018 рр. обсяг іноземних інвестицій із Туреччини у вітчизняну економіку зріс майже у два рази, зі 186,9 до 337,9 млн дол. США.

За даними Держстату, станом на кінець 2018 р. турецькі інвестиції спрямовуються переважно в операції з нерухомим майном (32,2%),

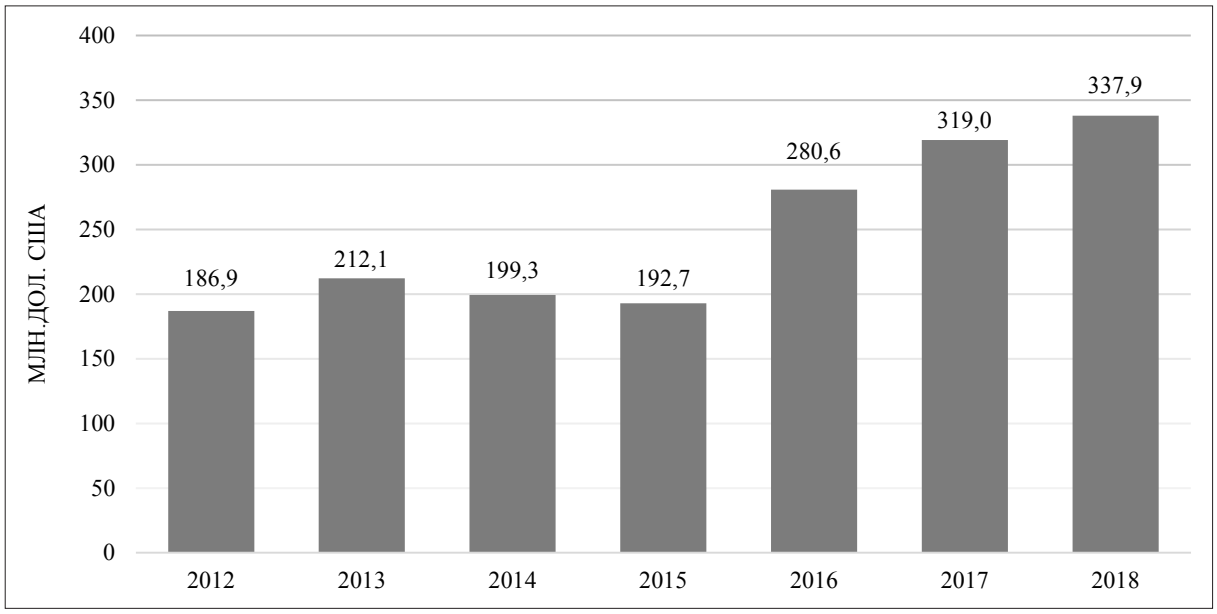

Рис. 2. Прямі інвестиції з Туреччини в Україну в 2012–2018 рр.

Джерело: складено за [13]

Таблиця 2

Прямі інвестиції з Туреччини в економіку України у розрізі видів економічної діяльності у 2018 р.

	Код за КВЕД	Обсяги прямих інвестицій на			
		01.01.2018		31.12.2018	
		тис дол. США	у % до підсумку	тис дол. США	у % до підсумку
ВСЬОГО		319 042,9	100,0	337 889,5	100,0
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	B	15 210,9	4,8	15 244,6	4,5
Переробна промисловість	C	39 406,1	12,4	41 279,3	12,2
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	G	48 388,7	15,2	61 871,6	18,3
Операції з нерухомим майном	L	105 918,7	33,2	108 894,6	32,2
Професійна, наукова та технічна діяльність	M	24 285,1	7,6	24 279,2	7,2
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	N	45 131,3	14,1	45 515,7	13,5
Інше		40 702,1	12,7	40 804,5	12,1

Джерело: складено за [14]

оптову та роздрібну торгівлю (18,3%), діяльність у сфері адміністративного і допоміжного обслуговування (13,5%) та переробну промисловість (12,2%) (табл. 2).

За даними UNCTAD 2018 World Investment Report [15], Туреччина є другим найбільшим реципієнтом ПІІ у Західній Азії після Ізраїлю. У 2007 р. спостерігався найбільший обсяг прямих іноземних інвестицій – 22 млрд дол. США, після чого прослідковується спадна динаміка щорічного приросту іноземних інвестицій. Так, за даними ЮНКТАД та Міністерства економіки Туреччини, у 2016 р. обсяги ПІІ досягли 13,3 млрд дол. США, а в 2017 р. – 10,8 млрд. дол. США, внаслідок чого загальна кількість залучених прямих іноземних інвестицій у динаміці 2010–2017 рр. знизилася зі 187,9 до 180,6 млрд дол. США.

На сучасному етапі найбільшою групою донорів інвестицій у Туреччину є країни – члени ЄС (67,9% від загальних інвестицій у 2017 р.). За запасами лідируючі позиції займає Великобританія, її частка становить 11,9% від загального обсягу іноземних інвестицій, далі йдуть Нідерланди (11,6%) і США (9,3%).

Туреччина прийняла низку законодавчих реформ для полегшення отримання іноземних інвестицій, таких як створення Агенції підтримки інвестицій та просування Туреччини (ISPAT), що сприяє залученню іноземних інвесторів. Потік прямих іноземних інвестицій покращився у світлі розвитку державно-приватного партнерства для основних інфраструктурних проектів, заходів щодо впорядкування адміністративних процедур та посилення захисту інтелектуальної власності, завершення перевірки ПІІ та структурних реформ, що проводяться в рамках процесу вступу до ЄС. До чинників, що негативно впливають на залучення ПІІ, належать: політична нестабільність, валютна криза, у результаті якої вартість турецьких лір рекордно знизилася, близькість конфліктів на Близькому Сході та ін.

Висновки з даного дослідження. Торговельно-інвестиційне співробітництво між Україною та Туреччиною має значний потенціал, однак залишається реалізованим далеко не повною мірою. У довгостроковій перспективі позиції України в торговельно-економічних відносинах є слабшими, ніж у Турецької Республіки, саме тому виникає необхідність пошуку шляхів виходу на нові ринки Туреччини для вітчизняних виробників. Зовнішньоекономічне співробітництво України з Туреччиною характеризується тенденцією до послаблення позицій турецьких імпортерів на внутрішньому ринку України, стрімким спадом відповідних обсягів експорту до Туреччини, асиметрією взаємного доступу до ринків сторін та низьким рівнем позиціонування національних товаровиробників на відповідних ринках Турецької Республіки. Структура експорту Туреччини більше відповідає структурі імпорту України (50,5%), ніж структура експорту України відповідає структурі імпорту Туреччини (32,7%).

Для поглиблення двосторонньої торговельно-інвестиційної співпраці між Україною та Туреччиною і підвищення її ефективності необхідне укладання угоди про вільну торгівлю на вигідних для обох країн умовах.

Список використаних джерел:

1. Матей В.В. Оцінка перспектив економічного співробітництва України та Туреччини. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 8. С. 29–36.
2. Федун І.Л., Генералов О.В. Туреччина – міжнародний торговельний партнер України. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 73–79.
3. Пугачова К.М., Шеремет О.О. Перспективи формування зони вільної торгівлі між Україною та Туреччиною. *Економіка АПК*. 2017. № 10. С. 74–77.
4. Коваленко Р.С. Механізм вдосконалення двосторонніх торговельно-економічних відносин між Україною та Турецькою Республікою в контексті євроінтеграції. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2016. Т. 21. Вип. 5. С. 16–22.
5. Красніков Д.А., Краснікова Н.О. Розвиток експорту за збереження високого рівня протекціонізму: досвід Туреччини в контексті формування зовнішньоторговельної політики України. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини»*. 2014. Т. 22. Вип. 6. С. 16–22.
6. Географічна структура зовнішньої торгівлі України товарами. *Державна служба статистики України*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 12.08.2019).
7. World Steel in Figures 2018. *World Steel Association*. URL: https://www.worldsteel.org/en/dam/jcr:f9359dff-9546-4d6b-bed0-996201185b12/World+Steel+in+Figures+2018.pdf (дата звернення: 12.08.2019).
8. Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі. *Державна служба статистики України*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 12.08.2019).
9. Гужва І.Ю. Україна в глобальній торгівлі : монографія. Київ : Зовнішня торгівля, 2015. 236 с.
10. A Practical Guide to Trade Policy Analyses. *World Trade Organization*. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wto_unctad12_e.pdf (дата звернення: 12.08.2019).
11. International trade statistics. UNCTAD Database. *The United Nations Conference on Trade and Development.* URL: https://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx (дата звернення: 12.08.2019).
12. Gutkevych S., Riabenko V. The process of attraction of foreign direct investment in the economy of the country. *Інтелект XXI.* 2018. № 4. С. 104–107.
13. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України. *Державна служба статистики України*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 12.08.2019).
14. Прямі інвестиції в економіку України у розрізі видів економічної діяльності. *Державна служба статистики України*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 12.08.2019).
15. UNCTAD 2018 World Investment Report. *The United Nations Conference on Trade and Development.* URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf (дата звернення: 12.08.2019).

References:

1. Matei V.V. (2019). Otsinka perspektyv ekonomichnoho spivrobitnytstva Ukrainy ta Turechchyny [Assessment of prospects for economic cooperation between Ukraine and Turkey]. *Investytsii: praktyka ta dosvid [Investment: practice and experience],* no. 8, pp. 29–36.
2. Fedun I.L., Heneralov O.V. (2018). Turechchyna – mizhnarodnyi torhovelnyi partner Ukrainy [Turkey is Ukraine's international trade partner]. *Ekonomika i suspilstvo [Economy and society],* vol. 18, pp. 73–79.
3. Puhachova K.M., Sheremet O.O. (2017). Perspektyvy formuvannia zony vilnoi torhivli mizh Ukrainoiu ta Turechchynoiu [Prospects for the formation of a free trade zone between Ukraine and Turkey]. *Ekonomika APK [Economics of agro-industrial sector],* no. 10, pp. 74–77.
4. Kovalenko R.S. (2016). Mekhanizm vdoskonalennia dvostoronnikh torhovelno-ekonomichnykh vidnosyn mizh Ukrainoiu ta Turetskoiu Respublikoiu v konteksti yevrointehratsii [Mechanism for improving bilateral trade and economic relations between Ukraine and Turkey in the context of European integration]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Seriia : Ekonomika [*Bulletin *of the Odessa National University. Series : Economics],* vol. 21, no. 5, pp. 16–22.
5. Krasnikov D.A., Krasnikova N.O. (2014). Rozvytok eksportu za zberezhennia vysokoho rivnia protektsionizmu: dosvid Turechchyny v konteksti formuvannia zovnishnotorhovelnoi polityky Ukrainy [Export development while maintaining a high level of protectionism: Turkey's experience in the context of Ukraine's foreign trade policy-making]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Ser. : Svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny. [Bulletin of Dnipropetrovsk University. Ser. : World Economy and International Economic Relations],* vol. 22, no. 6, pp. 16–22.
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018). *Heohrafichna struktura zovnishnoi torhivli Ukrainy tovaramy [The geographical structure of Ukraine's foreign trade in goods].* Kyiv : Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed 12 August 2019).
7. World Steel Association (2018). *World Steel in Figures 2018.* Available at: https://www.worldsteel.org/en/dam/jcr:f9359dff-9546-4d6b-bed0-996201185b12/World+Steel+in+Figures+2018.pdf (accessed 12 August 2019).

8. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018). *Krainy za tovarnoiu strukturoiu zovnishnoi torhivli [Countries by commodity structure of foreign trade].* Kyiv : Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed 12 August 2019).
9. Huzhva I.Y. (2015). Ukraina v hlobalnii torhivli : monohrafiia [Ukraine in global trade : a monograph]. K. : Zovnishnia torhivlia. (in Ukrainian)
10. World Trade Organization (2012). *A Practical Guide to Trade Policy Analyses.* Available at: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wto_unctad12_e.pdf (accessed 12 August 2019).
11. The United Nations Conference on Trade and Development (2017). *International trade statistics. UNCTAD Database.* Available at: https://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx (accessed 12 August 2019).
12. Gutkevych S., Riabenko V. (2018). *The process of attraction of foreign direct investment in the economy of the country.* Intelekt XXI [Intelligence XXI], no 4. pp. 104–107.
13. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018). *Priami investytsii (aktsionernyi kapital) z krain svitu v ekonomitsi Ukrainy [Direct investment (equity) from the countries of the world in the economy of Ukraine].* Kyiv : Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed 12 August 2019).
14. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018). *Priami investytsii v ekonomiku Ukrainy u rozrizi vydiv ekonomichnoi diialnosti [Direct investment in the economy of Ukraine in terms of economic activities].* Kyiv : Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed 12 August 2019).
15. The United Nations Conference on Trade and Development (2018). *UNCTAD 2018 World Investment Report.* Available at: https://unctad.org/en/ PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf (accessed 12 August 2019).

УДК 339.9

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-34

Чужиков А.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри європейської економіки і бізнесу
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Chuzhykov Andrii
SHEI "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman"

СЕКТОРАЛЬНА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОГО МЕДІЙНОГО РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЙ США, А ТАКОЖ "BBC" І "SONY")

SECTORAL DIVERSIFICATION OF THE GLOBAL MEDIA MARKET (AS EXEMPLIFIED BY US COMPANIES IN CASE OF "BBC" AND "SONY")

У статті досліджено особливості секторальної диверсифікації глобального медійного ринку. Задля аналізу сучасних тенденцій розглянуто стратегічні напрями розвитку провідних американських, британських та японських корпорацій, які суттєво впливають на характер відповідних процесів сучасного медійного середовища. Визначено характер та корпоративну структуру медійних компаній США, зокрема "New York Times", "21st Century" та "Walt Disney Co.", спільна діяльність яких має олігархічний характер. Встановлено функціональну, секторальну та платформенну структуру британської "BBC", а також індикативні рівні вимірювання її ефективності, що дає змогу констатувати високий рівень конкурентоспроможності. Проаналізовано характер розвитку та диверсифікації компанії "Sony Group", якій вдалося замкнути цикл виробництва інноваційних товарів та медійних послуг за рахунок створення низки дочірніх медійних компаній. Спроектовано вплив медіатрендів на різновікові групи споживачів.

Ключові слова: глобалізація, медійний ринок, секторальна диверсифікація, міленіали, "Sony", "BBC".

В статье исследованы особенности секторальной диверсификации глобального медийного рынка. С целью анализа современных тенденций рассмотрены стратегические направления развития ведущих американских, британских и японских корпораций, которые существенно влияют на характер соответствующих процессов современной медийной среды. Определены характер и корпоративная структура медийных компаний США, в частности "New York Times", "21st Century" та "Walt Disney Co.", общая деятельность которых носит олигархический характер. Установлена функциональная, секторальная и платформенная структура британской "BBC", а также индикативные уровни измерения ее эффективности, что позволяет констатировать высокий уровень конкурентоспособности. Проанализирован характер развития и диверсификации компании "Sony Group", которой удалось замкнуть цикл производства инновационных товаров и медийных услуг за счет создания ряда дочерних медийных компаний. Спроектировано влияние медиатрендов на разновозрастные группы потребителей.

Ключевые слова: глобализация, медийный рынок, секторальная диверсификация, миллениалы, "Sony", "BBC".

In the context of increasing globalization processes, sectoral differentiation of the media market, which on the one hand, responded to the tastes and preferences of consumers, and on the other – actively participated in their formation, increased rapidly. From point of view of author, highlighting new scientific trends seems quite appropriate given that traditional approaches to marketing in the new media are constantly losing their appeal due to the hybridization of age sectors of TV audiences, the use of mixed sources of information (TV, newspapers, the Internet) and powerful media holdings market. Important indicative is the nature, as well as the interpretation of events and the extent of their consumption. The article explores the features of sectoral diversification of the global media market. To analyze current trends, strategic directions of development of leading American, British and Japanese corporations were considered, which significantly affect the nature of the relevant processes of the modern media environment. The nature and corporate structure of US media companies, in particular the "New York Times", "21st Century" and "Walt Disney Co.", whose general activity is oligarchic in nature. The functional, sectoral and platform structure of the British Air Force is established, as well as indicative levels of measuring its effectiveness, which allows us to state a high level of competitiveness. The nature of the development and diversification of the Sony Group, which managed to close the production cycle of innovative goods and services of the media, through the creation of subsidiary media companies, is analyzed. The influence of media trends on consumer groups of different ages is designed. Also article shows the usage of traditional marketing approaches for the study of media market in modern conditions is of limited nature, because of its high speed dynamics, transformational – sectoral localization of consumers (generations of millennials, Gen Z, Gen Y), tastes and preferences of which differ significantly, which implies significant changes to sectoring the media environment.

Key words: globalization, media market, sectoral diversification, millennials, "Sony", "BBC".

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток глобального інформаційно-креативного середовища, його постійне ускладнення та прискорена трансформація медійного ринку висунули на перший план проблему ідентифікації секторального контенту, в межах якого традиційні маркетингові підходи виявилися малоефективними.

Важливими ознаками сьогодення стали потужна еволюція медіаринків та ствердження у глобальному суспільстві нової моделі розвитку її окремих секторів, а також нагальної проблеми системного дослідження їхньої динаміки, трендів удосконаленого контенту та трансферу масових форматів. Лідерство багатьох глобальних медійних ТНК зумовило формування розгалуженої олігархічної структури, що охоплює цілу низку дочірніх компаній (США), унікальну корпоративну систему масового виробництва медійних продуктів, яка має статус громадської організації ("BBC", Великобританія). Принципово іншою виглядає модель японської компанії "Sony", яка не лише об'єднала виробничі процеси новітніх секторів машинобудування, але й створила потужну комерційну систему продукування та експорту медійних форматів, що орієнтовані на уніфіковані та стандартизовані смаки й уподобання населення країн-лідерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення особливостей трансформації секторальної структури медіаринку та з'ясування ролі в ньому провідних інформаційних ТНК є важливими науковими завданнями, які ставить перед собою чимало вчених. Саме цій тематиці присвячені фундаментальні праці таких науковців, як П. Сканнелл, Л. Кьонг, Л. Мітчел. Дослідження медійної складової національних економік знайшло свій відбиток у статтях таких учених, як Дж. Харрісон, Л. Вудс, П. Хічмен, П. Уеллс, Дж. Хаукінс, Е. Джон, що висвітлюють проблеми організації медійного бізнесу та вивчають особливості окремих секторів глобального ринку. Серед українських науков-

ців слід виокремити Д. Лук'яненка, О. Дорошенко, Т. Галахову, у працях яких здійснена спроба узагальнення парадигмальних підходів до креативної сфери. Проте проблема секторизації глобального медійного ринку й досі залишається недостатньо вивченою, що зумовлює необхідність проведення пропонованого дослідження та вказує на актуальність цього напряму наукових досліджень.

Метою статті є комплексне дослідження секторальної трансформації медійного ринку в умовах його зростаючої корпоративізації, олігополізації та формування нових моделей ведення бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімкий розвиток медійного ринку суттєво скоригував його загальноприйняте трактування, різношвидкісну динаміку контентів, формати теле-, аудіопередач, а також інші види продукції, що масово виробляється, отже, технологію виробництва. Надзвичайно важливим виявився психологічний вплив продуцентів на медійний ринок, адже створені рівновеликі стартапи потребували не стільки інвестицій, скільки нових креативних ідей, креативних працівників, відповідно, принципово нового мислення. Якщо у 90-х рр. минулого століття надзвичайно важливим сегментом медійного ринку були так звані мильні опери, то вже у 2010-х рр. їхня питома вага почала різко зменшуватися, адже суттєво зріс відсоток генерації мілінеалів і так званого покоління Z, чиї смаки та вподобання й досі залишаються мало дослідженими, проте їхній вплив на медіапростір, а точніше, на окремі його субсектори має тенденцію до постійного зростання. Натомість його споживчий тренд самої генерації досі залишається terra incognita.

Ретельне вивчення особливостей сучасного медійного ринку наводить на думку про те, що він перебуває на стадії докорінних глобальних змін, які зумовлюють його прискорену трансформацію, високу динаміку розвитку окремих субсекторів, зростаючу технологічність виробництва та збуту медійних товарів та послуг. Загалом ці зміни можна звести до таких:

1) стрімко зростає цінова доступність інформації в глобальному економічному середовищі за рахунок збільшення масштабів руху, охоплення аудиторії та уможливлення пришвидшеної динаміки великих потоків медіапродуктів між країнами та материками;

2) суттєво зростає частка «нових медіа» (тобто тих, що використовують цифрові та мережні технології, а також нові методи активної комунікації), зменшується питома вага традиційних субсекторів (СМІ, мас-медіа); при цьому нерідко має місце так звана гібридизація медійних продуктів, коли створений на телебаченні формат разом зі вмонтованими рекламними сповіщеннями демонструється в мережі Інтернет;

3) має місце суттєва диференціація медіакомунікацій, внаслідок якої, окрім звичайних мультимедіа (комбінування візуальних, аудіоефектів, інтерактивне програмне забезпечення), з'являються трансмедіа (системна взаємодія та комбінування різних видів медіа, кожен з яких є частиною єдиного бюджету);

4) відбувається пришвидшена генерація базового [1, с. 5] (агрегатори новин та встановлення пріоритетності їх оприлюднення, використання пошукових систем, зростання інтересу до аматорського змісту, вплив власних медіа, тобто блоги, профілі) та галузевого контентів [1, с. 6–7], що охоплює цифрові субконтенти, музичну індустрію, кіновиробництво, сфери передачі, збереження, трансферу готових продуктів та споживача як основного джерела поширення, а також, і це цілком зрозуміло, монетизацію усього циклу;

5) великого значення в сучасних умовах набуває прихильність медійної компанії до однієї з наявних бізнес-моделей, основу яких складає реклама (медійна, контекстна прихована), платні сервіси, інтернет-магазини, цифровий контент, розроблення та підтримання сайтів, оптимізація всього виробничого процесу [1, с. 9];

6) ступінь монополізованості (олігополізованості) національного міжнародного/глобального ринків має тенденцію до постійного зростання; найбільш повною мірою таку залежність відображає рис. 1 [2], на якому відображені основні ієрархічні гравці на потужному та висококонкурентному медійному ринку США; при цьому слід зауважити, що здебільшого саме їхні офіси сконцентровані в Нью-Йорку або штаті Каліфорнія; натомість дочірні корпорації (це добре видно на прикладі медійного гіганта "21st Century Fox") можуть бути локалізовані на багатьох інших територіях;

7) традиційні маркетингові підходи до вимірювання стану й динаміки медійного ринку далеко не завжди можуть бути застосовані через те, що прогнозувати так звані емоції в умовах «інформаційного буму» надзвичайно важко, тому американський дослідник П'єр Гуле де Монто вважає прийнятним використання сучасних інструментів так званого естетичного менеджменту, а також метафізичного маркетингу [3]; втім, він ніде не зауважує те, якому з них він віддає пріоритет.

На нашу думку, виокремлення нових наукових трендів виглядає цілком доцільним з огляду на те, що традиційні для маркетингу підходи до нових медіа постійно втрачають свою привабливість через гібридизацію вікових секторів телеау-

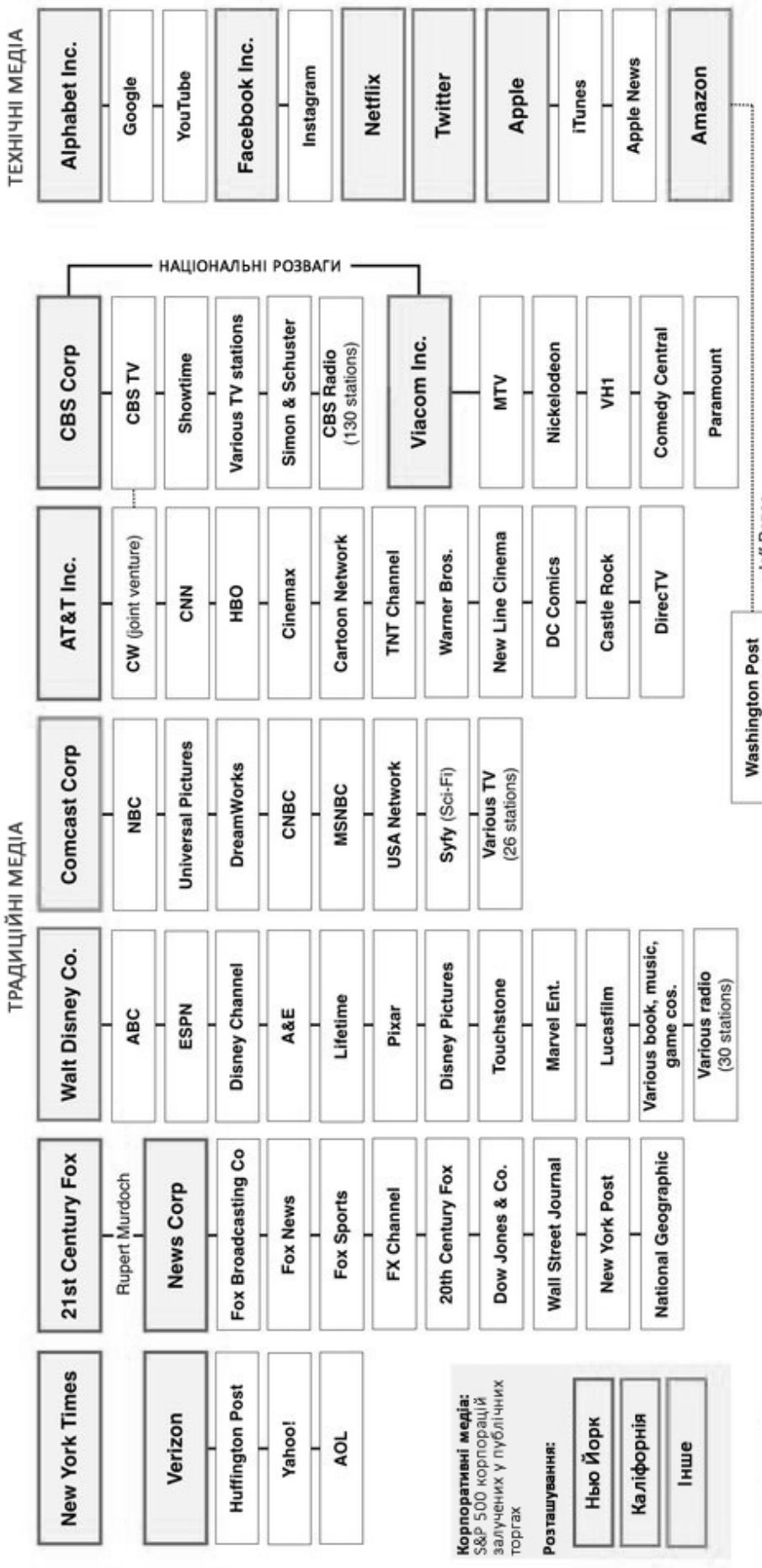

Рис. 1. Ринкова олігополістична структура медійних корпорацій США

Джерело: [2]

диторії, використання змішаних джерел інформації (TV, газети, Інтернет), а також вплив на ринок потужних медійних холдингів. Велике індикативне значення при цьому мають характер, інтерпретація подій та масштаби їхнього споживання.

Пропонована вище структура медійних олігополій є замкненим циклом впливу не лише на американського глядача/слухача, але й на світового. Водночас варто зауважити, що рівень локалізації медіа в Нью-Йорку, а також штаті Каліфорнія виглядає захмарним, проте вплив регіональних дочірніх компаній на національне та глобальне інформаційне (розважальне) середовище важко переоцінити, адже більшість каналів в усьому світі транслюється як з перекладом, так і без нього.

Важливим доповненням до ідентифікації медійного ринку може слугувати його структура, що постійно ускладняється. Різна країнова реакція на це, як правило, приводить до так званої цифрової нерівності, а також мережевої готовності, що є надзвичайно важливим під час прогнозування наявних та майбутніх трендів. Вітчизняний дослідник Н. Гончаренко глибоко переконаний в тому, що важливими видами сучасного ринку інформаційних технологій та теле-, радіомовлення є виробництво IT-продуктів (корпоративні бази даних, сервери, мережеві адаптери), які, щоправда, витісняються новими моделями споживання, зокрема так званими хмарними обчисленнями, а також IT-мобільністю, Big Data, Social Busness тощо [4, с. 97]. На подібні виклики глибокої модернізації структури звертає особливу увагу російський дослідник О. Титов [5]. Згідно з його розрахунками на перше місце мають виходити економічні імперативи та змінена з огляду на це структура глобального медійного ринку, з чим, зрозуміло, важко не погодитись.

У сучасних умовах інформаційного буму надзвичайно великого значення набуває дослідження впливу секторально-корпоративних змін на глобальний ринок, який також впливає на смаки та вподобання споживачів. Ось чому подібна обумовленість потребує принципово нових підходів до компаративного аналізу різних корпоративних моделей медійного підприємництва. Характерним прикладом на підтвердження цього може слугувати британська компанія "BBC", яка, попри усі її масштаби та потужний вплив на світову аудиторію, як і раніше, залишається громадською організацією. Слід зауважити, що дані "Ofcom" (Making communication work for everyone) свідчать про те, що щотижня британці відводили 5 годин та 1 хвилину переглядам різних телепрограм та аудіовізуальних форматів (2017 р.) [6, с. 4]. При цьому витрати часу глядачів/слухачів на споживання продукції "BBC", а точніше платформи "BBC", становили 2 години 44 хвилини. Високий ступінь диференціації смаків та вподобань забезпечував авангардні позиції цій медійній корпорації як на країновому, так і на міжнародному рівнях. Пріоритети, які віддавали британці контенту, що був запропонований для них, наочно зображені на рис. 2.

Як випливає з рис. 2, значна частина бюджету часу припадала на радіомовлення, медійні про-

Рис. 2. Щоденне загальне споживання контенту BBC, 2017 р.

Джерело: [7; 8]

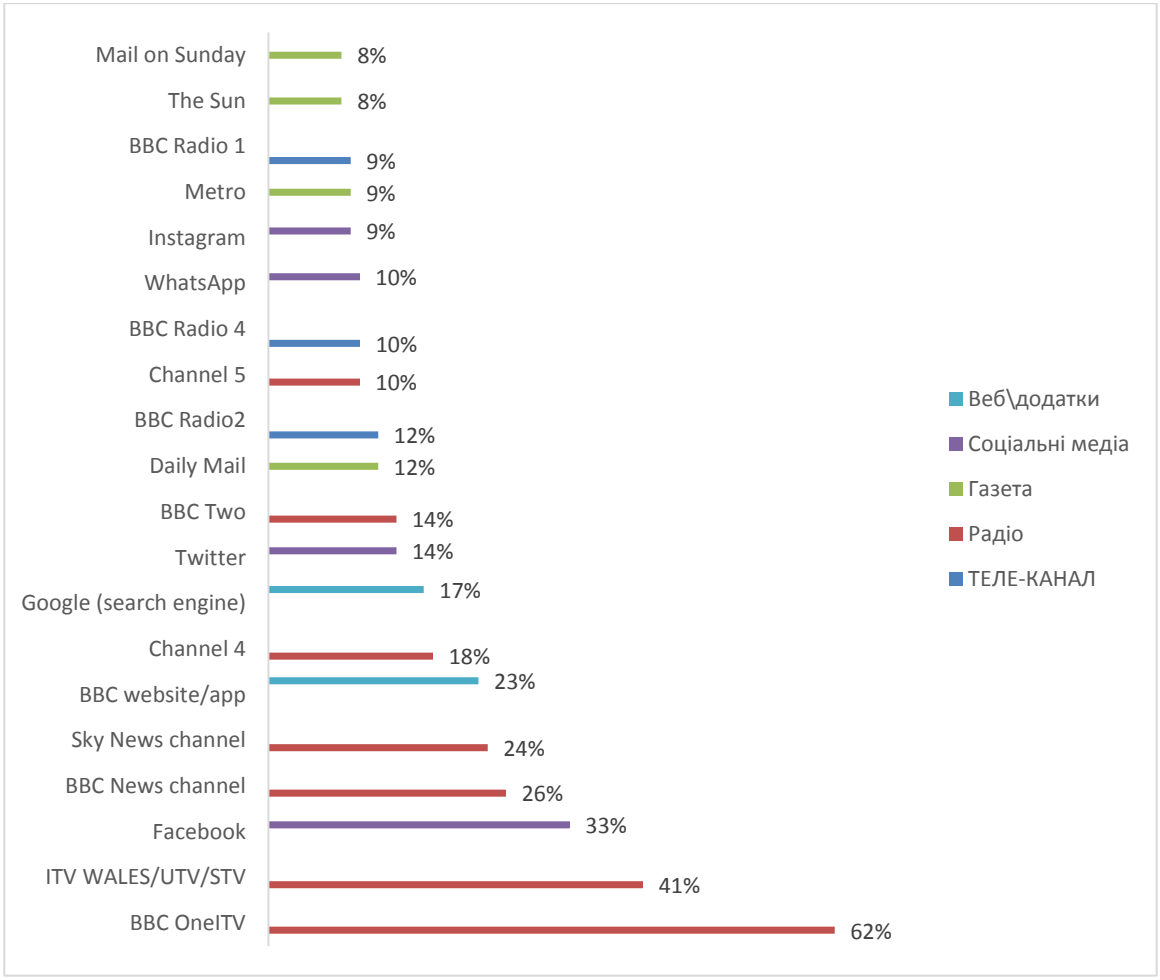

Рис. 3. Топ-20 платформ нових джерел новин, 2018 р. (усе доросле населення у віці 16+)
Джерело: [8, с. 15]

дукти якого зазвичай реалізувалися впродовж подорожей британців власними авто. Втім, інтерес споживачів до контенту новин (музичні преференції певної частини населення суттєво диференціювалися) традиційно виглядав досить високим, проте й досить контрастним (рис. 3).

Слід зауважити, що наведені вище джерела інформації про «новинну» діяльність цієї провідної британської компанії мають різне наповнення й різну аудиторію сприйняття без урахування того, чи входять вони до складу мегаплатформи "BBC", чи мають з нею поширені зараз так звані колабораціоністські відносини. Досить показовим з огляду на це виглядає щорічний звіт самої компанії ("BBC Annual Report and Accounts 2016/2017") [7], в якому були чітко висвітлені основні витрати компанії, які значною мірою віддзеркалюють індикативні показники розвитку британського та світового медіаринку та вибудовують майбутню модель його ієрархії. До таких числових трендів відносять витрати на контент, питому вагу населення, яка протягом тижня користується медійними послугами, витрачений щотижня час на перегляд передач (у "BBCone" у 2016–2017 рр. він становив 7 год. 33 хв., у "BBCtwo" – 3 год. 8 хв., у "BBCfour" – 1 год. 46 хв. [9, с. 25]), індекс сприйняття сервісу (його оцінюють глядачі), витрати, які має кожний з користувачів тощо. Така консолідована оцінка національного ринку є надзвичайно важливою для поглибленого аналізу, адже дає змогу чітко встановити його параметральні характеристики. Втім, варто зауважити, що перші три індикатори визначають безсумнівне лідерство дочірніх компаній та гармонізовану ієрархію рейтингів від так званого індексу сприяння до індексу витрат. Отже, провідні місця посідають саме нові канали ("BBCtwo", "BBCfour", "CBBC" тощо).

Досить показовим слід вважати ще один підхід до визначення параметризації медійного ринку Великобританії, який, на думку аналітиків "BBC", з часом має стати більш ефективним, більш відкритим, більш креативним. З огляду на це в аналітичному звіті "Simpler BBC" було запропоновано до аналізу цілий комплекс вимірювання, зокрема локацію новин у просторі

нового теле-, радіомовлення, зміст програм та внутрішніх визначень аудиторії, категорію населення (нації) та регіонів (особлива увага у цій країні приділяється Шотландії та Уельсу, тобто тим частинам Об'єднаного королівства, де поширені сепаратистські настрої), характер підтримки депресивних територій, масштаби запроваджуваних ініціатив [10, с. 10–11].

З досить оригінальних позицій підійшла до диверсифікації своєї діяльності японська компанія "Sony", яка до традиційної для неї машинобудівної галузі у 90-х рр. XX ст. додала потужну медійну сферу, завершивши повний ланцюговий цикл: від виробництва теле-, радіоапаратури до продукування фільмів/серіалів, музики тощо, географічним сегментом яких є споживач з постіндустріальних країн. Саме з цією метою в компанії був створений спеціальний підрозділ ("Entertainment Division"), що включає дві дочірні компанії "Sony Pictures" та "Sony music". Станом на 1 квітня 2019 р. він залишається високо інтегрованим у загальну комерційно-виробничу модель корпорації.

Варто зауважити, що сучасна модель креативного медійного комплексу є складним полі-структурним угрупуванням, що передбачає гіперінтеграцію творчих, фінансових, виробничих та креативних потенціалів компанії, яке охоплює (рис. 4) не лише секторально орієнтовані дочірні підприємства, але й численні ланцюжки взаємозв'язку та взаємодії їхніх внутрішніх підрозділів.

З одного боку, подібна досить проста, як на перший погляд, структура дає змогу повністю переконатися в ефективності трендів мультиструктурної активності "Sony Group", а з іншого боку, саме посилення креативних елементів у діяльності корпорації сприяло збільшенню доходів від продажів з 8,5 трлн. єн у 2017 р. до 8,7 трлн. єн у 2018 р., чистого доходу – з 699 млрд. до 1 трлн. Зросли також інші показники діяльності, натомість такі важливі індикатори, як операційні грошові потоки та інвестиційні грошові потоки, попри всі зусилля керівництва компанії, мали тенденцію до зниження [12].

Визначаючи характер реалізації створеного корпораціями медійного продукту конче важливим, на нашу думку, є виокремлення груп споживачів, які в умовах сьогодення принципово вирізняються серед тих категорій споживачів, неформальні вікові та соціальні цензи яких вважалися сталими досить тривалий період часу. На рис. 5 фахівці відомої аналітичної компанії "Deloitt insights" здійснили спробу виокремлення секторальних груп людей продуктивного віку за категоріями Gen Z, Gen Y (millennails) та Gen X, а також наведення загальної картини секторальних уподобань у межах різних сервісів традиційного платного телебачення [13].

З огляду на цей рисунок неважко зробити певні висновки, які безпосередньо випливають з наведених на ньому графічних зображень.

1) Загальна тенденція переважного використання відеосервісів є випереджаючою для всіх

Рис. 4. Сумарний склад "Sony group" станом на 1 квітня 2019 р.

Джерело: [11]

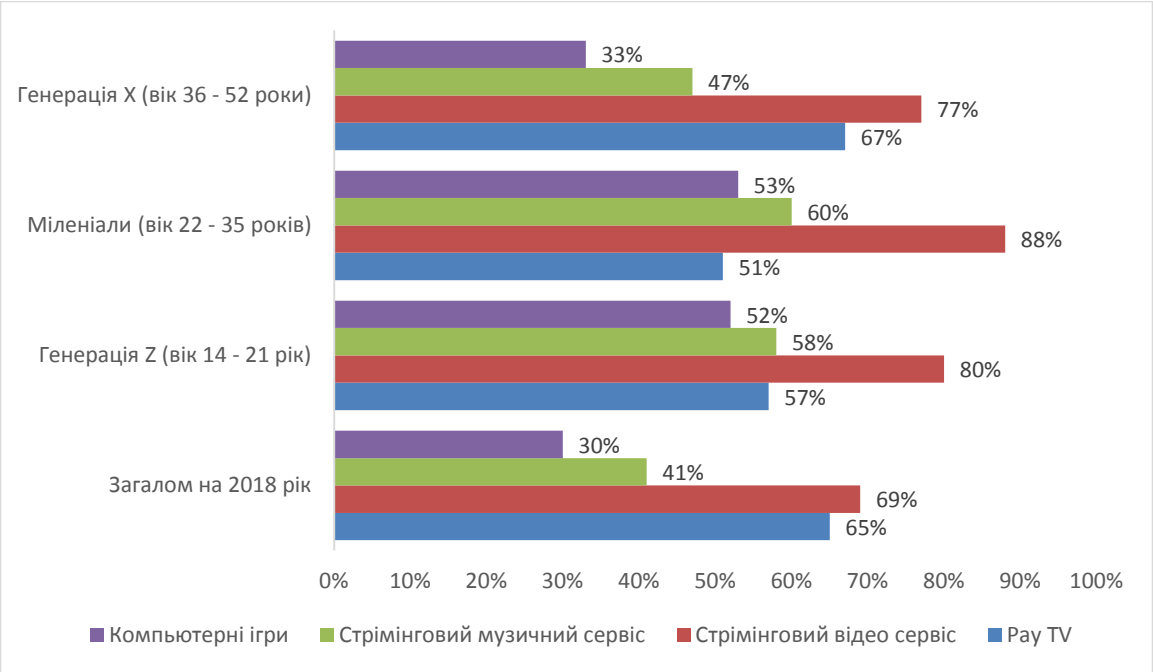

Рис. 5. Як споживачі бюджетують свій розважальний досвід через сервіси за підпискою?
Джерело: [13]

груп споживачів, проте найбільший показник, зацікавлений ним, притаманний поколінню 2000-х рр., тобто міленіалам.

2) Платним TV здебільшого цікавляться представники вікової групи Gen X, що, як випливає з рис. 5, досить сильно контрастує з міленіалами.

3) Музиці, отже, звуковим ефірам віддають перевагу насамперед міленіали, а значно меншою мірою – вікова група Gen X.

4) Gen Z і міленіали мають подібні погляди щодо інтересу до використання електронних ігор, натомість представники вікової категорії 36–52 рр. (Gen X) відповідних переваг їм не віддавали.

Надзвичайно великого значення в сучасних умовах домінування в секторах медіа-корпоративних відносин набуває визначення діючої та майбутньої структури ринку відповідно до запитів споживачів та наявних у компаніях технічних можливостей (табл. 1).

Американський науковець С. Снейх [14], який провів широкомасштабне дослідження глобальних медіа, досить чітко обґрунтував наявність більш оптимізованої секторальної структури сучасних джерел інформації та часові рамки користування відповідними сервісами, а також довів значущість не лише цифрових носіїв (раніше це ігнорувалося) інформації, але й неформальних джерел, до яких він відніс розмови в сім'ї та з друзями. Водночас науковець зауважує, що не варто ігнорувати роль та значення друкованої продукції, куди автор відніс газети й журнали.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах посилення глобалізаційних процесів стрімко зросла секторальна диференціація

Таблиця 1

Частота використання медіаресурсів, таких як Інтернет, телебачення, радіо, мобільний телефон та електронна пошта, як основних джерел інформації (загальний відсоток у 56 країнах)

Ресурс	Щодня	Щотижня	Щомісяця	Рідше, ніж щомісяця	Ніколи
Газети	31,2	22,8	9,3	12,2	24,6
Інтернет	30,1	11,7	5,4	6,8	45,9
ТВ	74,7	13,6	3,7	3,4	4,3
Радіо	42,7	15,9	7,5	9,8	24,8
Мобільний телефон	42,3	9,9	4,9	6,8	36,1
Електронна пошта	21,4	10,8	6,1	8,2	53,5
Друзі та сім'я	51,5	24,2	7,3	5,0	11,9

Джерело: [14]

медійного ринку, який, з одного боку, виявився таким, що відповідав смакам та вподобанням споживачів, а з іншого боку, брав активну участь у їхньому формуванні. В процесі становлення цього специфічного ринку чималу роль відіграли медійні корпорації, системний менеджмент яких дав змогу позиціонувати три домінантні моделі, такі як американська олігархічна, визначення корпорації як громадської організації ("BBC", Великобританія), мультиструктурна ТНК ("Sony", Японія). Решту медійних корпорацій світу складають гібридні форми зазначених вище корпорацій, вплив яких на глобальний медіаринок важко переоцінити.

Використання традиційних маркетингових підходів до дослідження медіаринку в сучасних умовах має обмежений характер через його високу швидкісну динаміку, трансформаційно-секторальну локалізацію споживачів (покоління міленіалів, Gen Z, Gen Y), смаки та вподобання яких суттєво різняться між собою, що передбачає внесення значних змін до секторизації медійного середовища. Підлягає коригуванню також структурна основа маркетингових досліджень складу та співвідношення продажів медійних форматів на міжнародних ринках, тобто ярмарках, що потребує залучення до експертизи фахівців не лише з економіки й бізнесу, але й з психології.

Список використаних джерел:

1. Медиа и коммуникации. Новый мир. Новые правила East – West Didjtal News. *Информационный обзор. Российская венчурная компания*. Москва, 2018. URL: http://www.rvc.ru/upload/1bloc/986/201309-media.pdf (дата звернення: 10.07.2019).
2. U.S. Media industry – corporate oligopoly market structure. 2018. URL: http://www.problem3.com/ecca/media-war-stretegemens-mass-migration (дата звернення: 08.07.2019).
3. Монто П. Арт-фирма. Эстетический менеджмент и метафизический маркетинг. Киев : Companion Group, 2013. 416 с.
4. Гончаренко Н. Особливості функціонування світового ринку інформаційних технологій в умовах трансформаційних змін глобального економічного середовища. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2018. Вип. 7. С. 95–100.
5. Титов А. Медиарынок в мировой экономике: российские перспективы : автореф. дисс. … канд. экон. наук : спец. 08.00.11. Москва, 2017. 22 с.
6. Media nations: UK. 2018, Published 18 July 2018. Making communication work for everyone. London : Ofcom, 2018. 27 p.
7. Ofcom's Annual Report on the BBC: 2017/2018. Annex 2: BBC Performance Report. London : Ofcom, 2018. 8 p.
8. Ofcom's Annual Report on the BBC: 2017/2018. Annex 2: BBC Performance Report. London : Ofcom, 2018. 15 p.
9. Presented to Parliament by Secretary of State for Culture, Media and Sport, by command of Her Majecty // BBC Annal Report and Accounts 2016/2017. URL: http://www.dowloads.bbc.co.uk.pdf (дата звернення: 08.07.2019).
10. A Simpler BBC. More Efficient, More Open, More Creative. 10 October 2018. URL: http://www.dowloads.bbc.co.uk.efficienay_review_2018.pdf (дата звернення: 08.07.2019).
11. Sony Group Summary Chart. URL: http://www.sony.net (дата звернення: 05.08.2019).
12. Sony. Supplemental information for the Consolidated Financial Results for the Fourth Quarter Ended March 31, 2019. URL: http://www.sonny.net.18 q4_supplement.pdf (дата звернення: 05.07.2019).
13. Digital media trends survey, 13th edition. Deloitte insights. URL: http://www.2.deloitte.com.LT_DI_media trends-13th-edition.pdf (дата звернення: 05.07.2019).
14. Shaikh S. Television Versus the internet for information Seeking. Lessons From Global Survey Research. *International Journal of Communication.* 2017. № 11. P. 4744–4756. doi: 1932–8036/2017FEA0002

References:

1. Media i kommunikatsii: Novyiy mir. Novyie pravila East – West Didjtal News. Informatsionnyiy obzor (2018). *Rossiyskaya venchurnaya kompaniya* [Media and communications: New world, new rules]. Available at: http://www.rvc.ru/upload/1bloc/986/201309-media.pdf (accessed: 10 July 2019).
2. U.S. Media industry – corporate oligopoly market structure (2018). Available at: http://www.problem3.com/ecca/media-war-stretegemens-mass-migration (accessed: 8 July 2019).
3. Monto P. (2013). *Art-firma. Esteticheskiy menedzhment i metafizicheskiy marketing* [Esthetical management and metaphysical marketing]. Companion Group, 416 p. (in Russian)
4. Honcharenko N. (2018). Osoblyvosti funktsionuvannia svitovoho rynku informatsiinykh tekhnolohii v umovakh transformatsiinykh zmin hlobalnoho ekonomichnoho seredovyshcha [Features of functioning of the world market of information technologies in the conditions of transformational changes of the global economic environment]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina* [International affiars, Economy, Country study, Tourrism], vol. 7, pp. 95–100.

5. Titov A. (2017). Mediaryinok v mirovoy ekonomike: rossiyskie perspektivyi [Media market in the world economy: Russian prospects] (PhD Thesis). Mirovaya ekonomika.
6. Media nations: UK. (2018). *London : Ofcom. Making communication work for everyone*. 27 p.
7. Ofcom's Annual Report on the BBC: 2017/2018 (2018). Annex 2*: BBC Performance Report*. London : Ofcom. 8 p.
8. Ofcom's Annual Report on the BBC: 2017/2018 (2018). *Annex 2: BBC Performance Report*. London : Ofcom. 15 p.
9. BBC Annal Report and Accounts 2016/2017 (2017). *Presented to Parliament by Secretary of State for Culture, Media and Sport, by command of Her Majecty*. Available at: http://www.dowloads.bbc.co.uk.pdf (accessed: 8 July 2019).
10. A Simpler BBC. More Efficient, More Open, More Creative (2018) Available at: http://www.dowloads.bbc.co.uk.efficienay_review_2018. pdf (accessed: 8 July 2019).
11. Sony Group Summary Chart (2019). Available at: http://www.sony.net (accessed: 5 August 2019).
12. Sony. Supplemental information for the Consolidated Financial Results for the Fourth Quarter Ended March 31, 2019 (2019). Available at: http://www.sonny.net.18 q4_supplement.pdf (accessed: 5 July 2019).
13. Digital media trends survey, 13th edition. Deloitte insights (2019). Available at: http://www.2.deloitte.com.LT_DI_media trends-13th-edition.pdf (accessed: 5 July 2019).
14. Shaikh S. (2017) Television Versus the internet for information Seeking. Lessons From Global Survey. *Research International Journal of Communication*, no. 11, pp. 4744–4756.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.24.01

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-35

Носань Н.С.
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та підприємництва
Черкаського державного технологічного університету

Nosan Nataliya
Cherkasy State Technological University

ПАРАДИГМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД

PARADIGMS AND TECHNOLOGIES FOR THE PROVISION OF FINANCIAL SECURITY OF THE STATE: DOMESTIC AND WORLD EXPERIENCE

У статті узагальнено практики регулювання економічних і фінансових відносин, наявні у світовому та вітчизняному досвіді, положення яких можна використати у процесі забезпечення фінансової безпеки держави. Досліджено підходи до формування фінансової політики, що можуть застосовуватися для підвищення рівня банківської, бюджетної, валютної, грошово-кредитної, боргової безпеки та безпеки небанківського фінансового сектору. Виявлено інструменти фінансового регулювання, нагляду та контролю, які можна застосовувати для стабілізації стану одразу кількох функціональних складників системи фінансової безпеки країни. Визначено проблемні параметри стану фінансової системи, що характеризують рівень фінансової безпеки держави як недостатньо високий. Систематизовано парадигми та технології забезпечення фінансової безпеки національної економіки країни, що випливають із традиційних підходів до регулювання фінансової системи.

Ключові слова: фінансова безпека держави, забезпечення безпеки, загроза, ризик, парадигма, державне управління.

В статье обобщены практики регулирования экономических и финансовых отношений, имеющиеся в мировом и отечественном опыте, положения которых можно использовать в процессе обеспечения финансовой безопасности государства. Исследованы подходы к формированию финансовой политики, которые могут применяться для повышения уровня банковской, бюджетной, валютной, денежно-кредитной, долговой безопасности и безопасности небанковского финансового сектора. Выявлены инструменты финансового регулирования, надзора и контроля, которые можно применять для стабилизации состояния сразу нескольких функциональных составляющих системы финансовой безопасности страны. Определены проблемные параметры состояния финансовой системы, характеризующие уровень финансовой безопасности государства как недостаточно высокий. Систематизированы парадигмы и технологии обеспечения финансовой безопасности национальной экономики, вытекающие из подходов к регулированию финансовой системы.

Ключевые слова: финансовая безопасность государства, обеспечение безопасности, угроза, риск, парадигма, государственное управление.

It is suggested that in the quest to find the latest approaches to ensuring a high level of financial security of the state, we often forget that long years of economic development and constant recurrence of financial crises within the global economic system have led to the development of numerous paradigms of economic management, and therefore, and financial security at the macro level. It is proved that the classical schools of economic thought have produced a considerable instrument of security-oriented state management of the economy, the application of which allowed to overcome not only one case of long-term economic stagnation in different countries of the world. The article summarizes the practice of regulating economic and financial relations, available in the world and domestic experience, the provisions of which can be used in the process of ensuring the financial security of the state.

The approaches to the formation of financial policy that can be used to increase the level of banking, budget, currency, monetary, debt security and safety of the non-banking financial sector are explored. The financial regulation, supervision and control tools that can be used to stabilize the state of several functional components of the country's financial security system at the same time are revealed. The problem parameters of the state of the financial system that characterize the level of financial security of the state as insufficiently high are determined. The paradigms and technologies of ensuring financial security of the national economy of the country are systematized, proceeding from the traditional approaches to regulating the state of its financial system. It is proved that world theory and practice have produced many tools for regulating various spheres of financial relations that can be used to achieve and maintain an adequate level of financial security of the state. At the same time, they are not focused solely on the security of financial relations, but usually aimed at activating certain processes that, on their own, could be sources of new threats to the financial system. In view of this, there is a need to find ways to effectively combine them and formulate a specific public administration tool designed specifically for security-oriented management.

Key words: financial security of the state, security supply, threat, risk, paradigm, public administration.

Постановка проблеми. У прагненні віднайти новітні підходи до забезпечення високого рівня фінансової безпеки держави ми часто забуваємо про те, що довгі роки економічного розвитку та постійні повтори фінансових криз на теренах глобальної господарської системи стали приводом до вироблення численних парадигм управління економічною, а отже, і фінансовою безпекою на макрорівні. Класичними школами економічної думки було вироблено чималий інструментарій безпекоорієнтованого державного управління економікою, застосування якого дало змогу подолати не один випадок тривалої економічної стагнації у різних країнах світу. Нині, коли вітчизняна економіка у черговий раз розпочала посткризове відновлення, а курс на інтеграцію до Євросоюзу стає джерелом нових економічних і фінансових викликів і ризиків, саме на часі є ретроспективний огляд та актуалізація традиційних форм боротьби з найбільш актуальними в усі часи загрозами фінансовій безпеці національної економіки. Досвід країн, які свого часу пройшли непростий шлях економічних реформ і нині є флагманами сталого розвитку, досягнути цілей якого прагне і Україна, має бути використаний нашою молодою державою для побудови міцної, життєздатної, конкурентоспроможної фінансової системи, а у стратегічній перспективі забезпечить Києву позицію одного з потужних фінансових центрів світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика забезпечення фінансової безпеки на державному рівні знайшла відображення у роботах багатьох вітчизняних дослідників. Так, Н.В. Зачосова вивчає теоретико-методологічні засади управління економічною безпекою національної економіки [1], а також окреслює перспективні у сучасних економічних умовах напрями стабілізації стану її фінансового складника [2] та пропонує вектори формування стратегії фінансової безпеки України для потреб забезпечення економічної безпеки національної економіки [3]. В.О. Занора, С.В. Войтко розглядають можливості забезпечення економічної безпеки та політичної стабільності України на основі Індустрії 4.0 і плану Маршалла [4]. Т.І. Воробець конкретизує місце фондового ринку в системі забезпечення фінансової безпеки країни [5], а О.М. Герасименко, усвідомлюючи велике значення розвитку ринку цінних паперів для ефективного функціонування системи фінансової безпеки держави, досліджує індекси фондового ринку як індикатори економічної безпеки [6]. О.В. Тимошенко у своїх наукових публікаціях звертається до питання запозичення досвіду європейських країн щодо формування та забезпечення фінансово-економічної безпеки держави [7]. А.С. Марина та А.О. Черкасова пропонують основи формування механізму забезпечення фінансової безпеки країни в контексті фінансової інтеграції [8]. Н.О. Слободянюк та Р.І. Шокер застосовують підхід до моделювання механізму інвестиційного забезпечення фінансової безпеки країни [9]. Регіональний аспект забезпечення фінансової безпеки висвітлює у власних дослідженнях С.М. Смирнов [10]. Водночас потребують перегляду з метою використання у сучасних практиках безпекоорієнтованого управління класичні постулати банківської, грошово-кредитної, валютної, бюджетної та боргової політики, щоб виявити традиційні інструменти управління ризиками та нівелювати наслідки дії загроз для використання їх у механізмах забезпечення фінансової безпеки держави.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є узагальнення парадигм і технологій забезпечення фінансової безпеки держави, що використовуються нині або застосовувалися у певні періоди проходження економічних циклів у практиках державного управління економічною безпекою національних економік різних країн світу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У новітній економічній історії усвідомлення ролі стабільного функціонування банківського сектору для забезпечення економічного розвитку країни відбулося після початку світової фінансової кризи 2008 р. Потужність, тривалість і глибина кризи довели необхідність перегляду вимог до регулювання банківської діяльності, закладених у документах Базель I (1988 р.) та Базель II (2004 р.), і запровадження Базель III (затверджено у 2010–2011 рр., кінцевий термін остаточного переходу до використання – 2022 р.). Ознайомлення із цими документами дає змогу дійти висновку про ключові параметри банківської безпеки: наявність і достатність регулятивного капіталу, здатність ідентифікації та управління оперативними, ринковими та кредитними ризиками, високий рівень інформаційної транспарентності, розширення повноважень державних регуляторів банківського сектору, ліквідність, нормативи левериджу. Деякі країни світу доповнюють ці загальноприйняті стандарти внутрішніми правилами та інструкціями ведення банківського бізнесу. Так, як додаткова міра безпеки законодавство Швейцарії вимагає ще більш високих стандартів, аніж стандарти, необхідні згідно з Базельською угодою. Додатково на національному рівні регуляторами встановлюються вимоги до вищого кадрового складу, топ-менеджменту банків. У низці країн світу існують стандарти інформаційної банківських установ, які швидко набули широкого вжитку, зокрема BS 7799-1:2005, BS 7799-2:2005, BS 7799-3:2006 – британські стандарти Code of Practice for Information Security Management (Практичні правила управління інформаційною безпекою) та Information Security management – specification for information security management systems (Специфікація системи управління інформаційною безпекою), міжнародний стандарт ISO/IEC 17799:2005 «Інформаційні технології – Технології безпеки – Практичні правила менеджменту інформаційної безпеки». Перераховані стандарти застосовуються для організації систем інформаційної безпеки різних видів фінансових установ, а також владних структур, які залучені до координації фінансових потоків у податковій, бюджетній, фінансовій сферах тощо.

Регулювання однієї лише банківської сфери не виконає завдання забезпечення уникнення настання кризових явищ у фінансовій системі. Небанківський фінансовий сектор – страхові, інвестиційні, факторингові компанії, кредитні спілки та ломбарди, інші фінансові інституції, що мають у розпорядженні фінансові ресурси населення та/або суб'єктів господарської діяльності – чинить відчутний вплив на стан фінансової та соціальної безпеки країни. Діяльність окремих видів фінансових установ регулюється на рівні національного законодавства. Наприклад, існують норми забезпечення фізичної безпеки ломбардів, вимоги до ліцензування діяльності з надання фінансових послуг тощо. На міжнародному рівні для впорядкування та забезпечення безпеки фінансового сектору від існування недієздатних страхових компаній, було прийнято директиви Solvency I Life Directive, Solvency I Non-life Directive. Цілі й завдання Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council on the taking up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II): встановлення єдиної системи нормативно-правового регулювання в рамках ЄС для забезпечення захисту страхувальників шляхом створення однакових стандартів управління ризиками та забезпечення достатності капіталу. Директивою встановлюються вимоги до капіталу страхових компаній, до їхніх власних засобів, наявності системи внутрішнього контролю й управління ризиками, механізму проходження наглядової перевірки, розкриття інформації про результати діяльності (високий рівень транспарентності), дотримання ринкової дисципліни.

Таким чином, засади забезпечення банківської безпеки та безпеки небанківського фінансового сектору закладено у стандартах фінансової діяльності, платоспроможності та ліквідності банківських установ і страхових компаній. Загалом завдання регулювання безпеки фінансових установ покладається на регуляторів ринків фінансових послуг. У кожній країні світу на державному рівні прийнято ту чи іншу модель для регулювання стану функціональної спроможності внутрішнього фінансового ринку. Популярністю вирізняється модель мегарегулятора (консолідована модель), за якої одна інституція виконує одразу всі функції державного контролю і нагляду за діяльністю професійних учасників фінансового ринку. Її перевагами є відсутність дублювання регуляторних функцій, швидкість обміну інформацією, економія часових і кадрових ресурсів. Також вартою уваги є інституційна модель (її використовують у вітчизняній практиці): моніторинг, контроль, нагляд за різними сегментами фінансового ринку здійснюють окремі види державних інституцій – національні регулятори. Зокрема, в Україні їх одразу три, і поділ між сферами їх відповідальності пролягає на межі банківського та небанківського фінансового секторів, а також у царині відносин емісії та використання цінних паперів. Також відомими у світі є модель «Твін пікс», за якої виокремлюються два напрями регулювання фінансового ринку (до речі, один із них зазвичай спрямований саме на забезпе-

чення безпеки на макрорівні, а другий містить набір заходів щодо контролю підприємницької діяльності у фінансовій сфері), та гібридна (функціональна) модель, що передбачає розподіл повноважень щодо координації діяльності окремих сегментів фінансового ринку та їх учасників на державному рівні між різними інституціями (парадигма – один сегмент ринку – один регулятор) або ж може означати спроби поєднання певних характеристик усіх названих моделей у різних комбінаціях. Перевагою такої моделі для завдання забезпечення фінансової безпеки держави є високий рівень спеціалізації, що означає професійний підхід до регулювання кожного окремого напряму фінансової діяльності на ринку, а недоліком – неузгодженість дій різних структур, дублювання функцій, відсутність координації у різних напрямах безпекоорієнтованого управління.

Проблемним аспектом для вітчизняної практики забезпечення державної фінансової безпеки є сфера публічних фінансів. Дефіцит державного бюджету є хронічною загрозою бюджетній безпеці України. Його обсяг у 2019 р. – 89 млрд 989 млн 300 тис грн. Одразу ж актуально згадати й проблемний аспект боргової безпеки – витрати на обслуговування державного боргу, які станом на 2019 р. заплановані у розмірі понад 400 млрд грн, тоді як загальні витрати на забезпечення безпеки та оборони держави ледве сягають половини цієї суми – 209 млрд 700 млн грн, а соціальні витрати є у половину меншими – 198 млрд 600 млн грн [11]. Світова практика та різні течії економічної теорії виробили кілька традиційних парадигм для покриття бюджетного дефіциту. Один із них – емісія державних цінних паперів. Станом на 1 липня 2019 р. в обігу в Україні перебувають облігації внутрішньої державної позики (ОВДП) на суму 682 млрд грн [12]. Цієї суми достатньо, щоб сім разів покрити наявний бюджетний дефіцит. Однак на разі це сума коштів, яку Міністерству фінансів України у перспективі потрібно буде повернути інвесторам із невідомих джерел. Як відзначають Г.В. Кробинець та Т.А. Коляда, «у світовій економічній теорії та практиці одним із найважливіших способів боротьби з бюджетним дефіцитом стали фіскальні правила», такі як «правила збалансованого бюджету, правила державних запозичень (зазвичай застосовуються у країнах із низьким рівнем розвитку фінансової системи), боргові та резервні правила» [13, с. 125–126]. Найчастіше для екстремально швидкого покриття бюджетного дефіциту використовується практика продажу майна, що перебуває у державній власності, у тому числі земельні ресурси та джерела вичерпних корисних копалин, що має негативні наслідки для стану національної безпеки держави у перспективі. Стратегічним інструментом покриття бюджетного дефіциту є підвищення пенсійного віку. Загалом виокремлюється три парадигми роботи з бюджетним дефіцитом у напрямі його зменшення: емісійне покриття, податкове покриття та секвестирування. Також популярним заходом є отримання урядом поворотної та безповоротної фінансової допомоги для компенсації певних статей бюджетних витрат. Однак зловживання цим інструментом може призвести до втрати державою фінансового суверенітету.

Стратегічні та тактичні заходи забезпечення грошово-кредитної безпеки конкретизуються у формі грошово-кредитної політики, яка переглядається й оприлюднюється щороку Національним банком України. У її межах визначаються важливі орієнтири для фінансової безпеки країни, такі як очікуваний рівень інфляції, наміри щодо валютних інтервенцій, зміни у дефіциті поточного рахунку платіжного балансу тощо. Грошово-кредитна політика держави значною мірою калібрує вектори фінансової поведінки населення та суб'єктів господарської діяльності, які є внутрішніми інвесторами розвитку економіки і чиї фінансові мотиви або поліпшують, або погіршують стан і боргової, і валютної безпеки.

Засади валютної безпеки визначаються прийнятою на державному рівні моделлю регулювання валютного курсу, розмірами золотовалютних резервів, валютними обмеженнями, ліцензуванням валютних операцій, зобов'язанням продажу частини валютної виручки тощо. З лютого місяця 2019 р. валютні відносини в Україні регулюються згідно із Законом України «Про валюту і валютні операції» [14], який передбачає лібералізацію валютних операцій, що може мати негативні наслідки для рівня валютної безпеки України з плином часу. Інструментом стабілізації валютного курсу може стати валютний коридор, існування якого спрощує передбачення валютних коливань і прогнозування цін на товари та послуги, що фіксуються у валюті.

Повертаючись до питання боргової безпеки, зазначимо, що для України величина безпечного рівня боргового навантаження в силу специфіки її економіки (за розрахунками експертів) знаходиться в межах 30–43%. Тривалий час вітчизняний показник боргового навантаження демонструє значне перевищення економічно безпечного рівня: кінець 2015 р. – 79,1%, кінець 2016 р. – 81%, кінець 2017 р. – 71,8%, на середину 2018 р. – 67%, що вказує на високу ступінь уразливості вітчизняної фінансової сфери до впливу внутрішніх і зовнішніх загроз

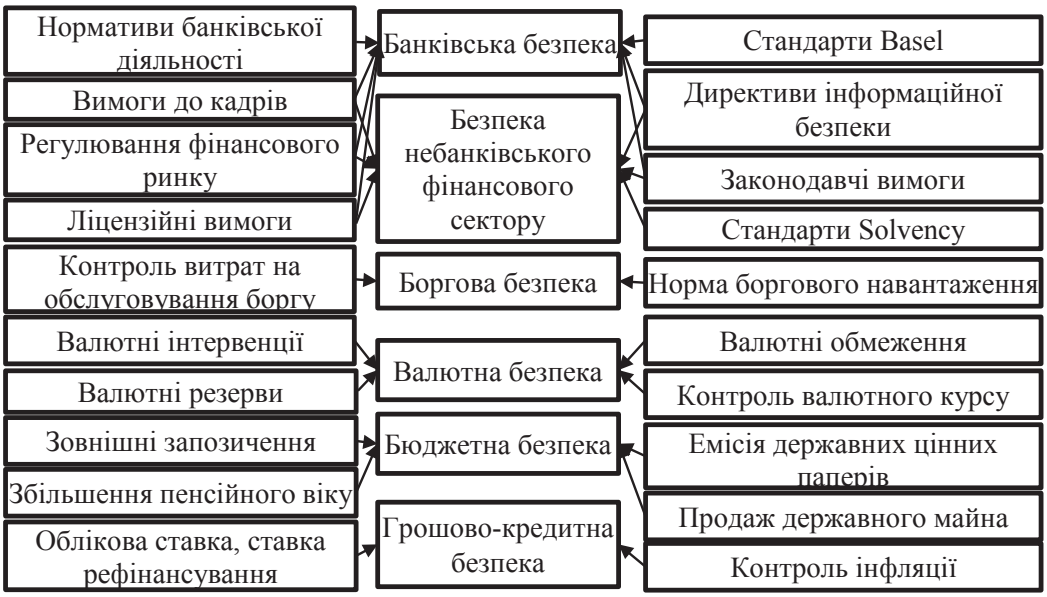

Рис. 1. Парадигми та технології забезпечення фінансової безпеки держави, що випливають із традиційних підходів до регулювання фінансової системи

Джерело: складено автором

й існування передумов для перманентної боргової кризи в Україні. Сукупна зовнішня заборгованість перед МВФ як найбільш впливовим кредитором України станом на 31 жовтня 2018 р. становить 10,2 млрд дол [15]. Загрозою і для валютної, і для боргової безпеки одночасно є ситуація, яка склалася нині у вітчизняній фінансовій системі, а саме перевищення показником валютної компоненти в структурі суверенного боргу критичного значення, величина якого на кінець жовтня 2018 р. досягла 69,9% його загальної суми (за методикою МВФ для країн, що розвиваються, вона повинна становити не більше 60%) [15].

На рис. 1 систематизовано наявні у сучасних науковій та прикладній площинах парадигми та технології забезпечення фінансової безпеки держави.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, світовою теорією і практикою вироблено чимало інструментів для регулювання різних сфер фінансових відносин, які можуть застосовуватися з метою досягнення та підтримки належного рівня фінансової безпеки держави. Водночас вони не орієнтовані саме на безпеку фінансових відносин, а зазвичай спрямовані на активізацію окремих фінансових процесів, що, зі свого боку, можуть бути джерелами нових загроз для фінансової системи. З огляду на це, виникає необхідність у пошуку шляхів ефективного їх поєднання та формування специфічного інструментарію державного управління, призначеного саме для безпекоорієнтованого менеджменту у різних сегментах фінансового ринку, а також сфери публічних фінансів. Перспективу подальших досліджень убачаємо у розробленні інноваційного інструментарію забезпечення фінансової безпеки України з урахуванням тих традиційних і нетипових форм та видів фінансових ризиків і загроз, які є характерними для сучасного етапу її економічного відновлення.

Список використаних джерел:

1. Зачосова Н.В. Теоретико-методологічні засади управління економічною безпекою національної економіки. *Економічний форум*. 2018. № 2. С. 11–20.
2. Зачосова Н.В. Напрями стабілізації стану фінансової складової економічної безпеки національної економіки України. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* 2018. № 8(36). С. 14–18.
3. Зачосова Н.В. Формування стратегії фінансової безпеки України для потреб забезпечення економічної безпеки національної економіки. *Причорноморські економічні студії.* 2018. № 26. С. 58–62.
4. Занора В.О., Войтко С.В. Забезпечення економічної безпеки та політичної стабільності України на основі Індустрії 4.0 і плану Маршалла. *Управлінський аспект забезпечення фінансової безпеки України*. 2018. С. 231–251.

5. Воробець Т.І. Місце фондового ринку в системі забезпечення фінансової безпеки країни. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2012. № 4. С. 31–37.
6. Герасименко Е.М. Индексы фондового рынка как индикаторы экономической безопасности торговцев ценными бумагами. *Современный научный вестник.* 2010. № 11. С. 93.
7. Держбюджет-2019 у цифрах. Що підписав Порошенко. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/29641778.html (дата звернення: 19.07.2019).
8. ОВДП, що перебувають в обігу. URL: https://www.minfin.gov.ua/news/borg/ovdp-shcho-perebuvaiut-v-obihu (дата звернення: 20.07.2019).
9. Кробинець Г.В., Коляда Т.А. Управління бюджетним дефіцитом: вітчизняна практика та найкращий зарубіжний досвід. *Економіка і суспільство*. 2018. № 18. С. 122–128.
10. Про валюту і валютні операції : Закон України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/2473-19 (дата звернення: 10.07.2019).
11. Как избежать долговой ловушки в 2019 году. URL: https://zn.ua/macrolevel/kak-izbezhat-dolgovoy-lovushki-v-2019-godu-305495_.html (дата звернення: 15.07.2019).

References:

1. Zachosova N.V. (2018). Teoretyko-metodolohichni zasady upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu natsionalnoyi ekonomiky [Theoretical and methodological principles of economic security management of the national economy]. *Economic forum,* no 2, pp. 11–20.
2. Zachosova N.V. (2018). Napryamy stabilizatsiyi stanu finansovoyi skladovoyi ekonomichnoyi bezpeky natsionalnoyi ekonomiky Ukrayiny [Directions of stabilization of the state of the financial component of economic security of the national economy of Ukraine]. *Scientific notes of the National University of Ostroh Academy*, no 8(36), pp. 14–18.
3. Zachosova N.V. (2018). Formuvannya stratehiyi finansovoyi bezpeky Ukrayiny dlya potreb zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky natsionalnoyi ekonomiky [Formation of the financial security strategy of Ukraine for the needs of economic security of the national economy]. *Black Sea Economic Studies,* no 26, pp. 58–62.
4. Zanora V.O., Voytko S.V. (2018). Zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky ta politychnoyi stabilnosti Ukrayiny na osnovi Industriyi-4.0 i planu Marshala [Ensuring economic security and political stability of Ukraine on the basis of Industry-4.0 and Marshal's plan]. *Upravlinskyy aspekt zabezpechennya finansovoyi bezpeky Ukrayiny* [Management aspect of financial security of Ukraine]. Cherkasy, pp. 231–251.
5. Vorobets T.I. (2012). Mistse fondovoho rynku v systemi zabezpechennya finansovoyi bezpeky krayiny [The place of the stock market in the system of financial security of the country]. *Scientific herald of Poltava University of Economics and Trade. Sir. : Economics,* no 4. pp. 31–37.
6. Herasymenko E.M. (2010). Yndeksy fondovoho rynka kak yndykatory ekonomycheskoy bezopasnosty torhovtsev tsennymy bumahamy [Stock market indices as indicators of the economic security of securities traders]. *Modern scientific bulletin*, no 11. p. 93.
7. Derzhbyudzhet-2019 v tsyfrakh. Shcho pidpysav Poroshenko [The state budget-2019 in figures. Signed by Poroshenko] Available at: https://www.radiosvoboda.org/a/29641778.html (application date: 19.07.2019).
8. OVDP, shcho perebuvayut v obihu [T-bills that are in circulation]. Available at: https://www.minfin.gov.ua/news/borg/ovdp-shcho-perebuvaiut-v-obihu (application date: 20.07.2019).
9. Krobynets H.V., Kolyada T.A. (2018). Upravlinnya byudzhetnym defitsytom: vitchyznyana praktyka ta naykrashchyy zarubizhnyy dosvid [Budget deficit management: domestic practice and best foreign experience]. *Economics and Society*, no 18, pp. 122–128.
10. Pro valyutu i valyutni operatsiyi : Zakon Ukrayiny [About currency and currency transactions: Law of Ukraine]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/2473-19 (application date: 10.07.2019).
11. Kak yzbezhat dolhovoy lovushky v 2019 hodu [How to avoid a debt trap in 2019]. Available at : https://zn.ua/macrolevel/kak-izbezhat-dolgovoy-lovushki-v-2019-godu-305495_.html (application date: 15.07.2019).

УДК 331.5:314.17

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-36

Пушак Я.Я.
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та економічної безпеки
Львівського державного університету внутрішніх справ
Боднар Н.Р.
аспірант
Львівського державного університету внутрішніх справ

Pushak Yaroslav
Lviv State University of Internal Affairs
Bodnar Nazar
Lviv State University of Internal Affairs

ЗАВДАННЯ ТРУДОРЕСУРСНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

TASKS OF LABOR RESOURCE SECURITY IN THE CONDITIONS OF FORMING A POST-INDUSTRIAL ECONOMIC SYSTEM

Нові виклики, пов'язані зі зростанням трудової міграції, внутрішньої міграції з тимчасово окупованої території, скорочення чисельності населення та ін., вимагають внесення змін у структуру економічної безпеки держави із виділенням в її складі трудоресурсної безпеки. Сьогодні сформоване розуміння важливості забезпечення трудоресурсної безпеки, але відсутнє наукове підґрунтя для вирішення цієї складної проблеми. Запропоновано власне визначення трудоресурсної безпеки з обґрунтуванням ключових методичних засад її забезпечення. Розглянуто проблему забезпечення трудоресурсної безпеки виходячи з умов формування постіндустріальної економічної системи як орієнтиру для здійснення трансформаційних процесів у нашій країні. Визначено критерії формування постіндустріальної економічної системи, які характерні для країн-лідерів. Акцентовано увагу на необхідності протидії загрозам трудоресурсної безпеки, що пов'язані з посиленням міграційних процесів, зростанням цінності інтелектуальної праці, зменшенням попиту на фізичну працю, необхідністю вдосконалення системи освіти з орієнтацією на реалізацію програми «навчання впродовж життя», протидією зростанню соціальної напруженості.

Ключові слова: безпека, трудоресурсна безпека, трудові ресурси, постіндустріальна економічна система, інтерес, загроза.

Новые вызовы, связанные с ростом трудовой миграции, внутренней миграции с временно оккупированной территории, сокращение численности населения и др., требуют внесения изменений в структуру экономической безопасности государства с выделением в ее составе трудоресурсной безопасности. Сегодня сформировано понимание важности обеспечения трудоресурсной безопасности, но отсутствует научная основа для решения этой сложной проблемы. Предложено собственное определение трудоресурсной безопасности с обоснованием ключевых методических основ ее обеспечения. Рассмотрена проблема обеспечения трудоресурсной безопасности исходя из условий формирования постиндустриальной экономической системы как ориентира для совершения трансформационных процессов в нашей стране. Определены критерии формирования постиндустриальной экономической системы, характерные для стран-лидеров. Акцентировано внимание на необходимости противодействия угрозам трудоресурсной безопасности, связанные с усилением миграционных процессов, ростом ценности интеллектуального труда, уменьшением спроса на физический труд, необходимостью совершенствования системы образования с ориентацией на реализацию программы «обучение в течение жизни», противодействием росту социальной напряженности.

Ключевые слова: безопасность, трудоресурсная безопасность, трудовые ресурсы, постиндустриальная экономическая система, интерес, угроза.

New challenges associated with the growth of labor migration, internal migration from a temporarily occupied territory, a decrease in the population, etc., require changes in the structure of the state's economic security with the inclusion of labor resource security. Today, despite the existence of the

importance of ensuring labor resource security, there is no clear identification of its place and role in the system of economic security of the state. There is a certain identification with other components, in particular demographic and social. It can be argued that there is an understanding of the importance of ensuring labor security, but there is no scientific basis for solving this complex problem. The own definition of labor resource security as the ability of the state to ensure the formation, development, distribution, protection and efficient use of labor resources to achieve economic interests and enhance the competitiveness of the national economy is proposed. This definition also actualizes the importance of considering the development trends of the world economic system, in which over the past fifty years the position has dominated the need for a transition to a post-industrial economic system. The article considers the problem of ensuring labor resource security based on the conditions for the formation of a post-industrial economic system as a guide for the implementation of transformation processes in our country. The criteria for the formation of a post-industrial economic system that are characteristic of leading countries, in particular regarding the efficient use of information resources and the generation of new knowledge based on them, are determined, the share of the service sector is growing, the magnitude and speed of innovation is increasing, the demand for natural and labor resources is decreasing, value is growing workers engaged in working with information and creating new knowledge. Attention is focused on the need to counter threats to labor resource security related to the strengthening of migration processes, the growth of the value of intellectual labor, the decrease in demand for physical labor, the need to improve the education system with a focus on the implementation of the «lifelong learning» program, and to counteract the growth of social tension. It is substantiated that the achievement and maintenance of labor resource security at the proper level requires the assessment and forecasting of changes not only within a certain national economy, but proceeding from changes in the global dimension, in particular in the context of the formation of a post-industrial system.

Key words: security, labor resource security, labor resources, post-industrial economic system, interest, threat.

Постановка проблеми. Побудова постіндустріальної економічної системи – проблема не лише країн-лідерів економічного розвитку, а й необхідний орієнтир для інших, зокрема України, для подолання суттєвого розриву, який загрожуэ в майбутньому не лише посиленням економічної залежності, а й утратою суверенітету [7, с. 37].

В основі постіндустріальної економічної системи саме трудові ресурси відіграють ключову роль, адже здатні генерувати нові знання, які сприяють більш ефективному використанню природних ресурсів. Збереження, захист та сприяння розвитку трудових ресурсів сьогодні формують проблему, від вирішення якої залежить економічна безпека кожної держави. Існують реальні перешкоди для безпосереднього застосування іноземного досвіду, адже поточна структура, умови розвитку й стан національної економіки – унікальні внаслідок швидких і кардинальних змін. Поруч із цим в умовах України ця проблема стає все більш актуальною внаслідок складних внутрішніх трансформаційних процесів та посилення зовнішньополітичного тиску, що вимагає її розгляду в контексті забезпечення трудоресурсної безпеки як окремого складника економічної безпеки держави. Можна стверджувати, що сьогодні вже сформовано розуміння важливості забезпечення трудоресурсної безпеки, але відсутнє наукове підґрунтя для вирішення цієї складної проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою, яка пов'язана з відтворенням трудового потенціалу країни в рамках забезпечення національної безпеки, займалися такі науковці, як Н. Афендікова, І. Бажан, Л. Бондаренко, Є. Качан, Г. Наконечна, Д. Мельничук. Дослідження демографічних чинників реалізації трудового потенціалу здійснювали А. Аникаева, О. Бугуцький, О. Грішнова, О. Гераськенко, Т. Давидюк, Е. Лібанова, Є. Качан, С. Мельник, А. Пасєка, О. Рогожин, Л. Шаульська. Вплив міграційних процесів на рівень безпеки трудового потенціалу вивчали у своїх працях С. Аксьонова, Г. Балабанова, М. Гайгер, Т. Драгунова, Л. Крупка, О. Леонтенко, О. Малиновська та ін. Віддаючи належне вищезазначеним та іншим науковцям, що вивчали основні аспекти функціонування трудоресурсного забезпечення нашої країни, вбачаємо за необхідне долучитися до процесу дослідження такого важливого складника національної безпеки України, як трудоресурсна безпека, оскільки саме ця ланка дослідження потребує додаткового теоретичного та прикладного опрацювання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є узагальнення наукового доробку, формування сучасного трактування терміна «трудоресурсна безпека» та окреслення переліку ключових завдань в умовах побудови постіндустріальної економічної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Можна констатувати факт критично малої кількості наукових публікацій стосовно забез-

печення трудоресурсної безпеки, тобто визначення проблем, які стосуються цього складника економічної безпеки, є, але методологічний базис протидії загрозам та досягнення інтересів відсутній. Отже, у подальшому вважаємо за потрібне охарактеризувати поточний стан наукових досліджень та запропонувати власне розуміння суті трудоресурсної безпеки.

О. Коломієць у складі трудоресурсної безпеки виділяє три компоненти: «…демографічну, у межах якої відтворюються носії трудоресурсного потенціалу та формуються демографічні структури; соціальну, що включає позитивні й негативні чинники формування кількісних та якісних характеристик трудового потенціалу; економічну, що характеризує ефективність реалізації трудоресурсного потенціалу» [5, с. 140] та подає таке визначення цього складника економічної безпеки держави: «…стан захищеності трудових ресурсів у процесі їх формування, розподілу та використання від демографічних і соціальних загроз, а також загроз у сфері реалізації трудового потенціалу» [5, с. 143]. Уважаємо, що із запропонованим визначенням можна частково погодитися виходячи з конкретизації загроз, яким потрібно протистояти в процесі забезпечення трудоресурної безпеки. Водночас запропонована автором структура трудоресурсної безпеки має певні суперечливі моменти, зокрема через включення до неї демографічного, соціального та економічного складників. Це аргументується, перш за все, підходами до структуризації економічної безпеки держави, коли демографічна й соціальна безпека визначені самостійними складниками.

С. Бандура та О. Цимбал обґрунтовують визначення досліджуваного поняття як «…наявність у державі робочої сили достатньої кількості й якості, здатної забезпечити постійне піднесення вітчизняної економіки, а звідси – гарантувати високий рівень національної безпеки» [1, с. 23]. Уважаємо, що у цьому визначенні автори вірно поставили наголос на пріоритетності врахування глобалізаційних процесів, зростання інтенсивності яких посилює боротьбу за трудові ресурси як найбільш важливого джерела економічного зростання та формування постіндустріального суспільства. Вважаємо за доцільне погодитися і з тими аргументами, що сьогодні країни перебувають на різних етапах розвитку, як економічного, так й суспільного, отже, окремі з них отримують суттєві конкурентні переваги у боротьбі за людський капітал, у подальшому тим самим збільшуючи відрив від інших в економічному розвитку.

В. Капітан [4, с. 294] розглядає трудоресурсну безпеку в контексті розроблення методичних засад оцінювання рівня безпеки окремих регіонів. Автором сформовано сукупність показників для оцінювання з чітким виділенням трьох груп: демографічні передумови, економічна активність населення та прекаризація населення. Представленні розрахунки щодо рівня трудоресурсної безпеки регіонів України є цікавими, але поза увагою автора залишилася сфера виникнення загроз, яка пов'язана з трудовою міграцією та прихованою зайнятістю населення.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що сьогодні, попри існування важливості забезпечення трудоресурсної безпеки, відсутня чітка ідентифікація її місця та ролі в системі економічної безпеки держави. Існує певне ототожнення з іншими складниками, зокрема з демографічним та соціальним.

У нашому трактуванні трудоресурсна безпека – це здатність держави забезпечувати формування, розвиток, розподіл, захист та ефективне використання трудових ресурсів для досягнення економічних інтересів та посилення конкурентоспроможності національної економіки. Таке визначення актуалізує й важливість розгляду тенденцій розвитку світової економічної системи, в якій упродовж останніх 50 років домінує позиція щодо необхідності переходу до постіндустріальної економічної системи. Країни-лідери перебувають у процесі трансформації, тобто поетапно змінюють як структуру самої економічної системи, так і політику взаємодії з іншими країнами, які тепер розглядаються ними переважно як постачальники сировини для високотехнологічного виробництва, яке концентрується в них. Таку трансформацію П. Друкер пояснював як «…швидке перетворення знання у визначальний фактор виробництва, що відсовує на задній план капітал і робочу силу» [2, с. 71]. Продовженням цієї тези може слугувати висловлювання А. Чухно про те, що «…постіндустріальну економічну систему можна вважати новим видом економіки, що базується на інформаційно-інтелектуальній технології» [9, с. 74].

На основі фактичних даних про тенденції розвитку економічних систем країн-лідерів можна визначити такі основні риси, які притаманні постіндустріальному етапу:

– досягнення економічних інтересів забезпечується шляхом ефективного використання інформаційних ресурсів та генерування на їх основі нових знань. Результати аналітичних досліджень засвідчують, що 80% часу та витрат пов'язані з роботою з інформацією;

– у структурі національної економіки зростає частка сфери послуг (торгівля, освіта, охорона здоров'я, культура і т. д.). Так, наприклад, вона становила у 80-х роках у США 73,7%, у Фран-

ції – 66,8%, у Великобританії – 62,6% [9, с. 15] зі збільшенням у 2016-му у США до 79,5% та у Великобританії до 80,2%;

– має місце збільшення величини та швидкості впровадження інновацій, які мають суттєвий вплив на виробництво товарів та застосовуються все більшою кількістю населення;

– зменшується попит на природні та трудові ресурси внаслідок необмеженої можливості тиражування інформаційного продукту та отримання надприбутку;

– зростає цінність працівників, які зайняті в роботі з інформацією, та створення нових знань. Слушною є думка В. Іноземцева [3, с. 36], який підкреслює важливість творчого підходу працівників до виконання своїх обов'язків, що суттєво різниться від машинального виконання команд. Ф. Махлупом у 1962 р. був застосований такий термін, як «працівники інтелектуальної праці» [6, с. 57], що стало основою визначення частки такого класу у структурі трудових ресурсів, відстеження її зміни та орієнтиром для визначення ступеня переходу до постіндустріальної економічної системи;

– зменшення частки фізичної та збільшення інтелектуальної, творчої праці, що впливає на структуру витрат продукції й послуг;

– нові вимоги до працівників, коли «навчання впродовж життя» стає нормою для систематичного підвищення особистого освітнього потенціалу.

Із погляду забезпечення трудоресурсної безпеки перехід до постіндустріальної економічної системи можливий через формування та ефективне використання трудового потенціалу, що ускладнюється реальною боротьбою між країнами не лише за кваліфіковану робочу силу, а й передусім за працівників, які здатні генерувати нові знання. Відмінною є й підготовка кадрів, яка потребує формування системи, що орієнтована на розвиток творчих здібностей, застосування індивідуального підходу до кожного працівника з можливістю задоволення ним своїх потреб і досягнення інтересів з одночасним захистом його від негативного впливу зовнішнього середовища. Складність забезпечення трудоресурсної безпеки за таких умов зумовлена тим фактом, що кожен такий «працівник інтелектуальної праці» здобуває та примножує знання, які невіддільні від нього, тобто він володіє певною часткою цінних ресурсів виробництва, він є носієм знань, здібностей, якостей. При цьому висока мобільність трудових ресурсів вимагає розроблення та застосування спеціальних механізмів, реалізація яких повинна бути орієнтована на формування безпечних умов творчої діяльності та розвитку «працівника інтелектуальної праці».

Поруч із цим потрібно враховувати наявні тенденції у країнах-лідерах щодо зменшення попиту на фізичну працю, на заміну якій приходять автоматизовані лінії та застосування технологій на базі «штучного інтелекту». Посилення таких тенденцій не може залишитися без уваги в процесі забезпечення трудоресурсної безпеки, адже йдеться про посилення міграційних процесів, які будуть стосуватися перш за все висококваліфікованої робочої сили і працівників інтелектуальної праці, зниження доходів значної частини населення, зростання безробіття та змін у структурі зайнятості та соціальній сфері. Не можна залишити поза увагою збільшення кількості «маргиналів», тобто людей, які здатні до продуктивної праці, але не хочуть працювати через невміння вчасно пристосуватися до змін на ринку праці. Такі групи живуть за рахунок випадкових підробітків, а також жебракуючи та здійснюючи дрібні правопорушення, тобто формуючи нову «групу ризику», яка повинна перебувати в полі зору суб'єктів трудоресурсної безпеки.

У контексті визначення нових викликів для трудоресурсної безпеки доцільно взяти до уваги результати досліджень Е. Тодда [8, с. 56], який доводить наявність лінійної залежності між підвищенням інтелектуальної праці та зниженням рівня народжуваності. Хоча фактично не підтверджено існування такої лінійної залежності, але якщо порівняти індекс народжуваності в країнах із різним рівнем економічної розвитку, то він нижчий у країнах – лідерах економічного розвитку. Так, індекс народжуваності в Європі у 1900–1980 рр. становив 1,7, тоді як у цей же період в Азії – 2,9 [9]. Поруч із погіршенням екологічної ситуації, зростанням попиту на продовольчу продукцію, виникненням військових конфліктів і т. д. такі виклики можуть спричинити суттєві загрози, які пов'язані з демографічною кризою та зменшенням працездатного населення.

Висновки з даного дослідження. Досягнення та підтримка трудоресурсної безпеки на належному рівні вимагає оцінювання та прогнозування змін не лише в межах певної національної економіки, а й виходячи зі змін в глобальному вимірі, зокрема в контексті формування постіндустріальної системи. Сам перехід від індустріальної до постіндустріальної системи вносить суттєві зміни, пов'язані з формуванням, розвитком та використанням трудових ресурсів загалом та здатністю кожного індивідуума сприймати інформацію й генерувати на її основі нові знання зокрема. Під впливом глобалізаційних процесів, коли національні кордони фактично стираються, виникає потреба в розробленні механізмів, реалізація яких повинна забезпечити протидію ключовим загрозам для трудоресурсної безпеки, які виникають і за результатами переходу до постіндустріальної системи.

Список використаних джерел:

1. Бандур С.І., Цимбал О.І. Трудоресурсна безпека України в контексті глобалізації світової економіки. Київ : РВПС України НАН України, 2007. 68 с.
2. Друкер П. Посткапиталистическое общество. Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / под. ред. В.Л. Иноземцева. Москва : Academia, 1999. 360 с.
3. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. Москва : Academia ; Наука, 1998. 640 с.
4. Капітан В. Трудоресурсна безпека України в регіональному вимірі. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2014. Вип. 1(10). С. 294–302.
5. Коломієць О.О. Трудоресурсна безпека в системі національної безпеки України. *Стратегічні пріоритети*. 2014. № 2. С. 140–145.
6. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / пер. с англ. И. Дюмулен, У. Козлов, М. Штернгарц. Москва : Прогресс, 1966. 464 с.
7. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною безпекою підприємства : монографія / за заг. ред. А.М. Штангрета. Львів : Укр. акад. друкарства, 2017. 276 с.
8. Тодд Э. После империи. Pax Americana – начало конца / пер. с франц. Е.Н. Корендясова. Москва : Международные отношения, 2004. 231 с.
9. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. Київ : Логос, 2003. 632 с.

References:

1. Bandur, S. I., Cy`mbal, O. I. (2007). Trudoresursna bezpeka Ukrayiny` v konteksti globalizaciyi svitovoyi ekonomiky` [Labor and resource security of Ukraine in the context of the globalization of the world economy]. Kyyiv : RVPS Ukrainy NAN Ukrainy. (in Ukrainian)
2. Draker, P. (1999). Postkapitalisticheskoe obshhestvo. Novaja postindustrial'naja volna na Zapade: Antologija [Post-capitalist society. The New Post-Industrial Wave in the West: Anthology]. Moskva : Academia. Rossijskaja Federacija. (in Russian)
3. 3. Inozemcev, V. L. (1998). Za predelami jekonomicheskogo obshhestva [*Beyond Economic Society*]. Moskva : Academia. Rossijskaja Federacija. (in Russian)
4. Kapitan, V. (2014). Trudoresursna bezpeka Ukrainy v rehionalnomu vymiri [Labor resource safety of Ukraine in the regional dimension], Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava. 2015, Vol. 1(10) : 294–302. (in Ukrainian)
5. Kolomiiets, O. O. (2014). Trudoresursna bezpeka v systemi natsionalnoi bezpeky Ukrainy [Labor and labor safety in the system of national security of Ukraine]. Stratehichni priorytety. 2014, Vol. 2 : 140–145. (in Ukrainian)
6. Mahlup, F. (1966). Proizvodstvo i rasprostranenie znanij v SShA [Knowledge production and dissemination in the USA]. Moskva : Progress. Rossijskaja Federacija. (in Russian)
7. Shtanhreta, A. M. (2017). Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryyemstva [*Accounting and analytical support for managing the economic security of the enterprise*]. Lviv : Ukr. akad. drukarstva. (in Ukrainian)
8. Todd, Je. (2004). Posle imperii. Pax Americana – nachalo konca [After the empire. Pax Americana – the beginning of the end]. Moskva : Mezhdunarodnye otnoshenija. Rossijskaja Federacija. (in Russian)
9. Chukhno, A. A. (2003). Postindustrialna ekonomika: teoriia, praktyka ta yikh znachennia dlia Ukrainy [Postindustrial economy: theory, practice that is significant for Ukraine]. Kyyiv : Logos. (in Ukrainian)

УДК 330.55:330.43

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-37

Рубежанська В.О.
кандидат економічних наук,
асистент кафедри фінансів, обліку та банківської справи
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Rubezhanska Viktoriia
Luhansk Taras Shevchenko National University

МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ НА МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ

MODELING THE IMPACT OF THE NATIONAL LABOR MARKET ON THE COUNTRY'S MACROECONOMIC DEVELOPMENT

У статті розглянуто існуючі моделі взаємозв'язку ВВП та чинників, що впливають на нього, та встановлено відсутність економетричної моделі впливу системи показників національного ринку праці на ВВП України, вибір яких було б обґрунтовано наявністю тісного кореляційного взаємозв'язку з останнім. У зв'язку із цим серед низки показників розвитку національного ринку праці виділено ті, що мають найбільший тісний взаємозв'язок із величиною ВВП (кількість зайнятого населення, кількість інфраструктурних елементів ринку праці та інвестиції у ринок праці). За результатами побудови даної моделі здійснено аналіз характеру залежності між зазначеними показниками та макроекономічним розвитком країни. Встановлено, що показник зайнятості населення має негативний вплив, а показники кількості інфраструктурних елементів ринку праці та інвестицій у ринок праці позитивно впливають на ВВП. Дана модель може бути використана під час розроблення альтернативних прогнозів розвитку економіки країни.

Ключові слова: валовий внутрішній продукт, ринок праці, економетрична модель, зайнятість населення, інвестиції у ринок праці, інфраструктурні елементи ринку праці.

В статье рассмотрены существующие модели взаимосвязи ВВП и факторов, влияющих на него, и установлено отсутствие эконометрической модели влияния системы показателей национального рынка труда на ВВП Украины, выбор которых был бы обоснован наличием тесной корреляционной взаимосвязи с последним. В связи с этим среди ряда показателей развития национального рынка труда выделены показатели, имеющие наиболее тесную взаимосвязь с величиной ВВП (количество занятого населения, количество инфраструктурных элементов рынка труда и инвестиции в рынок труда). В результате построения данной модели проведен анализ характера зависимости между указанными показателями и макроэкономическим развитием страны. Установлено, что показатель занятости населения оказывает негативное влияние, а показатели количества инфраструктурных элементов рынка труда и инвестиций в рынок труда положительно влияют на ВВП. Данная модель может быть использована при разработке альтернативных прогнозов развития экономики страны.

Ключевые слова: валовой внутренний продукт, рынок труда, эконометрическая модель, занятость населения, инвестиции в рынок труда, инфраструктурные элементы рынка труда.

In the system of market management of the economy, forecasting is a tool by which strategic measures are developed to ensure the stable and efficient functioning of the state, individual enterprises, and households. Development of rational policy, making informed decisions are possible under the conditions of possessing adequate information about the future, which actually provides forecasting based on the calculation of econometric models of influence of relevant parameters on the macroeconomic development of the country. The article examines existing models of the relationship between GDP and the factors that influence it, and establishes the absence of an econometric model of the impact of the national labor market indicators on Ukraine's GDP, the choice of which would be justified by the presence of a close correlation relationship with the latter. In this connection, among the indicators of the national labor market, the most suitable for the calculation of the econometric model are identified on the basis of correlation analysis, namely those with the most close correlation with the value of GDP (number of employed population, number of infrastructure elements of the labor market and investment in the labor market). According to the results of the construction of an econometric model of the impact of national labor market indicators on the macroeconomic development of Ukraine, it is established that there is an inverse relationship between the employment indicator and GDP, which indicates a negative impact of this indica-

tor. This situation is due to the fact that the official indicators of the employment rate of the population do not take into account informal and shadow employment, which in turn are characterized by rapid growth. That is, the indicated employment indicator mainly reflects the level of informal employment, the growth of which contributes to the decline in the GDP of the country. The proposed econometric model of the dependence of the country's GDP on the indicators of the national labor market makes it possible to adjust measures to ensure innovative development of the labor market in the future and can be used in the process of developing alternative forecasts for the development of the national economy.

Key words: gross domestic product, national labor market, econometric model, employment, investment in the labor market, infrastructural elements of the labor market.

Постановка проблеми. У системі ринкового управління економікою інструментом, за допомогою якого відбувається розроблення стратегічних заходів для забезпечення стабільного та ефективного функціонування держави, окремих підприємств, домашніх господарств, є прогнозування. Розроблення раціональної політики, прийняття обґрунтованих рішень можливі за умов володіння адекватною інформацією про майбутнє, яку, власне, й надає прогнозування на основі розрахунку економетричних моделей впливу відповідних параметрів на макроекономічний розвиток країни.

Необхідність розроблення соціально-економічних прогнозів витікає з важливості визначення тенденцій, характеру, перспектив та варіантності розвитку економіки залежно від стану загальної ситуації в країні, а також зовнішньоекономічних чинників. Великого значення при цьому набуває визначення динаміки ВВП відповідно до змін, що відбуваються у соціальній сфері, зокрема на ринку праці.

У цілому метою прогнозування ВВП є створення уявлень про можливі варіанти економічного розвитку за тих чи інших припущень, концентрація уваги на небажаних процесах та інформування уряду про альтернативні шляхи подальших дій із метою перелому негативних тенденцій [1]. Можливість передбачення динаміки розвитку економіки країни – це один з основних результатів її ефективного регулювання, тому економічні дослідження, що проводяться з метою моделювання впливу певних показників на ВВП країни, необхідного для розроблення альтернативних прогнозів розвитку економки, актуальні як для економічної науки, так і для ефективного управління державою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Прогнозуванню динаміки ВВП та моделюванню його величини залежно від впливу економічних, соціальних, політичних чинників присвячено праці багатьох зарубіжних учених. Так, С. Дрітсакі здійснено моделювання та прогнозування реального ВВП Греції у короткостроковому періоді (2015–2017 рр.) із використанням моделі авторегресії – змінного середнього (AIRMA) [2]. У роботі Б. Маіті та Б. Чаттеррі зазначено, що ВВП визначає фінансовий стан країни й є найбільш важливою макроекономічною змінною, та здійснено довгострокове прогнозування (на 60 років) ВВП Індії за допомогою вищевказаної моделі [3]. Х. Занг із використанням трьох моделей (AIRMA, VAR, AR) досліджено прогнозування ВВП на душу населення у декількох регіонах Швеції за період із 1993 по 2009 р. [4]. У статті К. Амадео проаналізовано темпи росту ВВП Германії та економічні, соціальні, політичні чинники, що зумовили величину даного показника у 2017 р., без кількісного визначення ступеня впливу на ВВП цих чинників [5]. М. Закаї, Б. Йованік та М. Петровською здійснено прогнозування ВВП Пакистану та ВВП Македонії за допомогою використання моделей AIRMA, VAR, AR, FAVAR [6; 7]. Оцінці існуючих методик розрахунку та моделювання ВВП в Україні присвячено роботи С. Кваши, М. Давіденко, Ю. Пасічника, Т. Вяткіної, Н. Василевської, Т. Чупілко, І. Сіліної, М. Грінченко та інших науковців [8–10].

Віддаючи належне вищевказаним науковим здобуткам, слід відзначити недостатню кількість досліджень, спрямованих на прогнозування ВВП на основі розрахунків економетричних моделей впливу національного ринку праці на даний показник. При цьому в існуючих роботах не повною мірою відображено силу взаємозв'язку між ВВП та певними показниками ринку праці та недостатньо обґрунтовано доцільність використання для моделювання досліджуваних параметрів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є розроблення економетричної моделі впливу показників національного ринку праці на ВВП України для подальшого використання під час формулювання альтернативних прогнозів розвитку економіки країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Структуру національного ринку праці характеризує значний перелік показників, які відображають динаміку його розвитку. Для розрахунку економетричної моделі взаємозв'язку динаміки ВВП країни із зазначеними показниками останні повинні бути легко розрахованими та достовірними, кількісними, а не атрибутивними.

На нашу думку, для розрахунку економетричної моделі взаємозв'язку з ВВП кра-

їни слід застосовувати такі показники [11; 12]: кількість зайнятого населення; кількість безробітного населення; рівень неформальної зайнятості населення; навантаження зареєстрованих безробітних на одне вільне робоче місце або вакантну посаду; середня заробітна плата працівників за місяць; рівень економічної активності населення; частка заборгованості з виплати заробітної плати до загального фонду на кінець місяця; середня тривалість пошуку роботи безробітними; коефіцієнт (індекс) Джині; кількість інфраструктурних елементів ринку праці; інвестиції у ринок праці.

Для кількісного оцінювання впливу ринку праці на економічний розвиток країни пропонується використовувати спеціальну економетричну модель, яка є оптимізаційною статистичною n-галузевою моделлю.

У результаті проведеного дослідження існуючих моделей взаємозв'язку ВВП та чинників, що впливають на нього, встановлено відсутність економетричної моделі впливу на ВВП України показників національного ринку праці, вибір яких було б обґрунтовано наявністю тісного кореляційного взаємозв'язку з ВВП. Тому в процесі розрахунку економетричної моделі серед сукупності основних показників функціонування національного ринку праці нами використовувалися лише ті показники, які мали найбільший коефіцієнт кореляції з рівнем ВВП. Так, найбільший взаємозв'язок із рівнем ВВП країни мали такі показники національного ринку праці, як зайняте населення, кількість інфраструктурних елементів ринку праці, інвестиції у ринок праці. Саме ці показники ми будемо використовувати під час моделювання динаміки зміни ВВП. Вихідні дані по зазначених показниках було систематизовано на основі статистичної інформації Державної служби статистики України та відображено у табл. 1.

Вплив кожного показника буде визначатися за умови, що всі інші складники є незмінними. За допомогою економетричної моделі можна розрахувати, який із наведених показників ринку праці надає найбільший вплив на економічний розвиток країни.

Відбір та аналіз факторних ознак, що включаються до моделі множинної регресії для Y, відбувається за певною логікою відповідно до методу Брандона. Так, відбір факторних ознак проводиться за допомогою часткових коефіцієнтів кореляції. При цьому необхідно, щоб коефіцієнт кореляції r залежності між результуючим показником Y та кожним j-м фактором x_j був відмінний від нуля та фактори $x_1, x_2, \supset, x_n$ повинні бути попарно незалежними.

На Y здійснюють сильний вплив

$$X_1 \left(r_{yx_1/x_2,x_3,x_4} = -0,928908616\right),$$

$$X_2 \left(r_{yx_2/x_1,x_3,x_4} = 0,870011556\right).$$

Більш помірний вплив здійснює

$$X_3 \left(r_{yx_3/x_1,x_2,x_4} = 0,846040458\right).$$

Виходячи із зазначеного, у вигляді пари факторів для побудови множинної регресії вибираємо наступні X_1, X_2, X_3:

зайняте населення, тис осіб $-X_1$;

кількість інфраструктурних елементів ринку праці, одиниць $-X_2$;

інвестиції у ринок праці, млн грн $-X_3$.

Для побудови рівняння множинної нелінійної регресії використаємо метод Брандона.

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку економетричної моделі

Період	Реальний ВВП, тис грн	Зайняте населення, тис осіб	Кількість інфраструктурних елементів ринку праці, одиниць	Інвестиції у ринок праці, млн грн
	Y	X_1	X_2	X_3
2006	491951	20730,4	805	254100
2007	611439	20904,7	987	285067
2008	767957	20972,3	1096	290857
2009	840844	20191,5	1098	345890
2010	949619	19164,0	1107	315208
2011	1138338	19181,7	1152	305069
2012	1303094	19317,8	1204	3206164
2013	1404293	19399,7	1209	2870626
2014	1369190	19035,2	1215	2940613
2015	1431826	17396,0	1244	3060160
2016	2037084	17303,6	1269	3249640
2017	2444191	17193,2	1292	3356807

Джерело: сформовано автором за даними [13]

1. Для розрахунку середнього значення скористаємося формулою (1):

$$\bar{y} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N} y_i . \quad (1)$$

2. Кожне *i*-е спостереження y_1 було перетворено за формулою (2):

$$y_{0i} = \frac{y_i}{\bar{y}}. \quad (2)$$

3. Для пари змінних y_{0i} і x_i так само як і за парної регресії, вибираємо вид залежності з максимальним рівнем специфікації за критерієм Дарбина-Уотсона та за величиною кореляційного відношення η (3):

$$\tilde{y}_0 = f(x_1). \quad (3)$$

Ураховуючи значимість коефіцієнтів регресії і рівняння у цілому, величину кореляційного відношення та коефіцієнта кореляції (для лінійної моделі), точність апроксимації та відсутність автокореляції, серед можливих рівнянь регресії (табл. 2–4) виберемо оптимальні моделі для показників X_1, X_2, X_3.

Таблиця 2

Рівняння парної регресії для YX_1

Рівняння регресії	Оптимальна модель	Коефіцієнти	Коефіцієнт кореляції	Коефіцієнт детермінації, R^2	Коефіцієнт Фішера, F
$Y = a_0 + a_1x_1$		13861318,03 -8344,977566	0,928908616	0,862871217	56,63173536
$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_1^2$		-2362011,009 13158,26354 -7,117550275	0,929784739	0,86449966	25,52022112
$Y = a_0+a_1x_1+a_2x_1^2 +a_3x_1^3$	$Y=2580663492,797-5129023,651x_1+3402,571x_1^2-0,753x_1^3$	2580663493 -5129023,651 3402,570987 -0,753071265	0,945817369	0,894570495	19,79835868
$Y = a_0+a_1\frac{1}{x_1}$		-11305407,23 18952761987	0,927173516	0,859650729	55,12573401
$Y = \frac{1}{a_{0+}a_1 x_1}$		-1,06382E-05 7,65311E-09	0,820846725	0,673789346	18,58953424
$Y = \frac{1}{a_0 + a_1x_1 + a_2x_1^2}$		0,000143426 -1,96552E-07 6,75916E-11	0,900076503	0,810137712	17,06790157
$Y = \frac{x_1}{a_0 + a_1 x_1}$		-0,017711727 1,26584E-05	0,830023138	0,68893841	19,93317685
$Y = a_0 + a_1\sqrt{x_1}$		26445943,07 -648222,1101	0,928554613	0,862213669	56,31852548
$Y = a_0+a_1\frac{1}{x_1^2}$		-5012672,2 1,4254E+13	0,925988484	0,857454672	54,13781114

Джерело: розраховано автором

Таблиця 3

Рівняння парної регресії для YX_2

Рівняння регресії	Оптимальна модель	Коефіцієнти	Коефіцієнт кореляції	Коефіцієнт детермінації, R^2	Коефіцієнт Фішера, F
$Y = a_0 + a_1x_1$		0,474768731 0,000466967	0,425034663	0,180654464	1,984376688
$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_1^2$		-0,173282678 0,001734961 -6,07122E-07	0,432881479	0,187386375	0,922388545
$Y = a_0+a_1x_1+a_2x_1^2+a_3x_1^3$		-3,779176289 0,012397098 -1,09479E-05 3,29703E-09	0,434990515	0,189216748	0,54454226

(Закінчення таблиці 2)

Рівняння регресії	Оптимальна модель	Коефіцієнти	Коефіцієнт кореляції	Коефіцієнт детермінації, R^2	Коефіцієнт Фішера, F
$Y = a_0 + a_1 \frac{1}{x_1}$		1,444062171 -491,6436416	0,433215573	0,187675733	2,079319381
$Y = \frac{1}{a_{0+} a_1 x_1}$	$Y = \frac{1}{1{,}621 - 0{,}00053 x_2}$	1,620825671 -0,000533484	0,458488396	0,210211609	2,395457445
$Y = \frac{1}{a_0 + a_1 x_1 + a_2 x_1^2}$		2,008077615 -0,001291191 3,62794E-07	0,460819616	0,212354719	1,07842819
$Y = \frac{x_1}{a_0 + a_1 x_1}$		560,4434971 0,51462524	0,407586584	0,166126824	1,793008165
$Y = a_0 + a_1 \sqrt{x_1}$		-0,010820854 0,030193877	0,427799913	0,183012766	2,016084001
$Y = a_0 + a_1 \frac{1}{x_1^2}$		1,202206735 -243205,3967	0,434532398	0,188818405	2,094926278

Джерело: розраховано автором

Таблиця 4

Рівняння парної регресії для YX_3

Рівняння регресії	Оптимальна модель	Коефіцієнти	Коефіцієнт кореляції	Коефіцієнт детермінації, R^2	Коефіцієнт Фішера, F
$Y = a_0 + a_1 x_1$		0,873779999 7,3712E-08	0,600561127	0,360673667	5,0773178
$Y = a_0 + a_1 x_1 + a_2 x_1^2$		0,814730833 2,86379E-07 -6,28126E-14	0,609317595	0,371267932	2,3620105
$Y = a_0 + a_1 x_1 + a_2 x_1^2 + a_3 x_1^3$		0,855253196 1,23465E-07 3,23159E-14 -1,50674E-20	0,609478292	0,371463788	1,3789959
$Y = a_0 + a_1 \frac{1}{x_1}$		1,121585174 -66962,39391	0,606009979	0,367248095	5,2235842
$Y = \frac{1}{a_{0+} a_1 x_1}$		1,179154869 -8,59771E-08	0,594431823	0,353349192	4,9178671
$Y = \frac{1}{a_0 + a_1 x_1 + a_2 x_1^2}$		1,228134526 -2,62379E-07 5,21013E-14	0,598830673	0,358598175	2,2363402
$Y = \frac{x_1}{a_0 + a_1 x_1}$	$Y = \frac{x_3}{77544{,}97 + 0{,}89 x_3}$	77544,97097 0,890166329	0,991812931	0,98369289	542,90651
$Y = a_0 + a_1 \sqrt{x_1}$		0,80231792 0,000170252	0,603031804	0,363647357	0,3636474
$Y = a_0 + a_1 \frac{1}{x_1^2}$		1,098146385 -17395609970	0,60390094	0,364696345	5,166454

Джерело: розраховано автором

Після визначення $\tilde{y}_{n-1} = f(x_n)$ побудуємо загальну формулу множинної регресії (4):

$$\tilde{y} = \tilde{y} * \prod_{k=0}^{n-1} \tilde{y}_k = \bar{y} * \prod_{k=0}^{n-1} f(x_{k+1}). \quad (4)$$

Вона має вигляд (5):

$$Y' = \left(2580663492{,}797 - 5129023{,}651 x_1 + 3402{,}571 x_1^2 - 0{,}753 x_1^3\right) \cdot \left(\frac{1}{1{,}621 - 0{,}00053 x_2}\right) \cdot \left(\frac{x_3}{77544{,}97 + 0{,}89 x_3}\right). \quad (5)$$

Таблиця 5

Результати розрахунку економетричної моделі впливу показників національного ринку праці на макроекономічний розвиток України

Період	Реальний ВВП, тис грн	Зайняте населення, тис осіб	Кількість інфраструктурних елементів ринку праці, одиниць	Інвестиції у ринок праці, млн грн
	Y′	F_1	F_2	F_3
2006	619441,5	884226,2	0,837276	0,836698
2007	687756,3	877421,8	0,910838	0,860568
2008	762613,2	917432,6	0,961428	0,864597
2009	1181671	1368032	0,962408	0,897513
2010	1137852	1336937	0,966847	0,880272
2011	1212112	1401363	0,989668	0,873982
2012	1575938	1416036	1,017418	1,093869
2013	1560797	1402976	1,020169	1,090497
2014	1869435	1673779	1,023489	1,091262
2015	1854957	1632852	1,039847	1,09249
2016	2574737	2231614	1,054374	1,094256
2017	2175974	1860200	1,068102	1,095169

Джерело: розраховано автором

Результати розрахунку економетричної моделі взаємозв'язку показників національного ринку праці на ВВП України відображено у табл. 5.

Запропонована модель впливу показників національного ринку праці на макроекономічний розвиток країни демонструє обернену залежність між показником зайнятості населення та ВВП, що вказує на негативний вплив цього показника. Така ситуація зумовлена тим, що офіційні показники рівня зайнятості населення не враховують неформальну та тіньову зайнятість, які, своєю чергою, характеризуються швидкими темпами росту. Тобто зазначений показник зайнятості населення відображає здебільшого рівень неофіційної зайнятості, ріст якої сприяє зниженню рівня ВВП країни.

Збільшення кількості інфраструктурних елементів та інвестицій знаходяться у прямій залежності від ВВП, що вказує на позитивний вплив зазначених показників ринку праці на ВВП країни.

Таким чином, побудована економетрична модель залежності рівня ВВП країни від показників національного ринку праці дає змогу отримувати прогнозне значення ВВП (тобто Y) залежно від зміни показників: зайнятості населення (X_1), кількості інфраструктурних елементів (X_2) та інвестицій у ринок праці (X_3), а також коригувати заходи забезпечення інноваційного розвитку національного ринку праці у перспективі.

Висновки з даного дослідження. У результаті проведеного дослідження існуючих моделей взаємозв'язку ВВП та чинників, що впливають на нього, встановлено відсутність економетричної моделі впливу системи показників національного ринку праці на ВВП України, вибір яких було б обґрунтовано наявністю тісного кореляційного взаємозв'язку з останнім. У зв'язку із цим за допомогою кореляційного аналізу виділено найбільш підходящі показники для розрахунку економетричної моделі (кількість зайнятого населення, кількість інфраструктурних елементів ринку праці та інвестиції у ринок праці). За результатами розрахунку зазначеної моделі встановлено, що показник зайнятості населення має негативний вплив на ВВП через відображення у своєму складі здебільшого неформальної та тіньової зайнятості. Показники кількості інфраструктурних елементів ринку праці та інвестицій у ринок праці мають позитивний вплив на ВВП. Дана модель може бути використана під час розроблення альтернативних прогнозів розвитку економіки країни.

Список використаних джерел:

1. Корабльов М.М., Чмир О.С. Удосконалення прогнозування регіонального розвитку. *Вісник ДДФА. Економіка.* 2008. № 1. С. 164–170.
2. Dritsaki C. Forecasting Real GDP Rate through Econometric Models: An Empirical Study from Greece. *International Business.* № 3(1). P. 13–19. URL : http://dx.doi.org/10.15640/jibe.v3n1a2 (дата звернення: 05.08.2019).

3. Maity B., Chatterjee B. Forecasting GDP growth rates of India: An empirical study. *International Journal of Economics and Management Sciences*. № 1(9). P. 52–58. URL : https://www.researchgate.net/publication/281306701 (дата звернення: 05.08.2019).
4. Zhang H. Modeling and forecasting regional GDP in Sweden using autoregressive models. *Working Paper Högskolan Dalarna University.* Sweden. URL: http://www.statistics.du.se/essays/BI_D13_HaonanZhang.pdf (дата звернення: 05.08.2019).
5. Amadeo K.A. Germany's economy, successes and challenges. *World Economy.* Europe, June 7. URL: https://www.thebalance.com/germany-s-economy-3306346 (дата звернення: 05.08.2019).
6. Zakai M. A time series modeling on GDP of Pakistan. *Journal of Contemporary Issues in Business Research.* № 3(4). P. 200–210. URL: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.680.3633&rep=rep1&type=pdf (дата звернення: 05.08.2019).
7. Jovanovic B., Petrovska M. Forecasting Macedonian GDP: Evaluation of different models for short-term forecasting. *Working Paper National Bank of the Republic of Macedonia.* P. 1–37. URL: http://www.nbrm.mk/WBStorage/Files/WebBuilder_ForecastingMacedonianGDP.pdf (дата звернення: 05.08.2019).
8. Kvasha S., Davydenko N., Pasichnyk Y., Viatkina T., Wasilewska N. GDP modelling: assessment of methodologies and peculiarities of its usage in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management.* № 16(4). P. 186–200. URL: http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(4).2018.16 (дата звернення: 05.08.2019).
9. Чупілко Т.А., Сіліна І.С., Колєснік Є.О. Моделювання ВВП та факторів, що впливають на його зміну. *Економіка та держава.* 2017. № 11. С. 68–71.
10. Гринченко М.А. Технология прогнозирования процессов развития макроэкономических систем в условиях государственных механизмов регулирования. *Восточноевропейский журнал передовых технологий.* 2011. № 1/7(49). С. 24–26.
11. Рубежанська В.О. Методологія оцінки функціонування регіональних ринків праці з позиції системного підходу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки».* 2017. № 25. С. 73–76.
12. Рубежанська В.О. Національний ринок праці: ключові аспекти державного регулювання : монографія. Харків : Новий курс, 2019. С. 160–162.
13. Державна служба статистики України : *офіційний сайт*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 05.08.2019).

References:

1. Korablov M.M., Chmyr O.S. (2008). Udoskonalennya prognozuvannya regionalnogo rozvytku [Improving regional development forecasting]. *Visnyk DDFA: Ekonomika,* 1, 164–170. (in Ukrainian)
2. Dritsaki C. (2015). Forecasting Real GDP Rate through Econometric Models: An Empirical Study from Greece. *International Business,* 3(1), 13–19. Retrieved from: http://dx.doi.org/10.15640/jibe.v3n1a2 (accessed: 05 August 2019).
3. Maity B., Chatterjee B. (2012). Forecasting GDP growth rates of India: An empirical study. *International Journal of Economics and Management Sciences,* 1(9), 52–58. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/281306701 (accessed: 05 August 2019).
4. Zhang H. (2013). Modeling and forecasting regional GDP in Sweden using autoregressive models. Working Paper, *Högskolan Dalarna University,* Sweden. Retrieved from: http://www.statistics.du.se/essays/BI_D13_HaonanZhang.pdf (accessed: 05 August 2019).
5. Amadeo K.A. (2018). Germany's economy, successes and challenges. *World Economy.* Europe, June 7. Retrieved from: https://www.thebalance.com/germany-s-economy-3306346 (accessed: 05 August 2019).
6. Zakai M. (2014). A time series modeling on GDP of Pakistan. *Journal of Contemporary Issues in Business Research,* 3(4), 200–210. Retrieved from: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.680.3633&rep=rep1&type=pdf (accessed: 05 August 2019).
7. Jovanovic B. & Petrovska M. (2010). Forecasting Macedonian GDP: Evaluation of different models for short-term forecasting. Working Paper, *National Bank of the Republic of Macedonia,* 1–37. Retrieved from: http://www.nbrm.mk/WBStorage/Files/WebBuilder_ForecastingMacedonianGDP.pdf (accessed: 05 August 2019).
8. Kvasha S., Davydenko N., Pasichnyk Y., Viatkina T., Wasilewska N. (2018). GDP modelling: assessment of methodologies and peculiarities of its usage in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management,* 16(4), 186–200. Retrieved from: http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(4).2018.16 (accessed: 05 August 2019).
9. Chupilko T.A., Silina I.S., Kolyesnik Ye.O. (2017). Modelyuvannya VVP ta faktoriv, shho vplyvayu` na jogo zminu [Modeling of GDP and factors that influence its change]. *Ekonomika ta derzhava,* 11, 68–71. (in Ukrainian)
10. Grinchenko M.A. (2011). Tehnologiya prognozirovaniya protsessov razvitiya makroekonomicheskih sistem v usloviyah gosudarstvennyih mehanizmov regulirovaniya [Technology for predicting the

development processes of macroeconomic systems in the context of state regulatory mechanisms]. *Vostochno-Evropeyskiy zhurnal peredovyih tehnologiy,* 1/7 (49), 24–26. (in Russian)
11. Rubezhanska V.O. (2017). Metodologiya ocinky funkcionuvannya regionalnyx rynkiv praci z pozyciyi systemnogo pidxodu [Methodology for assessing the functioning of regional labor markets from a systematic approach]. *Naukovyj visnyk Xersonskogo derzhavnogo universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»,* 25, 73–76. (in Ukrainian)
12. Rubezhanska V.O. (2019). Nacionalnyj rynok praci: klyuchovi aspekty derzhavnogo regulyuvannya: monografiya [National labor market: key aspects of state regulation: monograph]. Xarkiv: SG NTM «Novyj kurs», 160–162. (in Ukrainian)
13. Державна служба статистики України: офіційний сайт. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/ (accessed: 05 August 2019).

УДК 338.48

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-38

Юхновська Ю.О.
кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри «Фінанси та економічна безпека»
Дніпропетровського національного університету
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаря

Yukhnovska Yulia
Dnipropetrovsk National University of Railway Transport
named after Academician V. Lazar

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ

DEVELOPMENT STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF THE CLUSTER OF THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE AND THE ZAPOROZHE REGION

У статті проаналізовано публікації вітчизняних та іноземних науковців щодо розвитку кластерів в туристичній галузі України та її регіонів, чинники, які впливають на розвиток світової економіки, світового устрою, політику низки держав і регіонів світу, ключові моменти туристичної кластеризації. Запропоновано умови результативності туристичного кластеру, механізм і реалізація відповідних методів за допомогою узгодження стратегії розвитку туристичної галузі країни та її регіонів, стратегічні напрями розвитку туристичної галузі Запорізького регіону. Виявлено основні проблеми щодо розвитку туристичної галузі на основі кластеризації країни та регіонів, зокрема Запорізького. Розроблено практичні рекомендації щодо підвищення ефективності використання цього інструмента в Україні, визначено перспективні напрями створення нових туристичних кластерів.

Ключові слова: туризм, інвестиції, кластер, туристичний кластер, стратегія, розвиток, стратегічний напрям, ефект.

В статье проанализированы публикации отечественных и зарубежных ученых по развитию кластеров в туристической отрасли Украины и ее регионов, факторы, влияющие на развитие мировой экономики, мирового уклада, политику ряда государств и регионов мира, ключевые моменты туристической кластеризации. Предложены условия результативности туристического кластера, механизм и реализация соответствующих методов с помощью согласования стратегии развития туристической отрасли страны и ее регионов, стратегические направления развития туристической отрасли Запорожского региона. Выявлены основные проблемы по развитию туристической отрасли на основе кластеризации страны и регионов, в частности Запорожского. Разработаны

практические рекомендации по повышению эффективности использования этого инструмента в Украине, определены перспективные направления создания новых туристических кластеров.

Ключевые слова: туризм, инвестиции, кластер, туристический кластер, стратегия, развитие, стратегическое направление, эффект.

The article analyzes the publications of domestic and foreign scientists on the development of clusters in the tourism industry of Ukraine and its regions, factors affecting the development of the world economy, world order, policies of several countries and regions of the world, analyzed the key points of tourism clustering and suggested the scheme mechanism and implementation of appropriate methods by means of coordination of strategy of development of tourism industry of the country and its regions is proposed, proposed o strategic directions of development of tourism industry of Zaporizhzhya region, taking into account features of tourism industry, increase of efficiency of functioning of tourist cluster in Zaporizhzhya region can be realized through coordination of development strategy with elements of organizational and economic mechanism and implementation of appropriate methods and techniques of organizational and economic mechanism on micro-economic mechanism and macro-levels, identified the main problems with the development of tourism industry based on clustering of countries and regions, Zaporizhzhya, developed practical recommendations to improve the efficiency of using this tool in Ukraine and identify promising directions for the creation of new tourist clusters. Focusing on the dynamic development and results of effective inter-sectoral interaction of different structures of the tourist cluster of the region, it is advisable to search and research scientific directions for improving the mechanism of development of functioning at each level, positive economic and social functions of tourism cluster development are highlighted: creation of new jobs for the local population; promotion of traditional forms of environmental management, production of environmentally friendly food; increased investment in both infrastructure and service and nature conservation; increasing the well-being of the local population and the development of special education aimed at acquiring tourism and environmental professions; development of crafts; development of local self-government; formulation of development plans "from the inside", taking into account the interests of local residents.

Key words: tourism, investment, cluster, tourist cluster, strategy, development, strategic straightforward, effect.

Постановка проблеми. Нині туризм – це досить глибоке соціально-економічне явище, яке має вплив на розвиток світової економіки, світового устрою, політику низки держав і регіонів світу. На сучасному етапі розвитку у сфері туризму відбувається інтегрування культур і транспорту, екології та зайнятості населення, готельного бізнесу та санаторно-курортного комплексу, безпеки й міжнародних економічних відносин. Для будь-яких країн, муніципальних утворень, державних суб'єктів, а також окремої особистості важливим є розвиток туристичної галузі.

Сьогодні в нашій країні туристична галузь стала розвиватися швидкими темпами, почала якісно змінюватися. Її розвиток став динамічніше, ефективніше, а її робота стала набувати глобального характеру. З боку уряду й регіональної влади стало змінюватися саме ставлення до туризму. Наша країна має високий туристичний потенціал, однак у деяких регіонах України відсутні зрілі, конкурентоздатні туристичні кластери, зокрема Запорізькому регіоні, які здатні визначити за світовими мірками унікальні природні пам'ятки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження кластерів туристичної галузі присвячені праці як зарубіжних, так і вітчизняних учених. Серед них слід назвати таких, як Е.Б. Квашніна, М.П. Войнаренко [1], Ю.А. Маркова, І.Г. Шепелєв [6], М.В. Подсолонко, Е.Г. Басиладзе [5], А.А. Теребух, І.М. Писаревський [3], О.Ю. Вороніна [2], А.Г. Охрименко [4], Д.В. Стеченко, С.І. Соколенко, А.М. Требуха, М.В. Карамушка, В.М. Зайцева, Т.В. Цихан [7] І.М. Філіпчук [8].

Метою статті є вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду розвитку туристичної галузі за допомогою створення кластерів, розроблення практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності використання цього інструмента в Україні, визначення перспективних напрямів створення нових туристичних кластерів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні розвиток територіальних кластерів є одним з перспективних напрямів туристичної галузі, важливою умовою підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки, інтенсифікації механізмів приватно-державного партнерства. Роль туристичних кластерів досить велика. Успішний розвиток кластерів позитивно позначається на зміцненні та розвитку економічної ситуації в регіоні, оскільки туристичні кластери мають політичне значення для органів влади. Ключовим моментом туристичної кластеризації є отримання результатів від об'єднання, які будуть залежати від форм співпраці та очікувань учасників. Схематично умови результативності туристичного кластеру наведено на рис. 1.

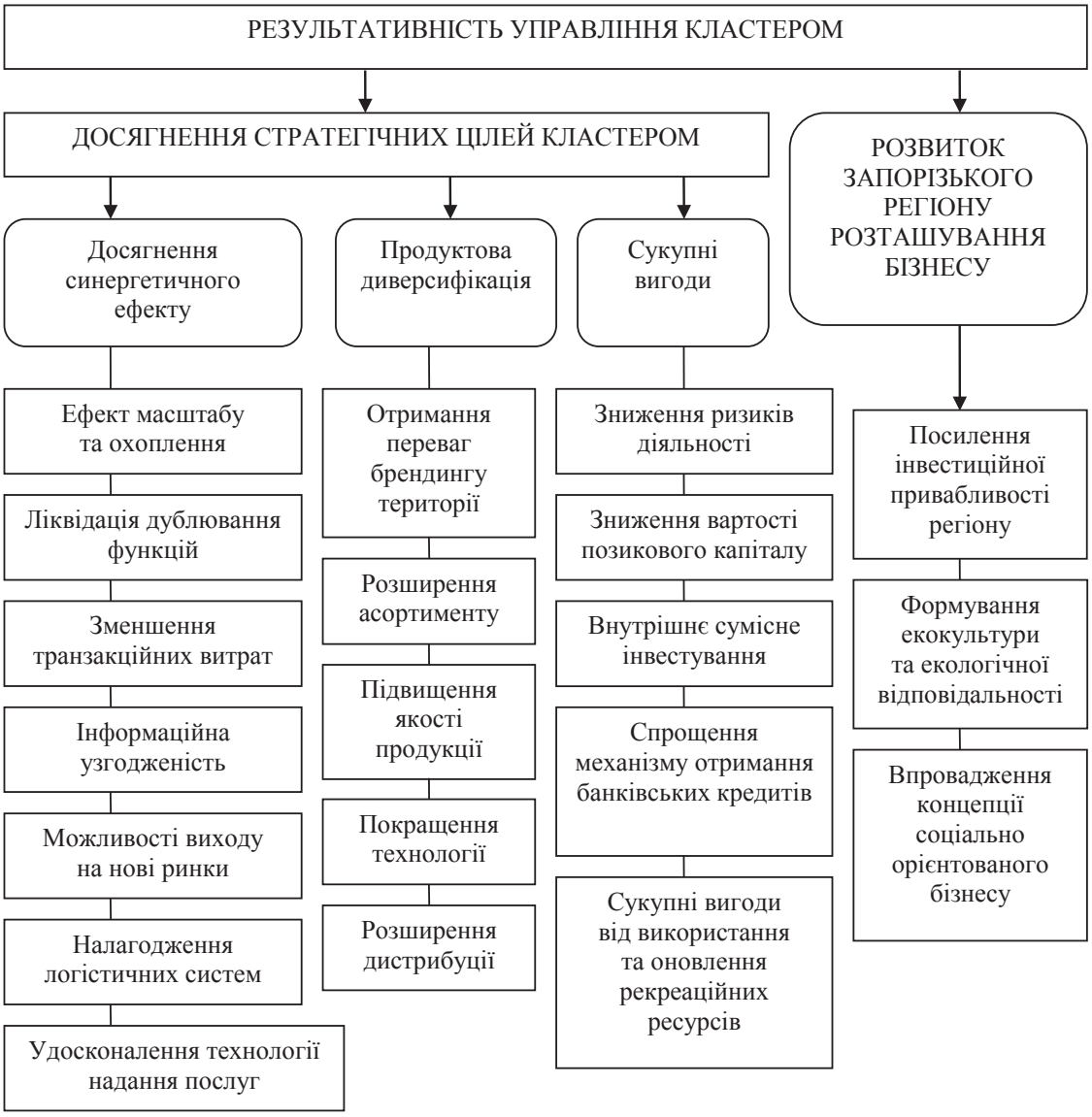

Рис. 1. Результативність туристичного кластеру

З огляду на особливості туристичної галузі підвищити ефективність функціонування туристичного кластеру в Запорізькому регіоні можна за допомогою узгодження стратегії розвитку з елементами організаційно-економічного механізму та реалізації відповідних методів і прийомів організаційно-економічного механізму на мікро-, мезо- та макрорівнях, що схематично наведено на рис. 2.

Запропонована на рис. 2 схема розроблення та забезпечення реалізації стратегії розвитку туристичного кластеру демонструє залежність та взаємозв'язок між окремими елементами організаційно-економічного механізму.

Орієнтуючись на динамічний розвиток та результати ефективної міжгалузевої взаємодії різних структур туристичного кластеру регіону, доцільним вважаємо пошук і дослідження наукових напрямів удосконалення механізму розвитку функціонування на кожному рівні. Також заслуговує на увагу пошук шляхів нарощування й активізації економічного потенціалу туристичного кластеру, конкретні характеристики використання якого безпосередньо залежать від наявних у регіоні туристичних ресурсів та попиту (внутрішнього та зовнішнього відносно України), рівня господарської взаємодії галузей регіональної економіки.

Таким чином, для розвитку туристичного кластеру Запорізького регіону необхідним є вжиття узгоджених заходів на мікро-, мезо- та макрорівнях. На макрорівні першочерговими завданнями є підвищення якісного обслуговування туристів, формування мережі малих приватних готелів і засобів розміщення інших типів, поступовий розвиток інфраструктури обслуговування. На мезорівні важливими

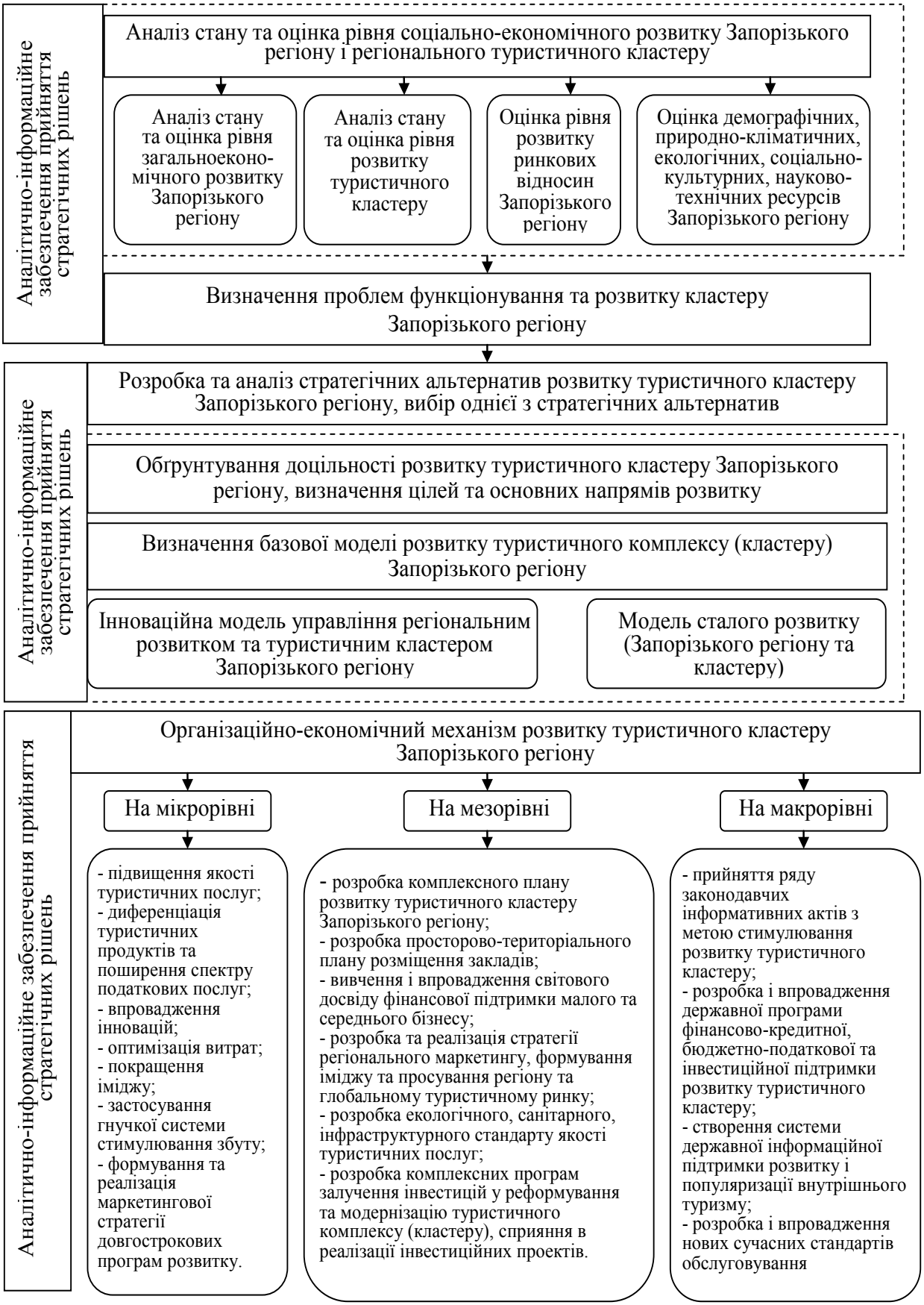

Рис. 2. Схема формування стратегії розвитку туристичного кластеру Запорізького регіону та організаційно-економічний механізм її реалізації

питаннями є формування перспективних планів територіально-просторової розбудови рекреаційних зон та регулювання рекреаційного навантаження на рекреативних територіях з подальшим їх використанням у рекреаційних цілях, реалізація комплексу регіонального маркетингу з просування Запорізького регіону як привабливого місця для туризму. На макрорівні важливими завданнями є міжгалузева координація та формування позитивного іміджу України на міжнародному туристичному ринку, розроблення загальнонаціональних програм стимулювання внутрішнього туризму, поступове вдосконалення законодавства у сфері туризму, підвищення державних вимог та стандартів у галузі, застосування загальнонаціональних складових організаційно-економічного механізму розвитку, а саме організаційних, економічних, фінансово-інвестиційних, соціальних та екологічних.

Виходячи зі схеми формування стратегії розвитку туристичного кластеру Запорізького регіону та організаційно-економічного механізму її реалізації, запропонуємо стратегічні напрями розвитку туристичної галузі Запорізького регіону (рис. 3). Нормативно-правове забезпечення галузі передбачає стандартизацію санітарних правил та вимог, які мають також відповідати критеріям акредитації закладів. Нині необхідно аналізувати якість послуг, які пропонуються, зокрема послуг з розміщення, харчування. Необхідно створити чіткі критерії класифікації закладів розміщення, особливо оздоровчого спрямування, та врахування їх класу під час надання послуг споживачам.

Створені в період планової економіки заклади мають тенденції продовження організації діяльності у безконкурентному середовищі, що є неефективним у сучасних умовах ринку. Для цього необхідно підготувати або перепідготувати персонал закладів для організації обслуговування з урахуванням нових підходів.

Пілотними проектами для регіону мають стати грязьові курорти м. Бердянська та смт. Кирилівки як лікувальний сегмент та база для розвитку SPA/Wellness-туризму. Курорти Приморського району мають переважно оздоровчу спеціалізацію, тому необхідна модернізація транспортної, інженерної інфраструктури.

Вважаємо за необхідне створити сайт з наповненням інформації щодо переваг природних лікувальних чинників та ресурсів області, бази закладів з можливістю замовлення проживання або отримання туристичних послуг через завчасне бронювання.

Якість послуг має забезпечуватись як відповідними державними органами, так і контролем якості учасниками кластеру. Для туристичного кластеру Запорізького регіону такими показниками є результати діяльності засобів розміщування, а саме зростання кількості розміщуваних, прибутки та показник завантаженості закладів, показники підвищення кваліфікації робітників, модернізація матеріально-технічної бази, якість послуг розміщування, харчування, дозвілля.

Формування туристичних кластерів в Україні загалом та її регіонах зокрема має бути спрямоване перш за все на розвиток внутрішнього туризму. Однак розвиток та формування туристичного кластеру стикається з багатьма проблемами, такими як нерозвинена та застаріла транспортна інфраструктура; сезонність функціонування, яка підвищує вартість туристичних послуг та знижує конкурентоздатність українських кластерів на міжнародному ринку; тривалий період формування кластеру, тобто немоментальне отримання вигоди від нього; недостатня кількість кваліфікованих кадрів; недосконала нормативно-правова база.

Вирішення цих проблем навіть на регіональному рівні має сприяти створенню сучасного конкурентоздатного національного туристичного продукту. При цьому регіональна кластерна політика повинна орієнтуватись на зусилля взаємодії між учасниками кластеру, який спрямований на підвищення конкурентоздатності та зміцнення зв'язків між ними, збільшення споживчого попиту на послуги, які пропонує кластер, залучення додаткових інвестиційних потоків, ефективно використовувати природні та антропогенні рекреаційні ресурси, історичну та культурну спадщину, а також значно посилювати вплив сфери рекреації та туризму на економічний розвиток регіону.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, загалом можна виділити такі позитивні економічні та соціальні функції розвитку туристичного кластеру, як створення нових робочих місць для місцевого населення; стимулювання традиційних форм природокористування, виробництва екологічно чистих продуктів харчування; збільшення інвестицій як в інфраструктуру та сервіс, так і в охорону природи; зростання добробуту місцевого населення й розвиток спеціальної освіти, спрямованої на набуття туристичних та природоохоронних професій; розвиток ремесел; розвиток місцевого самоврядування; формування планів розвитку «зсередини» з урахуванням інтересів місцевих жителів.

Рис. 3. Стратегічні напрями розвитку туристичної галузі Запорізького регіону

Список використаних джерел:

1. Войнаренко М.П. Кластери в інституційній економіці : монографія. Хмельницький : ХНУ, ТОВ «Тріада-М», 2011. 502 с.
2. Вороніна О.Ю. Тенденції міжнародних економічних відносин у створенні туристичних кластерів. *Економіка, управління, фінанси: теорія та практика*. URL: http://molodyvcheny.in.ua/files/conf (дата звернення: 15.06.2019).
3. Кластерні об'єднання як ефективний шлях розвитку туризму в місті (світовий досвід) / за ред. І.М. Писаревського. Харків : ХНАМГ, 2011.
4. Охріменко А.Г. Необхідність створення та функціонування туристичних кластерів у регіонах України. *Географія та туризм: національний та міжнародний досвід* : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Львів : ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2012. С. 278–282.
5. Подсолонко М.В., Басиладзе Е.Г. Інтернет в маркетингу туристичних кластерів. *Вчені записки Таврічеського національного університету ім. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2009. Т. 22(61). № 2. С. 310–318.
6. Шепелев И.Г., Маркова Ю.А. Туристско-рекреационный кластер – механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развития регионом. *СИСП*. 2012. № 3(11).
7. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития. *Теория и практика управления*. 2003. № 5. С. 74–81.
8. Філіпчук І.М. Кластерна політика як ефективний інструмент регіонального розвитку. URL: http://www.confcontact.com/20101224/4_filip.htm (дата звернення: 21.05.2019).

References:

1. Vojnarenko M.P. (2011). Klastery v Instytucijnij ekonomici [Clusters in the institutional economy]. Khmeljnycjkyj : KhNU, TOV Triada. 502 p. (in Ukrainian)
2. Voronina O.Yu. (2013). Tendenciyi mizhnarodny'x ekonomichny'x vidnosy'n u stvorenni tury'sty'chny'x klasteriv. [Trends in international economic relations in the creation of tourist clusters]. *Ekonomika, upravlinnya, finansy': teoriya ta prakty'ka* [Economics, management, finance: theory and practice]. Available at: http://molodyvcheny.in.ua/files/conf (accessed: 15 June 2019). (in Ukrainian)
3. Py'sarevs'kyj I.M. (2011). Klasterni ob'yednannya yak efekty'vny'j shlyax rozvy'tku tury'zmu v misti (svitovy'j dosvid) [Cluster associations as an effective way of tourism development in the city (world experience)]. Xarkiv : XNAMG. (in Ukrainian)
4. Oxrimenko A.G. (2012). Neobxidnist' stvorennya ta funkcionuvannya tury'sty'chny'x klasteriv u regionax Ukrayiny' [The need to create and operate tourist clusters in the regions of Ukraine]. Geografiya ta tury'zm: nacional'ny'j ta mizhnarodny'j dosvid : materialy' VI Mizhn. nauk.-prakt. konf. L'viv : VCz LNU im. Ivana Franka, pp. 278–282. (in Ukrainian)
5. Podsolonko M.V., Basy'ladze E.G. (2009). Internet v markety'ngu tury'sty'chny'x klasteriv [Internet in the marketing of tourist clusters]. Vcheni zapy'sky' Tavry'cheskogo nacional'nogo universy'tetu im. Vernads'kogo Seriya "Ekonomika i upravlinnya", vol. 22(61), no. 2, pp. 310–318. (in Ukrainian)
6. Shepelev I.G., Markova Yu.A. (2012). Turistsko-rekreatsionnyy klaster-mekhanizm innovatsionnogo sovershenstvovaniya sistemy strategicheskogo upravleniya razvitiya regionom [Tourist-recreational cluster-mechanism of innovative improvement of strategic development management system in the region]. SISP, no. 3(11). (in Russian)
7. Cihan T.V. (2003). Klasternaja teorija jekonomicheskogo razvitija [Cluster theory of economic development], no. 5, pp. 74–81. (in Russian)
8. Filipchuk I.M. Klasterna politika yak efektivnii instrument regional'nogo rozvitku. Available at: http://www.confcontact.com/20101224/4_filip.htm (accessed: 21 May 2019). (in Ukrainian)

УДК 330.1;338

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-39

Овсак О.П.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Національного авіаційного університету
Палієнко Т.П.
магістрант
Національного авіаційного університету
Назаренко О.П.
асистент кафедри економіки та бізнес-технологій
Національного авіаційного університету

Ovsak Oksana
National Aviation University
Palyjenko Tetyana
National Aviation University
Nazarenko Oleksandra
National Aviation University

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР В УКРАЇНІ

PECULIARITIES OF INTEGRATED BUSINESS STRUCTURES FORMATION AND ACTIVITY IN UKRAINE

У статті розглянуто особливості формування та діяльності інтегрованих бізнес-структур в економіко-правових умовах України. Досліджено економічний зміст та правові аспекти інтегрованої бізнес-структури. Проаналізовано критерії проведення класифікації інтегрованих бізнес-структур. Обґрунтовано доцільність використання критерію наявності корпоративного інтеграційного зв'язку. Запропоновано розрізняти інтегровані корпоративні структури та інтегровані некорпоративні бізнес-структури. Інтегровані корпоративні структури засновані на використанні такої організаційно-правової форми, як акціонерне товариство. З'ясовано, що багато інтегрованих бізнес-структур в Україні створено у некорпоративному форматі, тому під час ідентифікації таких підприємств в органах статистики вони розглядаються як незалежні юридичні особи, а не як інтегрована бізнес-структура. Для правового та економічного захисту часто здійснюється взаємний обмін акціями і частками у статутному фонді підприємств-засновників. Зроблено висновок про те, що в сучасних умовах господарювання в Україні інтегровані некорпоративні бізнес-структури мають високі адаптаційні можливості завдяки спеціалізації, кооперуванню, співробітництву та розподілу ризику між підприємствами-учасниками. Зазначено, що суттєвим недоліком інтегрованої некорпоративної бізнес-структури є неможливість доступу до світових фінансових ринків, фондових бірж для фінансування розвитку та розширення своєї діяльності.

Ключові слова: інтегрована бізнес-структура, критерії класифікації інтегрованих підприємств, інтегрована некорпоративна бізнес-структура.

В статье рассмотрены особенности формирования и деятельности интегрированных бизнес-структур в экономико-правовых условиях Украины. Исследованы экономическая сущность и правовые аспекты интегрированной бизнес-структуры. Проанализированы критерии проведения классификации интегрированных бизнес-структур. Обоснована целесообразность использования критерия наличия корпоративной интеграционной связи. Предложено различать интегрированные корпоративные структуры и интегрированные некорпоративные бизнес-структуры. Интегрированные корпоративные структуры основаны на использовании такой организационно-правовой формы, как акционерное общество. Большое количество интегрированных бизнес-структур в Украине создано в некорпоративном формате, поэтому при идентификации таких

предприятий в органах статистики они рассматриваются как независимые юридические лица, а не интегрированная бизнес-структура. С целью правовой и экономической защиты часто имеет место взаимный обмен акциями или долями в уставном фонде предприятий-участников. Сделан вывод о том, что в современных условиях хозяйствования в Украине интегрированным некорпоративным бизнес-структурам присущи высокие адаптационные возможности благодаря специализации, кооперированию, сотрудничеству и распределению риска между предприятиями-участниками. Определено, что существенным недостатком интегрированной некорпоративной бизнес-структуры является невозможность доступа на мировые финансовые рынки, фондовые биржи для финансирования развития и расширения своей деятельности.

Ключевые слова: интегрированная бизнес-структура, критерии классификации интегрированных предприятий, интегрированная некорпоративная бизнес-структура.

The article presents the results of the research in the field of integrated business structures formation and activity in Ukraine. Economic content and legal aspects of an integrated business structure are investigated. Considered are the main reasons of business' integration. Analyzed are criteria for the integrated business structures' classification. To reveal the peculiarities of the integrated business structures formation and activity, the criterion of the presence of corporate integration communication is justified. On this basis proposed are to make a difference between integrated corporate structure and integrated unincorporated business structure. Integrated corporate structure is based on the usage of such organizational – legal form as Joint Stock Company. The main forms of corporate structure are: holding company, concern, consortium and conglomerate. According to the official statistic's data the share of integrated business structures' income in the Ukraine's GDP is less then 2%. This is due to the fact that a lot of integrated business structures in Ukraine are registered in an unincorporated form. Therefore while making the statistical identification these business structures are considered as an independent enterprises but non as an integrated business structures. Fulfilled is the analysis of the integrated business structures activity' peculiarities in Ukraine. Determined that in order to provide the business by legal and economic protection it's often carried out the mutual exchange of shares or share in the authorized capital of integrated companies. Concluded are that an integrated unincorporated business structure has high adaptive capabilities in Ukraine. It effectively interacts in the chain of resources' delivery, with implementation of contract and subcontracting works, lobbing it's business – interests, has advanced marketing capabilities, distributes business risks and effectively positions itself in the market. Noted that integrated business structure' significant disadvantage is the inability of access to the global financial markets, stock Exchange Commission to finance development and expending it's activities.

Key words: integrated business structure, criteria of integrated business structures classification, integrated unincorporated business structure.

Постановка проблеми. Підвищення інтенсивності конкуренції вимагає від вітчизняних підприємств здійснення концентрації капіталу та виробничих потужностей, застосування інтеграційних стратегій розвитку, реалізація яких зможе забезпечити підвищення їхньої конкурентоспроможності. Ефективна інтеграція посилює життєстійкість підприємств, сприяє фінансовій стабілізації, знижує господарські ризики у постачанні ресурсів та збуті продукції, сприяє зростанню ринкової частки інтегрованої бізнес-структури, тому завдання виявлення та вивчення особливостей формування та діяльності інтегрованих бізнес-структур у сучасних умовах господарювання України не втрачає актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням особливостей функціонування корпоративних структур займалися дослідники С. Якубовський, В. Новицький, Ф. Дементлі, Ю. Козак, А. Малик, О. Плотніков, Л. Чепурда, С. Бєляєва, Л. Ганущак-Єфіменко, М. Плахотнікова, М. Радєва та ін. Процес розвитку ринкових відносин в Україні вимагає поглибленого вивчення теоретичних та методологічних аспектів інтеграції як корпоративних, так і некорпоративних бізнес-структур, оскільки у вітчизняному економічному просторі можна зустріти і корпорацію – підприємство, що за своєю організаційно-правовою формою є акціонерним товариством, і корпорацію – об'єднання підприємств, що за організаційно-правовою формою є товариством з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Тому питання вивчення особливостей формування та діяльності інтегрованих бізнес-структур у сучасних умовах господарювання вітчизняного економічного простору формують актуальне завдання для проведення дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є визначення особливостей формування та діяльності інтегрованих бізнес-структур у вітчизняних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. У вітчизняному законодавстві відсутнє чітке трактування поняття «інтегрована бізнес-структура». У науковій літературі проводиться асоціювання інтегрованої бізнес-структури з підприємницькою структурою, мережевою бізнес-структу-

рою, під якими розуміються такі види об'єднань суб'єктів господарювання, як кластери, альянси, холдинги, корпорації, концерни, конгломерати, торговельні мережі, а з урахуванням галузевої специфіки використовується й загальна назва – «інтегровані корпоративні структури» (ІКС) [1, с. 16]. Об'єднання підприємств, відповідно до чинного законодавства України, являє собою господарську організацію, утворену у складі двох або більше підприємств із метою координації їхньої виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань [2]. Законодавство України забезпечує формування різних видів інтеграції підприємств, таких як: асоціація, альянс, картель, консорціум, концерн, конгломерат, корпорація, пул, синдикат, трест, холдингова компанія, транснаціональна корпорація, транснаціональний альянс тощо [2; 3, с. 21]. Залежно від причин, мети, умов, особливостей діяльності, положень законодавства тощо суб'єкти господарювання вибирають різні форми інтеграції. Існує достатньо багато причин, що спонукають підприємства до інтеграції. До основних мотивів прийняття рішень належать такі, як синергія та економія за рахунок масштабів виробництва, зниження транзакційних витрат, диверсифікація діяльності, розвиток та використання здобутків науково-технічного прогресу, посилення ринкової влади, залучення додаткових фінансових ресурсів, експансія на нові сегменти ринків, оптимізація організаційної структури, коригування стратегії, придбання недооцінених активів, податкові вигоди.

Результати дослідження характеристик, що притаманні різновидам інтегрованих бізнес-структур, є основою для розроблення критеріїв – ознак для проведення їх класифікації. Найбільш поширеними є такі: за порядком заснування, за терміном функціонування, за територіальною ознакою, за характером інтеграційного взаємозв'язку учасників, за правовою основою створення та функціонування, за наявністю спеціалізації діяльності підприємств – засновників об'єднання, за типом організаційної будови, залежно від центру формування [1, с. 16; 3, с. 41; 4, с. 42; 6, с. 236].

Проведений аналіз наукових напрацювань та вітчизняної практики господарювання показав, що для розкриття особливостей формування та функціонування інтегрованих бізнес-структур уважаємо за доцільне розрізняти інтегровані корпоративні структури (ІКС) та інтегровані некорпоративні бізнес-структури (ІНБС) виходячи, відповідно, з критерію наявності корпоративного інтеграційного зв'язку. Запропонований критерій є визначальним, коли розглядаються питання опрацювання складників забезпечення ефективності діяльності інтегрованих бізнес-структур.

Як наведено у роботах науковців [1, с. 16; 3, с. 18; 4, с. 40; 7, с. 86], ІКС засновані на використанні такої організаційно-правової форми, як акціонерне товариство. До основних форм існування корпоративних структур належать холдингові компанії, концерни, консорціуми, конгломерати, яким притаманна концентрація капіталу та виробничих потужностей. Корпоративна форма господарювання найбільш ефективно застосовується у великому виробництві та заснована на тому, що економічна система такої бізнес-структури існує незалежно від її власників, які несуть тільки обмежену відповідальність за результати діяльності, притому що ІКС володіє правом власності та укладає контракт від свого імені тощо [3, с. 19]. ІКС еволюціонують, головним чином, у країнах із розвинутою ринковою економікою: США, країнах Західної Європи, Південно-Східної Азії [8, с. 155], функціонують у формі ТНК та ТНА, розширюючи свій вплив і на країни, що розвиваються. Світовий досвід підтверджує, що об'єднання підприємств у вигляді ІКС суттєво скорочує трансакційні витрати. За деякими оцінками, частка десяти найбільших ІКС у ВВП становить в Японії – 32%, у США – 27%, у Німеччині – 20% [3, с. 21]. Своєю чергою, в Україні частка обсягів реалізованої продукції всіма об'єднаннями юридичних осіб у ВВП становить менше 2% [9, с. 20]. Такі дані по Україні, надані Держкомстатом, не віддзеркалюють реальний стан справ, оскільки велика кількість інтегрованих бізнес-структур в Україні утворена у формі ІНБС, тому що за своєю організаційно-правовою формою такі об'єднання не є корпоративними. Так, наприклад, інтегровані бізнес-структури «Корпорація «Укрбуд»», «Корпорація «Богдан»» за своєю організаційно-правовою формою є товариствами з обмеженою відповідальністю (ТОВ), а за видом об'єднання, відповідно до Господарського кодексу України, вони є корпорацією, що створюється на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів, із делегуванням певних повноважень у діяльності кожного з її учасників до централізованого регулювання. Діяльність такого виду об'єднання підприємств, як корпорація, базується на принципах добровільного вступу і безперешкодного виходу з неї, рівноправності її членів, самофінансування, гласності та повноти інформації [2]. Засновниками такого об'єднання можуть бути незалежні юридичні особи у вигляді ТОВ або ПАТ. Відповідно, під час ідентифікації даних підприємств в органах статистики вони розглядаються як незалежні юридичні особи, а не як господарське об'єднання.

В Україні корпорації як вид інтеграції бізнес-структур дуже поширені в машинобудівній, фармацевтичній, будівельній та інших галузях. Так, до складу «Корпорації «Богдан» входять: ПАТ «АК «Богдан Моторс», ПАТ «Черкась-

кий автобус», ТОВ «Український автомобільний холдинг», ТОВ «Хюндай Моторс Україна», ТОВ «Автомобільна група «Богдан». До складу корпорації «Укрбуд» входять підприємства, що спеціалізуються на проектуванні, будівництві, виробництві будматеріалів, оснащення, забезпечують постачання: ПАТ «Будівельна компанія «Укрбуд»», ТОВ «Будівельна компанія «Укрбудмонтаж»», ПрАТ «Укренергомонтаж», ТОВ «Будівельні мережі», ТОВ «Укрбуд девеломпент», ТОВ «Укрбуд-Логістик», ТОВ «УПІ – Магістраль», ДП «ТП «Укрбуд» тощо.

Згідно із зарубіжною практикою, корпорації являють собою холдингові структури, ведуть консолідований баланс, за яким визначається загальна прибутковість ІКС. Своєю чергою, відповідно до положень вітчизняного законодавства, засновники корпорації як виду об'єднання підприємств є «пов'язаними особами», які визначаються як юридичні особи, що спільно або узгоджено здійснюють господарську діяльність, у тому числі спільно або узгоджено чинять вплив на господарську діяльність іншої особи [10]. Але ж під час ведення таким чином асоційованого бізнесу, підприємства – учасники ІНБС не мають ніяких пільг в оподаткуванні. Напевно, існують причини, чому такі ІНБС не зацікавлені у легалізації своїх «корпоративних відносин». Серед них можна назвати і недостатній розвиток фондового ринку України, і неготовність підприємців до легалізації свого інтегрованого бізнесу на корпоративних засадах, і недостатню відкритість фінансових потоків тощо.

Слід відзначити, що належним чином формалізовані корпоративні відносини (у вигляді холдингової компанії, концерну тощо) гарантують підприємствам – учасникам ІКС правовий захист майнових прав та фінансових інтересів. Суттєвим є те, що з метою правового та економічного захисту ІНБС використовується переплетіння взаємовідносин власності підприємств – засновників таких бізнес-структур. Для прикладу на рис. 1 представлений ланцюг взаємовідносин власності підприємств – засновників корпорації «Богдан», побудований шість років тому на підставі відкритої інформації з фінансової звітності підприємств.

Бізнес-структури, що інтегрувалися у таку «корпорацію», фінансово допомагають один одному, ефективно взаємодіють у ланцюжку внутрішнього постачання ресурсів, виконання підрядних та субпідрядних робіт. Така інтегрована бізнес-структура лобіює свої бізнес-інтереси в органах влади, має розширені маркетингові та збутові можливості щодо просування своєї продукції, робіт та послуг, здійснює розподіл підприємницьких ризиків, а також дає можливості розширення обсягів діяльності кожного підприємства – учасника інтеграції завдяки ефективному позиціонуванню як могутньої інтегрованої бізнес-структури, здатної здійснювати розширений перелік напрямів діяльності у певній галузі.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, у сучасних умовах господарювання в Україні високих адаптаційних можливостей ІНБС досягають за рахунок спеціалізації, кооперування, співробітництва та розподілу ризику між підприємствами такої інтегрованої бізнес-структури. Завдяки наявності усталених зв'язків такі ІНБС сьогодні ще долають дефіцит ресурсів. Однак суттєвим недоліком ІНБС є неможливість доступу до світових фінансових ринків, фондових бірж для фінансування розвитку та розширення своєї діяльності, тому доцільним напрямом розвитку інтегрованих некорпоративних бізнес-структур є проведення оптимізації партнерських відносин та розвиток корпоративних відносин такої бізнес-структури.

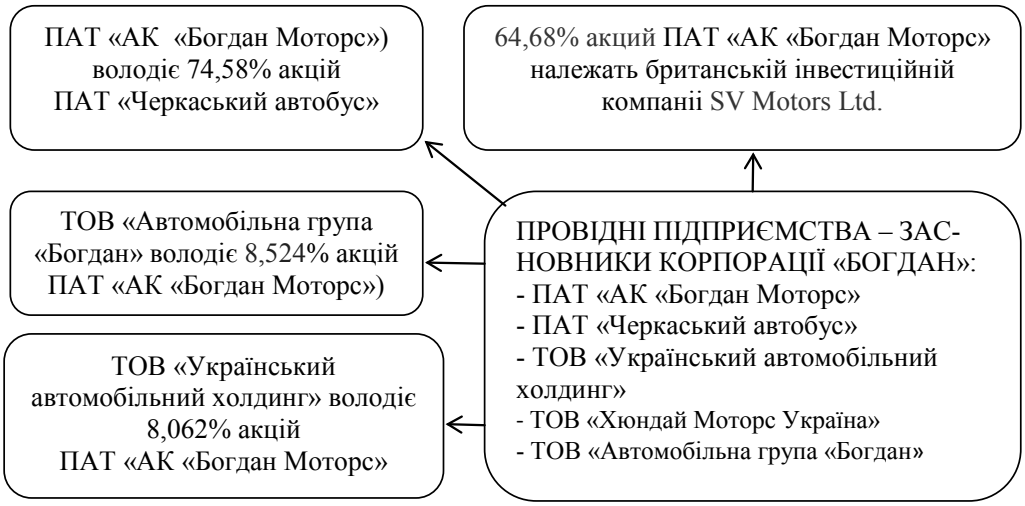

Рис. 1. Взаємовідносини власності підприємств – засновників корпорації «Богдан»

Список використаних джерел:

1. Шульц С.Л., Кіт Л.З. Мережеві бізнес-структури: концептуалізація понять та засад функціонування. *Регіональна економіка.* 2013. № 2. С. 14–24.
2. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (дата звернення: 09.07.2019).
3. Уманців Ю. Корпоративні структури у системі економічних відносин. *Вісник КНТЕУ*. 2011. № 3. С. 13–24.
4. Овсак О.П., Кириленко О.М., Висоцька М.П. Правовые и организационно-экономические аспекты классификации объединений предприятий Украины. *Вестник ПГТУ*. 2014. № 1(20). С. 37–46.
5. Баглей Р.Р. Теоретичні аспекти розвитку корпорацій. *Інноваційна економіка*. 2014. № 1. С. 39–45.
6. Левківська Л.М., Швець Т.В. Формування та функціонування інтегрованих бізнес-структур в агробізнесі. *Формування ринкової економіки*. 2015. № 33. С. 255–260.
7. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств : підручник / В.І. Щелкунов та ін. Київ : НАУ, 2012. 336 с.
8. Ганущак-Єфіменко Л.М., Коберник І.В. Особливості формування інтегрованих бізнес-структур. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 3(129). С. 154–160.
9. Радєва М.М. Аналіз ефективності діяльності корпорацій в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 21. С. 18–22.
10. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 18.01.2018 № 2260-VIII. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/936-18 (дата звернення: 21.07.2019).

References:

1. Schulz S.L., Kit L.Z. (2013). Meregevi biznes-structury: kontseptualizatsija ponijat ta zasad funlstionuvannia [Network Business Structures: Conceptualization Concepts and Principles of Operation]. Regionalina ekonomika, 2, 14–24. (in Ukrainian)
2. Hospodarskij Kodeks Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 16.01.2003 № 436-IV [Economic code of Ukraine: Law of Ukraine dated 16 January 2003 No 436-IV]. Retrieved from: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (accessed: 09 July 2019).
3. Umantsiv U. (2011). Korporatyvni struktury v systemi ekonomichnyh vidnosyn [Corporate structures in economic relation system]. Visnyk KNTEU, 3, 13–24. (in Ukrainian)
4. Ovsak O.P., Kyrylenko O.M., Vysotskaja M.P. (2014). Pravovyje i organizatsionno-ekonomicheskije aspekty klassifikatsii objedinenij predprijatij Ukrainy [Legal and organizational aspects of the classification of integrated enterprises of Ukraine]. Vestnyk PGTU : sb. nauch. trudov, 1(20), 37–46. (in Russian)
5. Barklej R.R. (2014). Teoretychny aspekty rozvytku korporatsij [Theoretical aspects of corporation development]. Innovatsijna ekonomika, 1, 39–45. (in Ukrainian)
6. Levkivska L.M., Shvets T.V. (2015). Formuvannia ta dijalnist integririvannyh biznes-struktur v agrobiznese [Formation and activity of integrated business structures in argobusiness]. Formuvannia runkovoji ekonomiki, 33, 255–260. (in Ukrainian)
7. Shelkunov V.I., Ovsak O.P., Kyrylenko O.M., Filatova Z.V., Kryvytska N.Y. (2012). Ekonomika ta organizatcia dijalnosti objednan pidpryjemstv [Economy and activity organization of integrated enterprises], 336. (in Ukrainian)
8. Ganushak-Jefimenko L.M., Kobernik I.V. (2012). Osoblyvosty formuvannia integririvannyh biznes-struktur [Peculiarities of integrated business structures formation]. Aktualni problemi ekonomiki, 3(129), 154–160. (in Ukrainian)
9. Padieva M.M. (2010). Analiz efektyvnosti dijalnosti korporatsij v Ukraine [Analysis of efficiency performance corporations in Ukraine]. Investitsii: praktika ta dosvid, 21,18–22. (in Ukrainian)
10. Pro zahyst ekonomichnoy koncurencii : Zakon Ukrainy vid 11.01.2001 № 2210-III [On Protection of Economic Competition: Law of Ukraine dated January18, 2018 No. 2269-VIII]. Retrieved from: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/936-18 (accessed: 21 July2019).

УДК 658.84.001.76

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-40

Ольшанський О.В.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД і туризму
Харківського державного університету харчування та торгівлі

Olshanskiy Oleksandr
Kharkiv State University of Food Technology and Trade

ПРОЦЕСНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ КОНЦЕПЦІЯХ

THE PROCESS MANAGEMENT OF COMPANIES IN MODERN ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC CONCEPTS

Статтю присвячено аналізу процесного управління підприємством у рамках сучасних організаційно-економічних концепцій, визначено переваги, недоліки, основні розбіжності та акценти у поглядах науковців. Обґрунтовано необхідність перетворення ключових процесів підприємства на стратегічні ініціативи, що у підсумку сприяє створенню унікальної можливості нівелювання негативного впливу чинників зовнішнього середовища та утворенню стійкого положення підприємства на ринку послуг. У результаті проведеного дослідження процесне управління підприємством було проаналізовано у рамках сучасних організаційно-економічних концепцій, зокрема процесний підхід був розглянутий у концепції стратегічного управління, у концепції логістики, у концепції управління якістю та у концепції управління проектами. Визначено, що дослідники процесного управління звертаються до можливостей інших наук, тому що, з одного боку, існує потреба наукової дисципліни в опорі на їхній потенціал для своєї академічної легітимізації, а з іншого – це багатоаспектність її проблематики. Міждисциплінарність теорії процесного управління постійно зростає і стає однією з її відмінних компетенцій.

Ключові слова: процесне управління, стратегічне управління, логістика, управління якістю, управління проектами, підприємство.

В статье проведен анализ процессного управления предприятием в рамках современных организационно-экономических концепций, определены преимущества, недостатки, основные разногласия и акценты во взглядах ученых. Обоснована необходимость преобразования ключевых процессов предприятия в стратегические инициативы, что в итоге способствует созданию уникальной возможности нивелирования негативного влияния факторов внешней среды и формированию устойчивого положения предприятия на рынке услуг. В результате проведенного исследования процессное управление предприятием было проанализировано в пределах современных организационно-экономических концепций, а именно процессный подход был рассмотрен в концепции стратегического управления, в концепции логистики, в концепции управления качеством и в концепции управления проектами. Определено, что исследователи процессного управления обращаются к возможностям других наук, потому что, с одной стороны, существует потребность научной дисциплины в базировании на их потенциале для своей академической легитимизации, а с другой – это многоаспектность ее проблематики. Междисциплинарность теории процессного управления постоянно растет и становится одной из ее отличительных компетенций.

Ключевые слова: процессное управление, стратегическое управление, логистика, управление качеством, управление проектами, предприятие.

The article focuses on the analysis of the company process management in the framework of modern organizational and economic concepts: the advantages, disadvantages, main differences and focuses in the opinions of scientists have been determined, the necessity of the systematization of the company process management scientific problems has been substantiated, which consequently contributes to creating an extraordinary possibility of leveling out the negative influence of the environment factors and achieving a stable position for the company in the services market. The paper offers the system vision of the company's process management problems as a set of interconnected and interacting elements of the system. In present time economic reality, this county's companies' performance is entirely dependent on the ability to transform the key company processes into strategic initiatives aimed at

maximizing customer satisfaction and the company's ability to react and forecast market changes. At the same time, the environment unpredictability and rapid dynamics constantly change the conditions under which companies operate. In view of this, the urgent task of operational response to various kinds of change arises, since the timely reaction of the company management of to changes in the environment can provide a long-term sustainable development of the company. Bringing the level of companies' business process management up to meet the requirements of the internal and external environment will contribute to improving the overall level of efficiency of its business activities. As a result of the research, the process management of the enterprise has been analyzed in the framework of modern organizational and economic concepts, namely, the process approach has been considered in the concept of strategic management, in the concept of logistics, in the concept of quality management and in the concept of project management. It has been determined that process management researchers are turning to the other sciences resources because, on the one hand, a scientific discipline needs relying on their potential to make it academically sound, and on the other hand, due to a multi-disciplinary nature of its problems. The interdisciplinary nature of the process management theory is constantly gaining volume and becoming one of its distinct competencies.

Key words: process management, strategic management, logistics, quality management, project management, company.

Постановка проблеми. У сучасних економічних реаліях ефективність підприємств в Україні повністю залежить від можливостей перетворення ключових процесів підприємства на стратегічні ініціативи, які націлені на максимальне задоволення вимог замовника та здатність підприємства реагувати та прогнозувати зміни ринку. Разом із тим непередбаченість та швидка динаміка зовнішнього середовища постійно змінюють умови існування підприємств. З огляду на це, постає актуальне завдання оперативного реагування на різного роду зміні, оскільки своєчасна реакція керівництва підприємства на зміни зовнішнього середовища здатна забезпечити довгостроковий стійкий розвиток підприємства. Підвищення рівня управління бізнес-процесами підприємств до вимог внутрішнього і зовнішнього оточення сприятиме поліпшенню загального рівня ефективності його діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляд питань процесного управління підприємствами є предметом дослідження багатьох учених-економістів. Це, перш за все, зумовлено стратегічною орієнтацією на завоювання та утримання значної ринкової ніші. Сучасні наукові розробки містять комплекс інструментів і стратегій процесного управління підприємством, про що свідчать результати наукових досліджень провідних учених світового рівня: А. Байорна, І. Боргіані, В. Броке, М. Веске, Р. Гарднера, Т. Давенпорта, Е. Демінга, Дж. О'Шонессі, К. Шухарта, М. Хаммера, Н. Харінгтона, Дж. Чампі.

Водночас, незважаючи на всю багатогранність наявних наукових праць, у дослідженнях учених існує певна поляризація ідей стосовно проблем процесного управління підприємствами. Також деякі питання процесного управління підприємствами, зокрема що стосуються процесного управління підприємствами у сучасних організаційно-економічних концепціях, залишаються недослідженими.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Незважаючи на велику кількість публікацій і різнобічних підходів до проблем процесного управління підприємствами комплексний підхід щодо зазначених питань у науковій літературі відсутній. З огляду на це, проблеми, пов'язані з процесним управлінням підприємствами у сучасних організаційно-економічних концепціях в умовах конкуренції та глобалізації економіки, потребують подальшого вивчення та розвитку. Мета роботи полягає у діагностиці питань, пов'язаних із процесним управлінням підприємствами у сучасних організаційно-економічних концепціях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний етап розвитку теорії процесного управління багато в чому базується не стільки на досягненнях у сфері менеджменту, скільки на запозиченні ідей і методів аналізу переважно з економічної теорії, математики, інформатики та інших наук, які самі дотепер зазнають трансформації. Міждисциплінарність теорії процесного управління постійно зростає і стає однією з її відмінних компетенцій.

Процесний підхід у концепції стратегічного управління. Поява і подальший розвиток процесного управління як самостійної теорії багато в чому визначається еволюцією теорії стратегічного управління. Так, у роботі [1, с. 57] показано, що «на межі 1980-х і 1990-х років еволюції наукових трактувань розвитку підприємств з'явився етап, характерними особливостями якого є, по-перше, пошук стійких конкурентних переваг і, по-друге, нове розуміння джерел і механізмів їх створення. Домінуючою стала ресурсна парадигма стратегічного управління, головною ідеєю якої є визнання внутрішніх організаційних здібностей і ресурсів фірми

визначальними джерелами її конкурентних переваг… Піднесенню нового бачення стратегій фірм допомогло ... співзвуччя ресурсної концепції загальної тенденції розвитку теорії менеджменту у напрямі все більш рішучого визнання пріоритету організаційних чинників конкурентоспроможності фірм». В.С. Катькало також називає у числі концепцій, «які радикально змінили у кінці 1980-х – на початку 1990-х років уявлення про ефективний менеджмент», концепцію організаційної культури, концепцію комплексного управління якістю, концепцію «бережливого виробництва», а також реінжиніринг бізнес-процесів.

Наприкінці XX і початку XXI ст. дослідники [2] формують розуміння стратегічного управління як тріади «зміст – процес – контекст». Контекст – це набір обставин, у яких визначаються зміст і процес стратегій (тобто йде пошук відповіді на питання «що?» і «як?») [1, с. 63]. Співвідношення мети організації і трьох аспектів стратегічного управління представлено на рис. 1.

Слід зазначити, що йдеться не про три розрізнені частини стратегії, а про три її взаємопов'язані аспекти, поза межами яких аналіз стає фрагментарним. Між тим допустимо зосередження на одному аспекті стратегії за врахування двох інших [1, с. 64]. Представлений підхід демонструє визначальну роль процесу як такого в управлінні, його місце у стратегічному контексті, а також можливість «виокремлення» процесів управління.

Процесний підхід у концепції логістики. Істотний внесок у розвиток методології процесного управління зробила теорія логістики, використання принципів якої закладено в основу методів моделювання бізнес-процесів, а також під час формування методичних інструментів удосконалення окремих бізнес-процесів підприємств (рис. 2).

Під час розгляду питань взаємодії теорії процесного управління і логістики ми виходимо з теоретичних передумов логістичного підходу, розглянутих у роботі В. Ніколайчука [3].

Основні постулати цього підходу зводяться до таких положень:

1. Концепція логістики виражається через певну сукупність дій, які мають специфічну спрямованість в управлінні виробничо-господарською діяльністю.

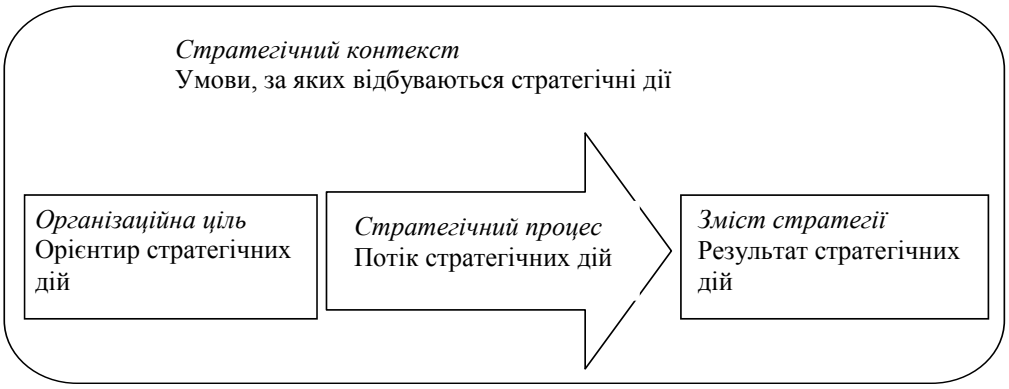

Рис. 1. Співвідношення мети організації і трьох аспектів стратегічного управління

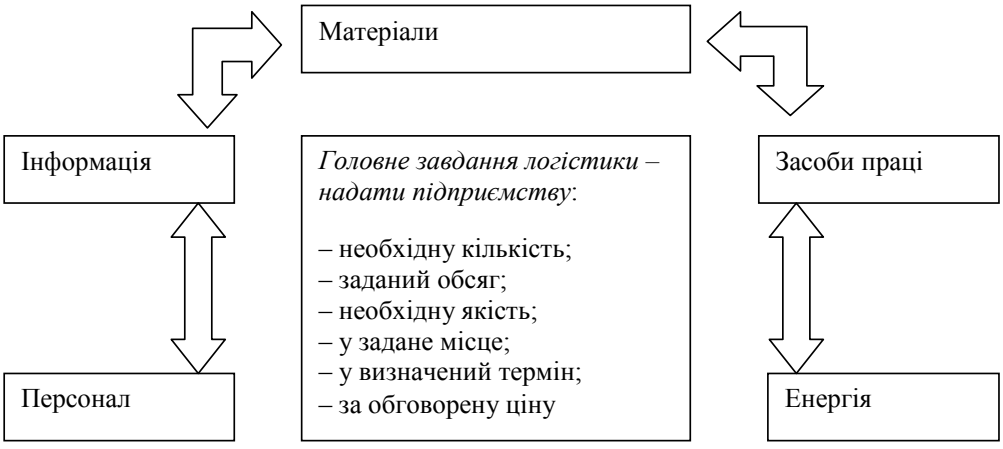

Рис. 2. Головні цілі логістичної діяльності

2. Ця сукупність дій реалізується шляхом формування, функціонування та подальшого вдосконалення конкретних логістичних систем.

3. Будь-яка логістична система відноситься до сфери економічних систем і має свої структуру та зміст.

4. Завдання логістики полягає у комплексному управлінні наскрізними потоками матеріальних, фінансових та інших ресурсів.

5. Незважаючи на комплексність і єдину цілеспрямованість безлічі різнорідних складників, логістична система може бути умовно розділена на традиційні сфери управління: матеріально-технічне забезпечення, виробництво, збут, зберігання, транспорт, інформаційне забезпечення.

Англійське слово logistics позначає «тил і постачання». І в сучасній термінології науки останніх років, особливо в економічній науці, саме цей зміст вкладається в термін «логістика». У [4, с. 381] на перше місце поставлено значення логістики як науки про планування, контроль і управління транспортуванням, зберіганням та іншими матеріальними і нематеріальними операціями, які відбуваються у процесі доведення сировини і матеріалів до виробничого підприємства, переробки сировини, матеріалів та напівфабрикатів, доведення готової продукції до споживача відповідно до інтересів і вимог останнього, а також для передачі, зберігання й обробки відповідної інформації. Основними об'єктами дослідження у логістиці є логістичні витрати, інформаційний потік, логістична система, логістична функція, логістичний ланцюг, логістичні операції, матеріальний потік тощо. Логістика охоплює низку взаємозв'язаних розділів, у тому числі логістику постачання, виробництва, збуту, транспорту. У рамках логістичних систем вирішується низка завдань, включаючи прогнозування потреби у продукції, транспорті, контроль над станом запасів; збір та обробку замовлень, визначення послідовності просування матеріального потоку по логістичному ланцюгу.

Логістика трактується також як «наука про управління еколого-соціально-економічними системами за допомогою оптимізації потокових процесів, які відбуваються у цих системах. Стосовно до підприємств «...таке визначення передбачає управління ефективністю руху і використання обмежених матеріальних, енергетичних, інформаційних, трудових та фінансових ресурсів, потоку основних фондів і готової продукції» [5, с. 21].

За своїм змістом логістика виступає у трьох якісно різних формах: у вигляді розділу науки, у формі господарського процесу й як підсистема управління.

Логістика, маючи на меті підвищення ефективності функціонування організацій та економіки у цілому, займається управлінням потоками, перш за все матеріальних ресурсів. Предметом вивчення є не самі матеріальні ресурси як такі, а їхній рух у просторі і часі. Під рухом при цьому розуміється безперервна зміна стану матеріальних ресурсів за кількістю, якістю, місцем знаходження. Саме рух як предмет дослідження дав змогу логістиці у XX ст. зайняти місце самостійної науки.

Процесний підхід у концепції управління якістю. Управління якістю у сучасному світі зазвичай згадується у зв'язку з методологією загального управління якістю (Total Quality Management – TQM) і стандартів системи якості ISO серії 9000 (ISO 9000), яка заснована на методології TQM. Особливої уваги заслуговують саме стандарти системи якості, оскільки вони закріплені як державні стандарти багатьох країн, зокрема і в Україні, і найбільш підтримані інформаційно і методично.

Згідно зі стандартами системи якості (стандарт ISO 8402), якість – це сукупність характеристик об'єкта, яка має відношення до його здатності задовольнити встановлені і передбачувані вимоги споживача. При цьому під об'єктом якості може розумітися як власне продукція (товари або послуги), процес її виробництва, так і виробник (організація, система чи навіть окремий працівник).

Система якості – це сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, необхідних для загального керівництва якістю.

Нині сімейство (серія) стандартів ISO серії 9000 включає:

– усі міжнародні стандарти ISO з номерами 9000–9004, у тому числі всі розділи (які можуть модифікуватися окремо) стандарту ISO 9000 та стандарту ISO 9004;

– усі міжнародні стандарти ISO з номерами 10001–10020, включаючи розділи;

– ICO 8402 і в окремих випадках деякі інші стандарти, які визначають специфічну діяльність постачальника.

Три стандарти ICO із серії 9000 (ISO 9001, ISO 9002 і ICO 9003) є фундаментальними документами системи якості, визначають методологію забезпечення якості й являють собою три різні моделі функціональних або організаційних взаємовідносин між учасниками системи якості (як правило, «постачальник», «споживач», «субконтрактор» або «субпостачальник»). Власне, саме за цими стандартами і проводиться сертифікація «постачальника», що є основним об'єктом управління якістю.

Окрім стандартів ISO 9000 до сімейства входять і так звані підтримуючі (допоміжні) стан-

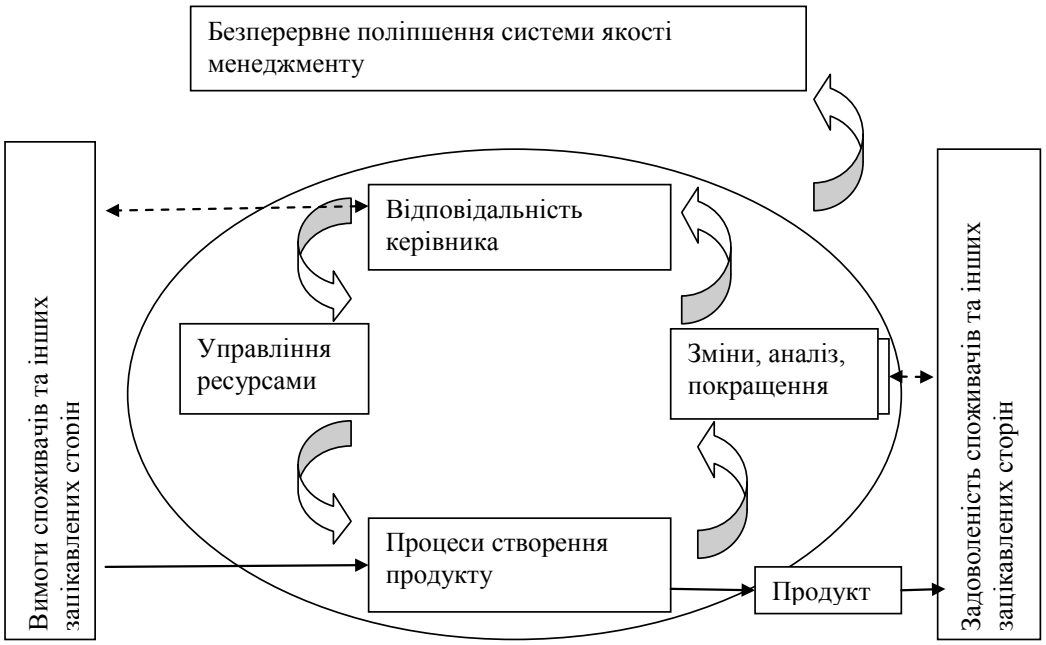

Рис. 3. Модель системи менеджменту якості, в основу якої покладено процеси (зі стандарту ISO 9000:2000)

дарти (стандарти документів і процесів), що визначають загальні елементи ISO 9000 або, навпаки, розділяють їх на конкретні виробничі та комерційні ситуації.

Система стандартів (ISO 9001–9003) має певну взаємодію, тобто кожен наступний стандарт визначає систему якості для більш вузької сфери, ніж попередній. Стандарти серії ISO 9000 і 9004 визначають загальні вимоги до системи якості та моделі управління якістю.

Міжнародними стандартами управління підприємством серії ISO 9000:2000 підтримується модель системи загального менеджменту якості, яка заснована на процесному підході і представлена на рис. 3 [6, с. 7].

Дана схема вдало ілюструє основні ідеї організації системи управління якістю, а також роль процесного управління у ній. Слід зазначити, що низка ідей і методів теорії процесного управління (зокрема, ідея постійного поліпшення процесів, цикл Демінга-Шухарта) вперше знайшла практичне застосування і виявилася відображеною у міжнародних стандартах ISO, ДСТУ та інших у рамках реалізації положень методології TQM [7].

Тим часом націленість процесного управління на підвищення ефективності бізнесу у цілому призводить до розуміння того, що його призначення і механізм має відношення до набагато більшого кола питань управління підприємством, а не лише на забезпечення управління якістю.

Процесний підхід у концепції управління проектами. Основне завдання менеджменту – забезпечення успішного досягнення цілей компанії за мінімуму витрат. Для досягнення поставлених цілей має бути виконана певна послідовність дій над об'єктом управління. Виконання цих дій – процес, що триває протягом деякого періоду часу. Дії, які забезпечують досягнення однієї і тієї ж мети, можуть бути виконані різними співробітниками з різних функціональних підрозділів. Таким чином, інша мета управління – координація дій усіх співробітників, які беруть участь у процесі, орієнтованому на досягнення цілей управління.

Координацію дій співробітників прийнято здійснювати на основі розпорядчого, функціонального, процесного і проектного підходів. При цьому кожний наступний підхід не скасовує попереднього, а є його еволюцією та доповненням.

Проектне управління ґрунтується на принципах процесного підходу і націлене на досягнення складних цілей, таких, наприклад, як розроблення, організація випуску нової продукції. У загальному вигляді управлінський цикл проекту може бути представлений у вигляді циклу управління процесом PDCA (циклу Демінга-Шухарта) з додаванням до нього етапів ініціалізації і завершення (рис. 4).

Методологія проектного управління детально опрацьована у працях [8] і [9], що дає змогу вказати деякі його принципові особливості. Проектно-орієнтоване управління має на увазі, що процес досягнення поставленої мети детально планується до того, як робота по ньому почалася й існує відповідальний (керівник проекту) за виконання робіт. План вико-

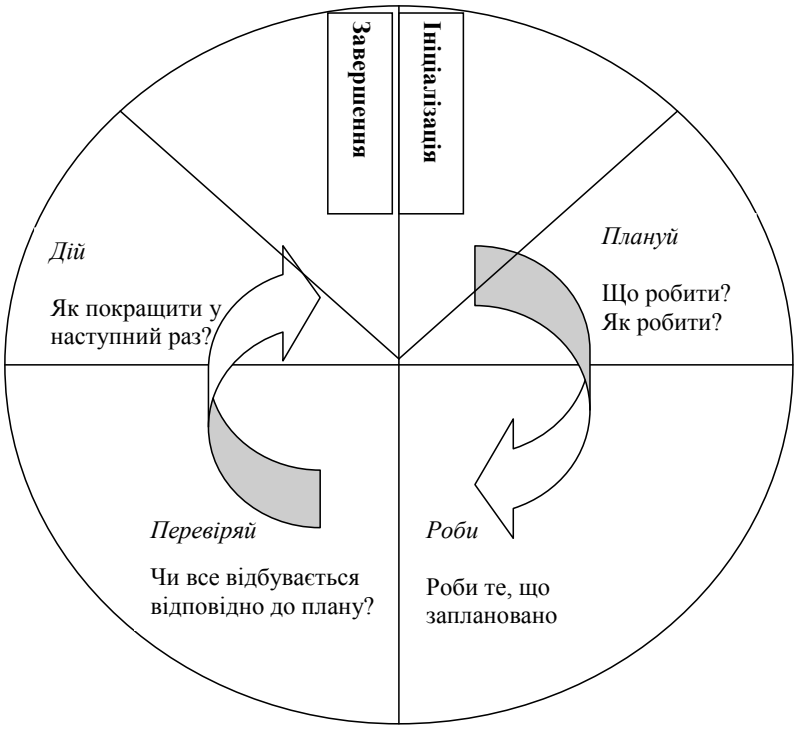

Рис. 4. Цикл PDCA (цикл Демінга-Шухарта) стосовно до проектного управління

нання проекту припускає деякі припущення, які згодом можуть виявитися помилковими. У такому разі план переробляється.

Однією з характерних особливостей проектного управління, що відрізняє його від процесного, є також те, що результат виконання проекту часто виражений у створенні будь-якого товару, який є фізичним об'єктом. Ступінь виконання даного продукту служить хорошим відображенням поточного стану проекту, у результаті чого знижується необхідність у розробленні спеціальних показників оцінки рівня досягнення цілей управління.

Висновки з даного дослідження. У результаті проведеного дослідження процесне управління підприємством було проаналізовано у межах сучасних організаційно-економічних концепцій, а саме процесний підхід був розглянутий у концепції стратегічного управління, у концепції логістики, у концепції управління якістю та у концепції управління проектами. Визначено, що дослідники процесного управління звертаються до можливостей інших наук, тому що, з одного боку, існує потреба наукової дисципліни в опорі на їхній потенціал для своєї академічної легітимізації, а з іншого – це багатоаспектність її проблематики. Міждисциплінарність теорії процесного управління постійно зростає і стає однією з її відмінних компетенцій.

Список використаних джерел:

1. Катькало В.С. Эволюция теории стратегического управления. Санкт-Петербург : СПбГУ, 2006. 548 с.
2. Pettigrew A.M., Whipp R. Managing Change for Competitive Success. Blackwell : Oxford, 1991.
3. Николайчук В.Е. Заготовительная и производственная логистика. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 160 с.
4. Малый экономический словарь / А.Н. Азрилиян и др. Москва : Институт новой экономики, 2000. 1088 с.
5. Сидоров И.И. Логистическая концепция управления промышленным предприятием. Санкт-Петербург : Знание, 2001. 168 с.
6. Процессный подход в стандартах ИСО серии 9000 и на практике / Г.Е. Герасимова и др. Москва : Трек, 2006. 168 с.
7. Владимирцев А.В., Марцинковский О.А., Шеханов Ю.Ф. Системы менеджмента качества и процессный подход. *Методы менеджмента качества*. 2001. № 2. С. 4–7.
8. Ольшанський О.В. Аналіз методів удосконалення бізнес-процесів підприємств торгівлі. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2019. № 2(107). С 104–110.
9. Ольшанський О.В. Концептуальні підходи щодо удосконалення бізнес-процесів підприємств торгівлі. *Причорноморські економічні студії.* 2019. Вип. 39. Ч. 1. С. 105–109.

References:

1. Katkalo V.C. (2006). *Evolyutsiya teorii strategicheskogo upravleniya* [The evolution of strategic management theory]. St. Petersburg : ID SPbGU. (in Russian)
2. Pettigrew A. M., Whipp R. (1991). *Managing Change for Competitive Success*. Blackwell : Oxford. (in English)
3. Nikolaychuk V.E. (2001). *Zagotovitel'naya i proizvodstvennaya logistika* [Procurement and production logistics]. St. Petersburg : Piter. (in Russian)
4. Azriliyan A.N. (2000). Malyy ekonomicheskiy slovar' [Small Economic Dictionary]. Moscow : Institut novoy ekonomiki. (in Russian)

5. Sidorov I.I. (2001). Logisticheskaya kontseptsiya upravleniya promyshlennym predpriyatiem [Logistic concept of industrial enterprise management]. St. Petersburg : DNTP “Znanie”. (in Russian)
6. Gerasimova G.E. (2006). Protsessnyy podkhod v standartakh ISO serii 9000 i na praktike [Process Approach in ISO 9000 Series and Practice]. Moscow : LLC “NTK "Track"”. (in Russian)
7. Vladimirtsev A.V., Martsinkovskiy O.A., Shekhanov Yu.F. (2001). Sistemy menedzhmenta kachestva i protsessnyy podkhod [Quality Management Systems and Process Approach]. *Metody menedzhmenta kachestva,* No 2, pp. 4–7.
8. Olshanskiy O.V. (2019). Analiz metodiv udoskonalennja biznes-procesiv pidpryjemstv torghivli [Analysis of methods of business processes improvement at trading company]. *Derzhava ta reghiony. Serija : Ekonomika ta pidpryjemnyctvo,* No 2(107), pp. 104–110.
9. Olshanskiy O.V. (2019). Konceptualjni pidkhody shhodo udoskonalennja biznes-procesiv pidpryjemstv torghivli [Conceptual approaches to business processes improvement at trading company]. *Prychornomorsjki ekonomichni studiji,* vol 2, p. 1, pp. 105–109.

УДК 338.242

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-41

Поповиченко І.В.
доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту, управління проектами і логістики
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»
Луценко І.А.
доктор технічних наук,
професор кафедри автоматизації та інформаційних систем
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

Popovychenko Iryna
State Higher Educational Establishment
«Prydniprovs’ka State Academy of Civil Engineering and Architecture»
Lutsenko Igor
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

ЩОДО ПИТАННЯ ПРО ВИБІР ПОКАЗНИКА НА РОЛЬ КРИТЕРІЮ ЕФЕКТИВНОСТІ

ON THE ISSUE OF CHOOSING AN INDICATOR FOR THE ROLE OF AN EFFICIENCY CRITERION

У статті розглянуто питання формування єдиного універсального кількісного показника ефективності, на який пропонується орієнтуватися менеджерам підприємств під час прийняття управлінських рішень стосовно організації та контролю виконання операційних завдань, бізнес-процесів та проектів. Виконано критичний аналіз відомих науково-практичних підходів до визначення дефініції «ефективність» та способів її оцінки. Із погляду сприйняття підприємства як кібернетичної системи обґрунтовано та запропоновано єдиний показник, який виступає базовим індикатором ефективності операцій та процесів, що дає змогу менеджерам та власникам вибирати оптимальну траєкторію управління бізнесом, тобто ефективно досягати поставлених цілей, як стратегічних, так і оперативних, на підставі обчислення запропонованого показника.

Ключові слова: ефективність, показник ефективності, критерій оптимальності, управління підприємством, операція, процес, система.

В статье рассмотрены вопросы формирования единого универсального количественного показателя эффективности, на который предлагается ориентироваться менеджерам предприятий при принятии управленческих решений в ходе организации и контроля выполнения операционных задач, бизнес-процессов и проектов. Выполнен критический анализ известных научно-практических подходов к определению дефиниции «эффективность» и способам ее оценки. С точки зрения восприятия предприятия как кибернетической системы в статье обоснован и предложен единый показатель, который выступает базовым индикатором эффективности операций и процессов, позволяет менеджерам и владельцам выбирать оптимальную траекторию управления бизнесом, то есть эффективно достигать поставленных целей, как стратегических, так и оперативных, на основании вычисления предложенного показателя.

Ключевые слова: эффективность, показатель эффективности, критерий оптимальности, управление предприятием, операция, процесс, система.

The purpose of the paper is to analyze the definitions of "efficiency", "performance indicators" and to substantiate the author's approach to determining the effectiveness of economic processes and systems. The category of "efficiency" is studied simultaneously by mathematicians, cybernetics and economists, but today there is no universal single quantitative indicator of effectiveness, doubtlessly accepted by scientists and practitioners of various industries. In this paper, the authors tried to justify such an indicator. The issue of formation of such single quantitative index of efficiency in order be offered managers as a reference point in taking managerial decisions connected with organization and control of completing operational tasks, processes and projects was considered in the article. Analysis of well-known scientific and practical approaches to determination of definition "efficiency" and methods of its assessment was made. The analysis showed that criteria and indices of economic activity efficiency used in theory and practice vary in a wide range depending on purpose and subjects of estimation. Determination of efficiency indices of certain functional types of activity / departments of enterprises not always provides adequate assessment of enterprises' activity efficiency. Therefore, from the position of system analysis and considering an enterprise as a functional cybernetic system, the single quantitative index was offered in the article as the basic indicator of operations and processes efficiency allowing managers and owners to choose optimal trajectory of business management, i.e. achieve both strategic and operational goals effectively based on the estimation of the offered index. Using this indicator (index) on different stages of production process will optimize organizational and management efforts due to increasing of actions and responsibility transparency. Therefore, the greatest possible profit-making in general becomes the logical consequence of added value maximization generated by each subsystem / functional subdivision of the enterprise.

Key words: efficiency, performance indicator, optimality criterion, enterprise management, operation, process, system.

Постановка проблеми. Дослідження категорії ефективності як такої та методів її оцінки одночасно є завданням математики, кібернетики та економіки. Напевно, тому ці три науки певним чином злилися в економічну кібернетику, яка являє собою застосування методів і засобів власне кібернетики для дослідження та ефективної організації економічних процесів. Кожна з трьох означених наук має по кілька відгалужень (математичне програмування, дослідження операцій, економіко-математичне моделювання, економетрія), у контексті яких існує багато визначень ефективності та підходів до її вимірювання. Але питання формування та практичного використання єдиного консенсусного певною мірою універсального кількісного показника або критерію ефективності економічних операцій, процесів та систем є на разі все ще дискусійним та актуальним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підходи та методи вимірювання й підвищення ефективності як економічної категорії розглядалися багатьма фахівцями, серед яких – відома теорія обмежень Е. Голдратта, яка базується на пошуку й управлінні ключовим обмеженням системи, яке визначає успіх та ефективність усієї системи у цілому. Ефективність за Голдраттом – це швидкість досягнення мети з мінімально можливими витратами без урізання мети за змістом. Ключова ідея Голдратта полягає в ефективному використанні логічних інструментів Теорії обмежень (англ. абр. – TOC) для своєчасного виявлення «вузьких місць» господарської діяльності підприємства як «пошкоджених» елементів цілісної бізнес-системи. Голдратт називає три взаємопов'язані показники ефективності прийнятих рішень: Throughput (швидкість генерації доходу – грошового потоку, або продуктивність генерації дохідного грошового потоку), Inventory (у контексті – зв'язаний капітал), Operating expenses (операційні витрати у відношенні до часу, тобто швидкість витрачання коштів на основну діяльність). Отже, ефективне рішення в будь-якому разі має призвести до збільшення генерації доходу в одиницю часу (Throughput). Голдратт

також каже про зовнішній вплив на зниження ефективності рішення: «Со временем, когда в окружающей среде происходят изменения, эффективность ранее оптимального решения слабеет» [1, с. 42], тоді «вузьке місце», чи епіцентр конфлікту, протиріччя в системі треба відшукувати знову.

Ефективність як синергетичний результат безперервного вдосконалення операційних, управлінських та допоміжних процесів розглядається в японській концепції Кайдзен. Критерій ефективності у системі менеджменту Кайдзен – нульові втрати та мінімально можливі витрати, тобто виявлення та усунення всіх видів утрат та скорочення витрат діяльності за рахунок відстеження та елімінації непродуктивних витрат будь-якого походження [2].

Із позиції теорії маржиналізму та сучасного класичного економічного аналізу оцінку ефективності діяльності підприємства чи виробництва певних категорій продукції можна виконати через визначення граничного доходу та граничних витрат, що відповідають певному обсягу виробництва і реалізації продукції та, відповідно, максимізації прибутку [3 с. 350–354]. Чимало публікацій щодо аспектів оцінки діяльності підприємства традиційно базуються на розгляді комплексної системи показників, яка включає такі показники ефективності: робочої сили, засобів та предметів праці; управління та організації; техніки та технології; конкуренції, попиту та пропозиції та ін. [4]. На думку Т.І. Батракової, ефективність можна сприймати як суб'єктивну особову оцінку, як показник прагнення до кінцевого результату, але не сам результат, а варіант правильності, точність напряму до нього (кінцевого результату), тобто певний вектор. Ця авторка пропонує таке розгорнуте визначення: «Ефективність діяльності підприємства – це властивість і здатність підприємства формулювати й досягати своєї цілі з урахуванням впливу зовнішніх чинників і використання внутрішніх умов функціонування та досягати поставлених цілей, використовуючи всі наявні ресурси і засоби, орієнтуючись на розв'язання соціальних, екологічних, бюджетних та інших проблем як суспільства, так і підприємства за встановленого співвідношення витрат і результатів» [5, с. 108]. Принципово із цим визначенням ефективності погоджується С.П. Лобов, але на цій основі він пропонує систематизувати сучасне методологічне забезпечення оцінювання ефективності діяльності підприємств у контексті прискорення управлінських процесів, визнаючи ключовим ресурсом час [6].

Отже, можна констатувати, що поняття «ефективність», а тим більше підходи, критерії та показники її оцінки в існуючих дослідженнях варіюються в широкому спектрі – від кібернетичних до евристичних. Такий стан справ надихає до сміливої спроби пошуку та обґрунтування такого критерію, кількісного показника ефективності, який би «примирив», «збалансував» та розвинув існуючі положення щодо розуміння та оцінки ефективності як економічної категорії.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – на основі аналізу та систематизації попередніх досліджень, у тому числі авторських, обґрунтувати єдиний універсальний показник ефективності економічної системи, розглянути доцільність, переваги й обмеження обчислення та використання такого універсального показника, а також шляхи подолання наявних обмежень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Уточнимо, що розуміється під поняттями «показник» та «критерій».

Показник – виражена числом характеристика якої-небудь властивості об'єкта, процесу чи рішення. За економічним змістом показники можуть бути натуральні, вартісні та трудові. З обчислювального, математичного погляду показники можуть бути об'ємними (такими, що не мають часової розмірності, наприклад запас продукції чи вартість основних фондів на певну дату), середніми, граничними та приростними (диференціальними), індексними, а також потоковими, тобто такими, що вимірюються у динаміці часу [7 с. 307, 311]. Також існують якісні показники, кількісна оцінка яких визначається експертно та вимірюється за бальною шкалою і ваговими коефіцієнтами, у результаті чого показники ранжуються й кожен показник отримує певний рейтинг.

Критерій – ознака, на основі якої виконується оцінка системи, якості її функціонування, порівняння альтернатив, класифікація певних об'єктів та явищ (наприклад, вартість, надійність, продуктивність, безпечність та ін.) [7, с. 174]. Із погляду економіко-математичного моделювання використовується поняття «критерій оптимальності» організації певного процесу, тобто це максимум чи мінімум значення якогось показника (наприклад, максимум прибутку чи мінімум витрат, мінімум часу на виконання якоїсь операції чи процесу), який характеризує ступінь досягнення поставленої мети та економічний ефект від певного способу організації дій залежно від вибраної суб'єктом управління стратегії. Тобто *критерій оптимальності* – це ознака, за якою функціонування системи як об'єкта управління визнається найкращим із можливих варіантів її функціонування (у певних об'єктивних умовах).

Стосовно конкретних економічних рішень *критерій оптимальності* – це показник, який

забезпечує максимізацію ефекту функціонування систем шляхом вибору найкращого рішення серед безлічі альтернатив. Критерій ефективності є вказівником на найкращий режим функціонування системи, що оптимізується. Оцінювати можна ефективність громадських, соціальних, політичних та економічних систем. Розглянемо детальніше сучасне розуміння терміна «ефективність» в економіці порівняно з показниками, що допомагають визначати ефективність, а іноді її замінювати.

Розуміємо, що ефективність – це найважливіший, але ж не єдиний показник якості системи, зокрема економічної, а саме її характеристика, що враховує рух вхідних та вихідних продуктів системної операції у часі з їх відповідними кількісними параметрами. В економічних системах кількісні параметри вхідних і вихідних продуктів, операцій та процесів приводяться до порівняних величин із використанням експертних оцінок у вартісному вимірі, тобто у грошовому еквіваленті (вартісні оцінки). Якщо ж йдеться, наприклад, про технічні системи, то часто використовуються експертні оцінки вхідних та вихідних продуктів операцій у енергетичному вимірі (енергетичні оцінки).

Слід зазначити, що на макрорівні межі між поняттями ефективності різних видів систем досить розпливчасті. Що ж до мікрорівня, тобто на рівні конкретного підприємства, відокремити за змістом певні види ефективності трохи легше. Але ж, так чи інакше, існують поняття «ефективність капітальних вкладень», «ефективність виробництва», «ефективність факторів виробництва», «ефективність економічних рішень», «ефективність економічного розвитку», «ефективність інвестиційних проектів», «ефективність управління» та ін.

Далі обмежимося дослідженнями показника економічної ефективності на рівні окремих виробничо-господарських та технологічних процесів, оскільки результат роботи підприємства формується саме на цьому операційному рівні, безумовно, якщо операційні завдання витікають із продуманої та гнучкої стратегії підприємства.

Зазвичай ефективність намагаються виразити через показники прибутку (абсолютна ефективність, точніше ефект), рентабельності (відносна ефективність), доповнити картину показниками оборотності (ділової активності). Та чи будуть ці показники однозначно характеризувати ефективність виконання певних операцій та процесів як сукупності цих операцій? У тому разі, коли існує єдина база порівняння, говорити про ефективність або приймати рішення можна, ґрунтуючись на економічних, технічних або інших показниках. Наприклад, якщо дві економічні операції мають однакові витрати, однакову тривалість, але різний прибуток, вибрати більш ефективну операцію можна, спираючись на показник «прибуток». Якщо час операцій однаковий, а витрати та прибуток різні, оцінювати ефективність можна за допомогою рентабельності. З іншого боку, якщо витрати і прибуток однакові, то ефективною є більш коротка операція, і висловлювати судження про ефективність можна, спираючись на показник «оборотність», або час операції. І, нарешті, рівність прибутку і часу операції висуває на роль індикатора ефективності показник «витрати».

Висловлювати судження про ефективність, маючи базу порівняння, можна, спираючись на інші показники, наприклад технічні. З двох механізмів, які мають однакові фізичні, ергономічні, естетичні та економічні параметри, більш ефективним в експлуатації буде більш продуктивний механізм. Але як визначити, бажано однозначно, який процес (взаємозв'язана послідовність операцій) більш ефективний за різних способів його організації – різна вартісна оцінка вхідних ресурсів, різна тривалість та кількість операцій у складі процесу, різна додана вартість на виході?

Відомі методики проектного та інвестиційного менеджменту пропонують використовувати такі показники, як чистий приведений дохід (по суті, чистий приведений прибуток), NPV; внутрішня норма прибутковості, IRR; дисконтований період окупності, PP та індекс рентабельності PI, як відношення суми дисконтованих грошових надходжень до суми дисконтованих грошових витрат. Показник ефективності проекту для інвестора також пропонується розраховувати як відношення річного (або за інший період) розміру чистого прибутку до капітальних вкладень (інвестицій), які забезпечують його. Або ж розраховується норма прибутку за одиничний інтервал часу (відношення чистого прибутку за одиничний інтервал часу до повних інвестиційних витрат). У принципі у будь-якому разі враховуються і фактор часу, і зміна вартості коштів у часі... Але ж чи є такий показник стовідсотковою гарантією для інвестора, що всі процеси проекту запроектовано та здійснюються найефективніше? А може, є ще більш прибутковий спосіб організації проектних робіт?.. Спираючись на чотири класичних показники ефективності інвестиційного проекту, не можна сказати однозначно, не знаючи прийнятих критеріїв та обмежень, який із цих показників є ключовим, головним під час прийняття рішення на користь того чи іншого варіанту реалізації проекту (процесу). Тому знову ж таки дивимося, що для нас є критичним обмеженням – вартість, час (період окупності) чи якість – і, виходячи із цього, вибираємо з чоти-

рьох показників ключовий, «головний» саме для даної ситуації і даного проекту (процесу) показник, що насправді підмінює ефективність, але певним чином відображає результативність. Окрім того, яким би не було критичне обмеження, можна розглядати декілька альтернативних варіантів організації реалізації проекту (процесу) у рамках цього критичного обмеження. Тоді, враховуючи обмеженість ресурсів, у будь-якому разі треба буде спиратися на *достовірний показник ефективності* використання цих ресурсів. Який це показник?

Зрозуміло, що величина доданої вартості та прибутку в будь-якому разі – важлива річ. Бізнес не буде життєздатним, якщо він буде не прибутковим, якщо кількість продукту на виході буде меншою, ніж кількість витрачених ресурсів на вході, – це аксіома. Тому актуальним є завдання відшукання *єдиного універсального (справжнього) показника ефективності*, що дає змогу виявити саме такий варіант організації процесу, коли стає можливим отримання найбільшої доданої вартості та прибутку на виході. Оскільки виробничо-господарську діяльність будь-якого підприємства (системи) можна представити у вигляді послідовності управлінських, виробничих (технологічних), забезпечуючих (логістичних та сервісних) операцій, тобто бізнес-процесів, спробуємо визначити та розглянути на практичному прикладі доцільність використання єдиного кібернетичного показника ефективності, запропонованого І.А. Луценко [8].

Для досягнення цілей підприємства (системи) плануються і здійснюються системні операції. У результаті здійснення системних операцій вирішується завдання управління (отримання цільового продукту заданої якості) і досягається мета управління – отримання доданої вартості. При цьому якщо у системи, що здійснює операції, є хоча б одна ступінь свободи управління, вартісну оцінку вхідних продуктів операцій, час операцій і величину доданої вартості можна змінювати в рамках заданої якості продукції системи. Відповідно, кожному управлінню (варіанту організації виконання операцій) буде відповідати певна ефективність системних операцій. Більш висока ефективність забезпечує формування більшої доданої вартості до певного часу в результаті виконання технологічного (чи будь-якого іншого) процесу як послідовності системних операцій. Саме із цієї причини показник ефективності вважається найважливішим кібернетичним (економічним) показником. Таким чином, показник ефективності – це тактичний орієнтир, який дає змогу серед безлічі альтернативних варіантів виконання операцій (та серед безлічі альтернатив управління) вибрати такий варіант використання (вкладення) наявних ресурсів, під час вибору якого забезпечується отримання максимальної доданої вартості (стратегічний орієнтир) до певного моменту часу.

Нині на ринку «економічних інструментів» склалася така ситуація, коли як показник ефективності (критерій ефективності, критерій оптимізації) пропонується використовувати найрізноманітніші економічні, технічні й техніко-економічні показники. Оскільки оцінка ефективності потрібна для різноманітних операцій, проектів і процесів, показник ефективності повинен пов'язувати між собою базові показники, які є загальними для будь-якої операції, проекту або процесу. Такі базові оціночні показники отримуємо з: експертної оцінки вхідних продуктів операції, експертної оцінки вихідних продуктів операції, оцінки часу операції. Це означає, що загалом показник ефективності є міждисциплінарними показником. За заміни експертних оцінок вартісними показник ефективності перетворюється на інструмент об'єктивного оцінювання економічних операцій та процесів. Отже, для перевірки показника, який претендує на роль критерію ефективності, необхідний перевірочний тест, що дає змогу виявити серед розмаїття пропозицій цей єдиний універсальний показник ефективності. Як такий тест використаємо таблицю рівноефективних операцій (табл. 1) [9].

Таблиця 1

Характеристика варіантів організації процесу

	Націнка (коефіцієнт доданої вартості)			
	1.1	**1.21**	**1.331**	**1.464**
	Цикли операцій (процеси)			
Час	**№1**	**№2**	**№3**	**№4**
	Грошові одиниці			
0	3	3	3	3
1				
2	3.3			
3				
4	3.63	3.63		
5				
6	3.993		3.993	
7				
8	4.392	4.392		4.392
9				
10	4.832			
11				
12	5.315	5.315	5.315	
13				
14	5.846			
15				
16	6.431			6.431

Оскільки кожна послідовність однакових операцій з однаковими початковими вкладеннями коштів призводить до однакового результату до певного моменту часу, будь-яка операція даної таблиці має однакову ефективність. Ідея перевірочного тесту полягає у тому, що будь-яку операцію можна представити у вигляді простої моделі операції, яка повністю визначається трійкою: вартісна оцінка вхідних продуктів операції (RE), вартісна оцінка вихідних продуктів операції (PE), час операції (T_{op})[10]. Так, наприклад, друга операція четвертого циклу операцій може бути представлена трійкою (RE=4,392; PE=6,431; T_{op} =8). Зручним є подання простої моделі операції графічно, у вигляді вектора (рис. 1).

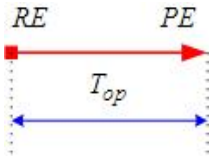

Рис. 1. Графічне зображення простої моделі операції

Традиційно показник ефективності – це відносна міра ефективності операції, проекту або процесу. Принципово, за фізичним змістом, він визначається як відношення потенційного ефекту операції, процесу чи проекту до ресурсомісткості відповідно операції, процесу чи проекту:

$$E = \frac{A}{R}, \quad (1)$$

де E – ефективність;

A – потенційний ефект;

R – ресурсомісткість.

Оцінку ефективності процесу загалом визначають із виразу:

$$E = \frac{\sum_{i=1}^{N} A_i}{\sum_{i=1}^{N} R_i}, \quad (2)$$

де A_i – потенційний ефект і-ої операції;

R_i – ресурсомісткість і-ої операції;

N – кількість операцій у складі процесу.

Але формули (1) і (2) не враховують фактор часу.

Отже, процедура визначення ефективності є завданням ідентифікації.

Для ідентифікації (визначення входів, тривалостей та виходів) системної операції, технологічної операції, комплексної операції або простої операції тощо пропонується використовувати аналітичний вираз показника ефективності [8; 11]. У цьому разі за показниками RE, PE, T_o, T_{op} операції розраховується чисельне значення ефективності (формула (3)).

$$E = \frac{(PE-|RE|)^2 T_p^2}{PE \cdot |RE| T_o p^2}, \quad (3)$$

де RE – інтегральна (сумарна) експертна оцінка вхідних продуктів операції;

PE – інтегральна (сумарна) експертна оцінка вихідних продуктів операції;

T_p – інтервал часу визначення потенційного ефекту операції (одиничний інтервал);

T_{op} – час здійснення операції.

Виконавши нескладні розрахунки за даними табл. 1та формулою (3), бачимо, що всі операції в чотирьох циклах (процесах) і всі чотири процеси рівноефективні (E=0,0023), притому, що рентабельність та загальна продуктивність процесів різна. Так, процеси № 1 і № 4 мають рентабельність $R_{(1;4)}$=[(6,431-3)/3]*100%=114, 4% та продуктивність $P_{(1,4)}$=6,431/3=2,14. Процеси № 2 і № 3 мають рентабельність $R_{(2;3)}$= [(5,315-3)/3]*100%=77,2% та продуктивність $P_{(2,3)}$=5,315/3=1,77. Націнка, чи рентабельність окремої операції, в кожному процесі різна. Очевидно, що чим більше націнка, тим меншою кількістю операцій (у даному прикладі вони рівні за часом та націнкою в межах певного процесу) досягається однаковий результат на певний момент часу. Тоді доречно поставити питання: який цикл операцій (процес) більш ефективний – той, що дає нам 6,431 г. о. доданої вартості та 3,431 г. о. прибутку за 16 одиниць часу, чи той, що приносить 5,315 г. о. доданої вартості та 2,315 г. о. прибутку за 12 одиниць часу? Відповідь уже не є такою очевидною, тому що в показник «рентабельність» параметр «час операції» не входить. А як урахувати фактор часу, оцінюючи ефективність виконання процесу? Тим паче що на практиці операції, з яких складається процес, як правило, різні і за націнкою, і за тривалістю, і за вартістю вхідних ресурсів та вихідних продуктів. Тут на допомогу приходить аналітична формула (3), якщо операції та процеси не довготривалі.

У тому разі, коли цільова операція (процес чи проект як сукупність взаємопов'язаних процесів) є тривалими і приведення вартісних величин до кордонів операції спотворює результат ідентифікації, для оцінки ефективності необхідно використовувати загальний інтегральний вираз.

Якщо ми підставимо в загальну формулу показника ефективності замість A і R інтегральні математичні вирази потенційного ефекту і ресурсомісткості операції, то отримаємо інтегральну формулу для визначення показника ефективності (формула (4)) [8; 11]:

$$E = \frac{\int_{t_1}^{t_d}\left(\int_{t_0}^{t}\left[\int_{t_0}^{t} pe(t)dt - \int_{t_0}^{t}|re(t)dt| - \int_{t_0}^{t} fe(t)dv\right]dt\right)dt}{\int_{t_0}^{t_1}\left[\int_{t_0}^{t}\left(\int_{t_0}^{t}|re(t)dt|\right)dt - \int_{t_0}^{t}\left(\int_{t_0}^{t} pe(t)dt\right)dt\right]dt}, \quad (4)$$

де re(t) – функція сигналу реєстрації вхідного продукту операції в порівняних величинах;

pe(t) – функція сигналу реєстрації вихідного продукту операції в порівняних величинах;

fe(t) – функція сигналу реєстрації штрафу операції в порівняних вартісних величинах (за наявності дефіциту);

t_0 – момент початку операції;

t_1 – момент логічного завершення операції (момент початку ресурсовіддачі);

$$t_a = t_1 + 1.$$

Операція з максимальним показником ефективності під час виконання у циклі забезпечує отримання максимуму цільового продукту в одиницю часу. В економічних системах таким цільовим продуктом є прибуток. Тому показник ефективності Е є критерієм ефективності управління процесом, тобто він є ознакою, на основі якої виконується оцінка функціонування системи. Порівняльна оцінка варіантів організації процесів як послідовності операцій виконується через значення Е, і перевага віддається варіанту з більшим значенням Е.

Отже, можна сказати, що розглянутий інтегральний показник Е дає змогу виявити найбільш ефективне управління (як спосіб переходу системи з початкового до кінцевого стану через реалізацію певних операцій). Тобто ефективне управління – це забезпечення отримання максимуму цільового продукту на виході через найбільш раціональний спосіб використання ресурсів у часі та просторі.

Таким чином, економічна ефективність – це здатність системи генерувати більше доданої вартості в одиницю часу. Показник економічної ефективності процесу як певної сукупності операцій – це порівняльна величина, яка дає змогу прийняти якщо не оптимальне рішення в суто математичному сенсі цього поняття, то близьке до оптимального, вибрати найкращу з альтернатив, що мають місце за певних обмежень.

Тому показник Е можна розглядати як економічний критерій оптимального управління. Оптимальне управління з погляду кібернетичного підходу – це процес, що складається з безлічі операцій із такими параметрами, які до певного моменту часу забезпечать отримання (у заданих об'єктивних умовах) максимально можливого за величиною цільового продукту.

Далі проаналізуємо, чи існує взагалі об'єктивна потреба визначення єдиного універсального показника ефективності операцій та процесів у теорії та на практиці. Чи можливо спиратися тільки на єдиний показник, приймаючи управлінські рішення? Мабуть, якщо нас хвилює максимізація цільового продукту у вигляді прибутку на виході, то так. Звичайно, щоб отримати цільовий продукт, треба придбати та переробити вхідні ресурси, вкластися у відведений (замовником, споживачем) час і при цьому забезпечити обумовлений рівень якості кінцевого споживчого продукту та сервісу споживачеві. Так чи інакше, прийняття рішення – це завжди вибір альтернативи з можливих варіантів за певних обмежень. Тому, варіюючи величиною витрат на придбання необхідних ресурсів (матеріально-технічних, людських, інформаційних, логістичних) та часом їх переробки і використання, отримуємо організацію процесу з оптимальним управлінням за економічним критерієм оптимальності Е, максимальне значення якого серед аналізованих альтернатив указує на те, що саме при цьому варіанті організації процесу ми отримаємо на виході максимум цільового продукту – доданої вартості, якщо це внутрішні процеси, і прибутку, якщо вихід процесу – кінцева продукція для споживача. Тобто максимальний прибуток – це вже наслідок оптимальної організації цього процесу (процесів) із максимальним Е, тому критерієм, чи показником ефективності є не прибуток та рентабельність як такі, а саме показник Е, оскільки він ураховує фактор часу.

Таке розуміння критерію ефективності (чи оптимальності) процесу не суперечить загальновідомим визначенням «оптимізації», «оптимуму», «оптимальності» в термінології економіко-математичного моделювання, але суттєво уточнює і роз'яснює ці поняття. Спираючись на Економіко-математичний словник Л.І. Лопатникова, маємо таке визначення: «Оптимізація – визначення такого стану досліджуваної системи, який буде найкращим із погляду пропонованих до неї (системи) вимог, і розгляд такого стану як цілі. У цьому сенсі використовується також термін «субоптимізація», коли відшукується оптимум за будь-яким одним критерієм із декількох» [7, с. 277]. Залежно від виду використовуваних критеріїв оптимальності (цільових функцій чи функціоналів та обмежень моделі) в економіко-математичному моделюванні розрізняють різні види оптимізації. Цих видів досить багато, перелічимо деякі з них: векторна оптимізація, багатокритеріальна оптимізація, порогова оптимізація, оптимізація за Парето, стохастична оптимізація та ін.

На нашу думку, таке розмаїття критеріїв оптимальності (ефективності) ускладнює прийняття управлінських рішень та «розмиває» відповідальність за результати їх реалізації. Серед об'єктивних причин такої кількості критеріїв оптимальності можна назвати: різноплановість та різноспрямованість цілей систем, що підлягають оптимізації, на різних етапах їхнього існування; спроби врахувати нестабільність та стохастичність середовища функціонування системи, а саме в різні періоди часу можуть змі-

нюватися стратегічні та оперативні пріоритети; прагнення одночасного врахування декількох сценаріїв розвитку системи з різними критичними обмеженнями.

Що ж до суб'єктивних причин використання декількох критеріїв оптимальності під час техніко-економічного обґрунтування проектів чи розроблення та роботи певних систем та механізмів, то це прихильність функціональних менеджерів до показників їм відомих, зрозумілих і таких, що характеризують ефективність окремої функції чи процесу, підконтрольного саме цим менеджерам. Наприклад, рентабельність продаж, рентабельність продукції та інші види рентабельності, продуктивність праці, продуктивність та ефективність використання різних видів ресурсів, директивні терміни виконання робіт чи проектів, оборотність активів, запасів та ін. Також суб'єктивною причиною є відсутність чіткої взаємопов'язаності цілей та завдань на різних рівнях, ділянках та напрямах діяльності підприємства.

Отже, існування єдиного критерію (показника) ефективності дає змогу позбутися такого недоліку, як «розмитість» управлінської відповідальності за результат. Використання цього критерію на різних стадіях виробничо-господарського процесу і на різних рівнях декомпозиції та деталізації виробничо-господарських завдань дасть змогу уніфікувати звітність різних підрозділів, відповідальних виконавців та конкретних менеджерів. Цього можливо буде досягти через чітке визначення на кожному рівні, на кожній стадії процесу, для кожної операції вартісної оцінки вхідних ресурсів, тривалості дій та вартісної оцінки вихідного продукту.

Що ж до обмежень використання показника E як єдиного і універсального критерію ефективності на рівні не тільки окремих технологічних процесів, а й на рівні підприємства як відкритої соціально-економічної системи, то основні з них такі:

– дезінтегрованність функціональних підрозділів підприємства;

– відсутність чітко прописаних бізнес-процесів та систематизованих операцій усередині функціональних підрозділів;

– мінливість економічних стратегій та пріоритетів щодо критичних обмежень на певних етапах функціонування підприємства;

– зниження точності розрахунку показника E для довготривалих проектів через вплив інфляційних факторів.

Які можливі заходи для подолання цих обмежень?

Перше та друге обмеження долаються через організацію діяльності підприємства на принципах процесного, логістичного та проектного менеджменту. Ці технології менеджменту зорієнтовані на сприйняття функціонування підприємства як сукупності бізнес-процесів, проектів та матеріальних, інформаційних і фінансових потоків, що забезпечують це функціонування. Ці управлінські технології дають змогу бачити, ідентифікувати й оптимізувати не окремі функціональні сфери діяльності підприємства, а сприймати підприємство як кібернетичну систему, яка, за визначенням академіка В.М. Глушкова, є «множиною взаємопов'язаних об'єктів, що є елементами системи, здатними сприймати, запам'ятовувати і переробляти інформацію, а також обмінюватися інформацією» [12, с. 75].

Конкретизувавши та уточнивши поняття «бізнес-процес» через класифікацію та характеристику операцій, з яких він складається, з якомога чіткішим визначенням входів, тривалостей та виходів цих операцій, можна якісніше організовувати ці бізнес-процеси, координувати та контролювати їх. У поєднанні зі стратегічним підходом до управління підприємством, заснованим на використанні системи збалансованих показників (BSC), яка інтегрує стратегічний та операційний рівні діяльності підприємства, це, мабуть, єдиний шлях до інтеграції дезінтегрованих функціональних підрозділів підприємства заради підвищення ефективності діяльності всього підприємства як кібернетичної системи.

Третє та четверте обмеження зумовлені впливом зовнішніх чинників на діяльність підприємства. Радше це навіть не обмеження, а об'єктивні умови та стохастичні чинники, які накладають свій відбиток на процеси, знижуючи їх ефективність. Дослідження впливу стохастичності середовища на показник ефективності є окремим цікавим науково-практичним завданням.

Висновки з даного дослідження. Дослідження показали, що адекватну оцінку тестових операцій забезпечує показник ефективності використання ресурсів. На нашу думку, це є підставою використовувати запропонований показник E як єдиний універсальний показник ефективності операцій, процесів, проектів та господарської діяльності підприємства загалом, що забезпечить збільшення генерації прибутку в одиницю часу. Використання даного показника як єдиного орієнтиру дає змогу максимізувати додану вартість кожної підсистеми/функціонального підрозділу підприємства, а отже, забезпечує максимальну можливість – у вигляді отримання максимуму прибутку. Крім того, наявність єдиного орієнтиру оптимізує організаційно-управлінські зусилля за рахунок збільшення прозорості дій та відповідальності за результат.

Із погляду кібернетики з'являється можливість автоматизувати не тільки технологічні процеси, а й процеси оптимального управління. Поточну ефективність процесів на будь-якій ділянці підприємства можна вимірювати через визначення показника Е. Звичайно, ці процеси, що складаються з конкретних операцій, мають бути чітко ідентифіковані або запроектовані, якщо бізнес тільки створюється. Особливості визначення показника Е для операцій із розподіленим у часі характером ресурсоспоживання та ресурсовіддачі, а також комп'ютерна програма для здійснення таких обчислень викладені в роботах [11; 13].

Вплив невизначеності умов та стохастичності середовища технічно ускладнює процедуру обчислення показника Е і вимагає використання чисельних методів, математичного програмування та навіть застосування науки штучного інтелекту. Але первинний, фізичний зміст даного показника, на думку авторів, є достовірною та надійною основою для визначення ефективності процесів та систем у будь-яких умовах та ситуаціях.

Список використаних джерел:

1. Детмер У. Теория ограничений Голдратта: Системный подход к непрерывному совершенствованию / пер. с англ. Москва, 2008. 444 с.
2. Джеффри К. Лайкер, Дао Toyota. 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / пер. с англ. Москва, 2018. 400 с.
3. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навчальний посібник. Київ : Знання, 2005. 662 с.
4. Онокало В.Г. Теоретичні аспекти ефективності діяльності підприємства та підходи до її оцінки. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 642–644. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/108.pdf (дата звернення: 13.08.2019).
5. Трегулова Н.Г. Показатели эффективности как инструмент достижения целей предприятия. *Международный научно-исследовательский журнал.* 2017. № 03(57). Ч. 2. С. 108–110.
6. Лобов С.П. Методологічні основи оцінювання ефективності прискорення процесів управління підприємствами : автореф. дис. ... докт. економ. наук : 08.00.04. Кривий Ріг, 2015. 36 с.
7. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь. Москва, 1987. 509 с.
8. Луценко І.А. Оптимальне управління технологічними процесами багатопродуктової переробки сировини за критерієм ефективності використання ресурсів : автореф. дис. ... докт. техн. наук : 05.13.07. Кривий Ріг, 2007. 24 с.
9. Луценко И.А. Технологии эффективного управления. Кривой Рог, 2004. 152 с.
10. Эффективно создаем эффективные системы. Простая модель операции. URL: http://delo-do.com.ua/operatsiya/59-simple-model-operation (дата звернення: 13.08.2019).
11. Луценко И.А. Что такое эффективность : монография. Казань, 2018. 74 с.
12. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / под ред. А.М. Прохорова. Москва : Советская энциклопедия, 1973. Т. 12. С. 75.
13. Development of test operations of different duration in terms of input for the verification of efficiency formula / I. Lutsenko et al. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. Vol. 5. № 4(95). P. 14–21. doi: 10.15587/1729-4061.2018.142212

References:

1. Detmer U. (2008). *Teoriya ogranicheniy Goldratta: Sistemnyy podkhod k nepreryvnomu sovershenstvovaniyu* [Systematic approach to continuous improvement]. Moscow : Al'pina Biznes Buks. (in Russian)
2. Dzheffri K. Layker, Dao Toyota (2018). *14 printsipov menedzhmenta vedushchey kompanii mira* [14 principles of management of a leading company in the world]. Moscow : Al'pina Pablisher. (in Russian)
3. Savytska H.V. (2005). *Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpryiemstva : navch. posibnyk* [Economic analysis of enterprise activity : a study guide]. Kyiv : Znannia. (in Ukranian)
4. Onokalo V.H. (2017). Teoretychni aspekty efektyvnosti diialnosti pidpryiemstva ta pidkhody do yii otsinky [Theoretical aspects of the effectiveness of the enterprise and approaches to its evaluation]. *Ekonomika i suspilstvo* (electronic journal), no. 13, pp. 642–644. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/108.pdf (accessed 13 August 2019).
5. Tregulova N.G. (2017). Pokazateli effektivnosti kak instrument dostizheniya tseley predpriyatiya [Performance indicators as a tool to achieve the goals of the enterprise]. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal,* no. 3(57), part 2, pp. 108–110.
6. Lobov S.P. (2015). *Metodolohichni osnovy otsiniuvannia efektyvnosti pryskorennia protsesiv upravlinnia pidpryiemstvamy* [Methodological basis of an estimation of effectivness of entrorise management processes acceleration] (PhD Thesis). Kryvyi Rih : State Institution of Higher Education "Kryvyi Rih National University".

7. Lopatnikov L.I. (1987). *Ekonomiko-matematicheskiy slovar'* [Economics and Mathematics Dictionary]. Moscow : Nauka. (in Russian)
8. Lutsenko I.A. (2007). *Optymalne upravlinnia tekhnolohichnymy protsesamy bahatoproduktovoi pererobky syrovyny za kryteriiem efektyvnosti vykorystannia resursiv* [Optimal control of technological processes of multi-product processing of raw materials on criterion of efficiency of the use resource] (PhD Thesis). Kryvyi Rih : Kryvyi Rih Technical University.
9. Lutsenko I.A. (2004). *Tekhnologii effektivnogo upravleniya* [Effective management technologies]. Krivoy Rog : ChP «Vydavnychyi dim». (in Russian)
10. Effektivno sozdaem effektivnye sistemy. Prostaya model' operatsii [Effectively create efficient systems. A simple model of the operation]. Available at: http://delo-do.com.ua/operatsiya/59-simple-model-operation (accessed 13 August 2019).
11. Lutsenko I.A. (2018). *Chto takoe effektivnost' : monografiya* [What is efficiency : a monograph]. Kazan' : Buk. (in Russian)
12. Prokhorov A.M. (ed.) (1973). *Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya* [Great Soviet Encyclopedia]. Moscow : Sovetskaya entsiklopediya. Volume 12, p. 75. (in Russian)
13. Lutsenko I., Fomovskaya O., Serdiuk O., Baranovskaya M., Fomovskyi V. (2018). Development of test operations of different duration in terms of input for the verification of efficiency formula. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologie,* vol. 5, no 4(95), pp.14–21.

УДК 364:37

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-42

Продіус О.І.
кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту
Одеського національного політехнічного університету

Prodius Oksana
Odessa National Polytechnic University

ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЕЙ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

PECULIARITIES OF MODELS OF INCLUSIVE EDUCATION IN THE EUROPEAN COUNTRIES

У статті проведено аналіз стану основних моделей інклюзивної освіти в країнах Європи. Встановлено низку чинників, що перешкоджають упровадженню та розвитку інклюзивної освіти. Аналіз освітніх систем різних країн в аспекті реалізації інклюзивних практик показує, що обов'язковою базою для здійснення інклюзивної освіти є система законодавчих актів, яка передбачає як декларацію необхідних прав і свобод, так і механізми їх забезпечення. При цьому національні освітні системи повинні мати чітку концепцію і стратегію реалізації інклюзивної освіти, що включає систему підготовки кадрів. Доведено, що скорочення диспропорцій у сфері освіти може сприяти розширенню можливостей отримання гідної роботи соціально незахищеними групами населення. Виявлено, що впровадження інклюзії в освітньо-виховний процес дасть змогу кожному громадянину брати участь у житті суспільства й робити свій внесок у його розвиток. Розкрито соціальні передумови і правові основи інклюзивної освіти, описано організаційні форми, що забезпечують найбільш ефективну інтеграцію осіб з обмеженими можливостями.

Ключові слова: інклюзивна освіта, діти з особливими освітніми потребами, активізація розвитку, гуманне суспільство, форми навчання, індивідуалізація навчання, супровід, інтеграція, рівний доступ.

В статье проведен анализ основных моделей инклюзивного образования в странах Европы. Установлен ряд факторов, препятствующих внедрению и развитию инклюзивного образова-

ния. Анализ образовательных систем разных стран в аспекте реализации инклюзивных практик показывает, что обязательной базой для осуществления инклюзивного образования является система законодательных актов, которая предусматривает как декларацию необходимых прав и свобод, так и механизмы их обеспечения. При этом национальные образовательные системы должны иметь четкую концепцию и стратегию реализации инклюзивного образования, включая систему подготовки кадров. Доказано, что сокращение диспропорций в сфере образования может способствовать расширению возможностей получения достойной работы социально незащищенными группами населения. Выявлено, что внедрение инклюзии в образовательно-воспитательный процесс позволит каждому гражданину участвовать в жизни общества и вносить свой вклад в его развитие. Раскрыты социальные предпосылки и правовые основы инклюзивного образования, описаны организационные формы, которые обеспечивают наиболее эффективную интеграцию лиц с ограниченными возможностями.

Ключевые слова: инклюзивное образование, дети с особыми образовательными потребностями, активизация развития, гуманное общество, формы обучения, индивидуализация обучения, сопровождение, интеграция, равный доступ.

The article analyzes the status of the main models of inclusive education in European countries. Inclusive education is the basis by which people with disabilities can escape poverty, fully participate in the lives of their local communities and political and social life. The study of the problems of inclusive education in the light of modern globalization transformations of humanization of society requires analysis of its philosophy and epistemology, empirical experience of its formation, awareness of its relevance and extraordinary in the context of sustainable economic development. In each country, inclusive education develops uniquely, depending on the traditions of the educational system, customs and culture, the mentality of the prevailing peoples, and the normative and legal regulations pertaining to the educational system. Education has a key role to play in the latest economic transformations of inclusive development. Lifelong education and training are necessary to make production and consumption sustainable, develop the skills needed to create a green industry and refocus higher education and research on the use of eco-innovation. A number of factors have been identified that impede the implementation and development of inclusive education. The analysis of the educational systems of different countries in terms of the implementation of inclusive practices shows that the mandatory basis for the implementation of inclusive education is a system of legal acts, which provides for both the declaration of necessary rights and freedoms and the mechanisms for their provision. In doing so, national education systems should have a clear concept and strategy for implementing inclusive education, including a training system. It has been proven that reducing disparities in education can help to increase the opportunities for decent work for socially disadvantaged groups. It is revealed that the introduction of inclusion in the educational process will allow every citizen to participate in the life of society and to contribute to its development. Social prerequisites and legal foundations of inclusive education are described, organizational forms are described, which provide the most effective integration of persons with disabilities.

Key words: inclusive education, children with special educational needs, activation of development, humane society, forms of learning, individualization of learning, support, integration, equal access.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство характеризується посиленням гуманістичних тенденцій, прагненням до досягнення рівноправності всіх категорій громадян. Важливим аспектом створення гармонійно розвинутого суспільства є повноцінне включення в соціальне життя вразливих груп населення, які виступають як суб'єкти, нездатні увійти в значимі для їх соціалізації зв'язки та відносини у сформованих в суспільстві умовах.

Одним із фундаментальних завдань, що стоять перед вітчизняною наукою в сучасних умовах, є методологічне та інструментальне забезпечення розроблення і реалізації стратегії соціальної інклюзії осіб з обмеженими можливостями, що дає змогу максимально враховувати особливості їхньої особистості. Зазначені чинники окреслюють проблему інклюзії не тільки у соціальний, а й людський вимір, пов'язаний з урахуванням потреб та інтересів конкретного індивіда, включеного в конкретне соціальне середовище, що забезпечує його соціальне функціонування і розвиток [1].

Інклюзивна освіта – найважливіший канал для впровадження практик і цінностей соціальної інклюзії, оскільки в систему освіти людина потрапляє майже відразу ж після народження і знаходиться там до закінчення вишу. Інклюзивна освіта – це основа, завдяки якій люди з особливостями зможуть уникнути бідності, повноцінно брати участь у житті своїх локальних спільнот та політичному і громадському житті.

Дослідження проблем інклюзивної освіти у світлі сучасних глобалізаційних перетворень гуманізації суспільства потребує аналізу її філософії та гносеології, емпіричного досвіду

її формування, усвідомлення її актуальності й надзвичайності в контексті сталого економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останнього десятиліття проблема розвитку інклюзивної освіти, обґрунтування шляхів упровадження інклюзивного навчання, створення умов для забезпечення якісної освіти особам з особливими потребами стає предметом дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців: В. Бондаря, Л. Байди, І. Білозерської, Л. Даниленко, К. Кольченко, А. Колупаєвої, І. Луценко, М. Сварника, Н. Софій, О. Патрикеєвої, П. Таланчука, В. Шинкаренко. Проблема інклюзивної освіти тісно пов'язана з новою парадигмою освіти, в основі якої лежить перехід до нових освітніх технологій. Інклюзивна освіта розглядається багатьма міжнародними організаціями як пріоритетний напрям розвитку національних систем освіти, тому що реалізація права громадян на здобуття якісної освіти та соціальну інтеграцію є важливим чинником стійкого розвитку суспільства. Аналіз зарубіжної практики впровадження інклюзії в освітній процес дав можливість виокремити праці вчених, які зробили вагомий внесок у розроблення теоретико-методичних основ інклюзивної освіти, серед яких: Д. Депплер, Т. Лорман, Ф. Амстронг, Б. Барбер, Г. Беккер, П. Бурдьє, Дж. Девіс, К. Дженкс, Х. Кербо, М. Крозьє, Ф. Кросбі. Проблема інтеграції осіб з обмеженими функціональними можливостями та доступу їх до освіти досліджувалася у працях вітчизняних учених: О. Безпалько, В. Ільїна, А. Колупаєвої, Є. Мартинова, О. Мовчан, О. Полякової, О. Продіус, Т. Самсонова, О. Столяренко, В. Синьова, П. Таланчука, Є. Тарасенка, Н. Шаповала, А. Шевцова та ін. Методичні основи навчання осіб з особливими потребами розкрито в наукових працях вітчизняних учених, а саме: обґрунтовано концепції та моделі навчання осіб з особливами потребами (Д. Дікова-Фаворська, Г. Бурова); досліджено питання інтеграції молоді з особливами потребами (Г. Першко, О. Тарасова, С. Омельченко); проаналізовано проблеми соціально-психологічної адаптації студентів з обмеженими можливостями до навчання в університетах (М. Андреєва, Ю. Богінська, В. Церклевич, Т. Гребенюк, Т. Комар, В. Скрипнік, М. Томчук) [5; 6].

Разом із тим, незважаючи на важливість і актуальність інклюзивної освіти, науковці констатують серйозні проблеми в її науковому розробленні та практичній реалізації. Дані обставини визначили актуальність теми дослідження та необхідність пошуку нових механізмів впливу на активізацію розвитку інклюзивної освіти.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – проаналізувати та дослідити актуальність упровадження інклюзивної освіти у світлі сучасних демократичних перетворень у країнах Європи, усвідомити її актуальність і надзвичайность як гуманістичного соціально-педагогічного феномену.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні провідною стратегією політики багатьох країн можна вважати науково обґрунтоване та доведене практикою твердження, що «економічно доцільним є здійснення інвестицій у людський капітал скрізь, де це можливо, замість прямого інвестування в соціальне обслуговування» [1]. Відповідно до цієї стратегії, залученість осіб з інвалідністю в суспільство розглядається як стратегічний напрям соціального інвестування для майбутнього. Насамперед питання соціальної інклюзії повинні знайти своє відображення у сфері освітньої політики, тому що освітня система є віддзеркаленням стану суспільства і водночас важливим засобом його перебудови.

Мета освітньої інклюзії полягає у тому, щоб ліквідувати соціальну ізоляцію, яка є наслідком негативного ставлення до різноманіття. Відправною точкою для освітньої інклюзії є переконання, що освіта є одним з основоположних прав людини й основою для більш справедливого суспільства. На міжнародній конференції ООН із питань освіти, науки і культури «Інклюзивна освіта: шлях у майбутнє» відзначалося: «Запровадження інклюзії в освітній сфері є не другорядним, а центральним питанням для забезпечення високоякісної освіти й створення більш інклюзивних суспільств... Освіта широко розглядається як засіб розвитку людського капіталу, підвищення економічних показників, посилення індивідуальної спроможності й розширення меж вибору для використання свобод громадянства. Крім того, освіта є важливим засобом подолання маргіналізації для дорослих і дітей, збільшуючи їхній потенціал отримувати можливості для більш повноцінної участі в житті своїх громад» [2; 3].

Реформа освіти розглядається багатьма вченими, соціологами, політиками як основний інструмент досягнення соціальної інтеграції та згуртованості суспільства, яке в більшості країн стає все більш різноманітним в соціальному і культурному відношенні. Пошук шляхів вирішення пов'язаних із цим проблем характерний не тільки для Північної Америки, Західної Європи та Австралії, а й для східноєвропейських, азійських, африканських і латиноамериканських держав. У країнах, що розвиваються, ідея інклюзії та інклюзивної освіти як ключового принципу розвитку шкіл і освітніх систем у цілому опра-

цьовується дуже активно, багато в чому завдяки підтримці ООН, зокрема проекту ЮНЕСКО «Освіта для всіх», розпочатого в 2000 р.

Освіта відіграє ключову роль у забезпеченні сталого характеру економічного зростання і створення умов, за яких жоден член суспільства не буде забутий. Освіта є двигуном економічного зростання, сприяє зростанню доходів найбідніших верств населення і, за умови справедливого розподілу створюваного багатства, скорочення нерівності. Досягнення десятьма державами-членами, що недавно вступили в Європейський Союз (ЄС), до 2020 р. намічених цілей зниження показника раннього припинення навчання і підвищення охоплення вищою освітою дасть їм змогу скоротити на 3,7 млн осіб число тих, хто ризикує опинитися за межею бідності.

Разом із тим розширення програм професійної підготовки та розвитку навичок не завжди так само призводить до зменшення соціальної нерівності. Для подолання тенденції збільшення розриву в доходах усередині країн їх урядам необхідно поряд із ужиттям заходів щодо забезпечення справедливого доступу до освіти зосередитися на проведенні соціальної політики, заснованої на принципах перерозподілу багатств. Скорочення диспропорцій у сфері освіти може сприяти розширенню можливостей отримання гідної роботи соціально незахищеними групами населення. Слід наголосити, що освіта тісно пов'язана з рівнем доходу. Так, у 139 країнах світу норма рентабельності кожного додаткового року навчання становить 9,7%, а найбільш високі норми рентабельності спостерігаються в бідних країнах, де існує дефіцит кваліфікованих кадрів. При цьому для того щоб забезпечити зацікавленість учнів в отриманні більш високого рівня освіти, необхідно, щоб інвестиції в освіту підкріплювалися відповідною економічною політикою, що сприяє підвищенню попиту на кваліфіковану робочу силу [7–11].

Аналіз досвіду різних країн підтверджує уявлення про те, що глобалізація, збільшуючи різноманіття культур, мов, соціально-економічного становища учнів, робить проблему переходу до інклюзивної освіти більш багатовимірною. Успіх чи неуспіх просування до інклюзії визначається позицією керівництва і персоналу освітніх установ, а ця позиція часто характеризується амбівалентністю прояву – підтримкою ідеї інклюзивної освіти на словах, але не на практиці.

У кожній країні інклюзивна освіта розвивається унікально, залежно від традицій освітньої системи, звичаїв і культури, менталітету переважаючих народів і нормативно-правових постанов, що відносяться до системи освіти. У ході аналізу інклюзивної освіти в зарубіжних країнах виділимо основні педагогічні умови побудови системи інклюзивної освіти. Розглянемо систему отримання інклюзивної освіти особами з обмеженими можливостями здоров'я (ОМЗ) та інвалідністю в розвинених європейських країнах (табл. 1).

Таким чином, аналіз освітніх систем різних країн в аспекті реалізації інклюзивних практик показує, що обов'язковою базою для здійснення інклюзивної освіти є система законодавчих актів, яка передбачає як декларацію необхідних прав і свобод, так і механізми їх забезпечення. При цьому національні освітні системи повинні мати чітку концепцію і стратегію реалізації інклюзивної освіти, що включає систему підготовки кадрів. На муніципальному рівні має бути забезпечений ефективний науково-методичний супровід інклюзивних практик.

Дослідження досвіду навчання дітей та молоді з особливостями психофізичного роз-

Таблиця 1

Основні моделі інклюзивної освіти в країнах Європи

Країна	Модель інклюзивної освіти
Австрія	В освітній системі Австрії функціонують центри спеціальної освіти, які несуть відповідальність за навчання дітей з особливими потребами в масових загальноосвітніх закладах і координують роботу всіх фахівців, залучених до цього процесу. Спеціалісти цих центрів діагностують дітей, консультують вчителів, надають навчально-методичну допомогу спеціальним педагогам і батькам учнів із порушеннями розвитку, проводять семінари та тренінги з підвищення кваліфікації, співпрацюють з адміністративними місцевими службами, медичними центрами тощо. Психолого-педагогічну підтримку, у тому числі й певні корекційно- реабілітаційні послуги, учням з особливими потребами у школах надають спеціальні педагоги, які переважно є штатними працівниками цих закладів. Тимчасову підтримку учням з особливими потребами можуть надавати профільні фахівці із медичних і медико-соціальних закладів. Законодавчо закріплено «Законом про освіту», що батьки мають право на вибір навчального закладу для своєї дитини, регламентовано функціонування спеціальних та інклюзивних закладів. Сьогодні у спеціальних закладах країни навчаються лише діти зі значними порушеннями слуху, зору та інтелекту.

(Продовження таблиці 1)

Країна	Модель інклюзивної освіти
Німеччина	Нині у Німеччині паралельно із системою спеціальних освітніх установ, де перебувають діти, переважно зі складними порушеннями, функціонують заклади інклюзивного навчання. У вишах Німеччини навчаються 19% студентів з ОМЗ і 4–8% студентів з інвалідністю. Студент з інвалідністю за законом забезпечується спеціальними технічними і допоміжними засобами, необхідними для побутового життя, йому надається соціальна і медична підтримка і послуги від державних соціальних служб. Батьки зобов'язані оплачувати частину витрат лише в тому разі, якщо їхні доходи набагато перевищують розмір середнього заробітку. Кожна дитина з обмеженими можливостями має право на вибір навчального закладу, має бути забезпечена психолого-педагогічним супроводом, залучена до педагогічного процесу незалежно від ступеня складності захворювання. У вирішенні питань психолого-педагогічного супроводу учнів з особливими потребами в умовах інклюзивного навчання Німеччину з-поміж інших європейських країн вирізняє варіативність його організації, що зумовлена відмінностями у законодавстві Земель. В окремих землях освітні нормативно-правові акти передбачають, що школи можуть мати у своєму штаті спеціальних педагогів і фахівців, які надають допомогу дітям з особливими потребами. Психолого-педагогічний супровід забезпечується педагогічними центрами, які функціонують у кожному регіоні, хоча форми організації роботи можуть бути різними. Центри надають різнопланову допомогу школярам з особливими освітніми потребами, проводять із ними профорієнтаційну роботу, координують діяльність різнопрофільних фахівців, консультують батьків і вчителів масових та спеціальних шкіл тощо. Окрім центрів, підтримку учням з особливими потребами надають служби, що функціонують поза межами шкіл і фінансуються органами місцевого самоврядування.
Фінляндія	У Фінляндії інклюзивна освіта закріплена на законодавчому рівні, що передбачає створення диференційованого середовища навчання залежно від характеру порушення. Внесено спеціальні зміни в національний навчальний план, що забезпечують інтегроване навчання осіб з ОМЗ у масових школах. Окрім того, існує система державних освітньо-консультативних центрів, які організовують супровід і підтримку дітей, їх батьків та педагогів. Співробітниками центру проводяться довгострокові курси, що організовуються в самому центрі, короткострокові курси на базі звичайних шкіл, а також майстер-класи з навчання дітей з ОМЗ. У країні організовується підготовка кадрів для реалізації інклюзивного навчання. На муніципальному рівні інклюзія може бути реалізована у формі роботи в одному класі, створеному з двох груп учнів, двох педагогів, іноді до них приєднується спеціальний педагог. Кількість дітей у такому об'єднаному класі може досягати 25 учнів. Також інклюзивне навчання реалізується у вигляді існування спеціальних класів у звичайних масових школах. У таких спеціальних класах навчаються, як правило, діти з більш важкими або зі складними, поєднаними порушеннями. З ними працюють 2–3 спеціальних педагога і асистент. Кількість дітей – до 10 осіб. Кожна дитина з ОМЗ має свій індивідуальний план навчання.
Швеція	Заслуговує на увагу й досвід інклюзивного навчання дітей з особливостями психофізичного розвитку у Швеції. Так, Міністерством освіти у 1980 р. було затверджено нормативно-правовий документ під назвою «Навчальний план», який означив новий стратегічний напрям освітньої політики держави. Учням з особливостями психофізичного розвитку надали можливість навчатися в масових закладах, створивши для цього відповідні умови. У 1989 р. було ухвалено новий «Закон про середню освіту», у якому інклюзивне навчання визначено основною формою здобуття освіти неповносправними. Сучасні тенденції у шведській освіті визначають курс на повне розформування спеціальних шкіл і створення на їх базі ресурсних центрів. У всіх територіальних округах країни функціонують центри дитячої реабілітації, співробітники яких надають необхідну допомогу дітям з обмеженими можливостями. Саме ці фахівці входять до основного складу групи спеціалістів, які визначають освітній маршрут дитини з особливими потребами, розробляючи індивідуальні навчальні програми з наданням відповідних реабілітаційно-корекційних послуг.

(Закінчення таблиці 1)

Країна	Модель інклюзивної освіти
Норвегія	У 1994 році в Норвегії пройшла велика реформа системи освіти, у результаті якої на державному рівні були закриті всі корекційні школи. Одночасно із цим усі загальноосвітні школи стали інклюзивними. Так, кожен батько дитини з ОМЗ може віддати його в будь-яку школу. При цьому для дітей з ОМЗ існують державні центри, які спеціалізуються на наданні допомоги окремим категоріям. Підготовка педагогів для реалізації інклюзивної освіти здійснюється в університетах. Майбутні педагоги мають можливість вивчати курс спеціальної педагогіки, який містить розділ, присвячений інклюзивному навчанню, при цьому вони мають можливість на практиці ознайомитися з досвідом реалізації інклюзивної освіти в країнах Євросоюзу. На муніципальному рівні інклюзивне навчання реалізується в загальноосвітній школі шляхом включення дитини з ОМЗ у класний колектив. Як правило, таких дітей у школах небагато: кілька людей, кожна дитина в окремому класі. Дитина з ОМЗ, яка навчається в загальноосвітній школі, отримує підтримку і супровід. Школа визначає, які фахівці й у якій кількості повинні здійснювати такий супровід. Курирують систему інклюзивного навчання муніципалітети, від яких школи отримують соціальну та фінансову підтримку.
Данія	У Данії інклюзивна освіта не тільки закріплена законодавчо, а й створена національна стратегія реалізації інклюзивної освіти, яка полягає у тому, що національний ресурсний центр керує процесом упровадження інклюзивного навчання. Існує оперативна група з представників різних університетів країни, які проводять дослідження у сфері інклюзивної освіти, стежать за роботою муніципалітетів у сфері впровадження інклюзивного навчання. Підготовка педагогів для реалізації інклюзивної освіти здійснюється в системі бакалаврату та магістратури. У Данії батьки мають право навчати дитину там, де вони проживають. Реалізується це право конкретним освітнім закладом, який має створити всі умови для такої дитини. У муніципальних органах освіти є фахівці, які направляються в конкретну школу для підтримки конкретних учнів. У школах створюються педагогічні консиліуми, які обговорюють проблеми реалізації інклюзивного навчання конкретної дитини.
Англія	Англія пройшла і продовжує проходити довгий і важкий шлях щодо теорії і практики інклюзивної освіти. У країні діє розроблений Міністерством освіти в 2004 р. документ «Кожна дитина важлива». Ця програма націлена на профілактику і ранню допомогу, здатну покінчити з бідністю серед дітей і дати змогу кожній дитині повністю розкрити свій потенціал. У центрі її уваги – боротьба проти «соціальної ексклюзії». П'ятьма найважливішими для всіх дітей результатами цієї програми повинні стати здоров'я, безпека, самоактуалізація і реалізація свого особистісного потенціалу, вміння бути корисним членом суспільства й економічне благополуччя. Головним принципом інклюзивної освіти є надання всім учням повноцінного рівня знань, створення умов для отримання освіти всіма учнями незалежно від нозології. Високий попит на такого роду освіту стимулює педагогів і психологів на розроблення нових модулів, програм і видів навчання таких дітей. Так само основною метою інклюзивної освіти є створення спеціального толерантного середовища, яке торкалося б усіх учасників освітнього процесу. Такий підхід підкреслює, що всі учні є індивідуумами з різними нюансами, що потребують уваги і розуміння незалежно від своїх фізичних можливостей. Навчання здійснюється на бюджетній і на комерційній основі. У приватних школах можлива наявність окремо обладнаних кабінетів або спеціального обладнання в класах. Інклюзивне навчання так само можна отримати безкоштовно в державних школах. У загальноосвітній школі дітям надається асистент, який допомагає в спілкуванні з учителем і дітьми.
Італія	Сьогодні в країні понад 90% дітей з особливостями психофізичного розвитку здобувають освіту в закладах загального типу. В освітніх департаментах провінцій країни функціонують консультативні служби, до складу яких входять різнопрофільні фахівці, адміністратори шкіл, працівники управлінь освіти, представники громадських організацій, за необхідності долучаються спеціалісти служб охорони здоров'я. Співробітники цих служб організовують інклюзивне навчання, діагностуючи дітей і визначаючи їхні потреби, надають консультативну та навчально-методичну допомогу педагогам і шкільній адміністрації. У масових муніципальних закладах працюють асистенти вчителів, які надають допомогу школярам з обмеженими можливостями здоров'я та разом із педагогом класу відповідають за успішність учнів з особливими потребами.

витку в країнах Європи свідчить, що у переважній більшості інклюзивне навчання є основною формою здобуття освіти людьми з обмеженими можливостями. Однак варто зазначити, що діти з особливими освітніми потребами мають змогу здобувати освіту й у спеціальних навчальних закладах, й у закладах масового типу. Сучасний світовий освітній процес відрізняється, з одного боку, варіативністю систем освіти, їх структурою, визначенням шляхів вирішення конкретних завдань. З іншого боку, у ньому простежується низка загальних тенденцій, однією з яких є реалізація інклюзивної освіти. Оскільки головною метою інклюзивного навчання є усунення будь-якої дискримінації в освітньому процесі, забезпечення доступності освіти для всіх, то досягнення цієї мети може бути організовано по-різному, що й спостерігається в освітніх системах різних країн [5–7].

Ми підтримуємо думку більшості зарубіжних фахівців, які вважають, що успіх інклюзії багато в чому залежить від грамотного використання цілого комплексу педагогічних і психологічних ресурсів. У їх число входять професійна компетентність інклюзивних педагогів; реорганізація системи підготовки та професійного супроводу педагогічних кадрів; ставлення до феномену інвалідності у педагогів і дітей із нормативним розвитком і його вплив на продуктивність інклюзивного навчання; зміна структури навчальних планів і простору в класі з метою задоволення потреб усіх категорій дітей.

Необхідно зазначити, що європейці, а також деякі азіатські держави (наприклад, Японія) моделювали майбутнє системи освіти як взаємодію і взаєморозвиток масової та спеціальної освіти. Тому інклюзивний проект в освіті реалізувався у цих країнах не за рахунок системи спеціальної освіти у вигляді її поглинання масовим утворенням, а шляхом її збереження й одночасного вибудовування у структурі масової освіти через реорганізацію ще однієї, паралельній основній, системи спеціальної освіти для реалізації інклюзивного проекту. Так, наприклад, у більшості досліджуваних країн не було закрито жодної спеціальної школи. Спеціальні освітні установи закривали тільки тоді, якщо у населення зникала в ньому потреба. Еволюційний і ненасильницький характер упровадження інклюзивних практик в освіту, достатнє фінансування всіх його складників, чітке дотримання концептуальних положень інклюзії та нормативно-правових принципів дали змогу за піввіковий період сформувати у більшості населення країн з інклюзивною освітою переважно позитивне ставлення до інклюзивних процесів, а у батьків дітей з обмеженими можливостями – здатність до усвідомленого вибору місця навчання для своїх дітей.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, характерною особливістю сьогодення є реконструювання системи спеціальної освіти на демократичних, гуманістичних засадах, створення в країні альтернативних моделей психолого-педагогічної підтримки, механізмів для вільного вибору форм навчання дітей з особливими освітніми потребами, рівня і діапазону їхніх освітніх потреб.

Державі слід урахувати досягнення та недоліки інклюзивної політики країн, які розвивають дану сферу не один рік, а не здійснювати примусове насадження скопійованої моделі в непідготовлені до цього навчальні заклади. Досягнення країн, які розвивають інклюзію природнім шляхом, є вагомим для розуміння того, як і коли має держава втручатися в існуючу систему освіти так, щоб її не зруйнувати, а вивести на новий рівень. Ключову роль у проведенні новітніх економічних перетворень інклюзивного розвитку має відігравати освіта. Освіта та навчання впродовж усього життя необхідні для того, щоб зробити виробництво і споживання стійкими, розвивати навички, необхідні для створення «зеленої» промисловості та переорієнтації вищої освіти і наукових досліджень на використання екологічних інновацій. Їм належить також зіграти свою роль у реформуванні ключових секторів економіки, таких як сільське господарство, від яких залежать як багаті, так і бідні країни і домогосподарства. Економіка повинна стати не тільки стійкою, а й більш інклюзивною і справедливою. Вагоме значення у забезпеченні інклюзивної економічного зростання, спрямованого на підвищення добробуту людини, має наявність кваліфікованих трудових ресурсів. Підвищуючи шанси знайти гідну роботу з адекватною заробітною платою, освіта сприяє скороченню масштабів бідності й зменшенню нерівності в оплаті праці у зв'язку з дискримінацією за гендерною ознакою, соціально-економічним статусом та іншими підставами.

Список використаних джерел:

1. Prodius O.I. Theoretical and methodological inclusion 's bases of persons with restricted opportunities as management object. *Економіка: реалії часу.* 2017. № 3(31). С. 76–83.
2. Тріпак М.М. Джерела фінансування інклюзивного ВНЗ: пріоритетність місцевих або центрального бюджету. *Економічний аналіз*. 2017. Т. 27. № 4. С. 145–151.
3. Найда Ю.М. Стандарти громадсько-активної школи: соціальна інклюзія : навчальний посібник / за ред. Л.І. Даниленко. Київ : Плеяди, 2014. 68 с.

4. Вольская О.В. Модели реализации инклюзивного образования в современном мире. *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 6. URL: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17065 (дата звернення: 19.08.2019).
5. Чайковський М.Є. Соціально-педагогічна робота з молоддю з особливими потребами в інклюзивному освітньому просторі : монографія. Київ : Університет «Україна», 2015. 435 с.
6. Давимука С.А. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія ; Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України. Львів, 2017. 528 с.
7. Федулова Л.І. Інклюзивні інновації в системі соціально-економічного розвитку. *Економіка: реалії часу.* 2016. № 3(25). С. 56–65.
8. Базилюк А.В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку. *Економіка та управління на транспорті.* 2015. Вип. 1. С. 19–29.
9. Кайдалова Г.П. Теоретико-методологічні основи становлення толерантних та інклюзивних зв'язків. *Педагогічні науки.* 2016. № 73. Том. 2. С. 12–16.
10. Слозанська Г.І. Інтеграція осіб з обмеженми можливостями в систему вищої оствіти. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2013. Вип. 26. С. 198–201.
11. Перегудова Т.В. Соціальна інклюзія як елемент соціальної політики: європейські уроки для України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016. Вип. 19. С. 98–102.

References:

1. Prodius O.I. (2017). Theoretical and methodological inclusion 's bases of persons with restricted opportunities as management object. *Ekonomika: realiyi chasu,* vol. 3(31), pp. 76–83.
2. Tripak M.M. (2017). Dzherela finansuvannja inkljuzyvnogho VNZ: priorytetnistj miscevykh abo centraljnogho bjudzhetu [Sources of financing for an inclusive university: priority of local or central budget]. *Ekonomichnyj analiz*, vol. 27, pp. 145–151.
3. Najda Yu.M. (2014). Standarty ghromadsjko-aktyvnoji shkoly: socialjna inkljuzija [Standards of community-active school : social inclusion], navch. posibnyk / za. red. L.I. Danylenko. Kyjiv : TOV «Vydavnychyj dim «Plejady», pp. 68.
4. Volskaya O.V. (2014). Modely realyzacyy ynkljuzyvnogho obrazovanyja v sovremennom mire. [Models of implementation of inclusive education in the modern world]. *Sovremennye problemu nauky i obrazovanyja*, vol. 6. Available at: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17065 (accessed 17 August 2019).
5. Chajkovskyj M.Ye. (2015). Socialjno-pedaghoghichna robota z moloddju z osoblyvymy potrebamy v inkljuzyvnomu osvitnjomu prostori [Social and pedagogical work with young people with special needs in an inclusive educational space] : monoghrafija. Kyjiv : Universytet „Ukrayina", pp. 435.
6. Davymuka S.A. (2017). Kreatyvnyj sektor ekonomiky: dosvid ta naprjamy rozbudovy [Creative sector of economy: experience and directions of development] : monoghrafija, Instytut reghionaljnykh doslidzhenj imeni M.I. Dolishnjogho NAN Ukrajiny. Ljviv, pp. 528.
7. Fedulova L.I. (2016). Inklyuzyvni innovaciyi v systemi socialno-ekonomichnogo rozvytku [Inclusive innovations in the system of socio-economic development]. *Ekonomika: realiyi chasu*, vol. 3(25), pp. 56–65.
8. Bazylyuk A.V. (2015). Inkljuzyvne zrostannja jak osnova socialjno-ekonomichnogho rozvytku [Inclusive growth as the basis of socio-economic development]. *Ekonomika ta upravlinnya na transporti*, vol. 1, pp. 19–29.
9. Kajdalova G.P. (2016). Teoretyko-metodologichni osnov stanovlennya tolerantnyx ta inklyuzyvnyx zvyazkiv [Theoretical and methodological foundations for developing tolerant and inclusive relationships]. *Zbirnyk naukovyx pracz «Pedagogichni nauky»*, vol. 73, pp. 12–16.
10. Slozanska G.I. (2013). Integraciya osib z obmezhenmy mozhlyvostyamy v systemu vyshhoyi ostvity [Integration of persons with disabilities into the higher education system]. *Naukovyj visnyk Uzhgorodskogo nacionalnogo universytetu*, vol. 26, pp. 198–201.
11. Peregudova T.V. (2016). Socialna inklyuziya yak element socialnoyi polityky: Yevropejski uroky dlya Ukrayiny [Social inclusion as an element of social policy: European lessons for Ukraine]. *Naukovyj visnyk mizhnarodnogo gumanitarnogo universytetu*, vol. 19, pp. 98–102.

УДК 658

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-43

Радєва М.М.
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту і публічного управління
Мелітопольського інституту державного та муніципального управління
Класичного приватного університету

Radieva Maryna
Melitopol Institute of Public and Municipal Administration
Classic Private University

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНИЙ І ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТИ

ECONOMIC EFFICIENCY OF ENTERPRISE ACTIVITY: METHODICAL AND PRACTICAL ASPECTS

У статті узагальнено й удосконалено методичні і практичні аспекти формування економічної ефективності діяльності підприємства. Запропоновано як цільовий компонент використовувати показник прибутку. Визначено зовнішні та внутрішні чинники формування прибутку на підприємстві, дія яких має бути виражена через систему кількісних та якісних показників. Розроблено модель впливу умов-факторів на ефективність діяльності підприємства. Удосконалено систему показників комплексного аналізу ефективності діяльності підприємства. Ефективність підприємства представлено у вигляді математичного виразу кількох факторів. Групи показників створюють пов'язані підсистеми, ієрархічний взаємозв'язок показників визначає послідовність дослідження – від первинних показників до узагальнюючих. Запропоновано методику розрахунку показників системи комплексного аналізу ефективності діяльності підприємства.

Ключові слова: аналіз, економічна ефективність, показник, прибуток, рентабельність, фактор.

В статье обобщены и усовершенствованы методические и практические аспекты формирования экономической эффективности деятельности предприятия. Предложено в качестве целевого компонента использовать показатель прибыли. Определены внешние и внутренние факторы формирования прибыли на предприятии, действие которых должно быть выражено через систему количественных и качественных показателей. Разработана модель влияния условий-факторов на эффективность деятельности предприятия. Усовершенствована система показателей комплексного анализа эффективности деятельности предприятия. Эффективность предприятия представлена в виде математического выражения нескольких факторов. Группы показателей создают связанные подсистемы, иерархическая взаимосвязь показателей определяет последовательность исследования – от первичных показателей до обобщающих. Предложена методика расчета показателей системы комплексного анализа эффективности деятельности предприятия.

Ключевые слова: анализ, экономическая эффективность, показатель, прибыль, рентабельность, фактор.

The article generalizes and improves methodical and practical aspects of the formation of economic efficiency of enterprise activity. As a target component, it is proposed to use profit indicator, which synthesises all the aspects of the enterprise activity as a mass of profit or profit margins. External and internal factors of profit generation at the enterprise, the action of which should be represented through the system of quantitative and qualitative indicators, are determined. A model of the influence of condition-factors on the enterprise performance is developed, which visually demonstrates interrelation between factor and effective indicator and allows forecasting the change in the enterprise performance subject to the combination of change of factors: income value, cost value, level of resource exploitation. It is established that enterprise profit depends on the correlation of factors: the number of products sold in the cost dimension, which is affected by the volume and price of sales and the rate of their changes, and the profit margin, which is ensured by changes in the quantitative and relative indicators of fixed and variable costs. The system of indicators of complex analysis of enterprise performance is improved; a necessary condition of its formation becomes goal orientation, which allows completely analysing and evaluating the enterprise performance, associating target values with the factor ones

that affect them. The efficiency of the enterprise is presented in the form of mathematical expression of several factors that determine its value and are in a functional relationship with it. Groups of indicators create related subsystems; hierarchical interrelation of indicators determines the order of research – from primary indicators to summarizing ones. The methodology to calculate indicators of the system of complex analysis of the enterprise performance is proposed. The proposed approach is the basis for the practical identification of reserves for efficiency improvement and the scientific background for further study of methodical and practical aspects of the formation of the system of management measures for using the identified reserves.

Key words: analysis, economic efficiency, indicator, profit, profitability, factor.

Постановка проблеми. Завданням системи управління є адаптація організації до змін конкурентного середовища для швидкого і точного визначення напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства. Актуальність питань ефективності діяльності особливо важлива для українських підприємств в умовах кризи.

Економічна ефективність як категорія економіки відображає дію об'єктивних економічних чинників, що виявляється в результативності виробництва. Економічна ефективність пов'язана з декількома основними економічними категоріями, насамперед із доходом, витратами, прибутком.

Прибуток відображає основну мету підприємницької діяльності, оскільки є однією з основних економічних категорій, пов'язаних із діяльністю виробничого підприємства та її узагальнюючим показником. З економічного погляду прибуток – це різниця між грошовими надходженнями і грошовими виплатами, перевищення доходів над витратами.

Формування ефективності відбувається в господарській діяльності підприємства в процесі постачання сировини, її переробки та виготовлення продукції, реалізації готової продукції споживачеві. Причини та умови виникнення факторів ефективності пояснює аналіз товарної, цінової, маркетингової політики підприємства, його фінансового стану. Ці процедури є елементами внутрішнього аналізу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові підходи до аналізу ефективності діяльності підприємства викладено у ґрунтовних наукових працях М.А. Болюха, В.З. Бурчевського, М.І. Горбатока [1], Н.Г. Метеленко [2], Г.В. Савицької [3], В.М. Серединської, О.М. Загородної, Р.В. Федоровича [4], А.Д. Шеремета [5]. У сучасних працях таких учених, як З.В. Герасимчук, А.О. Тендюк [6], О.В. Ковальчук [7], Г.В. Кошельок, В.С. Малишко, І.П. Малікова [8], В.О. Мец [9], Г.Л. Норд, В.О. Куслій [10], А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Е.В. Ненашев [11], визначено теоретичні підходи до аналізу окремих складників ефективної діяльності підприємства. Водночас потребує подальшого розвитку науковий підхід до формування ефективного підприємства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є узагальнення й удосконалення методичних і практичних аспектів формування економічної ефективності діяльності підприємства з орієнтацією на цільовий компонент із використанням методик економічного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основною рушійною силою функціонування підприємства є мета, яка на підприємстві має бути виражена через систему кількісних та якісних показників. Необхідність зміни напрямів розвитку підприємства може бути виявлена співставленням бажаного і реального фінансово-економічного рівня підприємства. Поточними причинами стають насиченість ринку, зниження попиту, моральний знос продукції, вузький ринок, конкуренція, труднощі із сировинним забезпеченням. У реальних умовах до перших симптомів віднесемо збитковість виробництва, зниження рентабельності, скорочення портфелю замовлень, незавантажені потужності, нестача сировини.

Наявність мети у підприємства передбачає формування переліку підконтрольних показників. Орієнтована на мету система показників дає змогу пов'язати цільові величини з факторними величинами, що впливають на них. Уважаємо за доцільне обмежитися визначенням потрібної прибутковості, яка може бути виражена як маса або норма прибутку.

Запропоновано модель впливу умов-факторів на ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства (рис. 1).

У моделі показником результативності є прибуток. Прибуток не тільки синтезує всі боки діяльності підприємства, а й наочно відображає ефективність діяльності: зміну доходів, величину витрат, рівень використання ресурсів. Прибуток підприємства залежить від кількості реалізованої продукції у вартісному вимірі та рентабельності одиниці продукції, комбінація факторів забезпечує ефективність діяльності (рис. 2).

Підвищення виручки від реалізації відбувається за рахунок збільшення обсягів реалізації за незмінної ціни реалізації; за рахунок підвищення ціни реалізації за незмінних обсягів реалізації; за збільшення обох факторів; за умови

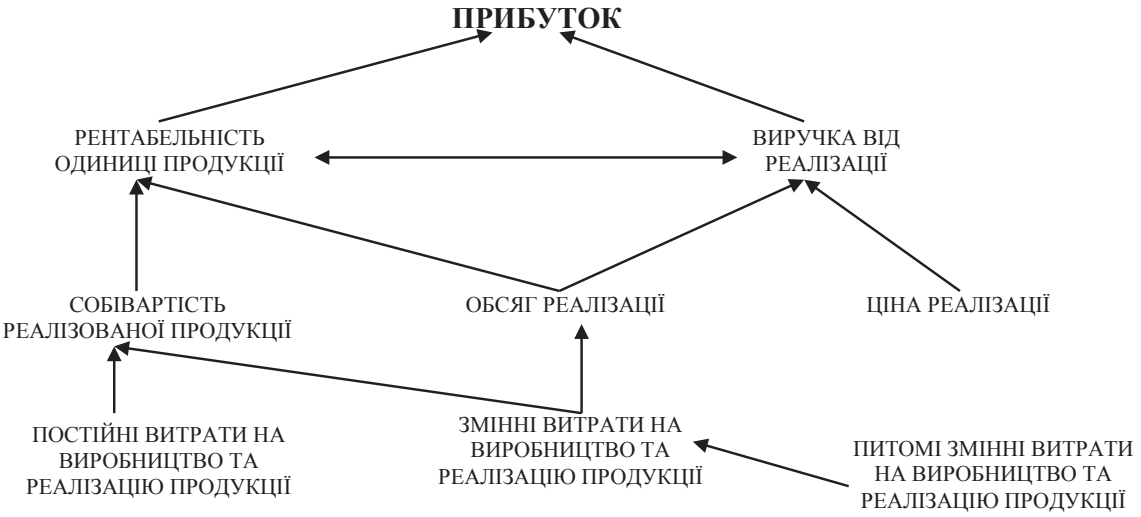

Рис. 1. Модель впливу умов-факторів на ефективність діяльності підприємства

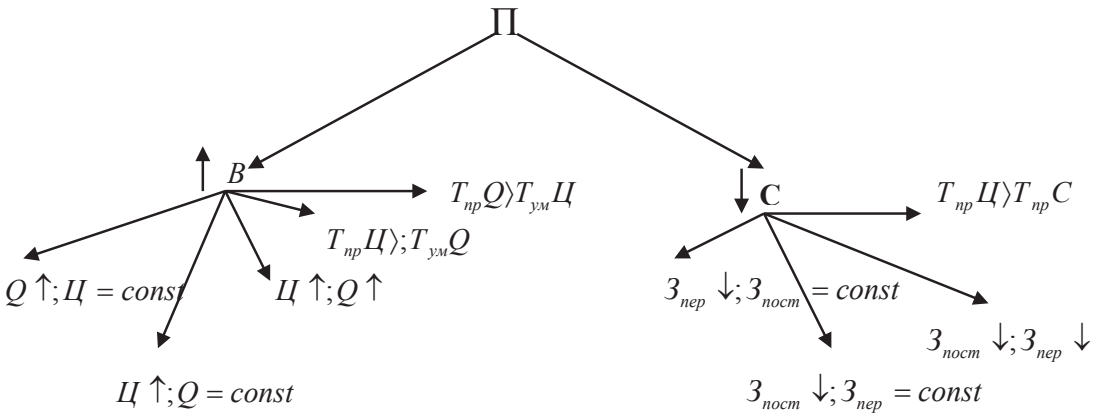

Рис. 2. Фактори збільшення прибутку на підприємстві:
П – прибуток; В – виручка від реалізації; С – собівартість продукції; Q – обсяги реалізації; Ц – ціна реалізації; $З_{пер}$ – змінні витрати; $З_{пост}$ – постійні витрати; $Т_{пр}$ – темп приросту

перевищення темпів зростання обсягу (ціни) над темпами зниження ціни (обсягів). Собівартість продукції знижується за умов зниження змінних витрат за незмінних постійних; зниження постійних витрат за стабільних змінних; зниження обох видів витрат; перевищення темпів збільшення ціни над темпами зростання витрат.

Мінімальний обсяг реалізації за витрат, що склалися на підприємстві, знаходять, використовуючи концепцію «беззбитковості»:

$$X_{П_h} = \frac{(П + K) * \alpha}{\sum_{h=1}^{n} (S_h - Z_h)},$$

де $X_{Пh}$ – обсяг реалізації продукції, який забезпечує цільовий прибуток, од.;

$П$ – цільовий прибуток, грн;

S_h – ціна реалізації h-го виду продукції, грн/од.;

Z_h – змінні витрати на виробництво h-го виду продукції, грн/од.;

K – постійні витрати, грн;

n – кількість видів продукції;

α – частка h-го виду продукції в загальному обсязі реалізації.

Основою аналізу внутрішнього потенціалу забезпечення ефективності підприємства є комплексна система взаємопов'язаних конкретних даних щодо різних видів діяльності. Систематизація та групування показників створюють пов'язані підсистеми, які дають змогу представити ефективність підприємства у вигляді математичного виразу кількох факторів, які визначають його величину та знаходяться з ним у функціональній залежності. Показники, які утворюють підсистеми, поділяють на вхідні та вихідні, вони забезпечують зв'язок підсистем: вихідні показники однієї підсистеми є вхідними для іншої [3, с. 20–23]. Взаємозв'язок показників визначає послідовність дослідження – від первинних показників до узагальнюючих. Запропоновано методику розрахунку показників комплексного аналізу ефективності діяльності підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Система показників комплексного аналізу ефективності діяльності підприємства

Показники	Познач.	Розрахунок
Показники початкових умов діяльності підприємства		
Чисельність персоналу, осіб	*ЧР*	Ф №1-підприємництво, р.300 гр.1
Вартість основних фондів, тис грн	*ВФОс*	Ф №1-баланс, р.1010
Потужності підприємства, од. прод.	*ПП*	Технічна документація
Вартість оборотних фондів, тис грн	*ВФОб*	Ф №1-баланс, (р.1195н.п. + р.1195к.п.)/2
Дебіторська заборгованість, тис грн	*ДЗ*	Ф №1-баланс, р.1125...1155
Кредиторська заборгованість, тис грн	*КЗ*	Ф №1-баланс, р.1600…1610
Показники використання засобів виробництва		
Фондорентабельність, %	$ф_р$	*П / ВФОс*
Фондовіддача	$ф_в$	*РП / ВФОс*
Амортизація, тис грн	*А*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2515
Показники використання предметів праці		
Матеріаломісткість	$м_п$	*МЗ / РП*
Показники використання трудових ресурсів		
Фонд оплати праці, тис грн	*ФОП*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2505
Продуктивність, тис грн /ос.	$п_р$	*РП / ЧР*
Прибуток на робітника, грн	$р_р$	*П / ЧР*
Прибуток на грн заробітної плати, грн	$р_з$	*П / ФОП*
Показники виробництва і збуту продукції		
Обсяг товарної продукції, од	*ОП*	Оперативна звітність
Обсяг реалізованої продукції, тис грн	*РП*	Ф №1-підприємництво, р.300 гр.2
Залишки готової продукції на складах, тис грн	*ЗП*	Ф №1-підприємництво, р.300 гр.15
Завантаженість виробничих потужностей, %	$К_з$	*ОП / ПП*
Коефіцієнт ефективності збуту	*КР*	*ЗС / РП*
Коефіцієнт затовареності готовою продукцією	*КЗ*	*ЗП / РП*
Коефіцієнт ритмічності	$к_р$	*(ОП1 +... + ОП12) / ОП*
Показники собівартості продукції		
Загальна сума витрат на виробництво та реалізацію продукції, тис грн із них:	*С*	Ф №2-звіт про фін. результати, р.2050+р.2120+р. 2130+р. 2150+р. 2180
• адміністративні витрати;	*АС*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2130
• витрати на збут	*ЗС*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2150
Витрати за елементами, тис грн:		Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2550
• матеріальні затрати	*МЗ*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2500
• витрати на оплату праці;	*ФОП*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2505
• відрахування;	*СЗ*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2510
• амортизація;	*А*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2515
• інші	*ІВ*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2520
Витрати на гривню продукції, грн	$с_{тп}$	*С / РП*
Витрати виробництва на одиницю продукції, грн	*В*	*С / ОП*
Показники прибутковості		
Фінансовий результат, тис грн	*П*	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2190 (2195)
Чистий прибуток, тис грн	$П_ч$	Ф №2-звіт про фін. результати, р. 2350 (2355)
Рентабельність витрат, %	$Р_в$	*П / С*
Рентабельність продаж, %	$Р_п$	*П / РП*
Показники фінансового стану підприємства		
Коефіцієнт фінансової автономії (стабільності)	*КА*	Ф №1-баланс, р. 1495 /р. 1900
Коефіцієнт платоспроможності	*КП*	Ф №1-баланс, р.1495 / (р. 1595 + р. 1695 + р. 1700)
Оборотність обігових коштів	*оок*	*РП / ВФОс*
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	*КЛ*	Ф №1-баланс, р.1195 / р.1695

Важливою частиною аналізу внутрішнього потенціалу підприємства є оцінка фінансової стійкості та ризику банкрутства підприємства. Будь-яке прийняте та реалізоване рішення керівника знаходить своє відображення у зміні доходів та витрат підприємства. Фінансові результати відображають можливості й результати в усіх інших галузях і щодо всіх інших функцій. Функціонуючи у ринковій економіці, кожна організація повинна забезпечувати такий стан фінансових ресурсів, за якого вона стабільно зберігає здатність безперебійно виконувати свої фінансові зобов'язання перед усіма зовнішніми та внутрішніми публіками. Фінансовий стан – це складна міра забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і ступінь раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.

Аналіз досліджень і публікацій у галузі [7; 9–11] дав змогу визначити основні підходи до діагностики як системи досліджень, що дає змогу оцінити стан, у якому опинилося підприємство, і шляхи його поліпшення: експрес-діагностика; балансові моделі; матриці фінансової рівноваги; статистичні моделі; експертні методи; рейтингові системи; дослідження грошового обороту.

Найбільш прийнятним під час аналізу фінансової стійкості вважаємо метод рейтингових систем. Рейтингова система дає можливість узагальнити результати діагностики й отримати якісний висновок стосовно фінансового стану підприємства у цілому. Рейтинг – це індивідуальний чисельний узагальнюючий синтезований показник оцінки успіхів у деякому класифікованому переліку. Згідно з методикою рейтингової оцінки, підприємства класифікуються за ступенем ризику виходячи з фактичного рівня показників фінансової стійкості та рейтингу кожного показника, вираженого у балах [3].

Висновки з даного дослідження. Таким чином, ефективність діяльності підприємства характеризується прибутком, що створюється живою працею у процесі виробництва за допомогою засобів праці та предметів праці й у грошовому вигляді формується після реалізації продукції. Показник прибутку синтезує всі боки діяльності підприємства й наочно відображає ефективність діяльності: зміну доходів, величину витрат, рівень використання ресурсів, різна комбінація яких забезпечує різну ефективність діяльності підприємства. На обсяг прибутку впливають зовнішні та внутрішні чинники, дія яких має бути виражена через систему кількісних та якісних показників. Система показників, обов'язковою умовою формування якої стає орієнтація на мету, дає змогу повноцінно проаналізувати й оцінити ефективність діяльності підприємства, пов'язати цільові величини з факторними, що впливають на них. Цільовим показником може стати потрібна прибутковість, виражена як маса або норма прибутку. Запропонований підхід до оцінювання ефективності діяльності підприємства є основою для практичного визначення резервів підвищення ефективності та науковим підґрунтям для подальшого дослідження методичних і практичних аспектів формування системи управлінських заходів із використання виявлених резервів.

Список використаних джерел:

1. Болюх М.А., Бурчевський В.З., Горбаток М.І. *Економічний аналіз* / за ред. М.Г. Чумаченка. Київ : КНЕУ, 2003. 540 с.
2. Метеленко Н.Г. Внутрішній господарський механізм ефективного функціонування промислових підприємств: теорія, практика, перспективи : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2010. 480 с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности : учебник. Минск : РИПО, 2016. 373 с.
4. Серединська В.М., Загородна О.М., Федорович Р.В. Економічний аналіз : навчальний посібник. Тернопіль : Астон, 2010. 623 с.
5. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. Москва : ИНФРА-М, 2006. 416 с.
6. Герасимчук З.В., Тендюк А.О. Теоретичні основи управлінського аналізу. *Економічний аналіз*. 2013. № 1(14). С. 7–16.
7. Ковальчук О.В. Удосконалення методики обліку фінансових результатів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 7. С. 30–32.
8. Кошельок Г.В., Малишко В.С., Малікова І.П. Факторний аналіз ефективності використання оборотних коштів підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці.* 2018. № 5(67). С. 67–72. doi: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2018-5-11
9. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства. Київ : Вища школа, 2005. 246 с.
10. Норд Г.Л., Куслій В.О. Визначення системи показників щодо формування фінансових результатів. *Вісник ЖДТУ*. 2018. № 2(84). С. 21–27. doi: https://doi.org/10.26642/jen-2018-2(84)-21-27
11. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Ненашев Е.В. Методика фінансового аналізу. Москва : ИНФРА-М, 2005. 301 с.

References:

1. Boliukh M.A., Burchevs'kyj V.Z., Horbatok M.I. (2003). *Ekonomichnyj analiz* [Economic analysis], in Chumachenka M.H. (ed.). Kyi'v : KNEU, 540 p. (in Ukrainian)
2. Metelenko N.H. (2010). *Vnutrishnii hospodarskyi mekhanizm efektyvnoho funktsionuvannia promyslovykh pidpryiemstv: teoriia, praktyka, perspektyvy: monohrafiia* [Internal economic mechanism of effective functioning of industrial enterprises: theory, practice, prospects : monograph]. Zaporizhzhia : KPU, 480 p. (in Ukrainian)
3. Savitskaya G.V. (2016). *Analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti : uchebnik* [Business Analysis : Textbook]. Minsk : RIPO, 373 p. (in Russian)
4. Seredynska V.M., Zahorodna O.M., Fedorovych R.V. (2010). *Ekonomichnyi analiz. Navchalnyi posibnyk* [Economic analysis. Tutorial]. Ternopil : Vydavnytstvo Aston, 623 p. (in Ukrainian)
5. Sheremet A.D. (2006). *Kompleksnyy analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti* [Comprehensive business analysis]. Moscow : YNFRA-M, 301 p. (in Russian)
6. Herasymchuk Z.V., Tendiuk A.O. (2013). Teoretychni osnovy upravlinskoho analizu [Theoretical basis of management analysis]. *Ekonomichnyi analiz : zbirnyk naukovykh prats.* № 1(14). С. 7–16. (in Ukrainian)
7. Koval'chuk O.V. (2009). Udoskonalennja metodiki obliku finansovih rezul'tativ [Improving the method of accounting for financial results]. *Investicii: praktika ta dosvid*. No 7. S. 30–32. (in Ukrainian)
8. Koshelok H.V., Malyshko V.S., Malikova I.P. (2018). Faktornyi analiz efektyvnosti vykorystannia oborotnykh koshtiv pidpryiemstva [Factor analysis of the efficiency of the working capital of the enterprise]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi.* № 5(67). С. 67–72. doi: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2018-5-11 (in Ukrainian)
9. Mets V.O. (2005). *Ekonomichnyj analiz finansovykh rezul'tativ ta finansovoho stanu pidpryiemstva* [Economic analysis of financial results and financial condition of the enterprise]. Kyi'v : Vyscha shk., 246 p. (in Ukrainian)
10. Nord H.L., Kuslii V.O. (2018). Vyznachennia systemy pokaznykiv shchodo formuvannia finansovykh rezultativ [Definition of a system of indicators for the formation of financial results]. *Visnyk ZhDTU*. № 2(84), p. 21–27. doi: https://doi.org/10.26642/jen-2018-2(84)-21-27 (in Ukrainian)
11. Sheremet A.D., Sajfulyn R.S. and Nenashev E.V. (2005). *Metodyka finansovoho analizu* [Methods of financial analysis]. Moscow : YNFRA-M, 301 p.

УДК 658.8.011.1:338.486.2

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-44

Роскладка Н.О.
доктор економічних наук, доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет
Врона А.О.
магістр,
Київський національний торговельно-економічний університет

Roskladka Nataliia
Kyiv National University of Trade and Economics
Vrona Alina
Kyiv National University of Trade and Economics

GDS-ТУР ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

GDS-TOUR AS AN OPTIMIZATION TOOL FOR THE PRODUCT PORTFOLIO OF TOURISM ENTERPRISE

У статті запропоновано заходи щодо оптимізації продуктового портфеля туристичного підприємства. Проведено дослідження стану ринку туристичних послуг України, діяльності туристичних операторів, рівня конкуренції на ринку виїзного туризму. Сформовано рейтинг туроператорів виїзного туризму України за кількістю обслугованих туристів. У результаті проведеного дослідження обґрунтовано доцільність розроблення та впровадження до продуктового портфеля туристичних підприємств GDS-турів. Розглянуто особливості інтеграції туристичних підприємств із такими глобальними дистриб'юторськими системами, як Amadeus, KIU, Galileo, Sabre, Worldspan, Abacus. Визначено основні переваги від упровадження до продуктового портфеля туристичних підприємств GDS-турів. Запропоновано напрями вдосконалення збутової політики туристичного підприємства за допомогою розвитку інформаційних технологій та використання мережі Інтернет.

Ключові слова: туризм, туристичне підприємство, туристичний продукт, продуктова політика, продуктовий портфель, GDS-тур.

В статье предложены меры по оптимизации продуктового портфеля туристического предприятия. Проведено исследование состояния рынка туристических услуг Украины, деятельности туристических операторов, уровня конкуренции на рынке выездного туризма. Сформирован рейтинг туроператоров выездного туризма Украины по количеству обслуженных туристов. В результате проведенного исследования обоснована целесообразность разработки и внедрения в продуктовый портфель туристических предприятий GDS-туров. Рассмотрены особенности интеграции туристических предприятий с такими глобальными дистрибьюторскими системами, как Amadeus, KIU, Galileo, Sabre, Worldspan, Abacus. Определены основные преимущества от внедрения в продуктовый портфель туристических предприятий GDS-туров. Предложены направления совершенствования сбытовой политики туристического предприятия посредством развития информационных технологий и использования сети Интернет.

Ключевые слова: туризм, туристическое предприятие, туристический продукт, продуктовая политика, продуктовый портфель, GDS-тур.

The current conditions of activity of tourism enterprises are characterized by a high degree of uncertainty, seasonal instability of demand for tourism services, lack of financial resources, insufficient customer orientation and fierce competition at the tourism services market. Significant aggravation of competition is one of the trends that characterize the state of the tourism industry in Ukraine today. Under socio-economic and political crisis, demand for tourism services has declined significantly. This fact requires the search for new ways and methods of improving the competitiveness of tourism enterprises in the tourist services market. One such method is implementation of effective product policy, the use of innovative tools for optimization the product portfolio of tourism businesses. The article proposes approaches for optimization the product portfolio of the tourism enterprise. The research of the market of tourism services of Ukraine, the activity of tourism operators, the level of competition in the outbound tourism market was conducted. The rating of the largest outbound tour operators of Ukraine

by the number of tourists was generated. As a result of the research, the feasibility of developing and implementation of GDS-tours into the product portfolio of tourism enterprises of was substantiated. Features of integration of tourism enterprises with such global distribution systems as Amadeus, KIU, Galileo, Saber, Worldspan, Abacus was considered. It is determined that the main advantages from the implementation of GDS-tours are: a significant reduction of labor costs for the formation of tourism product on regular flights, the opportunity to reduce financial risks, the possibility of expanding the range of destinations at no additional cost, availability of search for all scheduled flights online, updated information on availability and cost of tickets by the new integration technologies. The directions of improvement of product policy of tourism enterprise through development of information technologies and use of the Internet was offered. The research results can be used in the activity of tourism enterprises of Ukraine for increase their competitiveness.

Key words: tourism, tourism enterprise, tourism product, product policy, product portfolio, GDS-tour.

Постановка проблеми. Сучасні умови функціонування туристичних підприємств характеризуються високим рівнем невизначеності, сезонною нестабільністю попиту на туристичні послуги, нестачею фінансових ресурсів, недостатньою орієнтацією на клієнта та жорсткою конкуренцією на ринку туристичних послуг. Суттєве загострення конкурентної боротьби є однією з визначальних тенденцій, що сьогодні характеризують стан туристичної сфери в Україні. Цей факт потребує пошуку нових шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств на ринку туристичних послуг, одним з яких, на нашу думку, є реалізація ефективної продуктової політики, застосування інноваційних інструментів оптимізації продуктового портфеля суб'єктів туристичної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розв'язання питань управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств та формування ефективного методичного інструментарію оптимізації продуктового портфеля зробили такі вітчизняні та закордонні вчені, як: С.С. Галасюк [1], В.Г. Герасименко [1], В.Ф. Кифяк [2], А.А. Мазаракі [3], С.В. Мельниченко [3], Г.І. Михайличенко [3; 4], С.Г. Нездоймінов [1], Т.І. Ткаченко [5], L. Dwyer [6] та ін.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в удосконаленні теоретико-методичних та прикладних засад оптимізації продуктового портфеля туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Продуктова політика – комплексне поняття, яке охоплює: діяльність туристичного підприємства з оптимізації продуктового портфеля; підвищення якості наявних туристичних продуктів та їх модифікацію; створення нових туристичних продуктів і виведення їх на ринок; виключення з асортименту туристичних продуктів, що на разі не мають попиту серед споживачів [7]. Продуктовий портфель туристичного підприємства являє собою комплекс туристичних продуктів, які перебувають на різних стадіях життєвого циклу та задовольняють різні мотиви подорожуючих відповідно до профілю діяльності туристичного підприємства.

Оптимальна структура продуктового портфеля покликана забезпечити туристичному підприємству відносну стабільність обсягів реалізації та рівня прибутку в умовах мінливої кон'юнктури на туристичному ринку і, таким чином, сприяти підтримці його конкурентоспроможності. Суб'єкту туристичної діяльності, що має в наявності широкий асортимент туристичних продуктів, необхідно, насамперед, стежити за тим, щоб продуктовий портфель був оптимальним за рівнем прибутковості, не забуваючи при цьому про дію закону Парето, коли 20% туристичних продуктів підприємства забезпечують йому 80% прибутку від усіх продажів [7].

Туристичному підприємству доцільно мати такі групи продуктів за рівнем їх прибутковості: основну – туристичні продукти, що приносять основний прибуток підприємству; підтримуючу – продукти, що стабілізують доходи від продажів; стратегічну – продукти, які покликані забезпечувати майбутні прибутки підприємству; тактичну – продукти, що стимулюють продаж основних груп продуктів. Кожне туристичне підприємство має підтримувати оптимальну структуру продуктового портфеля з позицій стадій життєвого циклу продуктів, здійснювати моніторинг і управління їхнім життєвим циклом. Концепція життєвого циклу ґрунтується на тому, що туристичний продукт перебуває на ринку туристичних послуг певний час, а потім під впливом зміни потреб споживачів, удосконалення технологій, появи інновацій, впливу конкурентів замінюється іншими.

Разом із тим необхідно враховувати, що які б зусилля не докладало туристичне підприємство для ефективної організації роботи з наявними продуктами на всіх стадіях їхніх життєвих циклів, існує об'єктивна необхідність у розробленні й упровадженні на ринок нових туристичних продуктів. Така необхідність зумовлюється розвитком ринку туристичних послуг, постійним зростанням можливостей для нових пропозицій і розширенням спектру потреб спожива-

чів. Наявність новинок у продуктовому портфелі дає змогу туристичному підприємству підтримувати й збільшувати доходи, задовольняти нові потреби постійних клієнтів і, таким чином, утримувати їх, посилювати позиції на певному сегменті ринку, завойовувати нових клієнтів, займати нові або з меншим рівнем конкуренції ринкові ніші, отримувати статус гнучкого, інноваційного туристичного підприємства.

Поняття «новий туристичний продукт» може трактуватися по-різному. Так, новим продуктом можуть виступати принципово новий продукт, що раніше не позиціонувався на ринку туристичних послуг; новий продукт саме для цього туристичного підприємства; старий, але модифікований продукт; старий, але інакше позиціонований продукт. Розроблення принципово нового туристичного продукту (туру, маршруту, туристичного пакета) – складна і багатоступенева процедура. Кожне туристичне підприємство має свою специфічну технологію розроблення нових продуктів і виведення їх на ринок туристичних послуг.

Таким чином, формування продуктової політики туристичного підприємства є тим основним першочерговим завданням, що дає змогу суб'єкту туристичної діяльності ефективно функціонувати завдяки поєднанню спеціально розроблених інструментів для кожного ринку та сегменту туристичних продуктів з урахуванням їх дохідності, порядку розповсюдження та просування до споживача.

У 2018 р. Департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України надали звіти за результатами своєї діяльності 527 туроператорів (за даними українського онлайн-журналу Turprofi.com.ua) [8]. За результатами проведеного аналізу кількість обслугованих українських туристів у 2018 р. становила 3 146 523 особи (табл. 1).

Як свідчать дані табл. 1, ТОВ «JoinUp!» і ТОВ «Туристична компанія «Анекс Тур» лідирують із великим відривом від інших туристичних компаній. Ці туристичні оператори мають власні літаки, які потрібно завантажувати. Обидва туроператора за 2018 р. порівняно з 2017 р. збільшили кількість клієнтів на 200,4 тис осіб і на 61,8 тис осіб відповідно.

Туристичні компанії, що посідають місця з третього по сьоме, знаходяться приблизно на одному рівні і майже всі демонструють зростання обсягів. Наприклад, показники ТОВ «Тез Тур» у 2018 р. виросли порівняно з 2017 р. на 51,3 тис осіб, що підняло їх у рейтингу з четвертого місця на третє. Майже на 44 тис осіб збільшило обсяги ТОВ «Корал Тревел» і на

Таблиця 1

ТОП–20 туроператорів за кількістю обслугованих українських туристів, що подорожували за кордон у 2017–2018 рр., осіб

№ пор.	Туристичні оператори	Роки:	
		2017	2018
1.	ТОВ «JoinUp!»	678 013	878 416
2.	ТОВ «Туристична компанія «Анекс Тур»	453 801	515 582
3.	ТОВ «Тез Тур»	233 639	284 956
4.	ТОВ «Аккорд-Тур»	д/в	260 563
5.	ТОВ «Корал Тревел»	198 305	242 071
6.	ТОВ «ТТВК»	136 191	230 462
7.	ТОВ «Тревел Профешнл Груп»	238 321	228 381
8.	ТОВ «Пегас Туристик»	83 286	115 887
9.	ТОВ «ГТО»	22 273	66 400
10.	ТОВ «Зевс Тревел»	14 316	20 014
11.	ПРАТ «Обрій Інк»	13 058	15 930
12.	ТОВ «Танго Тревел Плюс»	–	12 817
13.	ТОВ «Танго Тревел»	24 952	12 799
14.	ТОВ «Оазіс Тревел Україна»	д/в	9 722
15.	ПАТ «Кий Авіа»	7 053	8 202
16.	ТОВ «Сієста»	6 797	7 883
17.	ПрАТ «Універсальне агентство продажу авіаперевезень»	15 784	7 264
18.	ТОВ «Орбіта»	5 761	7 179
19.	ТОВ «Адвант Тревел»	д/в	7 178
20.	ТОВ «Музенідіс Тревел Львів»	5 356	7 084

Джерело: узагальнено авторами за даними [8]

94,3 тис осіб – ТОВ «ТТВК» (туристична компанія TUI). Показники ТОВ «Тревел Профешнл Груп» майже не змінилися, кількість туристів ТОВ «Пегас Туристик» зросла на 32,6 тис осіб. Значно збільшило обороти ТОВ «ГТО» – на 44,1 тис туристів більше у 2018 р., ніж у 2017 р.

У першу десятку в 2018 р. також потрапило ТОВ «Зевс Тревел». У 2017 р. його випереджало ТОВ «Танго Тревел», яке нині працює через дві юридичні особи. Аналогічна ситуація у ТОВ «Музенідіс Тревел», яке має декілька юридичних осіб і відправляє сумарно більшу кількість туристів, але окремо його юридичні особи в першу десятку не потрапили, хоча львівське представництво потрапило до ТОП–20.

Дослідивши стан ринку туристичних послуг України, діяльність туристичних операторів, рівень конкуренції на ринку виїзного туризму, вважаємо за доцільне впровадити заходи щодо вдосконалення продуктової політики туристичних підприємств шляхом уведення до їх продуктового портфеля GDS-турів.

GDS-тури – це динамічне формування пакетного туру за допомогою регулярних (не чартерних) авіарейсів із розрахунком підсумкової вартості пакету у режимі online, що досягається шляхом прямого звернення до ресурсних систем бронювання авіакомпаній. За декілька хвилин можна забронювати й оформити подорож регулярними авіарейсами на найвигідніших умовах. Основна перевага GDS-турів – широкий вибір авіакомпаній, варіантів перельотів, стикувань і тарифів. Також GDS-тури надають можливість відкрити нові напрямки, розширити географію польотів та урізноманітнити туристичні маршрути.

Глобальна дистриб'юторська система (GDS, Global Distribution System) – міжнародна комп'ютерна система бронювання [9]. Комп'ютерні системи бронювання спочатку були розроблені і використовувалися тільки авіаперевізниками, потім ці системи були розширені для використання туристичними агентствами. Пізніше системи стали також включати можливість бронювання номерів у готелях, морських круїзів, прокат автомобілів, автобусних квитків і т. д. Туристичні агентства, підключені до терміналів глобальних дистриб'юторських систем, отримали можливість надавати своїм клієнтам послуги з бронювання в режимі реального часу.

До найбільших GDS належать Amadeus, KIU, Galileo, Sabre, Worldspan, Abacus. Основні GDS стали членами Міжнародного товариства аеротелекомунікацій SITA.

Особливості інтеграції з GDS:

– пошук варіантів перельотів у міжнародних комп'ютерних системах бронювання і розрахунок вартості замовлення з урахуванням знайдених рейсів відбувається в режимі online. На кожен варіант перельоту розраховується надбавка або знижка до вартості туру;

– клієнту доступні різні фільтри для підбору рейсів на сторінці бронювання туру (зупинки, час вильоту, авіакомпанії, тривалість перельоту);

– клієнту доступна інформація про наявність багажу, можливості повернення квитка і правила перевезення від авіакомпанії;

– квиток автоматично забронюється в GDS (отримає PNR-ідентифікатор) у момент збереження замовлення в програмному комплексі «САМО-Тур». У підтвердженні на заявку буде автоматично прописаний тайм-ліміт на оплату рейсу і буде вказана мінімальна сума попередньої оплати;

– у разі несплати заявки бронь у GDS на перельоти буде знята автоматично;

– виписка квитка відбувається автоматично після повної оплати або попередньої оплати замовлення. Посилання на електронні маршрутні квитанції будуть автоматично додані до заявки;

– два варіанти формування турів із динамічним пакетом: «середній тариф» на рейс у пакеті для формування ціни в пошуку турів + актуалізація на сторінці бронювання; автоматичне завантаження цін на рейси з GDS для формування ціни в пошуку турів + актуалізація на сторінці бронювання;

– гнучка система налаштування турів для роботи з GDS-рейсами [10].

Отже, для туристичного підприємства основними перевагами від упровадження GDS-турів є:

– значне зниження трудовитрат на формування туристичного продукту на регулярних рейсах;

– можливість зменшити фінансові ризики, оскільки запропонована бізнес-модель дає змогу уникнути жорстких блоків місць на авіарейсах та в готелях і не вносити великі депозити;

– можливість розширення асортименту напрямків без додаткових витрат;

– доступність усіх регулярних рейсів для пошуку в режимі online, завдяки чому є можливість задовольнити навіть найнестандартніші запити клієнтів;

– завжди актуальна інформація щодо наявності й вартості квитків завдяки новим технологіям інтеграції.

Бронювати послуги в динамічному пакеті вигідніше, ніж окремо. Вигода досягається, перш за все, за рахунок того, що авіакомпанії та готелі отримують додаткові канали збуту, за якими вони можуть реалізовувати свої послуги за нижчими цінами, ніж за існуючими каналами, не розкриваючи їх, оскільки всі послуги зібрані в пакет, а ціни на окремі послуги не публікуються. За такої технології пакетування економія може досягати 15–20% [11].

У сучасних умовах забезпечення конкурентоспроможності туристичних підприємств на внутрішньому і зовнішньому ринках визначається, насамперед, наявністю та адекватністю управління каналами збуту туристичного продукту. Зазначені канали, формуючи систему збуту, мають зменшувати вплив несприятливих соціально-економічних чинників, мінімізувавши тим самим вірогідність негативного результату або навіть банкрутства підприємств. Таким чином, актуалізуються питання розроблення теоретичних і методичних основ формування ефективної системи збуту туристичних підприємств, удосконалення процедур моделювання збутової поведінки суб'єктів туристичної діяльності.

Сьогодні традиційні канали збуту у сфері туризму залишаються важливими, проте зростають роль та місце мережі Інтернет як середовища, в якому відбувається віртуальний обмін даними та інформацією, змінюючи, таким чином, концепцію ведення туристичного бізнесу.

Зв'язуючою ланкою у системі розподілу туристичного продукту є електронні системи бронювання та продажу туристичних послуг, інформаційне забезпечення яких забезпечують такі глобальні системи, як:

– Global Consolidating System (GCS), яка об'єднує низку ланцюгів електронної комерції за логістичними принципами та акумулює процеси збуту за допомогою Інтернет-продажів, прямого збуту, альтернативних каналів та методів збуту з використанням GDS, ADS, CRS, BSP;

– Global Distribution System (GDS), яка включає професійні системи резервування та бронювання (Galileo, Worldspan, Amadeus, Sabre) та забезпечує взаємозв'язок між різними учасниками світового туристичного ринку. Global Distribution System (GDS) пов'язує авіакомпанії, готелі, туристичні агентства та інших членів каналу розподілу. На частку GDS припадає близько 15% від загальної кількості світових резервувань;

– Alternative Distribution System (ADS), яка представлена такими порталами, як booking.com, expedia.com, hotel.de, hotels.com, lastminute.com, ORBITZ, що дають можливість бронювати туристичні послуги як агентам-посередникам, так і кінцевим споживачам;

– Central Reservation System (CRS), яка призначена для завантаження інформації про послуги готелів (авіакомпаній, туроператорів та ін.) в усі існуючі електронні канали продажу для підвищення ефективності прямих online-продажів із сайту туристичного підприємства;

– Business Service Provider (BSP), яка являє собою контекстну програму «бізнес для бізнесу» як сукупність програмних продуктів, об'єднаних характеристиками і можливостями систем управління мультимедійними документами і систем управління процесами діловодства для зменшення надмірності у традиційному документообігу і підвищення ефективності адміністративної роботи, які працюють в інфраструктурі інформаційних технологій на платформі програмних продуктів Microsoft [4].

Реалізація збутової політики туристичного підприємства за допомогою інформаційних технологій та мережі Інтернет зумовлює розвиток електронної комерції. Для конкурентоспроможного функціонування на ринку туристичних послуг туристичним підприємствам необхідно здійснювати основні бізнес-процеси з використанням інформаційних та телекомунікаційних технологій. Туристичне підприємство виходить на якісно новий рівень ведення збутової діяльності, використовуючи можливості мережі Інтернет у комерційних цілях. Віртуальні продажі дають можливість установити більш ефективні та економічні канали зв'язку із цільовими ринками, високий рівень обслуговування та утримання клієнтів, сприяють зменшенню витрат завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій та комерційних процедур. Перетворення традиційної економіки на віртуальну, яка дає змогу здійснювати економічні операції, встановлювати ділові відносини у віртуальному просторі, зумовило організацію та розвиток віртуальних туристичних підприємств. Віртуальні туристичні підприємства використовують інструменти традиційного маркетингу за допомогою сайтів, банерів, електронної пошти, інтерактивних кіосків у режимі реального часу.

Компанія PricewaterhouseCoopers опублікувала результати дослідження, які показали, що 78% туристів шукають інформацію про майбутню туристичну поїздку в режимі онлайн, 32% бронюють тури в Інтернеті. За прогнозами аналітиків, через два-три роки цей показник може наблизитися до 50% [12]. Отже, діяльність туристичних підприємств сьогодні залежить від їх гнучкості, вивчення переваг туристів і інноваційної технічної бази зі зручним інтерфейсом. В онлайн-каналах відбувається випереджаюче зростання продажів через мобільні пристрої. У найближчі роки мобільні продажі можуть стати основним каналом реалізації туристичного продукту, тому туристичні підприємства мають подбати про адаптацію своїх сайтів до мобільних пристроїв.

Останнім часом особливої популярності набули CRM-системи (Customer Relationship Management) – системи управління взаємовідносинами з клієнтами [3]. CRM-система – ефективний інструмент автоматизації бізнес-процесів і накопичення структурованої інформації

про клієнтів, ефективності роботи з ними на туристичному підприємстві. До того ж CRM – це стратегія бізнесу, яка дає змогу підвищити якість обслуговування, стабілізувати обсяги продажу та підвищити конкурентні позиції туристичного підприємства на ринку. Основною метою впровадження CRM-систем, як правило, є збільшення рівня задоволеності клієнтів за допомогою аналізу накопиченої інформації про поведінку клієнта, регулювання тарифної політики, налаштування інструментів маркетингу. Завдяки застосуванню автоматизованої централізованої обробки даних з'являється можливість ефективно і з мінімальною участю співробітників ураховувати індивідуальні потреби замовників, а за рахунок оперативності обробки – здійснювати раннє виявлення ризиків і потенційних можливостей.

Висновки з даного дослідження. Складна ситуація на ринку туристичних послуг має спонукати туристичний бізнес шукати шляхи виходу із ситуації, що склалася, інноваційно підходити до розроблення та прийняття управлінських рішень, виходити на нові ринки і створювати унікальні туристичні продукти. Для підвищення якості послуг, що пропонуються туристичними підприємствами, та для здійснення успішної діяльності на ринку необхідне проведення узгодженої продуктової політики та впровадження заходів з оптимізації продуктового портфеля шляхом упровадження GDS-турів.

Список використаних джерел:

1. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса : Астропринт, 2013. 334 с.
2. Кифяк В.Ф., Кифяк О.В. Сучасні підходи до розрахунку обсягу наданих туристичних послуг, визначення чисельності туристів та прогнозування на майбутні періоди. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі.* 2018. № 1(86). С. 41–48.
3. Інновінг у туризмі : монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2016. 532 с.
4. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток інформаційної системи туроперейтингу. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.* 2012. № 7(178). С. 221–224.
5. Ткаченко Т.І., Козловський Є.В. Вплив глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу. *Економіка та держава*. 2018. № 6. С. 56–59.
6. Dwyer L. Future economic development in tourism. Strategic Management in Tourism. Boston : CABI Tourism Texts, 2018. P. 30–44.
7. Антоненко І.Я. Продуктова політика туристичного підприємства. *Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди* : тези Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 7 квітня 2016 р. / відп. А.А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2016. С.14–15.
8. Turprofi.com.ua : *онлайн-журнал для професіоналів туристичного бізнесу*. URL: http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/2767-top-20-turoperatorov-2018-po-versii-mert (дата звернення: 03.08.2019).
9. Global distribution system (GDS): definition and meaning. URL: http://www.businessdictionary.com/definition/Global-Distribution-System-GDS.html (дата звернення: 03.08.2019).
10. Shatskaya Z. Global enterprises in the tourist industry. *Paradigm of knowledge*. 2018. Vol. 1. № 27. URL: https://naukajournal.org/index.php/Paradigm/article/view/1439/1527 (дата звернення: 03.08.2019).
11. Джинджоян В.В. Впровадження продуктових та процесних інновацій у збутову діяльність туристичних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід.* 2018. № 9. С. 39–45.
12. PricewaterhouseCoopers. Global Entertainment & Media Outlook 2019–2023. URL: https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook.html (дата звернення: 03.08.2019).

References:

1. Herasymenko V.H. (ed.) (2013). *Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsii rozvytku* [Markets of tourist services: the state and trends of development]. Odesa : Astroprynt. (in Ukrainian)
2. Kyfiak V.F., Kyfiak O.V. (2018). Suchasni pidkhody do rozrakhunku obsiahu nadanykh turystychnykh posluh, vyznachennia chyselnosti turystiv ta prohnozuvannia na maibutni periody [Modern approaches to calculating the volume of tourist services provided, determining the number of tourists and forecasting for future periods]. *Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade*, vol. 1, no. 86, pp. 41–48.
3. Mazaraki A.A. (ed.) (2016). *Innovinh v turyzmi* [Innovation in tourism]. Kyiv : KNTEU. (in Ukrainian)
4. Mykhailichenko H.I. (2012). Innovatsiinyi rozvytok informatsiinoi systemy turopereitynhu [Innovative development of the touring information system]. *Bulletin of Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*, vol. 7, no. 178, pp. 221–224.
5. Tkachenko T.I., Kozlovskyi Ye.V. (2018). Vplyv hlobalnykh dystrybutyvnykh system na rozvytok suchasnoho turystychnoho biznesu [Influence of global distribution systems on the development of modern tourism business]. *Economy and State*, vol. 6, pp. 56–59.

6. Dwyer L. (2018). Future economic development in tourism. *Strategic Management in Tourism*. Boston : CABI Tourism Texts, pp. 30–44.
7. Antonenko I.Ya. (2016). Produktova polityka turystychnoho pidpryiemstva [Food policy of tourism enterprise]. Proceedings of the *Turystychnyi, hotelnyi i restorannyi biznes: innovatsii ta trendy: Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia (Ukraine, Kyiv, April 7, 2016)* (eds. Mazaraki A.A.). Kyiv : KNTEU, pp. 14–15.
8. Turprofi.com.ua. Available at: http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/2767-top-20-turoperatorov-2018-po-versii-mert (accessed 03.08.2019).
9. Global distribution system (GDS): definition and meaning. Available at: http://www.businessdictionary.com/definition/Global-Distribution-System-GDS.html (accessed 03.08.2019).
10. Shatskaya Z. (2018). Global enterprises in the tourist industry. *Paradigm of knowledge*, vol. 1, no. 27. Available at: https://naukajournal.org/index.php/Paradigm/article/view/1439/1527 (accessed 03.08.2019).
11. Dzhyndzhoian V.V. (2018). Vprovadzhennia produktovykh ta protsesnykh innovatsii u zbutovu diialnist turystychnykh pidpryiemstv [Implementation of product and process innovations in marketing activities of tourism enterprises]. *Investments: practice and experience*, vol. 9, pp. 39–45.
12. PricewaterhouseCoopers. Global Entertainment & Media Outlook 2019–2023. Available at: https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook.html (accessed 03.08.2019).

УДК 338.48.071.2

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-45

Садченко О.В.
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
Гайворонська І.В.
старший викладач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Sadchenko Olena
National University I.I. Mechnikov of Odessa
Gayvoronska Inna
National University I.I. Mechnikov of Odessa

МЕРЕЖЕВОЦЕНТРИЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

NETWORK CENTER APPROACH TO MANAGEMENT OF TOURIST DESTINATIONS ENTERPRISES

У статті розглянуто основні аспекти мережевоцентричного підходу до управління підприємствами туристичних дестинацій. Виявлено, що основою розвитку підприємств туристичної дестинації є такі умови: сталий розвиток складної системи (туристичної дестинації); балансування інтересів усіх учасників взаємодії у складі дестинації; виділення цілей сталого розвитку туризму у пріоритет на рівні держави; виховна робота з місцевим населенням дестинації щодо прийняття принципів сталого розвитку туризму та формування загальної культури туризму. Пропонується модель мережевоцентричного середовища розвитку підприємств туристичної дестинації. Мережевим центром представленої моделі є дестинація, яка формується на основі інтересу туристів до атракцій. Одним із найважливіших інструментів забезпечення «ситуаційної обізнаності» є контроль результатів реалізації цілей сталого розвитку туристичних дестинацій засобами моніторинга.

Ключові слова: туристична дестинація, туристичні підприємства, мережевоцентричний підхід, сталий розвиток туризму, мережевоцентричне середовище, технології просування туристичних послуг.

В статье рассмотрены основные аспекты сетецентричного подхода к управлению предприятиями туристических дестинаций. Выявлено, что основой развития предприятий туристической дестинации являются такие условия: устойчивое развитие сложной системы (туристической дестинации) балансировки интересов всех участников взаимодействия в составе дестинации; выделение целей устойчивого развития туризма в приоритет на уровне государства; воспитательная работа с местным населением дестинации по принятию принципов устойчивого развития туризма и формирования общей культуры туризма. Предлагается модель сетецентричной среды развития предприятий туристической дестинации. Сетевым центром представленной модели является дестинация, которая формируется на основе интереса туристов к достопримечательностям. Одним из важнейших инструментов обеспечения «ситуационной осведомленности» является контроль результатов реализации целей устойчивого развития туристической дестинации средствами мониторинга.

Ключевые слова: туристическая дестинация, туристические предприятия, сетецентричний подход, устойчивое развитие туризма, сетецентричная среда, технологии продвижения туристических услуг.

The purpose of the study is to highlight the main aspects of the network-centric approach to the management of enterprises of tourist destinations. In the conditions of globalization and large-scale application of information and communication technologies, there is a need for scientific and methodological provision of management of complex systems based on a network-centric approach. It is proposed to adapt this approach to a tourist destination, which is a complex system. It is revealed that the basis for the development of enterprises of the tourist destination are the following conditions: sustainable development of a complex system (tourist destination); balancing the interests of all parties involved in the destination; highlighting the goals of sustainable tourism development at the national level; educational work with the local population of the destination to adopt the principles of sustainable tourism development and the formation of a common tourism culture. A model of a network-centric environment for the development of tourist destination enterprises is proposed. In the presented model, one of the most important tools for providing "situational awareness" is to control the results of the implementation of the goals of sustainable development of tourist destinations by means of monitoring. The network center of the model is the destination, which is formed on the basis of tourists' interest in the attractions that are in the territory of the destination. The process of development of tourist destinations is ordered in the direction of the dominant network-centric role of attractions. One of the effective tools is the "situational centers" created in government bodies and the largest state-owned companies. Such centers monitor, form information for management decisions. The practical significance of the results obtained is for building an efficient economy based on network-centric management principles. The strategy of promotion of tourist services on the basis of a network-centric approach should be formed and implemented in relation to a particular tourist destination, based on its economic importance and social orientation, in accordance with the strategy of tourism promotion of meso and macro levels, which will be the subject of further scientific research.

Key words: tourist destination, tourist enterprises, network-centric approach, sustainable tourism development, network-centric environment, technologies for promotion of tourist services.

Постановка проблеми. Для України характерними є такі ключові проблеми, які перешкоджають розвитку туристичних дестинацій [1; 2]:

– несформованість туристичних дестинацій, відсутність у більшості регіонів розуміння необхідності просування туристичних послуг;

– відсутність комплексного підходу до розуміння ідентичності туристичної дестинації та методів її визначення;

– відсутність відповідного інструментарію брендингу;

– недостатність професійних кадрів і експертних груп, здатних реалізувати стратегію просування туристичної дестинації на місцях;

– відсутність ефективної системи комунікації й інформування потенційних туристів про туристичні можливості конкретної дестинації;

– відсутність стимулів у більшості туристичних регіонів формувати дестинацію та об'єднуватися в просуванні туристичних продуктів і послуг.

В умовах глобалізації та масштабного застосування інформаційно-комунікаційних технологій виникає потреба у науково-методичному забезпеченні управління складними системами на підставі мережевоцентричного підходу – нової ефективної парадигми виживання і розвитку сучасних соціально-економічних структур.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Архітектура і система управління великими сильно пов'язаними системами еволюціонують до мережевоцентричної. В основі мережевоцентричної парадигми лежить мережевий принцип побудови тієї чи іншої системи, що дає змогу забезпечити максимальні можливості для отримання інформації про параметри її власного функціонування і стану

зовнішнього середовища, доступу до необхідної інформації, її обробки, зберігання, розподілу та забезпечення зворотного зв'язку [3; 4]. Поняття «мережевоцентричне управління» переважно використовується військовими і фахівцями, які займаються проблемами управління у великих (перш за все технічних і соціотехнічних) системах, до складу яких входить якась кількість автономних центрів (об'єктів), об'єднаних у загальну мережу. Під мережевоцентричністю розуміється принцип організації систем управління, що дає змогу «…реалізувати режим ситуаційної обізнаності завдяки формуванню і підтриманню єдиного для всіх ярусів управління, цілісного, контекстного інформаційного середовища і включення в процес його безперервної актуалізації якомога більшого числа джерел первинної інформації» [5]. Виділяється два важливих мережевоцентричних принципи: зосередження зусиль на виконанні поставленого завдання і максимальне використання всієї інформації для формування рішень [4]. Означені принципи характерні для системи управління туристичною дестинацією як відкритою соціально-економічною системою, що самоорганізовується «зі слабкою ієрархією в контурі прийняття рішень», здатних «породжувати цілі всередині себе» [6].

Даний підхід пропонується адаптувати до туристичної дестинації, яка є складною системою, для формування наукового концепту управління розвитком підприємств, що функціонують на території дестинації, з метою балансування інтересів усіх учасників взаємодії, включаючи державу та державні інституції.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є виділення основних аспектів мережевоцентричного підходу до управління підприємствами туристичних дестинацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мережевоцентричний підхід до управління туристичною дестинацією зумовлюється такими закономірними явищами і процесами, які характерні для сучасного етапу розвитку туризму:

– послідовною зміною структур, гравців і туристичних продуктів на ринку туризму;

– взаємозв'язком і взаєморозвитком туристичних процесів та інформаційних технологій;

– швидко мінливою поведінкою споживачів;

– гнучкими технологічними інфраструктурними змінами туристичного сектору;

– розвитком підприємницьких мереж на місцевому рівні дестинацій;

– кластерною агрегацією структур сформованих мереж, що складаються переважно з малих і середніх туристичних підприємств;

– ринковою взаємодією підприємств мережі за допомогою нових веб-технологій і сучасних механізмів (принцип B2B) для забезпечення замовнику повного пакету туристичних продуктів і послуг;

– зростаючою конкуренцією на ринку електронної торгівлі туристичними продуктами і послугами, що вимагає додаткових інструментів ідентифікації;

– підсиленням взаємодії між постачальниками, клієнтами та маркетинговими організаціями системою управління (Destination Management System), що допомагає дестинації підтримувати свою туристичну привабливість;

– диференціацією продуктів дестинації для сегментування ринку і формування пакету цільової пропозиції;

– партнерськими відносинами між державним і приватним секторами на туристичному ринку, що забезпечить мережевоцентричний розвиток дестинації за пріоритетами довгострокових стратегічних цілей і середньо- та короткострокових локальних програм та ініціатив.

Отже, мережевоцентричне управління ресурсами дестинації передбачає створення територіально розподіленої мережі розвинених інфокомунікаційних вузлів. Основними характеристиками такої мережі є: високоефективна «інформаційна решітка», що забезпечує доступ до всієї необхідної інформації щодо дестинації; прогресивна система управління туристичними ресурсами дестинації, інтегрована «сенсорна поверхня», поєднана в єдину мережу із системою «агентів дестинації» і системою її управління [7]. Цілі розвитку туризму в дестинації, як правило, пов'язані не стільки з ростом туристичних потоків, скільки із забезпеченням сталого туризму. У науково-практичному сенсі така організація дестинації дасть змогу перейти до її більш ефективної й оперативної форми управління та самосинхронізації.

При цьому показник оперативності управління має на увазі два взаємопов'язаних аспекти:

– дестинація досягає інформаційної переваги за рахунок аналітичного розуміння ситуації у висококонкурентному полі діяльності;

– у технологічному плані така перевага передбачає впровадження новітніх систем, принципів і методів менеджменту, комп'ютерного аналізу, оцінки і прогнозування на основі сучасних математичних моделей.

Принцип самосинхронізації за мережевоцентричної системи управління в дестинації відображає здатність туристично-рекреаційної структури самоорганізовуватися знизу, а не реформуватися в адміністративному порядку.

Прикладом реалізації указаного принципу є функціонування і розвиток глобального комп'ютерного середовища з мережевоцентричним управлінням високої структурної складності [8; 9].

Науковим підґрунтям самоорганізації туристичної дестинації є підходи синергетики – науки про основні закономірності розвитку складних систем. Тому питання стійкого розвитку дестинації як складної соціально-економічної системи можливо вирішувати, спираючись на інструментарій синергетики.

Тобто основою розвитку підприємств туристичної дестинації, кожне з яких є підсистемою у складі складної системи, є такі умови:

– сталий розвиток складної системи (туристичної дестинації);

– балансування інтересів усіх учасників взаємодії у складі дестинації;

– виділення цілей сталого розвитку туризму у пріоритет на рівні держави;

– виховна робота з місцевим населенням дестинації щодо прийняття принципів сталого розвитку туризму та формування загальної культури туризму.

Отже, теоретичним базисом формування мережевоцентричного підходу до управління розвитком підприємств туристичних дестинацій є:

– теорія самоорганізації складної системи (синергетика дестинації);

– концепція сталого розвитку туризму;

– маркетинг взаємовідносин (балансування інтересів усіх груп стейкхолдерів на підставі ціннісно-орієнтованого управління);

– маркетингове управління і брендингові технології формування попиту та просування дестинації як продукту сталого туризму.

Для застосування принципів синергетики в управлінні туристичною індустрією необхідно враховувати закони випадкових процесів, теорії нелінійних систем, оперувати поняттями фазового простору, атракції, сталого розвитку в процесі еволюції системи.

Синергетика в управлінні розвитком туристичної дестинації є спільним, узгоджено діючим механізмом формування процесів утворення і масових (колективних) взаємодій об'єктів (елементів, підсистем). Отже, для такої складної системи, якою є туристична дестинація, важливо формувати відповідне середовище для взаємосприятливої взаємодії (співпраці для досягнення загальної цілі, з обов'язковим урахуванням цілей усіх учасників): підприємств (бізнесу), держави (особливо на муніципальному рівні), дестинації (для реалізації потенціалу атракцій), місцевого населення і споживача (туриста). Лише за такої умови можливий синергетичний ефект, основними характеристиками якого є такі:

– виникає у відкритих системах та у нерівноважних умовах;

– супроводжується інтенсивним обміном ресурсів і енергії підсистем із системою і системи з навколишнім середовищем;

– відзначається довільним вибором характеру взаємодії, тобто відсутністю жорсткої детермінації ззовні щодо формування поведінки підприємств дестинації або їхніх підсистем зі зміною їхньої структури;

– є результатом упорядкування, самоорганізації, зменшення ентропії та еволюції систем.

Категорія «сталий розвиток туризму» витікає з основного визначення сталого (підтримуючого) розвитку як безперервного, динамічного процесу формування світового громадянського суспільства, на принципах зниження соціальної нерівності й екологічного навантаження на біосферу, розроблення нових ресурсозберігаючих і екологічно чистих технологій із метою запобігання глобальним екологічним, економічним і соціальним загрозам, забезпечення економічного зростання без шкоди для екології [10; 11].

В основу системи управління основними процесами сталого розвитку туристичних дестинацій покладаються класичні принципи менеджменту, які реалізуються органами державної, регіональної і муніципальної влади. До процесу управління долучаються підприємницькі структури і громадські організації сфери туризму. Виділяють такі управлінські процеси (бізнес-процеси) в туристичних дестинаціях [12]:

– стратегічне планування, проектування та програмування;

– управління інвестиціями;

– управління конкурентоспроможністю і маркетингом;

– управління трудовими ресурсами;

– соціальне управління;

– управління екологічною стійкістю.

У кожному регіоні створюються туристичні дестинації різного масштабу. При цьому важливо враховувати інтереси місцевого населення, мінімізуючи конфлікт з інтересами туристів. Отже, важливим чинником, який слід ураховувати під час планування і формування дестинації, є місцеве населення.

Під час вибору вектора розвитку туристичної дестинації необхідно спиратися на стратегічні цілі у довгостроковій перспективі. Існують приклади туристичних дестинацій, які зробили вибір на користь короткострокової перспективи, приділяючи особливу увагу залученню максимальної кількості відвідувачів [12].

Непродумана стратегія, як правило, призводить до деградації туристичних ресурсів, спонукає до виникнення соціальних проблем місцевої громади та, відповідно, до зниження потоків туристів і доходів у довгостроковій перспективі. Крім того, такий світогляд суперечить поняттям сталого розвитку туризму, які були задекларовані комплексом документів ООН, виділені у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р., Осакською конвенцією тощо [13].

Важливо забезпечити узгодженість дій усіх учасників взаємодії.

Пропонується в основу моделі мережевоцентричного середовища розвитку підприємств туристичної дестинації покласти класичну теорію конкурентоспроможності, спираючись на праці М. Портера, доповнивши класичний «Ромб М. Портера» з урахуванням поправки Дж. Даннінга щодо інституційного складника (уведення у класичний ромб детермінант «діяльність міжнародного бізнесу», «ситуаційна обізнаність» і «роль державного управління»). Пропонується додатково ввести в модель ще один чинник – «місцеве населення» (рис. 1). Кожен із виділених чинників відіграє певну роль у впровадженні принципів сталого розвитку туризму.

Формуючи середовище розвитку підприємств туристичної дестинації на засадах мережевоцентричного підходу, необхідно враховувати базові принципи сталого розвитку (на рис. 1 виділено курсивом).

Мережевим центром представленої моделі є дестинація, яка формується на основі інтересу туристів до атракцій, які є на території даної дестинації. Процес розвитку туристичних дестинацій упорядковується у напрямі домінуючої мережевоцентричної ролі атракторів.

Під туристично-рекреаційним атрактором будемо розуміти стійкий стан зони відпочинку в тій чи іншій країні, що має властивість притягувати до себе достатню для свого ефективного існування і розвитку безліч траєкторій системи. Вони визначаються можливостями й уподобаннями подорожуючих, які поводяться як безліч активних елементів мережевоцентричної системи [14]. У роботі [15] під атракторами розуміють деякі «воронки», які згортають, втягують у себе безліч траєкторій, зумовлюючи, таким чином, хід еволюції системи на ділянках, навіть віддалених від безпосереднього «конуса» даної «воронки». Атракторам притаманна така особливість: якщо об'єкт, перебуваючи у ньому, вийде із цього стану, то через деякий час знову повернеться в атрактор, проявляючи властивість асимптотичної стійкості. Система є асимптотично стійкою, якщо в деякому оточенні точки рівноваги будь-яка фазова траєкторія прямує до цієї точки. Система є абсолютно стійкою, якщо вона має єдину точку рівноваги, асимптотично стійку в усьому фазовому просторі. Прикладом може бути відома властивість туристів прагнути до свого, одного разу випробуваного й успішно прийнятого атрактора-дестинації.

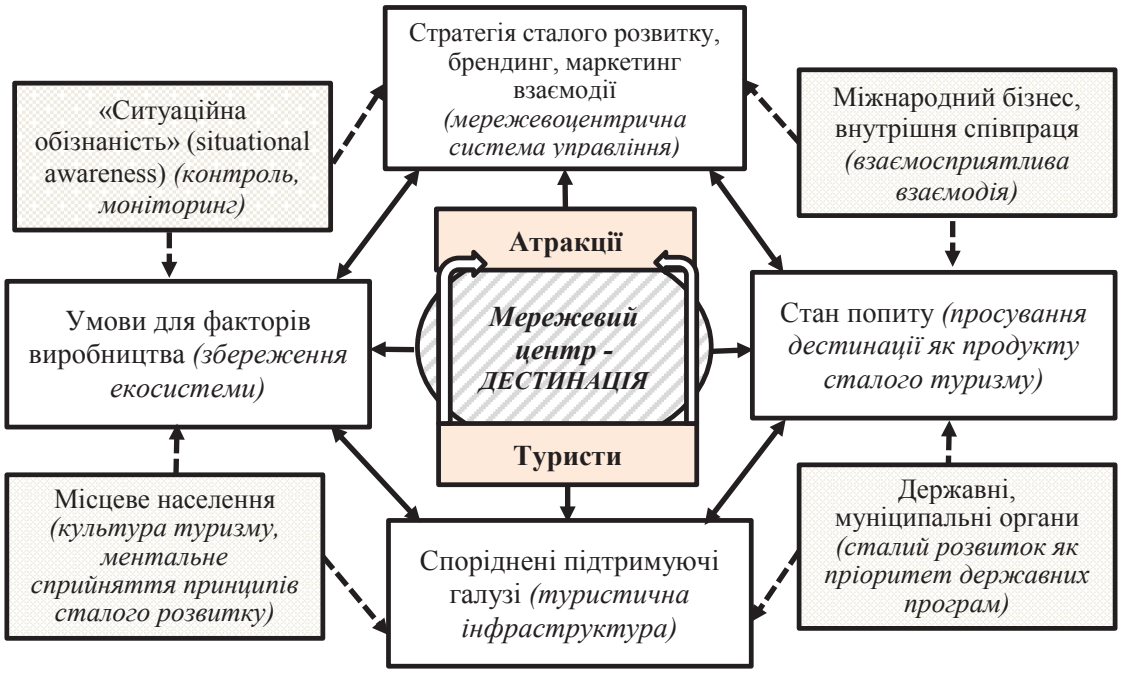

Рис. 1. Модель мережевоцентричного середовища розвитку підприємств туристичної дестинації

Джерело: складено авторами

Висока структурна складність мережевоцентричного середовища туристично-рекреаційної сфери і необхідність прогресивної системи управління нею пояснюються стрімким зростанням високорозвинених інформаційних структур, які супроводжують функціонування і розвиток відповідної інфраструктури в глобальному інформаційному просторі.

Таким чином, ефективність функціонування дестинації знаходиться у прямій залежності від її інформаційного і технологічного потенціалу. Фокус управлінських додатків активно зміщується від локальних комп'ютерних архітектур до глобальних мереж і масовим інформаційних систем, інтегрованих у загальносвітовий інформаційний простір.

У представленій моделі мережевоцентричного середовища розвитку підприємств туристичної дестинації (рис. 1) одним із найважливіших інструментів забезпечення «ситуаційної обізнаності» є контроль результатів реалізації цілей сталого розвитку туристичних дестинацій засобами моніторинга. Поняття «ситуаційна обізнаність», або Situational Awareness, сформувалося на рубежі 1990-х років [16]. Згідно з класичним визначенням, принцип Situational Awareness являє собою «чуттєве сприйняття елементів поточного стану в (єдиному) просторово-часовому континуумі, усвідомлене сприйняття їх значення, а також проектування їх в найближче майбутнє» [16]. Ситуаційна обізнаність базується на новому підході до візуалізації геопросторових даних (неогеографія). Неогеографія – це нове покоління засобів і методів відображення локалізованої в просторі й часі інформації, що відрізняється трьома основними ознаками:

– поданням інформації в єдиній геоцентричній системі координат, а не в картографічних проекціях;

– застосуванням растрового (матриці пікселей), а не векторного уявлення географічної інформації як основного;

– використанням відкритих гіпертекстових форматів представлення геоданих [17].

Така подача інформації має низку переваг: зберігання інформації в геоцентричній системі координат, яка гарантує унікальність її локалізації без шкоди детальності, можливість забезпечення тривимірного відображення місцевості і ситуації, а також поява середовища масового створення й агрегації геоданих. Даний принцип ситуаційної обізнаності сьогодні є надзвичайно важливим для розвитку і просування на ринку туристичної дестинації.

Висновки з даного дослідження. Отже, вироблення технологій просування туристичних послуг дестинації базується на системному підході й комплексному управлінні сферою туризму та гостинності з урахуванням оцінки та аналізу стану, динаміки і тенденцій зміни розвитку туристичного ринку.

Підвищення ефективності державного управління, у тому числі на регіональному та субрегіональному рівнях, забезпечується шляхом інтеграції в єдиний комплекс державних інститутів і їх інформаційно-аналітичних систем на мережевоцентричних принципах, а також використання потенціалу муніципальних, громадських і корпоративних інститутів та їхніх інформаційних систем. Для дизайну архітектури інститутів необхідно володіти інформацією щодо поточного стану інституційної організації макроекономічної системи для постійного поліпшення характеру взаємодії інститутів у питаннях соціальних, економічних, екологічних та таких, що безпосередньо торкаються розвитку туризму і туристичної дестинації.

Одним з ефективних інструментів виступають «ситуаційні центри», створювані в органах державного управління і найбільших державних компаніях. Такі центри займаються моніторингом, формують інформацію для управлінських рішень. Окрім того, необхідно гармонізувати інтереси економічних суб'єктів (держави, суспільства, бізнесу). Причому варто враховувати й те, що ці суб'єкти складаються з безлічі груп зі спеціальними інтересами, які, своєю чергою, являють собою сукупність акторів, що діють відповідно до своїх персоніфікованих цілей, які часто не збігаються із цілями груп. У зв'язку із цим проблеми гармонізації (взаємоузгодження) цілей і завдань елементів соціально-економічної системи є важливою умовою досягнення загальносистемної мети (у нашому разі – сталого розвитку туристичної дестинації).

Практична значимість отриманих результатів для побудови ефективної економіки на мережевоцентричних принципах управління. Для цього слід виявити цілі (та їх пріоритетність для кожної зі сторін) на всіх її ієрархічних рівнях і забезпечити їх сумісність так, щоб забезпечити сталий розвиток не тільки «зверху вниз», а й на нижніх рівнях управління і в процесі соціально-економічної самоорганізації туристичної дестинації.

Стратегія просування туристичних послуг на засадах мережевоцентричного підходу має бути сформована і реалізована стосовно окремої туристичної дестинації, виходячи з її економічної значимості і соціальної орієнтації, відповідно до стратегії туристичного просування мезо- та макрорівня, що й буде предметом подальших наукових пошуків.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко С.А. Системне забезпечення стійкого інноваційного розвитку виноробних підприємств : монографія. Одеса : ІПРЕЕД НАНУ, 2018. 563 с.
2. Бондаренко С.А. Аналіз стану та рівня використання рекреаційно-туристичного потенціалу регіонального ринку туристичних послуг Одеської області. *Економічні інновації*. 2016. Вип. 61. С. 50–62.
3. Затуливетер Ю.С. Проблемы глобализации парадигмы управления в математически однородном поле компьютерной информации. *Проблемы управления*. 2005. № 1. Ч. I. С. 1–12 ; № 2. Ч. II. С. 13–23.
4. Затуливетер Ю.С., Фищенко Е.А. Графодинамические системы с сетецентрическим управлением в математически однородном поле компьютерной информации. *Управление большими системами*. 2010. Вып. 30.1. Сетевые модели в управлении. С. 567–604.
5. Развитие системы стратегического менеджмента интегрированных структур ГК «Ростехнологии» на основе концепции сетецентричности / П.А. Дроговоз и др. *Проблемы стратегического менеджмента и механизмы военно-гражданской интеграции в высокотехнологичных отраслях промышленности*. Москва : ЦОП АВН, 2011. С. 347–358.
6. Трахтенгерц Э.А. Использование двух сетецентрических принципов модификации экономических целей и стратегий в кризисной ситуации. *Управление в социально-экономических системах*. 2013. Т. 45. С. 97–108.
7. Бедрицкий А.В. Информационная война: концепции и их реализация в США. Москва : РИСИ, 2008. 187 с.
8. Акаев А.А., Коротаев А.В., Малинецкий Г.Г. Моделирование и прогнозирование глобального, регионального и национального развития. *Вторая волна глобального кризиса. События «арабской весны». Анализ сценариев развития России в ближайшие десятилетия.* Москва : URSS, 2012. 488 с.
9. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. Москва : Физматлит, 2010. 228 с.
10. Минаев В.А. Сетецентрическая модель управления дестинациями как новая парадигма развития индустрии туризма. *Вестник РМАТ.* 2013. № 2. С. 52–62.
11. Рассохина Т.В. Менеджмент туристских дестинаций. Москва : Советский спорт, 2014. 360 с.
12. Kutsenko E.S., Meissner D. Key Features of the First Phase of the National Cluster Programme in Russia. *Working papers by NRU Higher School of Economics. Series WP BRP «Science, Technology and Innovation».* 2013. № 11/STI/2013.
13. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінет Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/kr170168?an=1
14. Рассохина Т.В. Научно-методологические аспекты формирования обобщающей динамической структурной модели управления устойчивым развитием туристской дестинации. *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2017. Т. 7. № 9А. С. 59–65.
15. Бурков В.Н. Основы математической теории активных систем. Москва : Наука, 1977. 255 с.
16. Динамический подход к анализу структур, описываемых графами / М.А. Айзерман и др. *Автоматика и телемеханика*. 1977. Вып. 7. С. 135–151.
17. Mica R. Endsley, Daniel J. Garland (2000). Situation awareness: analysis and measurement, Lawrence Erlbaum Associates.

References:

1. Bondarenko S.A. (2018). *Sistemne zabezpechennya stsykogo Innovatssynogo rozvitku vinorobnih pidpriemstv* [Systematic support of sustainable innovative development of wineries] : monografiya. NAN Ukrayini, Institut problem rinku ta ekonomsko-ekologschnih doslsdzhen. Odesa : IPREED NANU, 563 p.
2. Bondarenko S.A. (2016). *Analiz stanu ta rivnya vikoristannya rekreatsiyno-turistichnogo potentsialu regionalnogo rinku turistichnih poslug Odeskoyi oblasti* [Analysis of the state and level of utilization of the recreational and tourist potential of the regional market of tourist services of Odessa region]. Economic innovation. Vol. 61. Odessa. P. 50–62.
3. Zatuliveter Yu.C. (2005). *Problemyi globalizatsii paradigmyi upravleniya v matematicheski odnorodnom pole kompyuternoy informatsii* [Problems of globalization of management paradigm in mathematically homogeneous field of computer information]. Management problems. № 1. Vol. I. P. 1–12; № 2. Vol. II. P. 13–23. (in Russian)
4. Zatuliveter Yu.S., Fischenko E.A. (2010). *Grafodinamicheskie sistemyi s setetsentricheskim upravleniem v matematicheski odnorodnom pole kompyuternoy informatsii* [Graphodynamic systems with network-centric control in a mathematically homogeneous field of computer information]. Management of large systems. Vol. 30.1. Network models in management. Moscow. P. 567–604. (in Russian)

5. Drogovoz P.A., Chemezov S.V., Turko N.I., Kulikov S.A. (2011). *Razvitie sistemyi strategicheskogo menedzhmenta integrirovannyih struktur GK «Rostehnologii» na osnove kontseptsii setetsentrichnosti* [Development of a strategic management system for integrated structures of the Russian Technologies State Corporation based on the concept of network-centricity]. Problems of strategic management and mechanisms of civil-military integration in high-tech industries. Moscow, P. 347–358. (in Russian)
6. Trahtengerts E.A. (2013). *Ispolzovanie dvuh setetsentricheskih printsipov modifikatsii ekonomicheskih tseley i strategiy v krizisnoy situatsii* [The use of two network-centric principles for the modification of economic goals and strategies in a crisis]. Management in socio-economic systems. T. 45. P. 97–108. (in Russian)
7. Bedritskiy A.V. (2008). *Informatsionnaya voyna: kontseptsii i ih realizatsiya v SshA* [The Information War: Concepts and Their Implementation in the USA]. Moscow, 187 p. (in Russian)
8. Akaev A.A., Korotaev A.V., Malinetskiy G.G. (2012). *Modelirovanie i prognozirovanie globalnogo, regionalnogo i natsionalnogo razvitiya. Vtoraya volna globalnogo krizisa. Sobyitiya «arabskoy vesnyi». Analiz stsenariev razvitiya Rossii v blizhayshie desyatiletiya* [Modeling and forecasting global, regional and national development. The second wave of the global crisis. Events of the "Arab Spring". Analysis of Russia's development scenarios in the coming decades]. Moscow, 488 p. (in Russian)
9. Gubanov D.A., Novikov D.A., Chhartishvili A.G. (2010). *Sotsialnyie seti: modeli informatsionnogo vliyaniya, upravleniya i protivoborstva* [Social networks: models of information influence, management and confrontation]. Moscow, 2010. 228 p. (in Russian)
10. Minaev V.A. (2013). *Setetsentricheskaya model upravleniya destinatsiyami kak novaya paradigma razvitiya industrii turizma* [Network-centric model of destination management as a new paradigm for the development of the tourism industry]. Bulletin of the RMAT. № 2. P. 52–62. (in Russian)
11. Rassohina T.V. (2014). *Menedzhment turistskih destinatsiy* [Travel Destination Management]. Moscow, 360 p. (in Russian)
12. Kutsenko E.S., Meissner D. (2013). Key Features of the First Phase of the National Cluster Programme in Russia. Working papers by NRU Higher School of Economics. Series WP BRP "Science, Technology and Innovation". № 11. 2013. (in Ang)
13. *Pro shvalennya StrategIYi rozvitku turizmu ta kurortIv na perIod do 2026 roku. Rozporyadzhennya KabInet MInIstrIv UkraYini vId 16 bereznya 2017 r.* [On approval of the Tourism and Resort Development Strategy for the period up to 2026. Ordinance of the Cabinet of Ministers of Ukraine of March 16, 2017]. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/kr170168?an=1
14. Rassohina T.V. (2017). *Nauchno-metodologicheskie aspektyi formirovaniya obobschayuschey dinamicheskoy strukturnoy modeli upravleniya ustoychivyim razvitiem turistskoy destinatsii* [Scientific and methodological aspects of the formation of a generalizing dynamic structural model for managing the sustainable development of tourist destinations]. Economy: yesterday, today, tomorrow. T. 7. № 9A. P. 59–65. (in Russian)
15. Burkov V.N. (1977). *Osnovyi matematicheskoy teorii aktivnyih sistem* [Fundamentals of the mathematical theory of active systems]. Moscow, 255 p. (in Russian)
16. Ayzerman M.A., Gusev L.A., Petrov S.V., Smirnova I.M. (1977). *Dinamicheskiy podhod k analizu struktur, opisyivaemyih grafami* [A dynamic approach to the analysis of structures described by graphs]. Automation and telemechanics. Vol 7. P. 135–151. (in Russian)
17. Mica R. Endsley, Daniel J. Garland (2000). Situation awareness: analysis and measurement, Lawrence Erlbaum Associates. (in Ang)

УДК 005.34:338.488.2

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-46

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

Sopiha Viktor
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University
Aliluiko Maria
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University

ІНТЕГРАЦІЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

INTEGRATION OF MANAGEMENT SYSTEMS IN THE HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES

У статті акцентовано увагу на таких системах менеджменту, як TQM (Total Quality Management, тобто загальне управління якістю), що передбачає орієнтацію на споживача, лідерство керівника, процесний та системний підхід до управління й постійне покращення діяльності готельно-ресторанного підприємства; CSR (Corporate Social Responsibility, тобто колективна соціальна відповідальність), що враховує соціальні запити клієнтів, працівників та суспільства; 5S, що включає організованість (Seiri), акуратність і впорядкованість (Seiton), прибирання (Seiso), стандартизацію (Seiketsu) і дисципліну (Shitsuke). Запропоновано схему інтеграції цих систем менеджменту в контексті діяльності готельно-ресторанних підприємств. Вона полягає передусім у постійному пошуку способів підвищення якості обслуговування шляхом упорядкування кожної діяльності та з урахуванням соціальних запитів гостей, працівників та суспільства.

Ключові слова: менеджмент, системи менеджменту, управління якістю, готельно-ресторанні підприємства.

В статье акцентировано внимание на таких системах менеджмента, как TQM (Total Quality Management, то есть всеобщее управление качеством), которая предусматривает ориентацию на потребителя, лидерство руководителя, процессный и системный подход к управлению и постоянное улучшение деятельности гостинично-ресторанного предприятия; CSR (Corporate Social Responsibility, то есть коллективная социальная ответственность), которая учитывает социальные запросы клиентов, сотрудников и общества; система 5S, которая включает организованность (Seiri), аккуратность и упорядоченность (Seiton), уборку (Seiso), стандартизацию (Seiketsu) и дисциплину (Shitsuke). Предложена схема интеграции этих систем менеджмента в контексте деятельности гостинично-ресторанных предприятий. Она заключается прежде всего в постоянном поиске способов повышения качества обслуживания путем упорядочивания каждой деятельности и с учетом социальных запросов гостей, работников и общества.

Ключевые слова: менеджмент, системы менеджмента, управления качеством, гостинично-ресторанные предприятия.

In the context of hotel and restaurant business, the following management systems are revealed: TQM, CSR, and 5S. TQM (Total Quality Management) provides: a consumer-oriented approach that addresses the needs of stakeholders; leadership of the manager aimed at determining the goals and directions of the enterprise; involvement of employees not only in carrying out tasks according to the instruction, but also in quality management; a process approach that combines a number of business processes; a sys-

tematic approach to management that involves structuring the system to optimize the enterprise; constant improvement of quality of products and services; making decisions based on the facts obtained from the results of internal quality system audits, corrective and preventive actions; mutually beneficial relationships with suppliers, which are the identification and selection of major suppliers, the creation of open and simple relationships. The Corporate Social Responsibility (CSR) addresses the social needs of customers, employees, and society. CSR has the following advantages: quality of service is improved in a social context; corporate reputation is strengthened; loyalty is gained from customers and society; social significance is increased in the region or country. The 5S system is derived from the first letters of Japanese words in Latin transcription denoting its elements: seiri (organization) is about removing unnecessary things and adverse factors from the work environment; seiton (order) refers to ordering the placement of work aids and accessories at a hotel or restaurant; seiso (cleanliness) is considered not only for the appearance, but also for the safety of employees and guests; seiketsu (standardization) is primarily about the rules of cleaning, filtering, ordering, etc.; shitsuke (discipline) is being considered as a conscious observance of purity and order. The article presents the scheme of integration of these management systems. This combination is to constantly find ways to improve the quality of service, organizing each activity and taking into account the social demands of guests, employees and society.

Key words: management, management systems, quality management, hotel and restaurant enterprises.

Постановка проблеми. В умовах зростання вимог суспільства та збільшення конкуренції у сфері гостинності підприємствам необхідно вдосконалювати процес обслуговування, робити його максимально ефективним щодо виробництва та створювати умови для максимальної задоволеності клієнтів. Ефективність функціонування готельно-ресторанних підприємств передусім залежить від організації його роботи, кадрових, управлінських та виробничих рішень, тому доцільно впроваджувати та модернізувати менеджерські підходи.

Для вдосконалення діяльності підприємств сьогодні використовують різні системи та концепції менеджменту. Зокрема, в наукових студіях частково розкрито особливості впровадження та функціонування таких управлінських філософій, як TQM (Total Quality Management, тобто загальне управління якістю); TPM (Total Productive Maintenance, тобто система загального обслуговування устаткування); CSR (Corporate Social Responsibility, тобто колективна соціальна відповідальність); модель управління «П'ять М» (MEN – персонал, MACHINE – обладнання, MATERIAL – матеріали, METHOD – методи і навколишнє середовище, MILIEU – мікроклімат); антикризовий менеджмент.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання менеджменту в готельно-ресторанних підприємствах розглядалися в наукових студіях низки науковців, зокрема:

– загальні засади менеджменту висвітлювали І. Андренко, О. Давидова, О. Кравець, І. Писаревський, П. Пуцентейло, О. Момот та інші вчені [1; 2; 3; 4];

– впровадження системи 5S в індустрії гостинності розкривали А. Ділек, Е. Рох, А. Даміана, П. Холзнер, Д. Метт [5; 6];

– формування корпоративної стратегії на основі системи CSR висвітлювалося в працях О. Поважного та Н. Орлової [7], а поєднання цієї системи менеджменту з TQM розглядали С. Бенавідес-Веласко, С. Квінтана-Гарсія, М. Маршанте-Лара, Л. Гірняк, В. Сопіга [8; 9].

Метою статті є дослідження можливості інтеграції систем менеджменту в готельно-ресторанних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з провідних систем менеджменту вважається TQM. У готельно-ресторанних підприємствах цю систему передусім доцільно спрямовувати на забезпечення якості продукції та послуг завдяки запровадженню принципів, що передбачають [2, с. 254–282]:

– орієнтацію на споживача, яка полягає в урахуванні потреб стейкхолдерів; при цьому системний підхід TQM передбачає збирання й аналізування скарг чи претензій клієнтів, отримання інформації з багатьох джерел та інтегрування в процес отримання точних та обґрунтованих висновків щодо запитів ринку загалом чи конкретного замовника зокрема;

– лідерство керівника, яке полягає у визначенні цілей та напрямів діяльності підприємства та максимального залучення працівників у процес виконання поставлених завдань;

– залучення працівників не тільки до виконання завдань за інструкцією, але й до управління якістю, пошуку шляхів покращення діяльності підприємства; персонал розглядається як основний ресурс організації, забезпечуються умови для максимального розкриття й використання творчого потенціалу; передбачається матеріальне й моральне заохочення співробітників;

– процесний підхід, спрямований на поєднання низки бізнес-процесів, до яких входять структурні підрозділи й посадові особи підприємства; до основних показників якості процесу відносять результативність, ефективність та гнучкість; на основі цього принципу

підприємство має визначити процеси проектування, виробництва й доставки продукції чи послуги; за допомогою управління процесами забезпечується відповідний рівень задоволення замовників;

– системний підхід до управління, що передбачає виконання таких дій, як структуризація системи для оптимізації роботи підприємства, безперервне вдосконалення системи з урахуванням оцінювання й атестації; встановлення пріоритету узгодженості ресурсів тощо;

– постійне підвищення якості продукції та послуг, що включає такі дії, як використання періодичного оцінювання для визначення сфери можливих удосконалень, постійне покращення продуктивності й ефективності усіх процесів виробництва й обслуговування; стимулювання профілактичних робіт; забезпечення співробітників підприємства відповідним навчанням, методиками та інструментами постійного вдосконалення, створення системи заходів для спостереження, аналізування та стимулювання поліпшень;

– прийняття рішень, які ґрунтуються на фактах; зокрема, отримання даних від результатів внутрішніх перевірок системи якості, коригувальних та запобіжних дій, обґрунтованих претензій та побажань клієнтів; при цьому інформація може генеруватися з аналізу ідей та пропозицій, що надходять від працівників організації щодо підвищення продуктивності, оптимізації витрат тощо;

– взаємовигідні відносини з постачальниками, які можуть реалізовуватися в таких діях, як визначення та вибір основних постачальників, створення відкритих та простих взаємозв'язків; сумісне вдосконалення продукції та послуг, обмін планами та інформацією на майбутнє; визнання успіхів постачальників.

Окрім TQM, у готельно-ресторанних підприємствах часто використовується система менеджменту CSR.

Основними засадами CSR, якими керуються компанії, є:

– виробництво якісної продукції та надання послуг, що необхідні для суспільства;

– обов'язкове дотримання законів щодо оподаткування, екології, охорони праці тощо;

– раціональне ведення бізнесу, що зорієнтоване на створення додаткової економічної вигоди та збільшення конкурентоспроможності в інтересах підприємства та суспільства;

– створення та підтримка прозорих і взаємовигідних відносин з усіма стейкхолдерами;

– дотримання міжнародних норм, угод і стандартів;

– використання енергозберігаючих та екологічних технологій виробництва;

– забезпечення людей робочими місцями з належним рівнем оплати праці та соціального забезпечення;

– сприяння соціальному й професійному розвитку та підвищенню кваліфікації працівників [7].

Система CSR може бути впроваджена в діяльність готельно-ресторанного комплексу. У цьому аспекті соціальна робота, що здійснюється підприємством, є раціональним способом ведення бізнесу, навіть якщо це не пов'язане з фінансовими питаннями. CSR лобіює діяльність, що сприяє вирішенню тих соціальних питань, що не завжди є основними в безпосередніх інтересах компанії. Однак є декілька причин імплементації CSR у готельно-ресторанному підприємстві:

– покращення продуктивності підприємства та підвищення якості обслуговування в соціальному розрізі;

– зміцнення корпоративного іміджу;

– отримання лояльності від клієнтів чи суспільства;

– підвищення соціальної значущості в регіоні чи країні.

Зазвичай систему TQM розглядають окремо від CSR. Згідно ж із сучасними дослідженнями в індустрії гостинності ці два підходи доцільно поєднувати [8; 9]. У відповідних публікаціях висвітлено, що покращення загального управління якістю позитивно впливає на підвищення корпоративної соціальної відповідальності. З іншого боку, продуктивність діяльності організації залежить від її здатності задовольнити потреби та очікування стейкхолдерів (працівників, клієнтів та суспільства). Однак для індустрії гостинності, окрім вищезазначених стратегічних підходів, важлива впорядкованість усього: від обладнання номерів до роботи персоналу та управлінських рішень. Саме тому слід брати до уваги систему впорядкування (систему 5S).

Зауважимо, що система 5S створювалася в підприємствах Японії. Вона передбачала участь усього персоналу у заходах з наведення порядку, чистоти, покращення трудової дисципліни та створення безпечних умов праці. Ця система стала основою відповідного менеджменту й підвищення ефективності виробництва. Назва системи 5S походить від перших букв японських слів у латинській транскрипції, що позначають її елементи: Seiri – організація; Seiton – акуратність, впорядкованість; Seiso – прибирання; Seiketsu – стандартизація; Shitsuke – дисципліна [4, с. 249–250]. Розкриємо кожну "S" у контексті у діяльності готельно-ресторанних підприємств.

1) Компонент "Seiri" (організація, організованість). У 5S організація полягає у видаленні непотрібних речей та несприятливих чинників з робочого середовища, запобігає втратам з

ціннісно-орієнтованої точки зору. На цій стадії доцільно шукати відповіді на такі запитання: «Які саме справи ми робимо?»; «Хто є нашим внутрішнім та зовнішнім клієнтом?»; «Які очікування від нашої роботи?». Головний внесок "Seiri" полягає у тому, що він змушує зосередитися на кінцевій цінності. Таким чином, працівники усвідомлено здійснюють свою діяльність в ціннісно-орієнтованій формі.

2) Компонент "Seiton" (акуратність). Це стосується впорядкування розміщення засобів праці та допоміжного інвентарю в готелі чи ресторані. Після поділу матеріали слід розташувати таким чином, щоб їх можна було досягти легко й швидко. Інструменти, обладнання чи продукція, що часто використовується, розміщуються ближче до працюючого, легкі матеріали – на верхніх поличках етажерки чи шафи, а важкі – на нижніх. Цей етап запобігає зайвим витратам часу, психічної та фізичної енергії, зокрема мінімізується втрата часу під час пошуку матеріалів. Місця, на яких повинні бути розміщені певні речі, потрібно маркувати (наприклад кольором, стрілками, малюнками чи написами). Крім цього, порядок у робочому середовищі запобігає порушенню норм охорони праці, нещасним випадкам, енергетичним перенапруженням тощо.

3) Компонент "Seiso" (прибирання). У всіх підприємствах прибирання роблять задля видалення бруду, пилу, плямів тощо. Це покращує робоче місце, запобігає дефектам, неполадкам, а в готельно-ресторанних підприємствах ще й підвищує культуру та якість обслуговування, сприяє зростанню задоволеності клієнтів, адже це посідає одне з перших місць серед очікувань стейкхолдерів. У контексті 5S чистота повинна розглядатися не тільки для зовнішнього вигляду, але й для безпеки працівників та клієнтів.

4) Компонент "Seiketsu" (стандартизація). У 5S стандартизація стосується передусім правил прибирання, очищення, впорядкування тощо. Для цього у готельно-ресторанних підприємствах потрібно розробити чіткий алгоритм видалення непотрібних речей на кухні, в торговому залі та в номерах готелю; план, схеми, інструкції для адміністраторів, покоївок, швейцарів, кухарів, офіціантів щодо розташування засобів праці та допоміжних предметів.

Зауважимо, що зараз в індустрії гостинності популяризується індивідуальний підхід до обслуговування. В цьому контексті стандартизацію можуть упереджено розглядати як протилежність (перешкоду). Однак стандарти завжди потрібні для підтримки певного рівня якості, тому в провідному готельному менеджменті використовують та вдосконалюють стандарти гостинності. Наприклад, престижна міжнародна мережа готелів "Ritz-Carlton" впроваджує «Золоті стандарти» ("Gold Standards") щодо обслуговування клієнтів [5].

5) Компонент "Shitsuke" (дисципліна). Свідоме дотримання чистоти й порядку в готельно-ресторанних підприємствах є одним із завдань системи 5S. Велике значення має те, щоби співробітники не тільки виконували вимоги, що висуваються до них, але й розуміли їх сутність та кінцеву мету. Працівникам варто брати на себе такі завдання, як виявлення можливих проблем, їх вирішення та здійснення необхідних удосконалень під час продовження процесу обслуговування. У готельно-ресторанних підприємствах під час розширення можливостей співробітників важливо розвивати спільні цінності, норми та культуру.

Отже, у готельно-ресторанних підприємствах доцільно впроваджувати систему менеджменту 5S, яка передбачає видалення зайвих речей, впорядкування та розміщення предметів, прибирання й очищення робочого місця, стандартизацію правил сортування, формування дисциплінованої звички дотримуватися чистоти й порядку.

Вважаємо, що система 5S буде ефективною в інтеграції із системами менеджменту TQM та CSR. У процесі інтеграції цих системи варто за основу менеджменту брати систему TQM, враховувати соціальні запити стейкхолдерів та впорядковувати все в готельно-ресторанному підприємстві крізь призму компонентів системи 5S (організація, акуратність, прибирання, стандартизація, дисципліна).

Таку принципову схему інтеграції систем менеджменту в готельно-ресторанних підприємствах ми зобразили на рис. 1.

На зображеній схемі показано, що під час інтеграції систем TQM, CSR і 5S за основу взято TQM з усіма її принципами. Кожну конкретну діяльність готельно-ресторанного підприємства варто упорядковувати з урахуванням розробок у системі 5S. При цьому слід враховувати соціальні запити стейкхолдерів, що передбачає система CSR. Після впровадження вимог цих трьох систем доцільно оцінювати якість обслуговування, робити відповідні висновки й шукати шляхи покращення рівня надання цих послуг у майбутньому.

Висновки з проведеного дослідження. У готельно-ресторанних підприємствах часто використовують такі системи менеджменту, як TQM, CSR і 5S. Нами запропоновано схему інтеграції цих систем. Таке поєднання полягає в постійному пошуку способів підвищення якості обслуговування шляхом упорядкування кожної діяльності та з урахуванням соціальних запитів гостей, працівників та суспільства. Зазначені

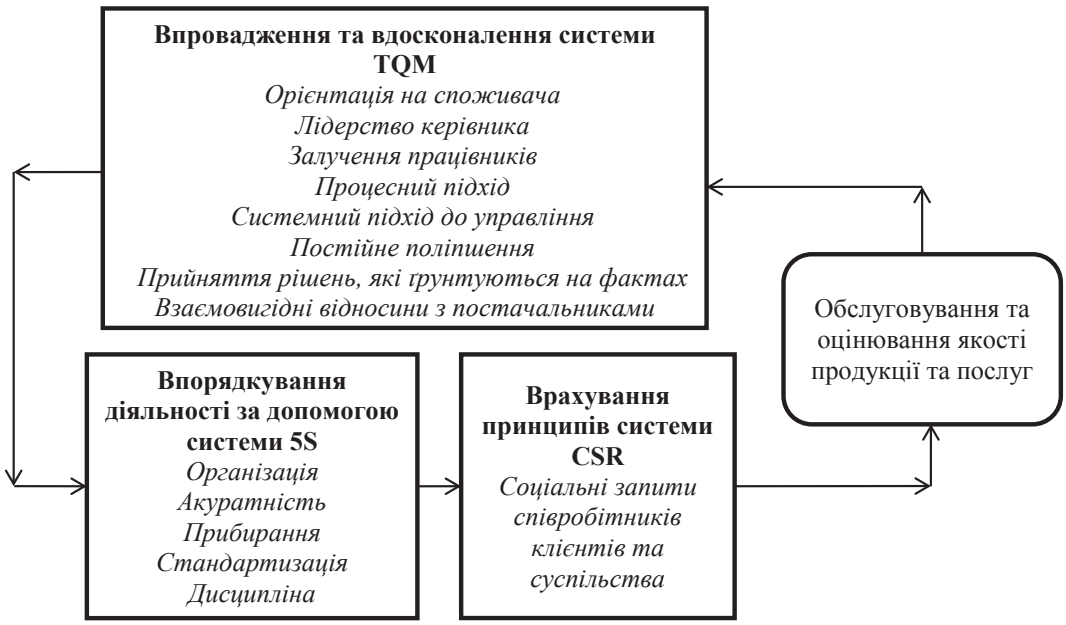

Рис. 1. Схема інтеграції систем менеджменту (TQM, CSR і 5S) у готельно-ресторанних підприємствах

підходи сприятимуть підвищенню ефективності менеджменту, зростанню якості послуг, даватимуть змогу покращувати репутацію, імідж та конкурентоспроможність готельно-ресторанного підприємства.

Подальших наукових розвідок потребують питання практичної адаптації інтегрованих систем менеджменту в сучасних суспільно-економічних умовах готельно-ресторанної індустрії.

Список використаних джерел:

1. Андренко І., Кравець О., Писаревський І. Менеджмент готельно-ресторанного господарства : підручник. Харків : ХНУМГ, 2014. 431 с.
2. Давидова О., Писаревський І., Ладиженська Р. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. Харків : ХНАМГ, 2012. 414 с.
3. Пуцентейло П. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2007. 300 с.
4. Момот О. Менеджмент якості та елементи системи якості : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 368 с.
5. Dilek A. A conceptual evaluation of 5S model in hotels. *African Journal of Business Management*. 2013, Vol. 7(30). URL: https://www.researchgate.net/publication/304185416_A_conceptual_evaluation_of_5S_model_in_hotels (accessed: 20 January 2019).
6. Rauch E., Damiana A., Holzner P., Matt D. Lean Hospitality – Application of Lean Management methods in the hotel. *Research and Innovation in Manufacturing: Key Enabling Technologies for the Factories of the Future – Proceedings of the 48th CIRP.* Conference on Manufacturing Systems Edited by Roberto TETI. 2016, Vol. 41. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827116000305?via%3Dihub (accessed: 25 January 2019).
7. Поважний О., Орлова Н. Формування корпоративної стратегії на основі соціальної відповідальності. *Менеджер*. 2014. № 1. С. 4–10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2014_1_3 (дата звернення: 22.01.2019).
8. Benavides-Velasco C.A., Quintana-García C., Marchante-Lara M. Total quality management, corporate social responsibility and performance in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*. 2014. Vol. 41. P. 77–87. URL: https://www.sciencedirect.com/journal/international-journal-of-hospitality-management/vol/41 (accessed: 15 January 2019).
9. Гірняк Л., Сопіга В. Формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 21. Ч. 1. С. 50–55.

References:

1. Andrenko I., Kravets O., Pysarevskyi I. (2014). *Menedzhment hotelno-restorannoho hospodarstva : pidruchnyk* [Hotel and restaurant management : manual]. Kharkiv : KhNUMH. (in Ukrainian)
2. Davydova O., Pysarevskyi I., Ladyzhenska R. (2012). *Upravlinnia yakistiu produktsii ta posluh u hotelno-restorannomu hospodarstvi : navch. posibnyk* [Quality management of products and services in the hotel and restaurant industry : a training manual]. Kharkiv : KhNAMH. (in Ukrainian)
3. Putsenteilo P. (2007). *Ekonomika i orhanizatsiia turystychno-hotelnoho pidpryiemnytstva : navch. posibnyk* [Economy and organization of tourism and hotel business : a training manual]. Kyiv : TsUL. (in Ukrainian)
4. Momot O. (2007). *Menedzhment yakosti ta elementy systemy yakosti : navch. posibnyk* [Quality management and elements of the quality system : a training manual]. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
5. Dilek A. (2013). A conceptual evaluation of 5S model in hotels. *African Journal of Business Management*. Vol. 7(30). URL: https://www.researchgate.net/publication/304185416_A_conceptual_evaluation_of_5S_model_in_hotels (accessed: 20 January 2019).
6. Rauch E., Damiana A., Holzner P., Matt D. (2016). Lean Hospitality – Application of Lean Management methods in the hotel. *Research and Innovation in Manufacturing: Key Enabling Technologies for the Factories of the Future – Proceedings of the 48th CIRP.* Conference on Manufacturing Systems Edited by Roberto TETI, vol. 41, URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827116000305?via%3Dihub (accessed: 25 January 2019).
7. Povazhnyi O., Orlova N. (2014). *Formuvannia korporatyvnoi stratehii na osnovi sotsialnoi vidpovidalnosti* [Formation of corporate strategy based on social responsibility]. *Menedzher* [Manager] (electronic journal). Vol. 1. P. 4–10. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2014_1_3 (accessed: 22 January 2019).
8. Benavides-Velasco C.A., Quintana-García C., Marchante-Lara M. (2014). Total quality management, corporate social responsibility and performance in the hotel industry: *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 41. P. 77–87. URL: https://www.sciencedirect.com/journal/international-journal-of-hospitality-management/vol/41 (accessed: 15 January 2019).
9. Hirniak L., Sopiha V. (2018). *Formuvannia kultury ta yakosti obsluhovuvannia u hotelno-restorannykh pidpryiemstvakh* [Formation of culture and quality of service in the hotel and restaurant enterprises]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series : International Economic Relations and World Economy], vol. 21, p. 1, pp. 50–55.

УДК 338.24.021.8

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-47

Шира Т.Б.
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування
Української академії друкарства

Shyra Taras
Ukrainian Academy of Printing

ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ ЗАГРОЗ НА КОРПОРАТИВНУ БЕЗПЕКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

EVALUATION OF THE IMPACT OF EXTERNAL AND INTERNAL THREATS ON THE CORPORATE SECURITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Швидка та складно передбачувана зміна умов функціонування більшості українських підприємств не дає змогу забезпечувати належний рівень безпеки виключно за рахунок набутого досвіду. Застосування ж теоретичних напрацювань закордонних науковців обмежене внаслідок суттєвої відмінності перш за все національної моделі корпоративного управління. Обґрунтовано власне визначення корпоративної безпеки як діяльності, спрямованої на досягнення взаємоузгоджених корпоративних інтересів шляхом ефективного використання наявних ресурсів та захисту від негативної дії загроз, що уможливлює формування безпечних умов для стійкого розвитку підприємства. Доведено, що забезпечення належного рівня корпоративної безпеки є можливим лише за умови своєчасного виявлення та вжиття захисних заходів стосовно внутрішніх та зовнішніх загроз. Розглянуто взаємозв'язок між загрозами, які виникають на макро- та мікрорівнях. Обґрунтовано сутність основних етапів оцінювання внутрішніх та зовнішніх загроз для формування належного інформаційного підґрунтя розроблення та реалізації управлінських рішень суб'єктами безпеки.

Ключові слова: корпорація, корпоративна безпека, безпека, загроза, інтерес, система, підприємство.

Быстрое и сложно предсказуемое изменение условий функционирования большинства украинских предприятий не позволяет обеспечивать надлежащий уровень безопасности исключительно за счет приобретенного опыта. Применение же теоретических наработок зарубежных ученых ограничено вследствие существенного отличия прежде всего национальной модели корпоративного управления. Обосновано собственное определение корпоративной безопасности как деятельности, направленной на достижение взаимосогласованных корпоративных интересов путем эффективного использования имеющихся ресурсов и защиты от негативного воздействия угроз, что делает возможным формирование безопасных условий для устойчивого развития предприятия. Доказано, что обеспечение надлежащего уровня корпоративной безопасности является возможным лишь при условии своевременного выявления и принятия защитных мер касательно внутренних и внешних угроз. Рассмотрена взаимосвязь между угрозами, которые возникают на макро- и микроуровнях. Обоснована сущность основных этапов оценивания внутренних и внешних угроз для формирования надлежащей информационной основы разработки и реализации управленческих решений субъектами безопасности.

Ключевые слова: корпорация, корпоративная безопасность, безопасность, угроза, интерес, система, предприятие.

A quick and difficult predictable change in the operating conditions of the majority of Ukrainian enterprises does not allow ensuring an adequate level of security solely due to the experience gained. The application of the theoretical developments of foreign scientists is limited due to the substantial differences in the first place the national model of corporate governance. The own definition of corporate security as an activity aimed at achieving mutually agreed corporate interests through the effective use of available resources and protection from the negative impact of threats, makes it possible to create safe conditions for the sustainable development of the enterprise. It is proved that the provision of an adequate level of corporate security is possible only if the timely identification and implementation of protective measures against internal and external threats. The aim of the study is to develop a methodological approach to evaluating the internal and external threats to the corporate security of industrial enterprises. To achieve the goal, the following methods were used: induction and deduction, compar-

ison and systematization in the study of the essential characteristics of the term "corporate security of the enterprise"; synthesis and analysis for the formation of theoretical positions of the implementation of the evaluation of the impact of threats to the corporate security of the enterprise; morphological analysis to clarify the content of the main stages of the evaluation of the impact of threats; graphic for visual presentation of theoretical and methodological material; abstract logical for theoretical generalizations and conclusions of the study. It has been proven that focusing security subject's attention is only on threats that directly affect the corporate security of the enterprise. The relationship between threats that occur at the macro and micro levels is considered. Justification of the need to evaluate and take into account in the process of ensuring corporate security threats arising at the regional, national and international macro-level sub-levels. The expediency of evaluating the impact of threats with the consistent selection of the following main stages: "identification and identification", "analytical" and "coordination" is substantiated. The essence of each stage is determined, as well as their interrelation and requirements for the formation of an appropriate information basis for the development and implementation of management decisions by security subjects.

Key words: corporation, corporate security, security, threat, interest, system, enterprise.

Постановка проблеми. Рівень корпоративної безпеки українських підприємств значною мірою залежить від своєчасного вжиття захисних заходів, спрямованих на протидію або адаптацію до впливу зовнішніх та внутрішніх загроз [1, с. 56]. Вибір загрози як об'єкта дослідження не є випадковим, адже вона разом із ризиком є формою небезпеки. Зниження рівня безпеки є результатом негативного впливу внутрішньої чи зовнішньої загрози. Не може залишитися поза увагою суб'єктів безпеки ризик, але він присутній в кожному рішенні, яке приймається менеджерами підприємства. Зниження ризику – це важливе завдання, але лише його негативний результат, який спричиняє виникнення чи посилення загрози, може привести до збільшення небезпеки. Отже, своєчасне розпізнавання загроз та вжиття захисних заходів забезпечує підтримання корпоративної безпеки на заданому рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням забезпечення безпеки підприємств багато уваги приділяють вітчизняні та закордонні вчені, зокрема Л. Абалкін, О. Ареф'єва, І. Бінько, З. Варналій, О. Власюк, Т. Васильців, З. Герасимчук, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, З. Живко, О. Захаров, В. Ковальов, Г. Козаченко, О. Ляшенко, В. Мунтіян, Є. Олєйніков, Г. Пастернак-Таранушенко, В. Пономаренко, В. Франчук, Л. Шемаєва, С. Шкарлет, В. Шлемко, В. Ярочкін. Однак доцільно відзначити недостатню увагу науковців, що приділяється розгляду поняття «корпоративна безпека» й формуванню підходів до оцінювання впливу зовнішніх та внутрішніх загроз.

Метою статті є формування методичного підходу до оцінювання внутрішніх та зовнішніх загроз для корпоративної безпеки промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Здійснений науковий пошук дав змогу виявити, що проблемі забезпечення корпоративної безпеки не приділяється належна увага. Так, сьогодні існує лише декілька визначень цього терміну, а теоретико-методологічні підходи, методичні основи та практичні рекомендації перебувають на стадії формування. У дослідженні вважаємо за доцільне під час формування визначення корпоративної безпеки спиратися на сутність двох базових понять, таких як «безпека» та «корпорація». Отже, корпоративну безпеку, на нашу думку, можна визначити як діяльність, спрямовану на досягнення взаємоузгоджених корпоративних інтересів шляхом ефективного використання наявних ресурсів та захисту від негативної дії загроз, що уможливлює формування безпечних умов для стійкого розвитку підприємства.

Проведене теоретичне дослідження дало змогу виявити, що проблема оцінювання загроз для корпоративної уваги залишається поза увагою науковців. В нечисленних публікаціях автори обмежуються переліком можливих загроз. Окремої уваги заслуговує стаття О. Рудковського, в якій він пропонує метод оцінювання загроз, в основу якого покладено визначення «максимальної суми відведеного збитку від настання загроз у розрізі функціональних складових корпоративної безпеки підприємства» [2, с. 152]. Потрібно визнати, що ідея визначення суми збитків, яких могло зазнати підприємство внаслідок відсутності своєчасних дій суб'єктів безпеки, не є новою. До недоліків такого підходу можна віднести перш за все суб'єктивність оцінювання можливих втрат, що не може бути забезпечена певним рівнем достовірності. Отже, результативність дій суб'єктів безпеки довести досить складно. На нашу думку, результативність повинна характеризуватися відсутністю втрат від дії загроз, що визначається досягненням та підтриманням корпоративної безпеки на рівні, який визначений внутрішніми положеннями. Такий підхід потребує уточнення та формування відповідного методичного забезпечення,

в основу якого покладено формування послідовності визначення загроз, їх систематизацію та ієрархічне впорядкування для розроблення найбільш доцільних захисних заходів.

Важливими базовим моментом під час оцінювання загроз є їх розгляд лише в окремому спектрі. В більшості наукових публікаціях розглядаються загрози, які безпосередньо впливають на корпоративну безпеку підприємства. Такий підхід можна вважати недостатньо правильним, адже за таких умов суб'єкти безпеки здебільшого можуть вживати оперативних або тактичних заходів. На нашу думку, необхідним є розширення спектру можливих загроз, тобто слід брати до уваги й такі, що виникають на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Вони в певний момент часу можуть не мати безпосереднього впливу на корпоративну безпеку підприємства, але в середньостроковій або довгостроковій перспективі стануть джерелом виникнення загроз, які будуть об'єктом уваги суб'єктів безпеки. Підґрунтям цієї позиції стала ієрархічна модель зовнішнього середовища, запропонована З. Шершньовою [3, с. 34], в якій виділено два рівні, такі як макросередовище (міжнародне, національне, регіональне) та мікросередовище. В макросередовищі три підрівні визначаються своєю сукупністю загроз, які частково пов'язані між собою, тобто вони певним чином масштабуються. Наприклад, посилення фінансової кризи на міжнародному підрівні спричиняє негативні зміни в національній економіці, зокрема зовнішньоекономічного балансу, та зменшує обсяги коштів, виділених на програми регіонального розвитку, що в подальшому провокує зменшення попиту на продукцію певного підприємства.

Наведемо ще кілька загроз на різних підрівнях, які безпосередньо можуть мати вплив на корпоративну безпеку промислових підприємств в Україні. Так, на міжнародному рівні актуальною є загроза посилення конкуренції на європейському ринку та зростання вимог до якості продукції, тому слід переглянути екологічні стандарти та здійснити суттєвий прогрес щодо оновлення технології виробництва промислової продукції з використанням нанотехнологій та нелімітованих ресурсів. До найбільш суттєвих загроз національного підрівня можна віднести перш за все політичну та соціальну нестабільність, військові дії на території країни, посилення останніми роками міграційних процесів, зменшення чисельності населення та скорочення його платоспроможності, зниження технологічного рівня та послаблення наукової складової у виробництві промислової продукції, неконтрольовану зміну інфляційних процесів тощо. Регіональний рівень значною мірою визначається економічними параметрами розвитку регіону, географічним розташуванням та іншими параметрами.

Узагальнюючи, можемо стверджувати, що оцінювання динаміки та прогнозування впливу загроз на всіх рівнях забезпечують своєчасне розроблення та вжиття захисних заходів задля оптимізації необхідного ресурсного забезпечення.

Продовжуючи розгляд цього аспекту, зазначаємо, що стосовно загроз на мікрорівні суб'єкти безпеки організовують спеціальні дослідження та застосовують методи отримання й опрацювання інформації, а щодо макрорівня достатнім є отримання даних із відкритих джерел із чітким відстеженням ключових змін у параметрах розвитку світових ринків, формування та наповнення державного та місцевих бюджетів, окремих урядових програм та стратегій розвитку секторів національної економіки. Правильним також є підхід, за якого загрози макро- та мікрорівнів розглядають у сукупності, але визначають різні пріоритети реагування, а також відстежують зв'язки між ними, тобто будують карту загроз та забезпечують систематичне оновлення параметрів такої моделі. Ключовим є не лише створення такої карти, а саме оперативне оновлення інформації, оскільки за дуже короткий проміжок часу загроза з третім рівнем пріоритетності може перейти на перший рівень, а її реалізація може спричинити суттєві втрати для підприємства. Саме цей аспект покладено в основу методичних засад оцінювання загроз (рис. 1).

Основою першого етапу є якісні інформація, яка формується в системі обліково-аналітичного забезпечення підприємства та застосовується суб'єктами безпеки для моніторингу зовнішніх та внутрішніх загроз. Потребує уточнення, що ця система формує також певну частину інформації про зовнішнє середовище, зокрема рівень платіжної дисципліни контрагентів, купівельну спроможність споживачів, взаємодію з правоохоронними та фіскальними органами, співпрацю з місцевими громадами. Окрім цього, зміни в зовнішньому середовищі можна відслідковувати за допомогою відкритих джерел інформації, а іноді користуватися послугами суб'єктів зовнішньої безпеки або створювати власний підрозділ конкурентної розвідки.

Аналітичний етап є логічним продовженням попереднього й полягає в ієрархічному впорядкуванні внутрішніх та зовнішніх загроз із представленням результатів у вигляді моделі. Коротко розглянемо сутність цього етапу, розпочавши з обґрунтування необхідності ієрархічного впорядкування загроз. Підставою є та обставина, що одночасна увага суб'єктів безпеки до всіх загроз є неможливою. Потрібно

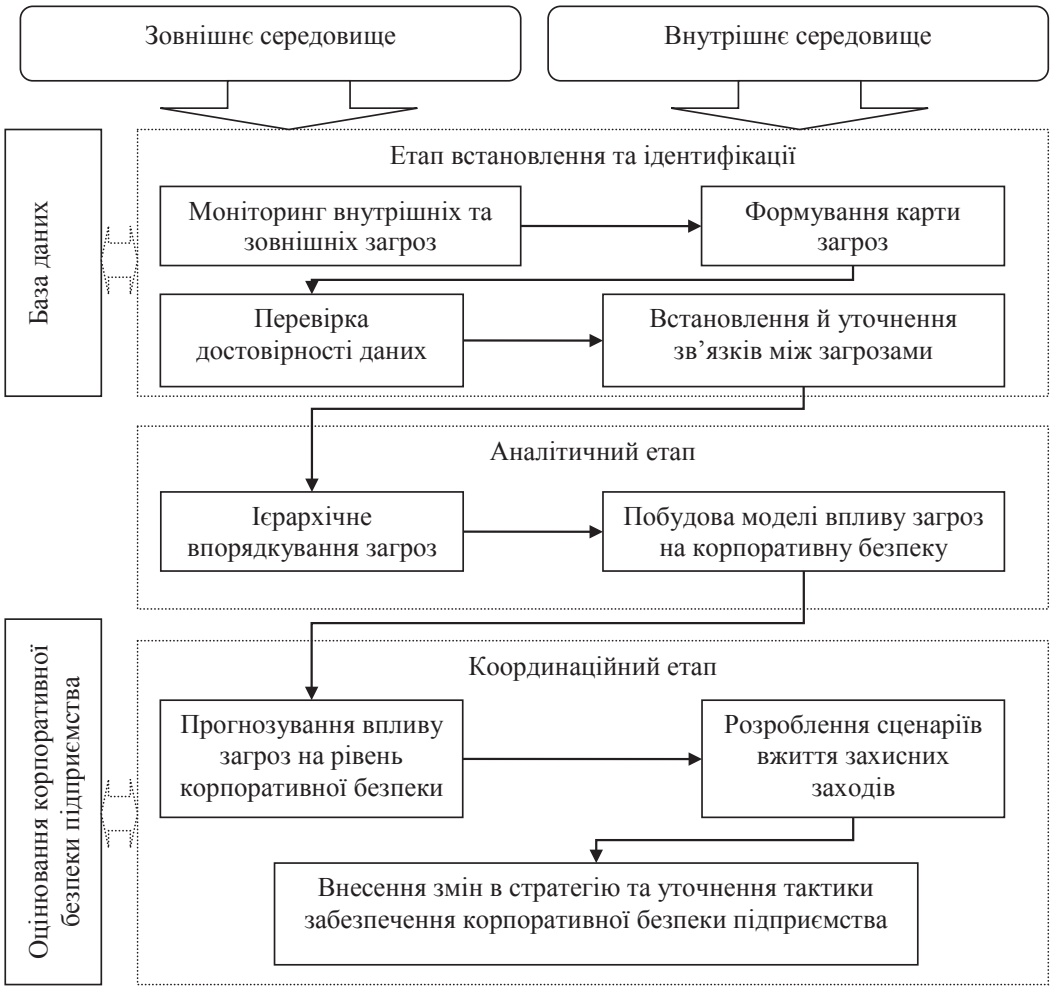

Рис. 1. Основні етапи оцінювання впливу загроз на корпоративну безпеку підприємства

визначити ту сукупність, яка може спричинити найбільш суттєві втрати. За таких умов поділ на зовнішні та внутрішні може бути опущений, а за основу беруться необхідність та здатність протидіяти. Із переліку визначених на попередньому етапі загроз формується обмежена сукупність, тобто порівняно з попереднім етапом відбувається звуження кола загроз, посилюється концентрація уваги на окремих з них. Для здійснення цього кроку доцільно використати метод опитування експертів. Виділенню підлягають загрози, важливі для суб'єктів безпеки з тактичної та стратегічної точок зору, для відповідного різночасового вжиття захисних заходів. Ієрархічне впорядкування можна здійснювати з використанням теорії графів, в основу якого покладено пошук взаємозв'язків між окремими загрозами з подальшою побудовою матриць залежності та досяжності й виконанням низки математичних розрахунків, що, зрештою, дають змогу визначити рівні пріоритетності протидії ключовим загрозам.

Третій етап є координаційним і, будучи продовженням попереднього, передбачає узгодження результатів моделювання впливу загроз із результатами оцінювання корпоративної безпеки. Низький рівень безпеки за певною функціональною складовою та наявність або посилення впливу однієї чи декількох загроз є підставами розроблення та вжиття захисних заходів. На нашу думку, досягнення високої ефективності забезпечення корпоративної безпеки є можливим за рахунок не лише оперативного реагування, але й розроблення тактики й формування стратегії, тобто йдеться не про реагування на факт реалізації загрози, про що свідчать фінансові втрати та отримані збитки за результатами фінансово-господарської діяльності підприємства, а про завчасне прогнозування таких із розробленням превентивних захисних заходів, тобто здійснення дій на випередження. Потрібно враховувати, що всі дії на випередження потребують не лише організації, налагодження взаємодії між окремими виконавцями, але й виділення ресурсного забезпечення, для найбільш ефективного використання якого доцільним є формування декількох можливих сценаріїв. Інша важлива базова обставина полягає в необхідності одно-

часного вжиття захисних заходів стосовно різних і не завжди пов'язаних між собою загроз. Ще одна обставина передбачає те, що одні загрози актуальні в поточному періоді, інші будуть суттєво впливати на корпоративну безпеку в тактичному вимірі, а можуть бути визначені й такі, увагу на протидію яким доцільно звертати з огляду на стратегічну необхідність забезпечення безпеки бізнесу. Отже, третій етап передбачає визначення всіх базових обставин та внесення необхідних змін у тактику та стратегію забезпечення корпоративної безпеки підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнюючи, вважаємо доцільним іще раз підкреслити, що результати оцінювання загроз формують необхідне інформаційне підґрунтя не лише для вжиття захисних заходів, але й для внесення змін у діяльність підприємства задля збільшення ефективності його фінансово-господарської діяльності та адаптації відповідно до динаміки процесів у сфері здійснення бізнесу, протидія яким є неможливою або недоцільною. Отримані результати створюють базис удосконалення процесу забезпечення корпоративної безпеки шляхом розроблення відповідних механізмів та вибору найбільш доцільної стратегії. Подальшого дослідження потребує розроблення методичних засад оцінювання корпоративної безпеки в умовах українських підприємств.

Список використаних джерел:

1. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною безпекою підприємства : монографія / за заг. ред. А. Штангрета. Львів : Укр. акад. друкарства, 2017. 276 с.
2. Рудковський О. Оцінювання загроз і небезпек корпоративної безпеки. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону.* 2012. Вип. 10. С. 150–155.
3. Шершньова З., Оборська С. Стратегічне управління : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 1999. 384 с.

References:

1. Shtanhret A. (2017). Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryyemstva [*Accounting and analytical support for managing the economic security of the enterprise*]. L'viv : Ukr. akad. drukarstva. (in Ukrainian)
2. Rudkovskyi O. (2012). Otsiniuvannia zahroz i nebezpek korporatyvnoi bezpeky [*Assessing the threats and dangers of corporate security*]. Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu. 2012. Vol. 10. P. 150–155. (in Ukrainian)
3. Shershnova Z., Obors'ka S. (1999). Stratehichne upravlinnia [*Strategic management*]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian)

УДК 332.1:316.334.52(477)

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-48

Ревко А.М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи
Чернігівського національного технологічного університету

Revko Alona
Chernihiv National University of Technology

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ СОЦІОГУМАНІТАРНОГО ПРОСТОРУ РЕГІОНУ

METHODOLOGICAL BASES OF ASSESSING THE INFLUENCE OF SOCIAL INFRASTRUCTURE ON THE TRANSFORMATION OF SOCIO-HUMANITARIAN SPACE IN THE REGION

Статтю присвячено дослідженню особливостей функціонування соціальної інфраструктури як каталізатора розвитку соціогуманітарного простору регіонів України. Встановлено, що метою трансформації соціогуманітарного простору є створення повноцінних умов для відтворення людського потенціалу завдяки рівному доступу до якісної освіти й медицини, розвитку мистецтва, фізичної культури, спорту. Доведено, що методологія модернізації системи соціальної інфраструктури являє собою сукупність взаємозумовлених методологічних принципів, підходів, закономірностей, методів, критеріїв, інструментів, чинників та етапів, які формують підґрунтя для забезпечення трансформації регіонального соціогуманітарного простору. Запропоновано перелік принципів модернізації соціальної інфраструктури регіону доповнити принципами партисипаційності та континуальності. Розроблено авторську методику оцінки впливу соціальної інфраструктури на трансформацію соціогуманітарного простору регіонів України.

Ключові слова: соціальна інфраструктура, соціогуманітарний простір регіону, трансформація, принципи, партисипаційність, континуальність, просторовий розвиток.

Статья посвящена исследованию особенностей функционирования социальной инфраструктуры как катализатора развития социогуманитарного пространства регионов Украины. Установлено, что целью трансформации социогуманитарного пространства является создание полноценных условий для воспроизводства человеческого потенциала благодаря равному доступу к качественному образованию и медицине, развитию искусства, физической культуры, спорта. Доказано, что методология модернизации системы социальной инфраструктуры представляет собой совокупность взаимообусловленных методологических принципов, подходов, закономерностей, методов, критериев, инструментов, факторов и этапов, которые формируют основу для обеспечения трансформации регионального социогуманитарного пространства. Предложено перечень принципов модернизации социальной инфраструктуры региона дополнить принципами партисипационности и континуальности. Разработана авторская методика оценки влияния социальной инфраструктуры на трансформацию социогуманитарного пространства регионов Украины.

Ключевые слова: социальная инфраструктура, социогуманитарное пространство региона, трансформация, принципы, партисипационность, континуальность, пространственное развитие.

The article is devoted to the study of the peculiarities of the functioning of social infrastructure as a catalyst for the development of socio-humanitarian space of the Ukrainian regions. It is proved that the concept of transformation of the socio-humanitarian space of the region is conditioned both by the specifics of public relations regarding the reproduction and improvement of the productive forces of the region, as well as the formation and functioning of relevant institutions and infrastructure. It is established that the purpose of transformation of socio-humanitarian space is to create adequate conditions for the reproduction of human potential. This is possible thanks to equal access to quality education and

medicine, improving the well-being of the population, the development of art, physical culture, sports, providing opportunities for spiritual development. It is proved that the methodology of modernization of the social infrastructure system is a set of mutually agreed methodological principles, approaches, regularities, methods, criteria, tools, factors and stages. They form the basis for ensuring the transformation of the regional socio-humanitarian space. The list of principles of modernization of the social infrastructure of the region is proposed to be supplemented with the principles of partisipation and continuity. The author's method of assessing the influence of social infrastructure on the transformation of socio-humanitarian space of Ukrainian regions is developed. The influence of social infrastructure on the transformation of socio-humanitarian space of Ukrainian regions is evaluated. It is determined that the greatest influence of social infrastructure on the development of socio-humanitarian space in 2017 are in 3 oblasts of Ukraine: L'vivs'ka, Kharkivs'ka and Dnipropetrovs'ka. The worst conditions for the development of socio-humanitarian space are in Zakarpats'ka, Kyivs'ka, Mykolayivs'ka and Khersons'ka oblasts. It is proved that productive cooperation between all branches of government is an important direction of overcoming the negative tendency of transformation of socio-humanitarian space.

Key words: social infrastructure, socio-humanitarian space of the region, transformation, principles, participatory, continuity, spatial development.

Постановка проблеми. Однією з ключових проблем досягнення стійкості соціальної інфраструктури регіонів є трансформація соціогуманітарного простору України, створення умов для розвитку людського потенціалу через знання, етнокультурні, соціальні та духовні цінності.

З огляду на це, актуальним у контексті даного дослідження є вивчення особливостей поточного стану соціальної інфраструктури на регіональному рівні, що в сучасних умовах прояву глобалізаційних та інтеграційних процесів може розглядатися як засіб розвитку регіонального економічного простору та оптимізації територіально-галузевої структури регіональних відтворювальних систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічним питанням оцінки соціальної інфраструктурі регіону присвячено праці М. Бутка [1], М. Долати [2], Т. Пепи [3], Л. Чернюк [3] та ін.

Незважаючи на вагомість наукового доробку, актуальним питанням залишається оцінка впливу соціальної інфраструктури на розвиток соціогуманітарного простору регіону.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження особливостей функціонування соціальної інфраструктури як каталізатора розвитку соціогуманітарного простору регіонів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепт трансформації соціогуманітарного простору регіону зумовлений як специфікою суспільних відносин щодо відтворення та вдосконалення продуктивних сил регіону, так і формуванням та функціонуванням відповідних інституцій та інфраструктури. Використання категорії «трансформація» відносно соціогуманітарного простору регіону зумовлене необхідністю кардинальних незворотних змін кількісного та якісного характеру системи соціальної інфраструктури, які переводять систему на якісно новий рівень функціонування і формують нову модель взаємодії із зовнішнім оточенням.

Варто зазначити, що метою трансформації соціогуманітарного простору є створення повноцінних умов для відтворення людського потенціалу завдяки рівному доступу до якісної освіти й медицини, поліпшенню добробуту населення, розвитку мистецтва, фізичної культури, спорту, забезпеченню можливостей для духовного розвитку людини. Саме модернізація соціальної інфраструктури впливає на трансформацію соціогуманітарного простору, в якому вона діє, та є динамічним чинником, який активізує діяльність територіальних громад, здійснює як прямий, так і непрямий вплив на соціально-економічний розвиток просторових координат.

Методологія модернізації системи соціальної інфраструктури являє собою сукупність взаємозумовлених методологічних принципів, підходів, закономірностей, методів, критеріїв, інструментів, чинників та етапів, які формують підґрунтя для забезпечення трансформації регіонального соціогуманітарного простору (рис. 1).

Використовуючи розробки вітчизняних та зарубіжних науковців [1, с. 95–101; 2, с. 40–44; 3, с. 29–35], нами обґрунтовано систему методологічних принципів, яка є базою для оцінки соціальної інфраструктури соціогуманітарного простору України. Дану систему принципів формування соціальної інфраструктури соціогуманітарного простору доцільно розділити на загальнонаукові та специфічні. До загальнонаукових слід віднести принципи історизму, системності, комплексності, ієрархічності, збалансованості, пропорційності, науковості та ефективності. Група принципів специфічного характеру стосується розвитку соціогуманітарного простору соціальної інфраструктури. Соціогуманітарний концепт полягає у формуванні динамічного, гармонізованого середовища існування та розвитку суспільства з усіма

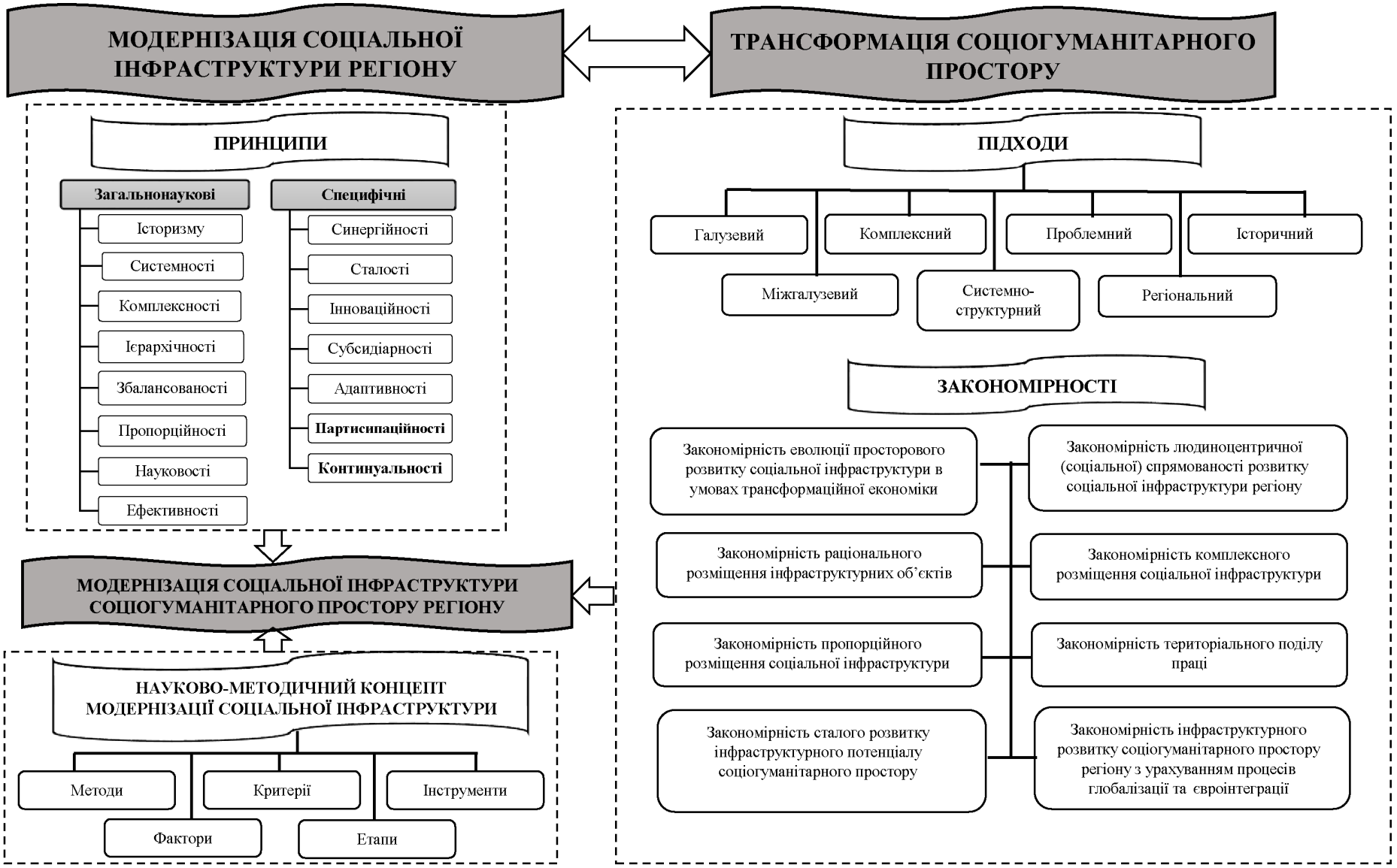

Рис. 1. Методологія модернізації соціальної інфраструктури соціогуманітарного простору регіону

Джерело: розроблено автором

притаманними йому ознаками (економічними, соціальними, духовними, культурними, ціннісними, етнічними тощо). До специфічних функцій віднесено принципи синергійності, сталості, інноваційності, субсидіарності та адаптивності.

На нашу думку, зазначений перелік принципів модернізації соціальної інфраструктури регіону доцільно доповнити принципами ***партисипаційності*** та ***континуальності*** (рис. 1).

Принцип ***партисипаційності*** полягає у відчутті людей себе частиною своїх громад шляхом активної участі у прийнятті рішень щодо розвитку компонентів соціальної інфраструктури (освіти, культури, охорони здоров'я), їх згуртованості та спрямованості на вирішенні соціальних проблем, успадкованих та накопичених у трансформаційний період.

Принцип ***континуальності*** передбачає розуміння історичного процесу формування та розвитку соціогуманітарного простору. Термін «континуальність» походить від лат. continualis – «безперервний». Континуальність соціогуманітарного простору регіонів України відображає сукупність соціально-економічних цінностей територіальних громад, їх постійне, континуальне, вдосконалення [4, с. 165–167].

Для оцінки рівня розбудови соціальної інфраструктури та її впливу на соціогуманітарний розвиток регіонів України пропонується авторська методика, яка включає дослідження часткових синтетичних показників для окремих компонентів соціальної інфраструктури (частковий підхід) та інтегрального показника розвитку соціальної інфраструктури соціогуманітарного простору України (так званий загальний підхід) на основі синергійного індексу.

Методику оцінки впливу соціальної інфраструктури на трансформацію соціогуманітарного простору регіонів України можна розділити на такі етапи:

1. Визначення переліку статистичних показників розвитку соціальної інфраструктури.
2. Визначення сфер (компонентів) розвитку соціальної інфраструктури.
3. Групування показників відповідно до сфер розвитку соціальної інфраструктури.
4. Оцінка соціальної інфраструктури на основі статистичних показників.
5. Виключення змінних із низьким рівнем диференціації та сильно корельованих змінних.
6. Поділ відібраних змінних на стимулятори та дестимулятори.
7. Нормалізація змінних методом стандартизації.
8. Створення часткових синтетичних індексів для кожної компоненти соціальної інфраструктури методом лінійного впорядкування Джуліана Перкала.
9. Ранжування регіонів України за рівнем розвитку компонентів соціальної інфраструктури (частковий підхід).
10. Кластерний аналіз соціальної інфраструктури методом k-середніх.
11. Виділення кластерів розвитку сфер соціальної інфраструктури.
12. Визначення інтегрального синтетичного індексу розвитку соціальної інфраструктури регіонів.
13. Ранжування регіонів України за рівнем розвитку соціальної інфраструктури.

Синергійний індекс визначено за допомогою методу лінійного впорядкування Джуліана Перкала, також відомого як Z-Scores, шляхом стандартизації середніх значень досліджуваних показників. Відповідно до запропонованої методики, було проведено кластерний аналіз регіонів методом k-середніх за допомогою програми STATISTICA та створено рейтинг областей України за рівнем розвитку соціальної інфраструктури соціогуманітарного простору.

Результати оцінки впливу соціальної інфраструктури на трансформацію соціогуманітарного простору регіонів України представлено на рис. 2.

Дослідження особливостей функціонування соціальної інфраструктури регіонів України доводить, що найбільший вплив соціальної інфраструктури на розвиток соціогуманітарного простору в 2017 р. спостерігався у трьох областях України: Львівській, Харківській та Дніпропетровській (група А), що пов'язано з високим значенням у цих регіонах часткових синтетичних показників освітньої та медичної сфер соціальної інфраструктури.

Група В включає найбільшу кількість областей, переважно Західної України, та складається з восьми провідних регіонів, де спостерігався рівень розвитку соціальної інфраструктури вище середнього, серед них – Рівненська, Тернопільська, Івано-Франківська, Хмельницька, Житомирська, Вінницька, Чернігівська та Одеська області.

Середній рівень розвитку соціальної інфраструктури спостерігався у семи периферійних регіонах, а саме Волинській, Чернівецькій, Сумській, Полтавській, Черкаській, Кіровоградській та Запорізькій областях.

До групи D, тобто регіонів-аутсайдерів, віднесено чотири регіони: Закарпатську, Київську, Миколаївську та Херсонську області, де в 2017 р. спостерігався найнижчий рівень розвитку всіх сфер соціальної інфраструктури.

Висновки з даного дослідження. Результати дослідження особливостей функціонування соціальної інфраструктури як каталізатора розвитку соціогуманітарного простору регіонів України дають підстави для висновків, що Україна має виражену просторову нерівномірність розвитку соціальної інфраструктури. Крім того, за певного досяг-

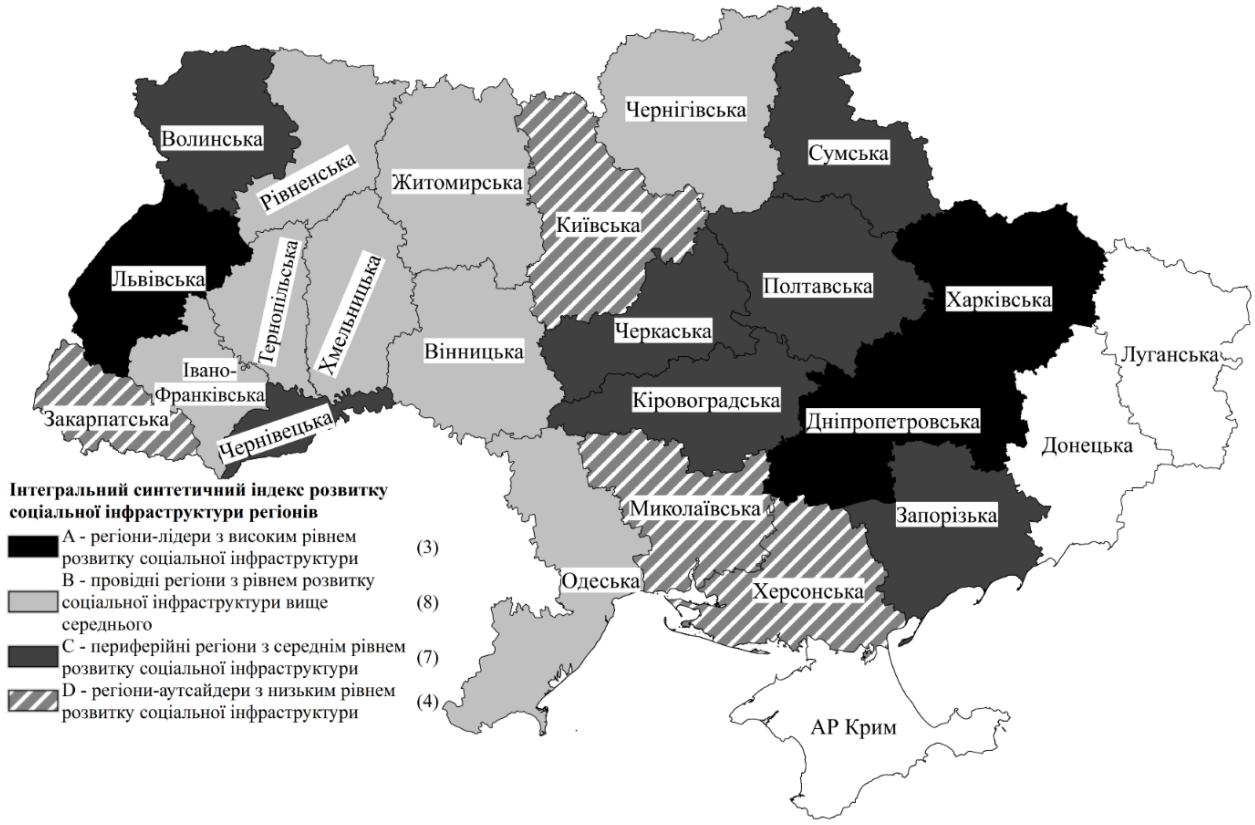

Рис. 2. Розвиток соціальної інфраструктури соціогуманітарного простору регіонів України в 2017 р.

Джерело: розроблено автором

нення розвитку соціальної інфраструктури регіону як складової частини соціогуманітарного простору завдяки розвинутій мережі інституцій різного рівня стан і розвиток її не можна визнати задовільним. У 2017 р. найгірші умови розвитку соціогуманітарного простору склалися в Закарпатській, Київській, Миколаївській та Херсонській областях.

Важливим напрямом подолання даної негативної тенденції, на нашу думку, є продуктивна співпраця між усіма ланками управління, оскільки від ієрархії і співробітництва у цій сфері залежить реалізація суспільних цілей, однією з яких є виховання здорового й освіченого соціуму.

Список використаних джерел:

1. Бутко М.П., Ревко А.М. Соціальні імперативи якісного розвитку продуктивних сил регіонів України : монографія / за заг. наук. кер. д-ра екон. наук, проф. М.П. Бутка. Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2016. 276 с.
2. Dolata M. Infrastruktura Społeczna jako Czynnik Zrównoważonego Rozwoju Obszarów Wiejskich. *Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu. Roczniki Naukowe.* 2016.Tom XVI. Zeszyt 5. P. 40–44.
3. Пепа Т.В., Чернюк Л.Г. Інфраструктурне забезпечення соціального розвитку регіонів України (методолого-організаційний аспект) : монографія. Вінниця, 2015. 280 с.
4. Ревко А.М. Методологічні принципи та критерії структурного аналізу соціальної інфраструктури регіонів України. *Бізнес Інформ.* 2019. № 1(492). С. 164–169.

References:

1. Butko M.P., Revko A.M. (2016). *Social`ni imperaty`vy` yakisnogo rozvy`tku produkty`vny`x sy`l regioniv Ukrayiny`* [Social imperatives of qualitative development of productive forces of Ukrainian regions] : monografiya / za zag. nauk. ker. d-ra ekon. nauk, prof. M.P. Butka. Chernigiv : Chernig. nacz. texnol. un-t, 276 p. (in Ukrainian)

2. Dolata M. (2016). Infrastruktura Spoleczna jako Czynnik Zrownowazonego Rozwoju Obszarow Wiejskich [Social Infrastructure as a Factor of Sustainable Rural Development]. *Stowarzyszenie Ekonomistow Rolnictwa i Agrobiznesu. Roczniki Naukowe.* Tom XVI. Zeszyt 5. Pp. 40–44. (in Polish)
3. Pepa T.V., Chernyuk L.G. (2015). *Infrastrukturne zabezpechennya social`nogo rozvy`tku regioniv Ukrayiny` (metodologo-organizacijny`j aspekt)* [Infrastructure support of social development of Ukrainian regions (methodological and organizational aspect)] : monografiya. Vinny`cya, 280 p. (in Ukrainian)
4. Revko A.M. (2019). Metodologichni pry`ncy`py` ta kry`teriyi strukturnogo analizu social`noyi infrastruktury` regioniv Ukrayiny` [Methodological principles and criteria for structural analysis of social infrastructure of Ukrainian regions]. *Biznes Inform* : naukovy`j zhurnal. Nr. 1(492). Pp. 164–169. (in Ukrainian)

УДК 332.143

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-49

Сєрєбряк К.І.
доктор економічних наук,
професор кафедри економіки та підприємництва
Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля

Sieriebriak Kseniia
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

CLUSTER POLICY FOR THE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRIAL COMPLEX OF THE REGIONS OF UKRAINE

У статті розглянуто природу виникнення кластеру в промисловій політиці нашої держави. Досліджено досвід аналізу проблем управління розвитком кластерних структур на регіональному рівні, визначено основні напрями діяльності промислового кластеру та виникнення в його рамках низки позитивних ефектів (ефект масштабу виробництва ефект, ефект охоплення, сукупний синергетичний ефект). Запропоновано низку першочергових заходів щодо створення умов для розвитку промислового кластера в регіоні (стимулювання інвестиційної активності будівельних організацій, підвищення ефективності системи поставок сировини, розміщення виробництв і баз для організації будівництва поблизу будівельних майданчиків та об'єктів будівництва, створення нових робочих місць, підвищення кваліфікації фахівців будівельної спеціальності, професійна й організаційна адаптація, створення і впровадження нових технологій виробництва будівельних матеріалів та ін.). Проведено SWOT-аналіз реалізації кластерної політики розвитку промислового комплексу регіону.

Ключові слова: регіон, кластер, промисловість, підприємство, ефект, аналіз, політика, розвиток.

В статье рассмотрена природа возникновения кластера в промышленной политике нашего государства. Исследован опыт управления развитием кластерных структур на региональном уровне, определены основные направления деятельности промышленного кластера и возникновения в его рамках ряда положительных эффектов (эффект масштаба производства, эффект охвата, совокупный синергетический эффект). Предложен ряд первоочередных мероприятий по созданию условий для развития промышленного кластера в регионе (стимулирование инвестиционной активности строительных организаций, повышение эффективности системы поставок сырья, размещение производств и баз для организации строительства вблизи строительных площадок и объектов строительства, создание новых рабочих мест, повышение квалификации специалистов строительной специальности, профессиональная и организационная адаптация, создание и внедрение новых технологий производства строительных материалов и др.). Проведен SWOT-анализ реализации кластерной политики развития промышленного комплекса региона.

Ключевые слова: регион, кластер, промышленность, предприятие, эффект, анализ, политика, развитие.

Formation of territorial clusters as vertically integrated enterprises and organizations of interdependent industries, which, as a rule, have a common research base and adequate elements of the management system, is a promising tool for ensuring the development of regional economies with a multiplier effect in Ukraine. Clusters can be the most effective means of regional policy, stimulating endogenous development of regions based on the use of local conditions and resources, as well as competitive advantages. However, today the issues of creation of territorial clusters are not yet sufficiently scientifically developed, there is no theoretical and methodological substantiation, adequate normative legal and methodological base, which exacerbates the relevance of the research of this area. The article deals with the nature of cluster emergence in our country's industrial policy; the experience of research of problems of management of development of cluster structures at the regional level is investigated; identified the main activities of the industrial cluster and the emergence of a number of positive effects within it (the scale of production effect the scale of production effect the scale of production, the effect of coverage, the total synergistic effect); proposed a number of priority measures to create conditions for the development of industrial cluster in the region (stimulating investment activity of construction organizations, improving the efficiency of the supply system of raw materials, location of production facilities and bases for the organization of construction near construction sites and construction sites, job creation, professional development of specialists specialty of construction, professional and organizational adaptation, creation and introduction of new technologies of construction m containing materials and others); SWOT analysis was carried out during the implementation of the cluster policy of development of the industrial complex of the region. The results of the study do not exhaust all parties considering the implementation of cluster policy development of the industrial complex of the region, but they will certainly be useful in solving scientific and practical problems related to the regulation of construction clusters, the development and implementation of cluster strategy and cluster policy by the authorities at different levels.

Key words: region, cluster, industry, enterprise, effect, analysis, policy, development.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації економіки і зміни ролі та значення основних суб'єктів соціально-економічного розвитку джерела конкурентних переваг галузей і регіонів усе більше залежать від місцевих чинників та особливостей ресурсного потенціалу. Саме кластери дають змогу мобілізувати новий ресурс – ресурс мережевої організації території. У регіонах із низькою діловою активністю і депресивним станом економіки основні учасники інвестиційно-будівельної діяльності зайняті вирішенням локальних завдань, діють відокремлено, у відриві від загальногалузевих інтересів, що знижує потенціал промислового комплексу. Роль держави в будівельній діяльності нині відійшла на другий план. Раніше функції замовника, інвестора, забудовника, а іноді й споживача продукції були поєднані, тепер на перший план виходять інтереси приватних інвесторів. Усе це визначає необхідність ретельного аналізу нових явищ в економічному середовищі. На їх основі в слаборозвинених регіонах відбувається формування регіональних кластерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Постійну увагу до проблематики здійснення державної політики й управління у промисловій сфері виявлено в наукових працях багатьох дослідників, серед яких: О. Бєляєв, В. Василенко, В. Геєць, Г. Іванов, В. Куйбіда, Л.О. Лігоненко, С.Ю. Медведєв, Н.Б. Паліга, П. Рогожин, Е. Уткін, О. Чернявський та ін., що свідчить про актуальність досліджень у цьому напрямі.

Проблемою виникнення й розвитку кластерних об'єднань займалися відомі науковці, як зарубіжні (М. Портер, М. Енрайт, С. Розенфельд, Д. Якобс, Е. Леммер, Ж. Мингальова, П. Самуельсон), так і вітчизняні (В. Базилевич, Т. Васильців, М. Войнаренко, Я. Жаліло, Ю. Пинда, В. Савенко, С. Соколенко, О. Шевчук, С. Мочерний, В. Федоренко, А. Мельник та ін.). Вони зробили вагомий внесок у розвиток теорії та практики кластеризації економіки, проте актуальним залишається регіональний аспект розвитку промислових кластерів, що переконує у своєчасності й важливості вибраної теми дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є аналіз основних напрямів кластерної політики розвитку промислового комплексу регіонів нашої держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. Практика ринкового господарювання показує, що сам по собі ринок не в змозі забезпечити стійкі та взаємовигідні зв'язки між окремими виробничими одиницями, які виконують різні функції в єдиному технологічному процесі, тому подолання сформованої ситуації має бути пов'язане зі створенням умов для формування оптимального складу і структури промислового кластера. Розвиток кластера в регіональному промисловому комплексі може дати змогу задовольнити попит населення на доступне житло шляхом збільшення обсягів його будівництва, забезпечити більш високу якість вироблених будівельних матеріалів і виконуваних будівельних робіт, стати одним із чинників економічного зростання і створення конкурентного середовища на регіональному

рівні. У зв'язку із цим потрібне поглиблення теоретичних досліджень, передусім, у сфері розроблення й обґрунтування стратегії і механізму формування кластерної політики та розвитку таких інтегрованих структур з урахуванням специфіки розвитку регіонального промислового кластера в умовах ринкової економіки.

Формування територіальних кластерів як вертикально інтегрованих підприємств і організацій взаємозалежних галузей, що мають, як правило, спільну науково-дослідну основу й адекватні елементи системи управління, є перспективним інструментом забезпечення розвитку регіональних економік із мультиплікаційним ефектом в Україні. Саме кластери можуть стати найбільш ефективними засобами регіональної політики, що стимулює ендогенний розвиток регіонів на основі використання місцевих умов і ресурсів, а також конкурентних переваг. Однак сьогодні питання створення територіальних кластерів ще недостатньо науково розроблені, відсутні теоретико-методологічне обґрунтування, відповідні нормативно-правова та методична бази, що загострює актуальність дослідження даного напряму.

В економічній літературі можна знайти певний досвід дослідження проблем управління розвитком кластерних структур на регіональному рівні. Так, у праці [1] серед головних його завдань визначено розроблення десятирічної програми підвищення конкурентоспроможності економіки на основі кластерної моделі, вдосконалення законодавства щодо функціонування кластерів, створення механізму консультування та обміну досвідом, моніторингу і підтримки мережевих структур у регіонах, створення науково-методичної ради з питань нових мережевих виробничих систем на основі кластерів, підготовку відповідних фахівців, удосконалення системи статистичного збору даних відносно діяльності кластерів, розроблення і реалізацію галузевих та міжрегіональних програм кластеризації економіки, сприяння залученню зовнішніх і внутрішніх інвестицій у кластерні утворення, популяризацію принципів довіри, кооперації та громадської згоди.

Як доводить за результатами власних дослідженнях С. Іщук, регіональна політика становлення і розвитку кластерів потребує розв'язання таких завдань, як визначення за результатами моніторингу соціально-економічного розвитку регіону пріоритетів у формуванні регіональних виробничих та спеціалізованих кластерів, підготовка регіональних програм створення високотехнологічних кластерів інноваційного типу, заохочення ініціативи приватного сектору в розвитку кластерів шляхом поліпшення організації партнерських відносин їх учасників, надання технічної та інформаційної підтримки, поширення інформації про кластери в діловому середовищі регіону [2].

Нині перед регіональною владою стоїть завдання, що полягає у виявленні пріоритетних напрямів і шляхів розвитку регіональних галузевих комплексів, що забезпечують сталий економічний розвиток регіону. Створення конкурентоспроможної промисловості – одне зі стратегічних завдань розвитку економіки регіону і країни у цілому.

На регіональному рівні реалізація кластерної політики зумовлює необхідність узгодження цілей розвитку окремих кластерів і його учасників із цілями соціально-економічного розвитку всього регіону, забезпечення координаційного управління кластерами і реалізацією спільних кластерних проектів [2]. Усі учасники повинні мати чітке уявлення про те, що кластер створюється на основі об'єктивних потреб: є потреба – організовується кластер, закінчилася потреба у спільній діяльності – необхідно припиняти існування кластера або шукати напрями його переорієнтації.

Однак не слід забувати, що під час розроблення найважливіших напрямів соціально-економічних перетворень в Україні особливий акцент був зроблений на розвитку промислового комплексу. Стан промислового комплексу чинить серйозний вплив на працездатність усіх сфер економіки і життєдіяльності населення, соціально-економічний розвиток будь-якого регіону [6].

Будівельний комплекс, безперечно, є одним із містоутворюючих секторів економіки регіону. Без розвитку будівництва неможливий розвиток таких стратегічних напрямів, як охорона здоров'я, транспортна система, енергетика, екологія. Необхідність вирішення таких завдань у будівельній сфері, як збільшення обсягів житлового будівництва та підвищення його доступності для громадян, будівництво сучасних довговічних і безпечних автомобільних і залізних доріг, зведення об'єктів промислового та інфраструктурного призначення за досягнення оптимальних витрат, вимагає переосмислення і зміни сформованих уявлень, критеріїв та методів оцінки будівельних концепцій, програм і проектів [4].

На підставі цього можна говорити про ідею формування промислового кластера на території регіону. На рис. 1 наведено основні напрями діяльності промислового кластера.

Відмінною особливістю такого кластера є виникнення у його рамках низки позитивних ефектів, що забезпечують порівняльні переваги даної форми організації міжфірмових взаємозв'язків.

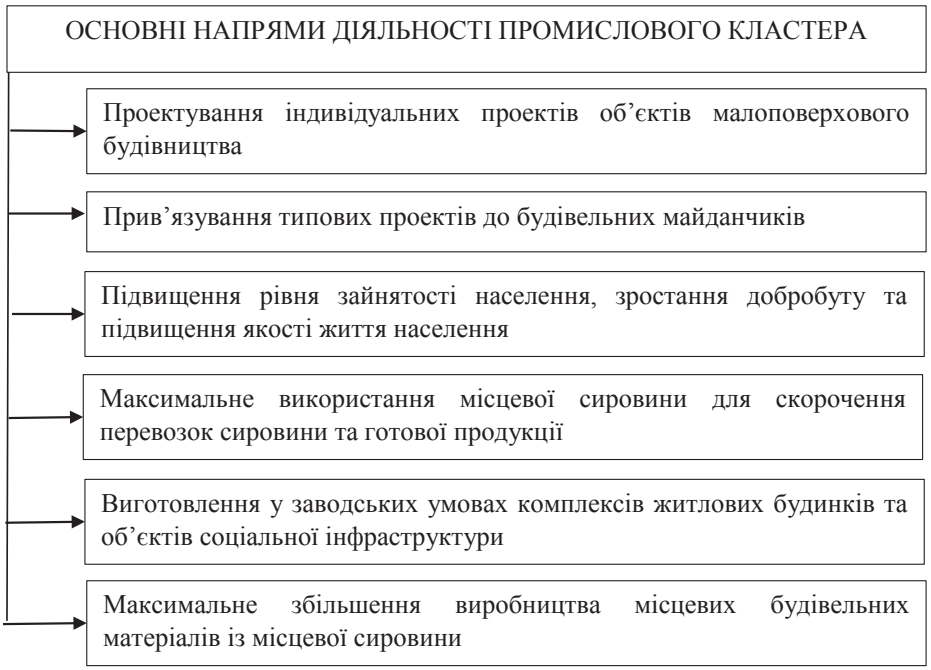

Рис. 1. Основні напрями діяльності промислового кластера

Перший позитивний ефект – це ефект масштабу виробництва, основою якого служить наявність на території регіону будівельних підприємств, саморегулівних організацій, професійних об'єднань, а також вищих навчальних закладів та науково-дослідних інститутів: у рамках кластера виникає реальна можливість організації професійно-технічного навчання робітників та інженерних кадрів виходячи з реально існуючих потреб у кількісному й якісному аспектах для вирішення конкретних завдань будівельної галузі.

Другим позитивним ефектом, характерним для кластерів, є ефект охоплення, який виникає за наявності чинника виробництва, що використовується одночасно для отримання декількох видів продукції. Під час групування підприємств у кластер ефект охоплення значно посилюється, оскільки виникає можливість використовувати такий багатофункціональний чинник на найрізноманітніших підприємствах за мінімальних трансакційних витрат, пов'язаних із його передачею [1].

Третім позитивним ефектом кластера виступає сукупний синергетичний ефект, який полягає у посиленні конкурентних переваг як у галузі виробництва будівельних матеріалів, так і будівництві житла, що позитивно позначається на якості життя населення.

Серед першочергових заходів щодо створення умов для розвитку промислового кластера в регіоні можна виділити:

– стимулювання інвестиційної активності будівельних організацій, до неї належать такі чинники: зростання прибутку і рентабельності будівельних організацій, зниження собівартості об'єктів будівництва, збільшення обсягу випуску будівельної продукції;

– підвищення ефективності системи поставок сировини;

– розміщення виробництв і баз для організації будівництва поблизу будівельних майданчиків та об'єктів будівництва;

– створення й упровадження нових технологій виробництва будівельних матеріалів;

– підвищення якості будівельних робіт;

– підвищення кваліфікації фахівців будівельної спеціальності, професійна й організаційна адаптація;

– створення нових робочих місць.

Кластеризація промислового комплексу сприятиме поліпшенню виробничої діяльності всіх підприємств, що входять до нього, а саме:

– удосконаленню технології промислового виробництва, поліпшенню якості матеріалів і конструкцій, пов'язаного зі зменшенням витрат сировини, скороченням браку і втрат матеріалів, а також із підвищенням довговічності та експлуатаційних якостей матеріалів;

– упровадженню досягнень хімічної промисловості в будівництво (зростання виробництва ефективних жорстких теплоізоляційних матеріалів типу пінополістиролу і пінополіуретану; рулонних, листових і плиткових матеріалів для покриттів підлог, покрівель та оздоблення будівель; пластмасових труб, санітарно-технічного обладнання тощо);

– розвитку виробництва матеріалів і конструкцій на основі використання відходів і супутніх продуктів у гірничодобувній, лісовій, металургійній промисловості, сільському гос-

Таблиця 1

SWOT-аналіз реалізації кластерної політики розвитку промислового комплексу регіону

S – сильні сторони	**O – можливості**
– вигідне економіко-географічне становище регіону; – наявність у регіоні великих конкурентоспроможних учасників промислового ринку; – географічна концентрація і близкість ключових учасників; – наявність конкурентних переваг у регіоні: ресурсного потенціалу, платоспроможного попиту, необхідної інфраструктури; – наявність зв'язків і взаємодії між учасниками кластерів та спеціалізованих ЗМІ (друковані видання, інтернет-портали, медійні проекти, наявність сумісних проектів)	– пониження транзакційних витрат, збільшення продуктивності праці та ефективність виробництва, освіти і науково-дослідного потенціалу; – залучення в господарський обіг нових родовищ будівельних матеріалів на території регіону; – підвищення задоволеності громадян соціальним життям за рахунок створення нових робочих місць; – підвищення рейтингу території за основними соціально-економічними показниками будівельної галузі; – можливість використання продукції виробництва будівельних матеріалів регіону; – наявність освітніх установ для підготовки кадрів; – можливості освоєння зовнішніх ринків
W – слабкі сторони	**T – загрози**
– моральний і фізичний знос основних фондів будівельних підприємств; – ненадійність нових постачальників, споживачів, партнерів; – нестача кваліфікованих робітників, недоступність кредитних ресурсів; – низька забезпеченість власними фінансовими ресурсами; – високий рівень податків; – низька конкурентоспроможність будівельних фірм порівняно з іноземними підрядниками	– відсутність добросовісної конкуренції на будівельному ринку; – висока вартість матеріалів, конструкцій, виробів; – неплатоспроможність замовників; – нестача замовлень на роботу; – нестача будівельних майданчиків; – високий рівень комерційних і фінансових ризиків; – зростання цін на основні енергоносії (бензин, газ, електроенергія, вода); – тривалі терміни узгодження проектної документації; – складність процедури отримання дозволу на будівництво; – високі ставки оренди земельних ділянок; – нерозвиненість фінансового ринку; – нерозвиненість іпотечного кредитування; – посилення конкуренції на внутрішньому ринку за рахунок появи приватних і малих будівельних підприємств

подарстві та інших галузях народного господарства (золи, шлаків, повне використання деревини на лісозаготівлях і в деревообробці і т. п.);

– посиленню уваги до збільшення виробництва, розширення номенклатури та якості матеріалів і конструкцій на основі місцевої сировини та ресурсів (природний камінь, вапно, гіпс та в'яжучі на їх основі силікатні і керамічні стінові та облицювальні матеріали й ін.) [1].

Однак не можна забувати, що у будівельній галузі сьогодні існують слабкі сторони. Для аналізу сильних сторін, можливостей, слабких сторін і загроз необхідно провести SWOT-аналіз промислового кластера регіону (табл. 1).

Залежно від результатів аналізу необхідно зробити висновок, яку стратегію слід упроваджувати під час реалізації кластерної політики розвитку промислового комплексу регіону.

Висновки з даного дослідження. Наведені результати дослідження не вичерпують усіх боків розгляду питань реалізації кластерної політики розвитку промислового комплексу регіону, проте вони, безумовно, будуть корисні під час вирішення науково-практичних завдань, пов'язаних із регулюванням будівельних кластерів, розробленням і реалізацією кластерної стратегії і кластерної політики органами влади на різних рівнях.

Список використаних джерел:

1. Державна регіональна політика України : монографія / за ред. З.С. Варналія. Київ : НІСД, 2007. 768 с.
2. Іщук С.О. Кластеризація економіки: зарубіжний досвід у контексті перспектив для України. *Кластери та конкурентоспроможність прикордонних регіонів*. 2008. Вип. 3(71). С. 209–2012.
3. Асаул А.Н. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства: Кластеры – сетевые территориальные. Санкт-Петербург, 2008. 280 с.

4. Петров А.А. Организационно-экономические аспекты формирования строительных технопарков. *Экономические науки*. 2012. № 3. С. 103–105.
5. Лапшина Е.Е. Инновационные подходы к организации логистического отраслевого строительного кластера как фактора экономического развития Калужской области. *Отраслевая экономика*. 2012. № 3. С. 46–52.

References:

1. Varnaliya Z.S. (ed.) (2007). *Derzhavna regionalna politika Ukrayini* [State regional policy of Ukraine]. Kyiv : NISD.
2. Ishuk S.O. (2008). Klasterizaciya ekonomiki: zarubizhnij dosvid u konteksti perspektiv dlya Ukrayini [Clustering the economy: foreign experience in the context of prospects for Ukraine]. *Clusters and competitiveness of border regions*, no 3(71), pp. 209–2012.
3. Asaul A.N. (2008). *Zakonomernosti i tendencii razvitiya sovremennogo predprinimatelstva: Klastery – setevye territorialnye* [Laws and tendencies of development of modern enterprises: Clusters – network territorial]. St. Petersburg : ANO Ipev. (in Russian)
4. Petrov A.A. (2012). Organizacionno-ekonomicheskie aspekty formirovaniya stroitelnyh tehnoparkov [Organizational and economic aspects of building technoparks]. *Economic sciences*, no 3, pp. 103–105.
5. Lapshina E.E. (2012). Innovacionnye podhody k organizacii logisticheskogo otraslevogo stroitelnogo klastera kak faktora ekonomicheskogo razvitiya Kaluzhskoj oblasti [Innovative approaches to the organization of a logistics industry building cluster as a factor in the economic development of the Kaluga region]. *Industry economics*, no 3, pp. 46–52.

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 339.1

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-50

Ольхович С.Я.
завідувач відділу економіки науково-дослідних робіт
Інституту агроекології і природокористування
Національної академії аграрних наук України
Паляничко Н.І.
доктор економічних наук, старший науковий співробітник
Національної академії аграрних наук України
Крохтяк О.В.
кандидат економічних наук,
завідувач сектору економічного аналізу науково-дослідних робіт
відділу економіки науково-дослідних робіт
Інституту агроекології і природокористування
Національної академії аграрних наук України

Olkhovych Svitlana
Institute of Agroecology and Environmental Management of
National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine
Palianychko Nina
National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine
Krokhtiak Oleksandra
Institute of Agroecology and Environmental Management of
National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine

АНАЛІЗ РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ НА ОСНОВІ СИРОВИНИ РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

MARKET ANALYSIS OF DRUGS BASED ON RAW MATERIALS OF PLANT ORIGIN IN UKRAINE

У статті проведено аналіз ринку лікарських препаратів рослинного походження в Україні. Сьогодні цей ринок розвивається високими темпами. Якщо раніше рослинні препарати використовували у вузькому спектрі, то сьогодні їх широко використовують у сучасній медицині. В Україні на фармацевтичному ринку лікарських препаратів діють багато як вітчизняних, так і іноземних виробників, які у своїй діяльності використовують рослинну сировину. Лідером серед компаній за продажем рослинних лікарських засобів є Bionorica (306 млн грн – 18%); друге місце займає корпорація «Артеріум» (200 млн грн – 12%), яка є лідером серед вітчизняних фармацевтичних компаній; третю сходину займає AlpenPharma (133 млн грн – 9%), а за обсягами продажів лікарських препаратів – «Синупрет», «Канефрон» (Bionorica, Німеччина) та «Уролесан» («Артеріум», Україна). За І квартал 2019 р. 82% продажів корпорації «Артеріум» займають такі лікарські рослинні препарати, як «Уролесан», «Мукалтін», «Хлорофілліпт» та «Резістон». Проте на ринку лікарських препаратів існує і низка чинників, які стримують його розвиток: соціальні (відсутність розвитку фармацевтичної освіти та охорони здоров'я), фінансово-економічні (недосконале податкове законодавство, економічна нестабільність в країні), виробничо-технологічні (застаріле технологічне обладнання), екологічні (природно-кліматичні умови). Подальші наші дослідження будуть спрямовані на вивчення чинників, які сприятимуть цьому розвитку.

Ключові слова: лікарські препарати, вітчизняний ринок лікарських препаратів, рослинна сировина, фармацевтичні компанії, обсяги продажів.

В статье проведен анализ рынка лекарственных препаратов растительного происхождения в Украине. Сегодня этот рынок развивается высокими темпами. Если раньше растительные препараты использовали в узком спектре, то сегодня их широко используют в современной медицине.

В Украине на фармацевтическом рынке лекарственных препаратов действуют много как отечественных, так и иностранных производителей, которые в своей деятельности используют растительное сырье. Лидером среди компаний по продажам лекарственных средств является Bionorica (306 млн грн – 18%); второе место занимает корпорация «Артериум» (200 млн грн – 12%), которая является лидером среди отечественных фармацевтических компаний; третье место занимает AlpenPharma (133 млн грн – 9%); а по объемам продаж лекарственных препаратов – «Синупрет», «Конефрон» (Bionorica, Германия) и «Уролесан» («Артериум», Украина). За I квартал 2019 г. 82% продаж корпорации «Артериум» занимают такие растительные препараты, как «Уролесан», «Мукалтин», «Хлорофиллипт» и «Резистол». Однако на рынке растительных препаратов существует и ряд факторов, которые сдерживают его развитие: социальные (отсутствие развития фармацевтического образования и здравоохранения), финансово-экономические (несовершенное налоговое законодательство, экономическая нестабильность в стране), производственно-технологические (устаревшее технологическое оборудование), экологические (природно-климатические условия). Дальнейшие наши исследования будут направлены на изучение факторов, способствующих этому развитию.

Ключевые слова: лекарственные препараты, отечественный рынок лекарственных препаратов, растительное сырье, фармацевтические компании, объемы продаж.

Need for herbal medicines in the domestic market of medicines is increasing.The need for herbal drugs among the population is increasing every year, as they become essential commodities. Pharmaceutical companies are increasing the production of these drugs. This is evidenced by the volume of supply of medical raw materials and the sale of these drugs. The production and implementation of pharmaceuticals affect not only the pharmaceutical industry, but also the economic one.The market of medicines is becoming more in demand, as the need for its products is increasing. The purpose of this research is to explore the market of herbal drugs.Research methods are statistical (for the analysis of the market of herbal medicines) and graphic (presentation of economic indicators of the market of herbal medicines). Previously, medicinal plants were used only in traditional medicine, but today herbal drugs are used in modern medicine. In 2018, the volume of the Ukrainian pharmaceutical market amounted to UAH 85 billion. (or $ 3.1 billion). Consumption of medicines per capita was: domestic / imported – 40 / 60 (money) and 74/26 (packaging). In the 1st quarter of 2019, about 900 distributors, 115 manufacturers, 23000 pharmacies and 204 importers of medicinal products operated in the pharmaceutical market of Ukraine. The share of herbal drugs of domestic production is increasing. The largest companies that use herbal remedies are «Darnitsa», «Arterium» and «Pharmak», which in 2018 released 164.51 million packs, 85.43 and 79.42 million packs of medicines, in accordance. The most popular herbal remedies in 2018 based on herbal raw materials were «Actovegin», «Nurofen», «Nemesil», «No-Shpa» and «Essentiale». In the first quarter of 2019, the retail market of medicines amounted to UAH 27,973 million, of which the domestic market holds UAH 11,197 million (or 40%), and the import market – UAH 16,776 million. (or 60%). The share of herbal medicines of Ukrainian manufacturers is 8% of all medicines, and foreign - 5%. «Bionorica» is the leader among herbal medicine companies (UAH 306 million – 18%), second place is « – – Along with the development of this market, there are factors that brake it. These factors include financial, economic, social, environmental, production and technological. Financial and economic factors should (unstable political situation in the country, unstable exchange rate). Social factors (poor purchasing power of the population, lack of development of pharmaceutical education and health care), Environmental factors (adverse weather conditions), production and technological factors (re-equipment of outdated production facilities). Our further research will focus on exploring the factors that restrain this development.

Key words: drugs, the domestic market of medicines, herbal raw materials, pharmaceutical companies, sales volume.

Постановка проблеми. Дедалі частіше на вітчизняному ринку лікарських препаратів зростає попит на препарати рослинного походження. Потреба лікарських препаратів на рослинній основі серед населення збільшується з кожним роком, адже вони стають незамінними товарами під час лікування різних захворювань. Фармацевтичні підприємства нарощують обсяги виробництва цих препаратів. Про це свідчать обсяги заготівлі лікарської сировини та реалізація лікарських препаратів на її основі. Виробництво та реалізація лікарських препаратів на рослинній основі мають вплив не тільки на фармацевтичну галузь, сільськогосподарську та медичну галузі, а й на економіку загалом, тому вектор розвитку виробництва та реалізації лікарських препаратів рослинного походження на внутрішньому та зовнішньому ринках стає все більш затребуваним та вимагає подальшого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічними питаннями функціонування ринків, формування попиту та пропозиції, ринкової конкуренції детально викладено у наукових працях зарубіжних та вітчизняних учених, таких як: В.В. Вітлінський, В.М. Геєць, Л.А. Глущенко, І.М. Лицур, Дж. Кейнс, А. Сміт та ін. Однак багато питань,

Таблиця 1

Роздрібні продажі різних категорій товарів рослинного походження у грошовому і натуральному вираженні на фармацевтичному ринку за 2017–2019 рр.

Рік	Ринок у цілому	Лікарські засоби		Медичні вироби		Дієтичні добавки		Косметика	
		Обсяги продаж	Частка категорії до ринку в цілому, %	Обсяги продаж	Частка категорії до ринку в цілому, %	Обсяги продаж	Частка категорії до ринку в цілому, %	Обсяги продаж	Частка категорії до ринку в цілому, %
Грошове вираження, млн грн									
2017	5659,3	4783,3	84,5	421,9	7,5	256,7	4,5	197,5	3,5
2018	6955,0	5847,5	84,1	522,6	7,5	342,0	4,9	242,8	3,5
2019	8071,8	6703,0	83,0	607,4	7,5	482,8	6,0	278,6	3,5
Натуральне вираження, млн упаковок									
2017	133,8	90,5	67,6	34,8	26,0	4,9	3,7	3,6	2,7
2018	145,2	92,6	63,7	43,4	30,0	5,6	3,8	3,7	2,5
2019	139,8	88,9	64,0	40,8	29,2	6,3	4,5	3,3	2,3

Джерело: складено за даними [8]

що стосуються ринку препаратів рослинного походження, не є широко дослідженими.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження вітчизняного ринку лікарських препаратів на рослинній основі та чинників, що впливають на нього.

Для досягнення мети використано статистичний (для аналізу ринку лікарських препаратів рослинного походження) та графічний (презентація економічних показників ринку лікарських препаратів рослинного походження) методи дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як свідчать дані фармацевтичного ринку України, з кожним роком зростає попит на лікарські препарати (близько 2%), зокрема рослинного походження (близько 7%) [1; 2]. Пояснюється це тим, що препарати рослинного походження мають високу ефективну здатність та незначні побічні ефекти [3; 4]. Структура українського ринку лікарських засобів представлена великим асортиментом препаратів рослинного походження, яка в натуральному вираженні становить 8–9%. Це настоянки, бальзами, краплі, таблетки та ін. [5; 6].

У 2018 р. обсяг українського фармацевтичного ринку становив 85 млрд грн (або 3,1 млрд дол.). Споживання лікарських засобів на душу населення становило: вітчизняні/імпортні – 40:60 (гроші) та 74:26 (упаковок). Станом на квітень 2019 р. на фармацевтичному ринку України діють близько 900 дистриб'юторів, 115 виробників, 23 тис аптек та 204 імпортери лікарської продукції [7].

У табл. 1 наведено роздрібні продажі різних категорій товарів рослинного походження фармацевтичного ринку в натуральному та грошовому вираженні за 2017–2019 рр.

Як бачимо, на фармацевтичному ринку України серед різних категорій товарів рослинного походження найбільшу частку продажів за період дослідження займає категорія «лікарські засоби» як в грошовому, так і в натуральному вираженні, найменшу – категорія «косметика».

Водночас зростає частка препаратів вітчизняного виробництва на рослинній основі. У табл. 2 наведено перелік компаній, які діють на фармацевтичному ринку України й у своїй діяльності використовують рослинну сировину для лікарських препаратів.

Табл. 2 характеризує найбільші компанії, які у своїй діяльності використовують лікарську сировину. Такими компаніями є «Дарниця», «Артеріум» та «Фармак», які у 2018 р. випустили відповідно 164,51, 85,43 та 79,42 млн упаковок лікарських засобів на основі рослинної сировини.

Як свідчать дослідження [8], продуктами, які найбільше продавалися у 2018 р. на основі

Таблиця 2

Роздрібний ринок лікарських препаратів рослинного походження в Україні (ТОП-10 компаній, 2018 р.)

№ з/п	Грошове вираження			Натуральне вираження	
	Компанія	млн грн	частка, %	млн упаковок	частка, %
1	Дарниця	2902,91	3,90	164,51	14,37
2	Фармак	4454,48	5,98	85,43	7,46
3	Артеріум	3100,97	4,16	79,42	6,94
4	Здоров'я ГК	2048,74	2,75	55,12	4,81
5	КВЗ	1925,47	2,58	55,00	4,80
6	БХФЗ	1109,56	1,49	37,42	3,27
7	Юрія-Фарм	1818,92	2,44	31,29	2,73
8	Teva	2928.50	3,93	27,34	2.39
9	КусумФарм	1796,95	2,41	20,63	1,80
10	Sanafi	2830,98	3,80	19,99	1,75

Джерело: складено за даними [8]

рослинної сировини, були «Актовегин», «Нурофен», «Немисил», «Но-Шпа» та «Есенціале». Порівняно з 2018 р. продаж таких препаратів, як «Нурофен», «Немисил» та «Но-Шпа», зріс на 27,2%, 19,74%, 10,21% відповідно, а «Актовегин» та «Есенціале» знизився на 1,95% та 10,29% відповідно.

За даними [8], роздрібний ринок лікарських засобів за перші чотири місяці 2019 р. становив 27 973 млн грн, із них вітчизняні – 11 197 млн грн (або 40%), імпортні – 16 776 млн грн (або 60%). Частка рослинних препаратів українських виробників становить 8% від усіх лікарських засобів, а іноземних – 5%.

Лідером серед компаній за продажем рослинних лікарських засобів є Bionorica (306 млн грн – 18%); друге місце займає корпорація «Артеріум» (200 млн грн – 12%), яка є лідером серед вітчизняних фармацевтичних компаній; третю сходинку займає AlpenPharma (133 млн грн – 9%) [8].

У табл. 3 наведено дані ТОП-20 брендів за обсягами продажів лікарських засобів на рослинній основі за перші чотири місяці 2019 р.

Таблиця 3

ТОП-20 рослинних брендів за обсягами продажів за перші чотири місяці 2019 р., тис грн

Бренд	Обсяг, тис грн	Частки, %
«Синупрет», Bionorica (Німеччина)	154 117	9,2
«Канефрон», Bionorica (Німеччина)	92 525	5,5
«Уролесан», «Артеріум» (Україна)	*67 714*	*4,0*
«Гербіон», KRKA (Словенія)	62 132	3,7
«Мукалтин», «Артеріум» (Україна)	*55 761*	*3,3*
«Валеріана», Sopharma (Болгарія)	52 407	3,1
«Проспан», AlpenPharmaAG (Швейцарія)	44 904	2,7
«Пектолван», «Фармак» (Україна)	*42 114*	*2,5*
«Аллохол», БХФЗ (Україна)	*42 011*	*2,5*
«Ісла-Моос», AlpenPharmaAG (Швейцарія)	38 919	2,3
«Тазалок», «ПРО-фарма» (Україна)	*33 537*	*2,0*
«Доктор Мом», Johnson&Johnson (США)	29 017	1,7
«Простамол Уно», Berlin-Chemie(Німеччина)	27 305	1,6
«Іммунофлазід», «Екофарм» (Україна)	*26 341*	*1,6*
«Ісла», AlpenPharmaAG (Швейцарія)	25 475	1,5
«Кратал», Борщагівський ХФЗ (Україна)	*22 849*	*1,4*
«Тринефрон», «Здоров'я ФК» (Україна)	*20 724*	*1,2*
«Бояришніка Настойка», «Фітофарм» (Україна)	*20 496*	*1,2*
«Хлорофілліпт», «Артеріум» (Україна)	*20 422*	*1,2*
«Мастодінон», Bionorica(Німеччина)	20 267	1,2
Всього рослинні лікарські засоби	1 676 073	100

Джерело: складено за даними [8]

Як бачимо з табл. 3, лідерами ринку серед рослинних препаратів за обсягами продажів є «Синупрет», «Канефрон» (Bionoriса, Німеччина) та «Уролесан» («Артеріум», Україна). Половина препаратів є вітчизняного виробництва, що свідчить про те, що Україна має доволі високий ресурсний потенціал для виробництва лікарських засобів на рослинній основі.

Корпорація «Артеріум» за перші чотири місяці 2019 р. реалізувала лікарські засоби на суму 1 148 млн грн, із них 200 млн грн (17%) – частка препаратів на рослинній основі. Як зазначалося вище, корпорація «Артеріум» є лідером серед вітчизняних фармацевтичних компаній, яка реалізовує лікарські рослинні препарати. У табл. 4 наведено дані реалізації рослинних препаратів корпорації «Артеріум».

Таблиця 4

Лікарські засоби на рослинній основі, які реалізувала корпорація «Артеріум» за перші чотири місяці 2019 р.

Бренд	Обсяг, тис грн	Частка, %
«Уролесан»	67 714	33,8
«Мукалтин»	55 761	27,8
«Хлорофілліпт»	20 422	10,2
«Резістол»	19 527	9,7
«Валеріани екстракт»	8 412	4,2
«Пертуссін»	6 815	3,4
«Алтейка»	6 810	3,4
«Седавіт»	4 509	2,2
«Валеріана»	4 015	2,0
«Холелесан»	3 725	1,9
«Ескувіт»	1 553	0,8
«Рекутан»	683	0,3
«Іммуно-Тон»	182	0,1
«Ноксон»	179	0,1
«Касторове масло»	150	0,1
Всього	200 458	100

Джерело: складено за даними [8]

Із табл. 4 видно, що в категорії рослинних лікарських засобів 82% продажів корпорації «Артеріум» займають «Уролесан», «Мукалтін», «Хлорофілліпт» та «Резістол».

Поряд із тим існує низка чинників, які стримують розвиток ринку лікарських засобів рослинного походження: фінансово-економічні, соціальні, екологічні, виробничо-технологічні. Зокрема, до фінансово-економічних чинників відносять надмірне податкове навантаження та недосконале законодавство, яке тією чи іншою мірою зазнає частих змін [9].

Соціальними чинниками є погана купівельна спроможність населення, відсутність страхової медицини, відсутність розвитку фармацевтичної освіти та охорони здоров'я. Екологічними чинниками, які впливають на розвиток ринку лікарської продукції, є несприятливі погодні умови. До виробничо-технологічних чинників відносять необхідність переоснащення застарілих виробничих потужностей [10].

Отже, хоча фармацевтичний ринок лікарських засобів на основі сировини рослинного походження в Україні є досить розвиненим, проте на його розвиток негативно впливає багато чинників.

Висновки з даного дослідження. Сьогодні на фармацевтичному ринку України стають популярними препарати на рослинній основі. Якщо раніше в народній медицині використовували рослинну лікарську сировину, то сьогодні її використовують і в сучасній медицині. Лікарські засоби на рослинній основі виходять і на міжнародний ринок лікарських препаратів. Людство розуміє, що синтезовані препарати поряд зі своїми корисними властивостями наносять шкоду і організму, і довкіллю. В Україні високими темпами розвивається ринок лікарських препаратів на рослинній основі. Але поряд із тим є й чинники, які стримують цей розвиток: фінансово-економічні, соціальні, виробничо-технологічні та ін. Подальші наші дослідження будуть спрямовані на вивчення чинників та пошук шляхів, які б сприяли розвитку в Україні ринку лікарських препаратів на основі сировини рослинного походження.

Список використаних джерел:

1. Звіт Антимонопольного комітету України за результатами дослідження фармацевтичних ринків (за період 2014 р. – перше півріччя 2016 р.). URL: http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=131567&schema=main (дата звернення: 12.08.2019).
2. Державний реєстр лікарських засобів України. URL: http://drlz.com.ua/ (дата звернення: 09.08.2019).
3. Алехина Н.Д. Физиология растений / под ред. И.П. Ермакова. Москва : 2007. 640 с.
4. Блажей А., Шутий Л. Фенольные соединения растительного происхождения. Москва : Мир, 1977. 240 с.
5. Семак Б.Б., Барна М.Ю., Демкевич Л.І. Вітчизняний ринок лікарської рослинної сировини: проблеми і рішення. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. Вип. 21.1. С. 264–268.
6. Пивень Е.П., Дихтярев С.И., Левченко В.В., Тихомиров Е.В. *Фармаком*. 2008. № 4. С. 102–107.
7. Державна служба України з лікарських засобів та контролю за наркотиками. URL: http://www.diklz.gov.ua/control/main/uk/index (дата звернення: 08.08.2019).

8. Система исследования рынка «Фармстандарт», «PharmXplorer». URL: https://www.apteka.ua/article/501382 (дата звернення: 08.08.2019).
9. Котвіцька А.А., Сурікова І.О. Аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність вітчизняних фармацевтичних підприємств. URL: http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/5334/1/166/167укр.pdf (дата звернення: 08.09.2019).
10. Фармацевтичний пасьянс. URL: www.visnuk.com.ua/uk/publication/100005824-farmatsevtichniy-pasyans (дата звернення: 12.08.2019).

References:

1. Zvit antymonopolnoho komitetu Ukrainy za rezultatamy doslidzhennia farmatsevtychnykh rynkiv (za period 2014 r. – pershe pivrichchia 2016 r.) [Report of the Antimonopoly Committee of Ukraine on the results of the study of pharmaceutical markets (for the period 2014 – first half of 2016)]. Available at: http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=131567&schema=main (accessed 12 August 2019).
2. Derzhavnyi reiestr likarskykh zasobiv Ukrainy [State Register of Medicines of Ukraine]. Available at: http://drlz.com.ua/ (accessed 09 August 2019).
3. Alekhina N.D. (2007). Plant Physiology. I.P. Ermakova (Ed.). Moscow, 640 p. (in Russian)
4. Blazhei A. & Shutii L. (1977). Fenolnye soedineniia rastitelnogo proiskhozhdeniia [Phenolic compounds of plant origin]. Moscow, 240 p. (in Russian)
5. Semak B.B., Barna M.Yu., & Demkevych L.I. (2011). Vitchyznianyi rynok likarskoi roslynnoi syrovyny: problemy i rishennia [Domestic market of medicinal plant raw materials: problems and solutions]. *Bulletin of NLTU Ukraine*. Vol. 21.1. P. 264–268.
6. Piven E.P., Dikhtiarev S.I., Levchenko V.V. & Tikhomirov E.V. (2008). *Farmakom [Farmakom].* No. 4. P. 102–107.
7. Derzhavna sluzhba Ukrainy z likarskykh zasobiv ta kontroliu za narkotykamy [State Service of Ukraine for Drugs and Drug Control]. Available at: http://www.diklz.gov.ua/control/main/uk/index (accessed 08 August 2019).
8. Sistema issledovaniia rynka «Farmstandart», «PharmXplorer» [Market research system Pharmstandard, PharmXplorer]. Available at: https://www.apteka.ua/article/501382 (accessed 08 August 2019).
9. Kotvitska A.A. & Surikova I.O. Analiz faktoriv, shcho vplyvaiut na konkurentospromozhnist vitchyznianykh farmatsevtychnykh pidpryiemstv [Analysis of factors a ffecting the competitiveness of domestic pharmaceutical enterprises]. Available at: http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/5334/1/166/167ukr.pdf (accessed 09 August 2019).
10. Farmatsevtychnyi pasians [Pharmaceutical solitaire]. Available at: http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100005824-farmatsevtichniy-pasyans (accessed 12 August 2019).

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 331.07:331.5.021](477.87)

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-51

Смочко В.Ю.
кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів
Ужгородського торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету
Бедзир В.С.
старший викладач
Ужгородського торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Smochko Valeria
Uzhgorod Trade and Economic Institute
Kyiv National University of Trade and Economics
Bedzyr Volodymyr
Uzhgorod Trade and Economic Institute
Kyiv National University of Trade and Economics

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАЙНЯТОСТІ

REGIONAL ASPECTS OF STATE EMPLOYMENT POLICY

У статті висвітлено механізм реалізації державної політики зайнятості на місцевому рівні, визначено специфіку діяльності регіональних та базових центрів зайнятості. На основі загальнонаціональних та регіональних статистичних даних зроблено аналіз стану зайнятості населення в Закарпатській області, виявлено низку негативних тенденцій. Підкреслено, що зі введенням безвізового режиму відчутно зріс зовнішній попит на вітчизняну робочу силу, що є істотним чинником дисбалансу внутрішнього ринку праці. У цьому контексті акцентовано увагу на зв'язку між рівнем та якістю життя населення регіону й рівнем трудової міграції, що є серйозною проблемою регіону, який межує з чотирма країнами – членами Євросоюзу. Відображено порівняльну динаміку таких індикативних показників, як наявне, активне й зайняте населення. Виявлено зростання показників співвідношення неактивного та зайнятого населення, що свідчить про посилення соціального навантаження на зайняте населення.

Ключові слова: наявне, активне та зайняте населення, безробіття, трудова міграція, соціальне партнерство, ринок праці, сталий регіональний розвиток.

В статье освещен механизм реализации государственной политики занятости на региональном уровне, определена специфика деятельности региональных и базовых центров занятости. На основе общенациональных и региональных статистических данных сделан анализ состояния занятости населения в Закарпатской области, выявлен ряд негативных тенденций. Подчеркнуто, что с введением безвизового режима ощутимо вырос внешний спрос на отечественную рабочую силу, что является существенным фактором дисбаланса внутреннего рынка труда. В этом контексте акцентировано внимание на связи между уровнем и качеством жизни населения региона и уровнем трудовой миграции, что является серьезной проблемой региона, граничащего с четырьмя странами – членами Евросоюза. Отражена сравнительная динамика таких индикативных показателей, как существующее, активное и занятое население. Выявлен рост показателей соотношения неактивного и занятого населения, что свидетельствует об усилении социальной нагрузки на занятое население.

Ключевые слова: существующее, активное и занятое население, безработица, трудовая миграция, социальное партнерство, рынок труда, устойчивое региональное развитие.

The article highlights the mechanisms for implementing the state employment policy at the regional level, as well as the specifics of the activities of basic and regional employment centers. Statistical and

analytical data are generalized and critically analyzed, indicative indicators of labor market functioning are systematized, their essence, interconnection and interdependence are revealed. Based on the data obtained, an analysis of the state of employment in the Zacarpathian region is made, the row of unfavorable tendencies is educed. It was emphasized that with the introduction of a visa-free regime, external demand for domestic labor has significantly increased, as a result of which labor migration to countries with more developed economies is increasing, which is a significant factor in the imbalance of the domestic labor market external demand for domestic labor. According to expert estimates, almost a fifth of the of the working age population of Ukraine is working abroad, however reliable statistics on this problem are not available, that distorts the real market of labour condition on the whole on a country and especially in regions. In this context, attention is focused on the relationship between the level and quality of life of the population of the region and the level of labor migration, which is a serious problem of the Zacarpathian region, which bordering on four countries – members of the European. The study reflects the comparative dynamics of such indicative indicators as the current, active and busy population. Marked increase in the ratio of active and inactive population (the number of active population decreases, inactive – increases), which indicates an increase in the social burden on the employed population. The "inactive/employed population" ratio increased by 15% during 2013–2018, which correlates with a decrease in the level and quality of life of the region's population over the same period. Identified the positive and negative trends of social and labor relations in the region, which is of practical importance in the formation and implementation of employment policies in the region.

Key words: existing, active and busy population, employment, unemployment, labor migration, social partnership, the labor market, sustainable development of the region.

Постановка проблеми. В умовах економічної нестабільності проблема зайнятості населення загострюється, адже відсутність сталого зростання обсягів виробництва та послуг приводить до зниження внутрішнього попиту на робочу силу. Особливо після введення в дію безвізового режиму зростає зовнішній попит на вітчизняну робочу силу, внаслідок чого посилюється трудова міграція в країни з більш динамічною економікою, що є суттєвим фактором дисбалансу внутрішнього ринку праці. Згідно з оцінками експертів за кордоном працює понад 18% працездатного населення України, однак достовірних статистичних даних з цієї проблеми немає, що спотворює реальний стан ринку праці перш за все в регіонах, а потім і загалом у країні. Особливої гостроти проблема зайнятості набуває в регіонах зі слабо розвинутими виробничими потужностями, таких як Закарпатська область.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми зайнятості населення, зокрема її регіональної та галузевої структури, досліджують багато вчених. Зокрема, економічні питання зайнятості розглядають С. Бандур, В. Геєць, О. Грішнова, Л. Кустова, Л. Лісогор, В. Петюх. Авторами особлива увага приділяється аналізу поняття системи зайнятості, нормативно-правової бази її існування, міжнародного досвіду, питанням створення недержавних форм працевлаштування тощо. І. Гнибіденко та А. Колот досліджують сучасні тенденції та шляхи розвитку соціально-трудових відносин зайнятості [1]. Проблеми самозайнятості висвітлюються в працях, Г. Купалової, В. Мікловди. О. Жорнова досліджує маловивчені психологічні аспекти самозайнятості [6]. Проблеми тіньового ринку праці досліджують І. Ангелко, Т. Вітряк, А. Чернобай, Г. Юрчик та інші науковці. Водночас окремі питання формування соціальної та бюджетної політики регіональними та базовими центрами зайнятості населення, її залежності від певних чинників, причин і наслідків сучасної ситуації потребують більш детальних та глибоких досліджень.

Метою статті є аналіз стану та динаміки показників зайнятості населення в Закарпатській області, виявлення позитивних та негативних тенденцій, визначення специфіки діяльності регіональних та базових центрів зайнятості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом усього часу становлення української незалежної держави в національній економіці відбуваються складні та неоднозначні трансформаційні процеси, негативні наслідки яких посилились у результаті глобальної економічної (2008 р.) та локальної соціально-економічної (2014 р.) криз, що привело як до зниження рівня економічної зайнятості, так і до падіння рівня життя більшості населення, а також зменшення його платоспроможності. Соціально-економічний розвиток України уповільнився (країна входить у трійку найбідніших країн Європи), перехід на цивілізовані ринкові відносини занадто затягнувся, що спричиняє актуалізацію проблем ринку праці, зокрема зайнятості населення. Різкий спад економічних зв'язків з Росією після 2014 р., на ринок якої переважно була зорієнтована вітчизняна, перш за все важка, промисловість, нерівномірності виходу з кризи окремих галузей та підприємств, що посилює дисбаланс економіки, відсутність державних (відповідно, регіональних) довгострокових стратегій та про-

грам соціально-економічного розвитку обумовлюють неминучі диспропорції національного ринку праці [1, с. 127].

Незбалансований розвиток економіки регіонів в Україні, неоднорідність їх соціально-економічного становища, перебіг кризових явищ в усіх сферах життєдіяльності суспільства посилюють асиметрію регіонального розвитку. Актуальність дослідження обумовлена необхідністю визначення економічних показників зайнятості населення Закарпатської області та м. Ужгорода як «економічного локомотива» регіону.

Серед регіонів України за рівнем зайнятості населення на кінець 2018 р. Закарпатська область із показником 54,5% посідала 21 місце (лідером рейтингу є Київ, що має 62,6%), тоді як за рівнем безробіття з показником 10,3% область займає 15 позицію, опустившись на п'ять сходинок порівняно з 2017 р. (лідирує Харківська область, маючи 5,5%) [2]. Рівень зайнятості в Закарпатті охоплює ледь більше половини населення відповідного віку (15–70 років), отже, воно є саме тим регіоном, де потреба створення достатнього обсягу робочих місць є найбільш значущою, а населення потребує як державної, так і регіональної підтримки щодо розвитку виробничої та соціальної інфраструктури території. Відповідно, діяльність обласного та базових (міських, районних) центрів зайнятості повинна «заточуватися» під специфічні проблеми регіонального ринку праці.

В науковому середовищі зайнятість населення як смислова категорія розглядається в економічному, соціальному та правовому аспекті. В економічному аспекті зайнятість населення – це фізична й розумова діяльність громадян зі створення суспільного продукту, що є джерелом трудового доходу. В соціальному аспекті зайнятість населення передбачає насамперед потребу працездатного населення в праці, яка створює суспільний продукт. Правовий аспект категорії полягає в тому, що право на працю є не тільки конституційним, але й природним правом людини, джерелом якого є сама соціальна природа, а не воля законодавця.

За Конституцією Україна є державою соціальною, отже, відповідно до статті 43, кожен громадянин має право на працю, а держава гарантує створення умов для того, щоби громадяни могли в повному обсязі скористатися цим правом. Держава також гарантує рівні можливості щодо вибору професії та виду трудової діяльності, реалізує програми професійно-технічного навчання, підготовки та перепідготовки кадрів відповідно до суспільних потреб.

Зайнятість населення належить до основних макроекономічних показників і є головною складовою соціально-економічної політики держави. Згідно із Законом України «Про зайнятість населення» зайнятість – це не заборонена законодавством діяльність осіб, пов'язана із задоволенням їх особистих та суспільних потреб задля одержання доходу (заробітної плати) у грошовій або іншій формі, а також діяльність членів однієї сім'ї, які здійснюють господарську діяльність або працюють у суб'єктів господарювання, заснованих на їх власності, зокрема безоплатно [3]. Задля створення умов для максимально можливої зайнятості населення, підвищення її продуктивності, забезпечення необхідного захисту безробітних членів сімей, які перебувають на їх утриманні розробляється державна політика зайнятості. Головним органом системи центральних органів виконавчої влади з формування та реалізації державної політики зайнятості населення є Міністерство соціальної політики України. На регіональному та місцевому рівнях реалізацію державної політики забезпечують місцеві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування, а також регіональні та базові центри зайнятості Державної служби зайнятості України (ДСЗУ), що об'єднує 583 центри зайнятості по всій країні. Всі відділення Служби зайнятості працюють за єдиною схемою надання послуг [2].

Перший (базовий) рівень складають районні, міські, міськрайонні, районні в містах центри зайнятості, які безпосередньо приймають громадян і надають їм послуги згідно з чинним законодавством про зайнятість. Базові центри зайнятості є робочими органами виконавчої дирекції Фонду загальнообов'язкового державного страхування на випадок безробіття, вони створені для реалізації державної політики у сфері зайнятості населення, структурно входять до системи ДСЗУ, підпорядковані та підконтрольні обласним центрам зайнятості, підзвітні районним (міським) державним адміністраціям, районним (міським) радам народних депутатів. У своїй діяльності центри зайнятості керуються Конституцією та законами України, постановами Верховної Ради України, указами та розпорядженнями Президента України, декретами, постановами, розпорядженнями Кабінету Міністрів України, наказами та інструкціями Мінпраці, Статутом Фонду та рішеннями наглядової ради Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття, іншими нормативно-правовими актами, наказами, розпорядженнями та інструкціями Державної служби зайнятості.

Служба зайнятості в регіонах складається з обласного центру зайнятості, базових центрів зайнятості (районних, міськрайонних, міських), інспекції по контролю за додержанням законодавства про зайнятість населення, за наяв-

ності – навчального центру Державної служби зайнятості. Так, у підпорядкуванні Закарпатського обласного центру зайнятості нараховуються 14 базових центрів зайнятості, серед яких є 1 міський, 3 міськрайонні та 10 районних центрів. Базові центри в процесі виконання покладених на них завдань взаємодіють з обласним центром зайнятості, відповідними підрозділами місцевих органів державної виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, місцевими об'єднаннями організацій роботодавців, обласним регіональним профспілковим об'єднанням працівників соціальної сфери, іншими організаціями профспілок та їх об'єднаннями на місцевому рівні, громадськими організаціями, фізичними особами, які використовують найману працю, а також окремими громадянами.

Структура, штатний розпис, кошторис видатків базових центрів затверджуються обласним центром зайнятості, а діяльність регламентується відповідними положеннями, що також затверджуються регіональним центром зайнятості. Посадові обов'язки працівників базового центру регламентуються посадовими інструкціями. Послуги населенню центр надає безкоштовно, його діяльність фінансується за рахунок коштів Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття. Центр є юридичною особою, має самостійний баланс, рахунки в органах державної казначейської служби, штамп і печатку із зображеннями державного герба України та своїм найменуванням.

Типовим прикладом є Ужгородський міський центр зайнятості, що є органом Державної служби зайнятості та робочим органом виконавчої дирекції Фонду у м. Ужгороді, безпосередньо підпорядковуючись Закарпатському обласному центру зайнятості. Штатна чисельність працівників міського центру зайнятості становить 28 осіб, розподілених за таким структурним принципом: директор – 1, заступник директора – 1, провідний юрисконсульт – 1, відділ організації працевлаштування населення – 8, відділ активної підтримки безробітних – 4, відділ взаємодії з роботодавцями – 8, відділ бухгалтерського обліку – 4, обслуговуючий персонал – 1.

Згідно з даними Державної служби статистики України у 2018 р. намітилося зростання активності населення: 17,939 млн. осіб проти 17,854 млн. осіб у 2017 р. [4]. Така ж тенденція зберігається у Закарпатській області, адже чисельність економічно активного населення віком від 15 до 70 років у 2018 р. становила 558,5 тис. осіб проти 554,5 тис. осіб у 2017 р. Водночас чисельність зайнятого населення у Закарпатській області в 2018 р. становила 502,4 тис. осіб (проти 496,3 тис. осіб у 2017 р.) [5], що відображає перш за все розширення інвестиційних програм такими потужними гравцями на регіональному ринку праці, як «Гроклін», «Джебіл», «Флекстронік». Загалом в області функціонує майже 600 підприємств з іноземними інвестиціями. У 2018 р. в економіку області вкладено 27,0 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій проти 19,6 млн. дол. США у 2017 р. (приріст становить 37,8%).

Цікавою видається динаміка активності населення області протягом останнього десятиліття, що відображено на рис. 1. В табл. 1 наведено основні показники ринку праці регіону протягом 2017–2018 рр. (для наочності в таблиці відображено динаміку наявного населення області за той самий період).

Як бачимо, «вилка» між активним та незайнятим населенням краю помітно зростає з 2013 р., що зумовлено постреволюційною економічною стагнацією. Хоча у 2018 р. ситуація стабілізувалася, говорити про певну позитивну тенденцію передчасно з огляду на велику ймовірність політичної кризи в країні, спричиненої президентськими та парламентськими виборами у 2019 р., що, безумовно, відобразиться на економічних індикаторах.

Протягом 2008–2015 рр. спостерігаємо тенденцію до збільшення населення області з 1 242,6 тис. осіб до 1 259,6 тис. осіб, загалом на 16,97 тис. осіб. Найбільшої чисельності населення області досягло у 2015 р. (1259,57 тис. осіб), що пов'язане з притоком внутрішніх мігрантів (переселенців) із тимчасово окупованих територій, але вже з наступного року почався процес скорочення населення. Однак протягом 2015–2018 рр. населення зменшилося в сукупності на 1,42 тис. осіб, що становить 0,11%, за рахунок природного та механічного руху населення. Красномовною є сама тенденція: якщо на початок 2016 р. порівняно з попереднім роком наявне населення зменшилось на 412 осіб, у 2017 р. – на 381 особу, то у 2018 р. в області відбулося скорочення населення на 622 особи, що є своєрідним рекордом депопуляції. Закарпаття лідирує в загальнонаціональному рейтингу як область з наймолодшим населенням, адже середній вік її мешканця становить 37,1 років (чоловіки – 35,2 роки; жінки – 38,9 років) за загальноукраїнського показника у 41,3 роки (чоловіки – 38,5 років; жінки – 43,8 роки) [5]. Це наводить на думку про те, що вагомим фактором скорочення населення в регіоні є незворотна трудова міграція людей активного віку, що здебільшого відбувається в сусідні європейські країни.

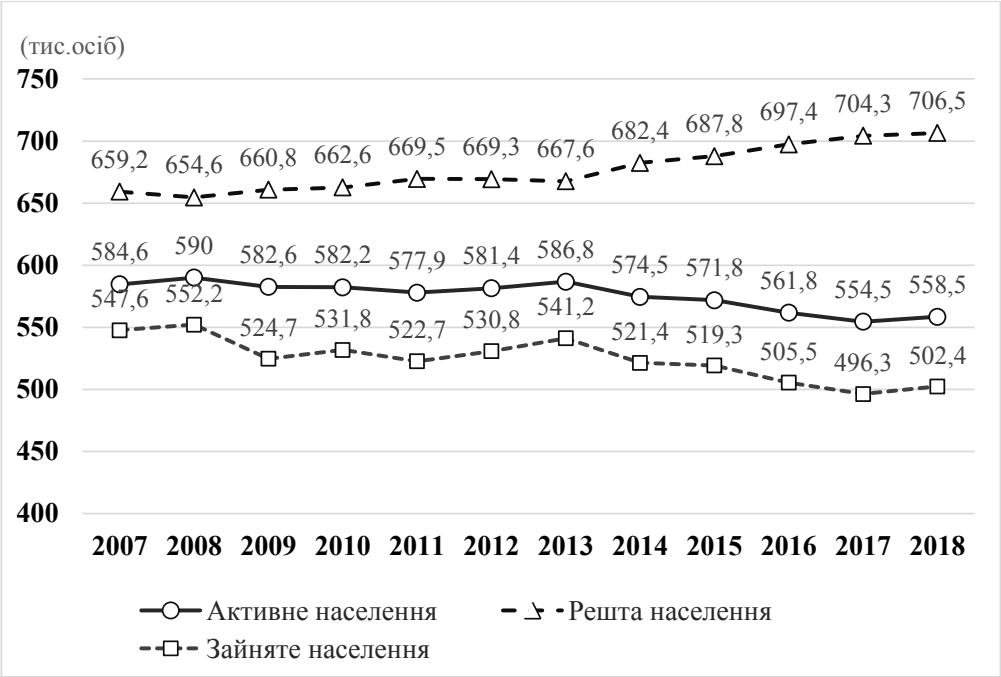

Рис. 1. Динаміка активності населення Закарпатської області

Джерело: побудовано авторами за даними джерела [5]

Таблиця 1

Основні показники ринку праці регіону, 2007–2018 рр.

Рік	Наявне населення, тис. осіб	Економічно активне населення		Зокрема:			
				зайняте населення		безробітне населення	
		в середньому, тис. осіб	% до населення відповідної вікової групи	в середньому, тис. осіб	% до населення відповідної вікової групи	в середньому, тис. осіб	% до економічно активного населення відповідної вікової групи
2007	1 243,8	584,6	63,4	547,6	59,4	37,0	6,3
2008	1 242,6	590,0	64,0	552,2	59,9	37,8	6,4
2009	1 243,4	582,6	63,2	524,7	56,9	57,9	9,9
2010	1 244,8	582,2	63,1	531,8	57,7	50,4	8,7
2011	1 247,4	577,9	62,6	522,7	56,6	55,2	9,6
2012	1 250,7	581,4	63,0	530,8	57,5	50,6	8,7
2013	1 254,4	586,8	63,5	541,2	58,6	45,6	7,8
2014	1 256,9	574,5	62,2	521,4	56,4	53,1	9,2
2015	1 259,6	571,8	61,9	519,3	56,2	52,5	9,2
2016	1 259,2	561,8	60,9	505,5	54,8	56,3	10,0
2017	1 258,8	554,5	60,1	496,3	53,8	58,2	10,5
2018	1 258,1	558,5	60,6	502,4	54,5	56,1	10,1

Чисельність економічно активного населення віком від 15 до 70 років у 2018 р. становила 558,5 тис. осіб проти 586,8 тис. осіб у 2013 р., тобто скоротилась на 36,1 тис. осіб (-6%). Водночас чисельність зайнятого населення у Закарпатській області в середньому за 2018 рік становила 502,4 тис. осіб (проти 541,2 тис. осіб у 2013 році).

Зростаюча «вилка» між показниками активного та решти населення свідчить про зростаюче соціальне навантаження на зайняте населення, адже співвідношення «неактивне та зайняте населення» зі значення 1,234 у 2013 р. сягнуло максимуму 1,419 у 2017 р., дещо знизившись у 2018 р. (1,405), що відображає складне

соціально-економічне становище регіону. Так, за рівнем наявного доходу в розрахунку на одну особу (33 891,1 грн.) Закарпатська область посідає 23 місце серед регіонів, випереджаючи тільки Донецьку та Луганську області, що внаслідок бойових дій зазнали соціально-економічної стагнації. Хоча темпи зростання середньої заробітної плати в Закарпатській області позитивні: 2 553 грн. у 2013 р. за середньої по країні 3 282 грн.; 2 744 грн. у 2014 р. (+191 грн., або 7,5%) за середньої по країні 3 480 грн.; 3 381 грн. у 2015 р. (+637 грн., або 22,3%) за середньої по країні 4 195 грн.; 4 298 грн. у 2016 р. (+917 грн., або 21,1%) за середньої по країні 5 183 грн.; 6 355 грн. у 2017 р. (+2 057 грн., або 47,9%) за середньої по країні 7 104 грн.; 8 070 грн. у 2018 р. (+1 715 грн., або 27%) за середньої по країні 8 865 грн., вони не компенсували втрат населення від девальвації гривні та інфляційних процесів за цей період. Середня заробітна плата в регіоні не може конкурувати ні з середньою по країні, ні з мінімальною заробітною платою у найближчих європейських сусідів (у Польщі, Словаччині, Чехії, Угорщині вона становить понад 400 євро), ринок праці яких надзвичайно лояльний до трудових мігрантів-закарпатців, перш за все будівельників, що мають високу кваліфікаційну репутацію в Євросоюзі. Саме реальний, а не статистичний контраст рівня та якості життя між Закарпаттям і сусідніми європейськими регіонами негативно відображається на індексі соціального самопочуття закарпатців та є потужним генератором трудової міграції. До серйозних акселераторів трудової міграції слід віднести також такий психологічний чинник, як заздрість, маловивчений в аспекті трудової та соціальної конкуренції [6, с. 61]. Про реальний стан трудової міграції в області достеменно невідомо, однак симптоматично, що в гірських районах налагоджено регулярне транспортне сполучення між сільськими населеними пунктами та європейськими столицями, наприклад у Хустському районі курсує щоденний автобус класу «євро» за маршрутом «Драгово – Прага».

Сподіватися найближчим десятиліттям на економічний бум в регіоні немає підстав навіть з огляду на певні оптимістичні тенденції на ринку праці, що намітились у 2018 р. Так, рівень зайнятості з 53,8% у 2017 р. збільшився до 54,5% (2018 р.), а чисельність безробітного населення скоротилася з 58,2 тис. осіб у 2017 р. до 56,1 тис. осіб у 2018 році, або з 10,5% до 10,1% до економічно активного населення відповідної вікової групи [5].

Несприятливі тенденції на ринку праці погіршують ситуацію з державним соціальним страхуванням, оскільки кількість платників єдиного соціального внеску суттєво скоротилася протягом 2015–2017 рр. внаслідок невиваженої податкової реформи (більш ніж на 1,1 млн. осіб по Україні). Ситуація почала виправлятися лише наприкінці 2017 р. Кількість платників єдиного внеску у 2018 р. зросла порівняно з попереднім роком на 286 542 особи (на 6,8%), становлячи 4 472 341 особу.

Значно зріс у 2018 р. порівняно з 2017 р. рівень фонду оплати праці, а саме на 203 701,4 млн. грн, або на 23,6%. Відповідно, збільшилися загальні надходження до фондів соціального страхування та Пенсійного фонду, хоча всі фонди недоотримали надходжень від ЄСВ порівняно із запланованими показниками в їх річних бюджетах. Так, Пенсійний фонд недоотримав 4,9 млрд. грн, Фонд соціального страхування – 835 млн. грн, а Фонд соціального страхування на випадок безробіття – 489 млн. грн. Основна причина полягала в тому, що п'ятий рік поспіль продовжується негативна тенденція збільшення суми недоїмки зі сплати єдиного соціального внеску, яка станом на 1 січня 2019 р. становила 13,64 млрд. грн, що на 5,9 млрд. грн більше, ніж у 2017 р. [7].

Однак за минулий рік збільшилась кількість боржників, а саме на 290 883 одиниці, становлячи на кінець року 755 817 одиниць. Лише за IV квартал 2018 р. кількість боржників збільшилась на 21 216 осіб. У середньому на одного боржника припадають 18 045 грн. недоїмки [8].

Висновки з проведеного дослідження. Результати проведеного дослідження дають можливість визначити негативні тенденції у сфері зайнятості населення в регіоні.

1) З 2015 р. динаміка наявного населення в регіоні є негативною; одним з вагомих факторів скорочення населення є незворотна трудова міграція людей активного віку, що відбувається здебільшого в сусідні європейські країни.

2) Протягом 2013–2018 рр. показники співвідношення «неактивне та зайняте населення» зросли на понад 12%, внаслідок чого збільшується соціальне навантаження на зайняте населення.

3) Середня заробітна плата в регіоні (8 070 грн.) не може конкурувати ні з середньою по країні (8 865 грн.), ні з мінімальною заробітною платою в найближчих європейських регіонах (від 420 євро), що є суттєвим фактором відтоку з регіону кваліфікованої робочої сили.

4) За рівнем наявного доходу в розрахунку на одну особу (33 891,1 грн.) Закарпатська область посідає 23 місце серед вітчизняних регіонів, що також є вагомим фактором трудової міграції.

Україна опинилася перед гострою необхідністю формування далекосяжної та цілісної політики ефективної зайнятості, без реалізації якої неможливо забезпечити соціально-економічну стабільність, не говорячи вже про якийсь

прийнятний сталий розвиток. Ця політика повинна враховувати соціально-економічну специфіку як вітчизняних регіонів (особливо прикордонних), так і регіонів закордонних, оскільки ринок праці України має багато чутливих дотичних до ринку праці суміжних країн, перш за все Росії та ЄС. Відповідно, діяльність регіональних та базових (міських, районних) центрів зайнятості повинна трансформуватися під специфічні проблеми регіонального ринку праці.

Список використаних джерел:

1. Колот А., Гнибіденко І., Герасименко О. та ін. Соціально-трудові відносини зайнятості: сучасні тенденції, виклики, шляхи розвитку : монографія / за наук. ред. А. Колота, І. Гнибіденка. Київ : КНЕУ, 2015. 295 с.
2. Аналітична та статистична інформація / Державна служба зайнятості. URL: https://www.dcz.gov.ua/analitics/view (дата звернення: 29.06.2019).
3. Про зайнятість населення : Закон України від 5 липня 2012 р. № 5067-VI (редакція від 31 серпня 2018 р.). *База даних «Законодавство України»*. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17 (дата звернення: 29.06.2019).
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 29.06.2019).
5. Головне управління статистики у Закарпатській області. Статистична інформація. URL: http://www.uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/statinfo.html (дата звернення: 29.06.2019).
6. Жорнова О. Психологія самозайнятості на теренах України як наукова проблема та запит практики. *Психологічні науки: проблеми і здобутки*. 2015. Вип. 8. С. 58–81.
7. Федерація професійних спілок України : офіційний веб-портал. URL: http://www.fpsu.org.ua/napryamki-diyalnosti/sotsialne-strakhuvannya-i-pensijne-zabezpechennya/15520-pro-osnovni-pokazniki-zi-splati-edinogo-sotsialnogo-vnesku-za-2018-rik (дата звернення: 19.05.2019).
8. Публічна інформація. Державна фіскальна служба України. URL: http://sfs.gov.ua/priymalnya-gromadyan/dostup-do-publichnoi-inform/vidkriti-dani (дата звернення: 29.06.2019).

References:

1. Kolot A., Hnybidenko I., Herasymenko O. and other (2015). *Socialno-trudovi vidnosyny zajnyatosti: suchasni tendenciyi, vyklyky, shlyakhy rozvytku : monografiya* (Sociallabour relations of employment : modern tendencies, calls, ways of development : monograph). Kyiv : KNEU. (in Ukrainian)
2. Derzhavna sluzhba zainiatosti. Analitychna ta statystychna informatsiia [State Employment Service. Analytical and statistical information] (accessed: 29.06.2019).
3. Pro zainiatist naselennia : Zakon Ukrainy vid 05.07.2012 r. № 5067-VI (On employment of the population: Law of Ukraine dated 05.07.2012 № 5067-VI) [Database "Legislation of Ukraine"] (accessed: 29.06.2019).
4. Ofitsiinyi sait Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Committee of Ukraine] (accessed: 29.06.2019).
5. Holovne upravlinnia statystyky u Zakarpatskii oblasti. Statystychna informatsiia [Main Department of Statistics in the Transcarpathian region] (accessed: 29.06.2019).
6. Zhornova O. Psykholohiia samozainiatosti na terenakh Ukrainy yak naukova problema ta zapyt praktyky (Psychology self-employment in the territory Ukraine as a scientific problem and request practice). *Collection of scientific papers "Psychological sciences: problems and achievements"*, vol. 8, pp. 58–81.
7. Federatsiia profesiinykh spilok Ukrainy : ofitsiinyi veb-portal [Federation of Trade Unions of Ukraine : official site] (accessed: 19.05.2019).
8. Derzhavna fiskalna sluzhba Ukrainy. Publichna informatsiia [State Fiscal Service of Ukraine : official site] (accessed: 29.06.2019).

УДК 338.48

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-52

Феленчак Ю.Б.
кандидат економічних наук, доцент,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського

Felenchak Yuliia
Lviv State University of Physical Culture named after I. Bobersky

ВПЛИВ РІВНЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДОКТРИНИ ТУРИЗМУ

THE IMPACT OF THE POPULATION INCOME LEVEL ON THE FORMATION OF SOCIAL TOURISM DOCTRINE

Стаття присвячена дослідженню особливостей впливу рівня доходів населення на розвиток національної туристичної галузі. Розглянуто теоретичні підходи до визначення змісту поняття «доходи населення» та його структури. Проаналізовано структуру та динаміку доходів населення України впродовж останніх років, створено картосхему наявного доходу населення в Україні у 2018 р. у розрахунку на одну особу. Обґрунтовано взаємозв'язок між доходами населення та величиною попиту на послуги туристичних підприємств. Наведено картосхему доходів суб'єктів туристичної діяльності від надання туристичних послуг у розрізі адміністративних областей України у 2018 р. Розглянуто специфіку опосередкованого взаємозв'язку доходів від туристичної діяльності та попиту на послуги туристичних підприємств. Окреслено особливості розроблення соціальної доктрини в державному управлінні. Обґрунтовано необхідність розроблення національної доктрини розвитку туризму з урахуванням регіональної соціальної специфіки.

Ключові слова: доходи населення, рівень доходів населення, диференціація доходів населення, туризм, туристична послуга, соціальна доктрина туризму.

Статья посвящена исследованию особенностей влияния уровня доходов населения на развитие национальной туристической отрасли. Рассмотрены теоретические подходы к определению содержания понятия «доходы населения» и его структуры. Проанализированы структура и динамика доходов населения Украины в течение последних лет, создана картосхема существующего дохода населения в Украине в 2018 в расчете на одно лицо. Обоснована взаимосвязь между доходами населения и величиной спроса на услуги туристических предприятий. Приведена картосхема доходов субъектов туристической деятельности от предоставления туристических услуг в разрезе административных областей Украины в 2018 г. Рассмотрена специфика опосредованной взаимосвязи доходов от туристической деятельности и спроса на услуги туристических компаний. Очерчены особенности разработки социальной доктрины в государственном управлении. Обоснована необходимость разработки национальной доктрины развития туризма с учетом региональной социальной специфики.

Ключевые слова: доходы населения, уровень доходов населения, дифференциация доходов населения, туризм, туристическая услуга, социальная доктрина туризма.

The article is devoted to the study of the peculiarities of the impact of the income level of the population on the development of the tourism industry in the context of the development of national social doctrine of tourism. Theoretical approaches to determining the content of the concept of population income and its structure existing in modern economic science are considered. The income of the population, the structure of their formation and expenditures characterize the system of distributive relations of the country, the welfare of its citizens, as well as the degree of their social protection. The structure and dynamics of incomes of the population of Ukraine during the last years are analyzed. Based on the processing of official statistics, a map of the disposable income of the population in Ukraine in 2018, per person, by administrative regions, was created. The correlation between the income of the population and the magnitude of the demand for the services of tourist enterprises is justified, as the increase of the socio-economic standard of living of the population of the country modifies the requirements for tourist services, activates the increase of internal and external tourist flows. The map of incomes of the subjects of tourist activity from rendering of tourist services by section of administrative regions of Ukraine in 2018 is presented. The specifics of the indirect relationship between income from tourism activities and the demand for services of tourism enterprises are considered. The tourism sector is very sensitive to changes in the

economic environment, since there is a clear link between the direction of tourism development, general economic development and personal incomes. The features of the development of social doctrine in public administration are outlined. The development and implementation of doctrines in the management process allow in practice to carry out the systemic character of managerial influence in any sphere of life of society. The doctrine must determine the content of public administration in the tourism industry, formulate and launch a mechanism for its implementation. National tourism development doctrine should determine the system of conceptual ideas on the strategy and main directions of tourism development in the country. The necessity to develop a national tourism doctrine based on regional social specificity is substantiated.

Key words: population income, level of population income, differentiation of population income, tourism, tourist service, social doctrine of tourism.

Постановка проблеми. У сучасних умовах туризм є динамічною та високоприбутковою галуззю світової економіки, яка формує третину світової торгівлі послугами та майже 10% світового валового продукту. Прямий, опосередкований та стимулюючий вплив туристичної діяльності на розвиток світової економіки має значний мультиплікативний ефект, сприяє розвитку гнучких форм зайнятості населення та стимулює створення додаткового доходу. Згідно з оцінками фахівців туристична сфера характеризується найвищим коефіцієнтом створення робочих місць (на 1 робоче місце приходиться 3 туристи) [1] та фіксує збільшення обсягів продукції через 2–3 місяці після реалізації інвестиційного проекту [2, с. 210].

На сучасному етапі туристична індустрія в Україні як самостійний сектор економіки перебуває в стадії активного становлення. Формується специфіка національної туристичної галузі, що репрезентує туристичні ресурси України у світову спільноту. На думку експертів Всесвітньої туристичної організації, для збалансованого розвитку туристичного ринку країни раціональним є співвідношення в'їзного та виїзного туризму в таких пропорціях, як 1:1 (1 в'їзний турист/1 виїзний турист) та 1:4 (1 в'їзний турист/4 внутрішні туристи) [3, с. 79]. Однак розвиток туристичної індустрії в нашій державі супроводжується низкою проблем, які перешкоджають її успішному зростанню. Серед найгостріших таких проблем слід назвати низький рівень доходів населення, внаслідок чого значна частка населення нашої країни не може реалізувати своє право на відпочинок не тільки за кордоном, але й навіть у межах країни свого постійного проживання.

З огляду на це дослідження рівня доходів населення країни в контексті розроблення та реалізації соціальної доктрини туризму в нашій державі є актуальними й потребують ефективних наукових розробок, які б розвивали національну систему туризму з урахуванням його соціальної та регіональної специфіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні основи економічного дослідження доходів складають праці таких зарубіжних учених, як Дж. Боуен, Дж. Кейнс, Ф. Котлер, Дж. Мейкенз, Е. Оркін, А. Сміт, І. Фішер, А. Фрідман. Проблематика доходів у сфері послуг загалом та туризму зокрема досліджувалася в працях багатьох вітчизняних науковців, таких як М. Бойко, І. Бланк, П. Ґудзь, В. Добровський, Л. Дядечко, М. Єгорова, О. Любіцева, А. Мазаракі, М. Мальська, Г. Михайліченко, Т. Ткаченко. Г. Крамаренко, Т. Чан, А. Чудновський, Н. Шмигаль. Соціальні аспекти проблематики туризму висвітлені в працях А. Голода, Л. Богуш, В. Гришкіної, К. Задорожної, О. Зибаревої, Т. Котенко, Н. Моштакової. Л. Нємець, Ю. Салюти, К. Сегіди, Л. Федоришиної, Л. Шевчук та інших науковців.

Незважаючи на наявність значного наукового досвіду, проблеми формування рівня доходів населення як вагомого чинника розвитку національного туризму щодо розроблення та реалізації соціальної доктрини туризму ще потребують досліджень вченими-економістами.

Метою статті є аналіз впливу рівня доходів населення задля розроблення ефективної соціальної доктрини туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Рівень суспільного розвитку країни визначає рівень життя населення та формує відповідні запити до функціонування туристичної галузі [4]. Зростання соціально-економічного рівня життя населення країни модифікує вимоги до туристичного обслуговування, активізує збільшення внутрішніх та зовнішніх туристичних потоків. Обґрунтованими є твердження дослідників [5; 6] про те, що належний розвиток внутрішнього (національного) туризму є впливовим чинником для розвитку цілого сектору туристичних послуг, зокрема міжнародного туризму.

Одним з найбільш вагомих показників соціально-економічного розвитку країни є рівень доходів її населення. Доходи населення, структура їх формування та витрат характеризують систему розподільчих відносин країни, добробут її громадян, а також ступінь їхньої соціальної захищеності [7].

Загалом доходи населення – це сукупність грошових коштів та натуральних надходжень, спрямованих на підтримку фізичного, морального,

економічного та інтелектуального стану людини та на задоволення їх потреб, що формуються за рахунок оплати, виплати соціальних фондів, підприємницьких доходів, доходів від особистого підсобного господарства, індивідуальної трудової діяльності та доходів від інших джерел [8]. Іншими словами, доходи населення об'єднують обсяг доходів, нарахованих у грошовій та натуральній формі, а саме заробітну плату (зокрема, одержану населенням з-за кордону), прибуток та змішаний дохід, одержаний від власності, соціальних допомог та інших поточних трансфертів [7]. У структурі доходів виділяють наявний дохід (номінальні доходи з вирахуванням податків та інших обов'язкових платежів, тобто кошти, що використовуються населенням на споживання й заощадження) та реальний наявний дохід, тобто номінальний наявний дохід з урахуванням цінового фактору [9].

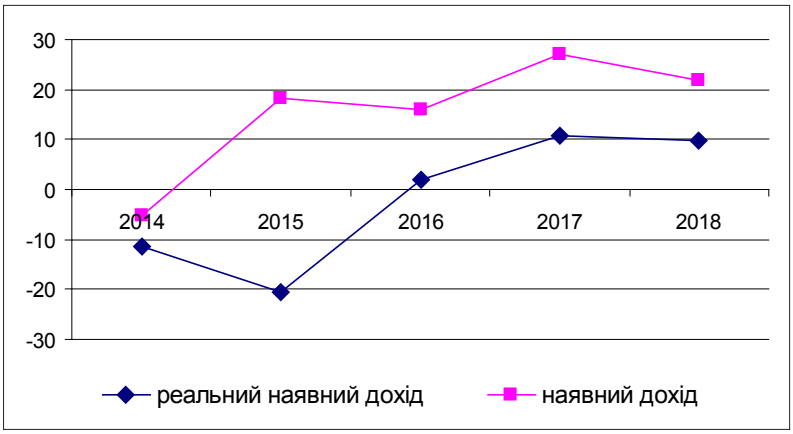

Рис. 1. Динаміка показників наявного та реального наявного доходу в Україні у 2014–2018 рр., % до попереднього року

Джерело: складено за джерелом [9]

Згідно з даними офіційної статистики у 2018 р. доходи населення України становили 3 219,5 млрд. грн., витрати – 3 202,7 млрд. грн., наявний дохід у розрахунку на одну особу становив 57 908,6 грн. Порівняно з попередніми роками фіксувалося зростання показників доходів населення. Так, зокрема, у 2017 р. загальний показник доходів населення становив 2 652,1 млрд. грн., у 2016 р. – 2 051,3 млрд. грн., а у 2015 р. – 1 772 млрд. грн. [9]. Зміни структури доходів населення України впродовж 2014–2018 рр. можна прослідкувати на рис. 1.

Складна суспільно-політична ситуація в країні та трансформаційні процеси, які охопили всі сфери суспільного життя, які тривають упродовж останніх років в Україні, істотно посили територіальні диспропорції в розподілі доходів населення нашої країни. Особливості територіального розподілу доходів населення нашої країни у 2018 р. відображає картосхема, представлена на рис. 2.

Туристичний сфера дуже чутлива до змін економічного середовища, оскільки існує чіткий зв'язок між напрямом розвитку туризму, загальним економічним розвитком та особистими доходами громадян. Зокрема, науковці стверджують, що за стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5% збільшує витрати на туризм на 4%, а зростання особистого споживання на 5% збільшує ці витрати на 10% [10; 11].

Величина реального доходу суттєво впливає на попит туристичних послуг, адже під час збільшення реального доходу населення збільшується попит на туристичні послуги, оскільки у населення вивільняються кошти, які можуть бути витрачені на відпочинок та подорожі. Розподіл доходів населення також позначається на функціонуванні туристичної сфери, адже чим більш рівномірно розподіляється дохід у суспільстві, тим більше кількість людей, що можуть дозволити собі подорожувати [12].

Доходи від туристичної діяльності опосередковано, але й більш достовірно порівняно з офіційними статистичними даними про доходи населення відображають рівень реальних доходів населення, оскільки показують обсяг фактичного платоспроможного попиту на послуги туристичних підприємств. Доходи суб'єктів туристичної діяльності від надання туристичних послуг у розрізі областей України у 2018 р. відображені на рис. 3.

З урахуванням усього викладеного вище вважаємо доцільним розроблення соціальної доктрини туризму, яка б координувала розвиток національної сфери туризму. Доктрина повинна визначати зміст державного управління в галузі, формувати й запускати в дію механізм її виконання. Доктринальність є універсальною закономірністю соціального управління, адже розроблення та реалізація доктрини під час управління дають змогу на практиці здійснити системний характер управлінського впливу в будь-якій сфері життєдіяльності суспільства.

Соціальна доктрина розвитку туризму повинна визначати систему концептуальних ідей та поглядів на стратегію й основні напрями розвитку туризму в державі протягом визначеного часового періоду з урахуванням актуальних потреб (завдань) та особливостей розвитку її соціальної сфери.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, загальна політика економічного зростання регіону повинна стимулювати розвиток напрямів діяльності, які підвищують привабливість туристичної території, адже доходи в

Рис. 2. Наявний дохід у розрахунку на одну особу в Україні у 2018 р., тис. грн.

Джерело: складено за джерелом [9]

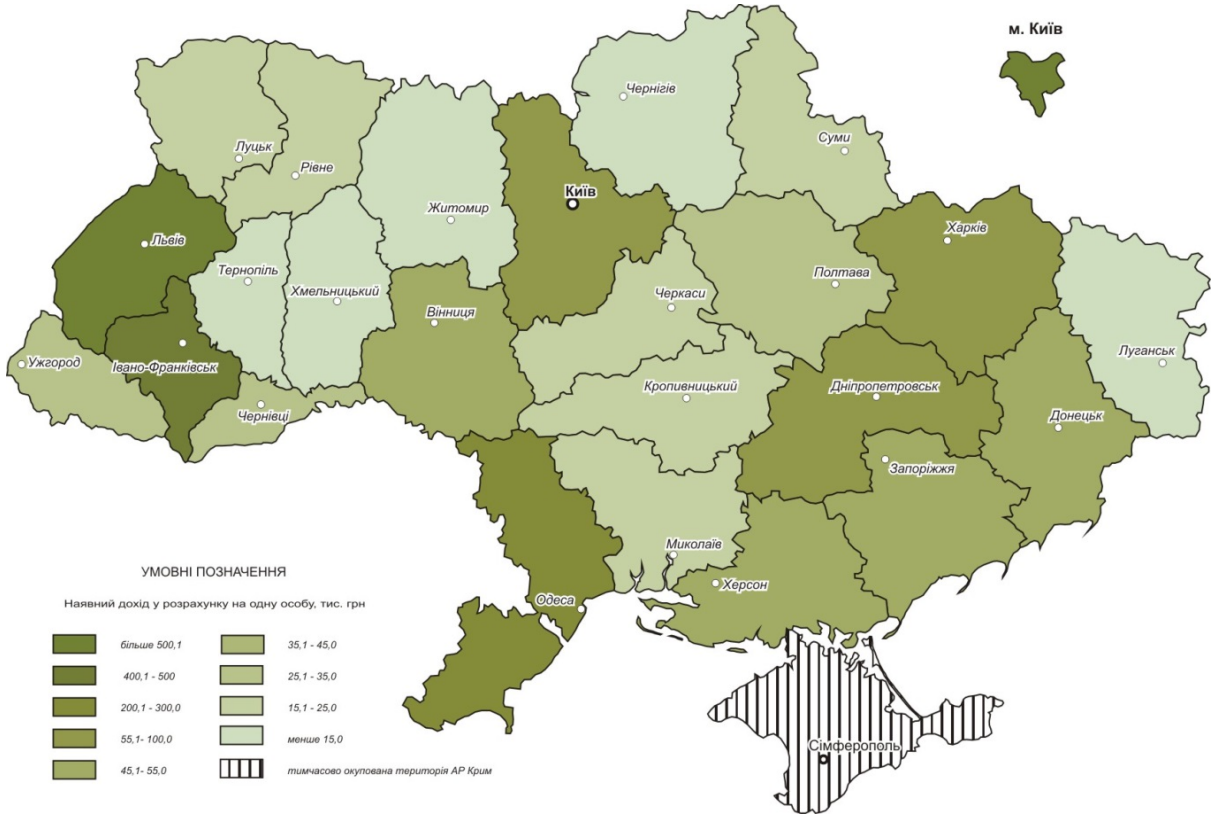

Рис. 3. Дохід суб'єктів туристичної діяльності від надання туристичних послуг за регіонами України у 2018 р., млн. грн.

Джерело: складено за джерелом [9]

туризмі супроводжуються зростанням доходів в інших галузях. З таких позицій формування й реалізація соціальної доктрини в туризмі мають вагоме значення для підвищення рівня соціально-економічного розвитку країни. Розроблення та реалізація ефективної соціальної доктрини туризму можуть вирішити проблеми ресурсної залежності регіонів, знівелювавши регіональні диспропорції економічного та соціального розвитку, а також сприяти становленню туризму як потужної галузі, що володіє практично невичерпними ресурсами для розвитку.

Список використаних джерел:

1. Апарина Н. Туризм как сфера развития производительного предпринимательства в регионе ресурсного типа. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2015. № 2(62). С. 142–146.
2. Ґудзь П. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційної території. Донецьк, 2001. 270 с.
3. Котенко Т. Соціальний вимір розвитку рекреації та туризму : дис. … канд. екон. наук : спец. 08.00.07. Київ, 2016. 240 с.
4. Любіцева О. Ринок туристичних послуг: геопросторові аспекти. Київ, 2002. 436 с.
5. Лебедєва О. Вплив сектору туристичних послуг на розвиток національної економіки. *Економіка розвитку*. 2010. № 4. С. 34–37.
6. Мельник О. Вплив туризму на розвиток економіки регіону. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 484. С. 129–133.
7. Лозинська С. Значення доходів населення у формуванні економічного зростання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2009. № 649. С. 104–109.
8. Васильченко В., Гриненко А., Грішнова О., Керб Л. Управління трудовим потенціалом : навчальний посібник. Київ, 2005. 403 с.
9. Доходи та витрати населення у 2018 році // Експрес-випуск Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2019/04/45.pdf (дата звернення: 14.08.2019).
10. Фаринюк Н., Наумова М. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України. URL: http://jvestniksss.donnu.edu.ua/article/download/4860/4890 (дата звернення: 10.08.2019).
11. Ляшкевич П. Туризм в Україні. Сучасний стан та пріоритети розвитку. *Освіта України*. 2014. № 85. С. 178.
12. Роїк О. Вплив соціальної політики на розвиток туризму в умовах формування інноваційної економіки в Україні. *Економіка та управління національним господарством*. 2016. № 10. С. 53–57.

References:

1. Aparina N. (2015). Turizm kak sfera razvitiya proizvoditel'nogo predprinimatel'stva v regione resursnogo tipa [Tourism as a sphere of development of productive entrepreneurship in the region of the resource type]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 2(62), pp. 142–146.
2. G'udz' P. (2001). Ekonomichni problemy' rozvy'tku kurortno-rekreacijnoyi tery'toriyi [Economic problems of development of resort and recreational territory]. Donecz'k. (in Ukrainian)
3. Kotenko T. (2016). Social'ny'j vy'mir rozvy'tku rekreaciyi ta tury'zmu [The social dimension of the development of recreation and tourism] (PhD Thesis), Kyiv.
4. Ljubiceva O. (2006). Rynok turystychnykh poslugh [Tourist services market]. Kyjiv. (in Ukrainian)
5. Lebedyeva O. (2010). Vply'v sektoru tury'sty'chny'x poslug na rozvy'tok nacional'noyi ekonomiky'[Impact of the tourism services sector on the development of the national economy]. *Ekonomika rozvy'tku*, no. 4, pp. 34–37.
6. Mel'ny'k O. (2012). Vply'v tury'zmu na rozvy'tok ekonomiky' regionu [Impact of tourism on the development of the region's economy]. *Visny'k Nacional'nogo universy'tetu "L'vivs'ka politexnika"*, no. 484, pp. 129–133.
7. Lozy'ns'ka S. (2009). Znachennya doxodiv naselennya u formuvanni ekonomichnogo zrostannya [The value of population income in shaping economic growth]. *Visny'k Nacional'nogo universy'tetu "L'vivs'ka politexnika"*, no. 649, pp. 104–109.
8. Vasy'l'chenko V., Gry'nenko A., Grishnova O., Kerb L. (2005). Upravlinnya trudovy'm potencialom : navch. posib. [Workforce Management : A Tutorial]. Kyjiv. (in Ukrainian)
9. Doxody' ta vy'traty' naselennya u 2018 roci // Ekspres-vy'pusk Derzhavnoyi sluzhby' staty'sty'ky' Ukrayiny' [Income and expenditure of the population in 2018. Express issue of the State Statistics Service of Ukraine]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2019/04/45.pdf (accessed: 14 August 2019).
10. Fary'nyuk N., Naumova M. Staty'sty'chny'j analiz ry'nku tury'sty'chny'x poslug Ukrayiny'[Statistical analysis of the tourist services market of Ukraine]. URL: http://jvestniksss.donnu.edu.ua/article/download/4860/4890 (accessed: 10 August 2019).
11. Lyashkevy'ch P. (2014). Tury'zm v Ukrayini. Suchasny'j stan ta priory'tety' rozvy'tku [Tourism in Ukraine. Current status and development priorities]. *Osvita Ukrayiny*, no. 85, pp. 178.
12. Royik O. (2016). Vply'v social'noyi polity'ky' na rozvy'tok tury'zmu v umovax formuvannya innovacijnoyi ekonomiky' v Ukrayini [The influence of social policy on tourism development in the conditions of formation of innovative economy in Ukraine]. *Ekonomika ta upravlinnya nacional'ny'm gospodarstvom*, no. 10. pp. 53–57.

УДК 336.71

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-53

Семенча І.Є.
доктор економічних наук,
професор кафедри банківської справи
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Григорьєва В.С.
магістр
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Semencha Ilona
Oles Gonchar Dnipro National University
Hryhorieva Valeriia
Oles Gonchar Dnipro National University

УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМ МАРКЕТИНГОМ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА УЗАГАЛЬНЕННЯ

MANAGEMENT OF BANKING MARKETING: THEORETICAL ASPECTS AND DECISION

Проведене дослідження викликане неточностями, невизначеністю та розмитістю у підходах до управління маркетингом у банку. Такий стан у теорії управління маркетингом показав проведений аналіз останніх публікацій. У статті на основі теорії систем, теорії управління, власних розробок та сучасних маркетингових підходів упорядковано основні поняття управління маркетингом в банку: завдання та принципи банківського маркетингу; політики та стратегія маркетингу в банку; функції маркетингу в банку відповідно до напрямів діяльності. Розроблена концептуальна модель реалізації управління маркетингом банку показує порядок та послідовність дій менеджменту з ефективного та повноцінного здійснення маркетингу в банку, що охоплює виконання всіх основних функцій управління. Також уперше запропоновано покроковий процес здійснення управління маркетингом у банку, що може слугувати «дорожньою картою» для досягнення ефективного банківського маркетингу.

Ключові слова: теорія управління, теорія систем, банк, управління маркетингом, концептуальна модель, завдання, політики, функції, стратегія маркетингу.

Проведенное исследование вызвано неточностями, неопределенностью и размытостью в подходах к управлению маркетингом в банке. Такое положение в теории управления маркетингом показал проведенный анализ последних публикаций. В статье на основе теории систем, теории управления, собственных разработок и современных маркетинговых подходов упорядочены основные понятия управления маркетингом в банке: задачи и принципы банковского маркетинга; политики и стратегия маркетинга в банке; функции маркетинга в банке в соответствии с направлениями деятельности. Разработанная концептуальная модель реализации управления маркетингом банка показывает порядок и последовательность действий менеджмента по эффективному и полноценному осуществлению маркетинга в банке, охватывает выполнение всех основных функций управления. Также впервые предложен пошаговый процесс осуществления управления маркетингом в банке, который может служить «дорожной картой» для достижения эффективного банковского маркетинга.

Ключевые слова: теория управления, теория систем, банк, управление маркетингом, концептуальная модель, задачи, политики, функции, стратегия маркетинга.

High interactivity of the society, fierce competition in the banking market and the need to find products and services that can bring profit to the bank, lead to an increase in the role of marketing activities of banks. The article was an analysis of the opinions of scientists on marketing management in the bank. It is concluded that scientists have not yet found common approaches to basic concepts and characteristic processes for banking marketing. It is believed that marketing is a management function; philosophy,

strategy and tactics of banking business; just as a mix of the philosophy of banking business, the method of entrepreneurial policy and a separate branch of knowledge and science in a specific field of professional activity. Such vague and fuzzy opinions ultimately lead to the impossible implementation of conscious and effective actions to manage marketing in the bank. Therefore, the article on the basis of systems theory, management theory, own developments and modern marketing approaches streamlines the basic concepts of marketing management in a bank: tasks and principles of banking marketing; bank marketing policies and strategies; marketing functions in the bank in accordance with the lines of activity. A conceptual model for the implementation of bank marketing management has been developed. It shows the order and sequence of management actions for the effective and full implementation of marketing in the bank, covers the implementation of all the main management functions. Separately developed typical tasks of marketing management in the bank. Among them: the bank's profitable activity in a competitive market; Bank liquidity in order to satisfy the interests of creditors and customers; advertising planning and banking product promotion programs; customer satisfaction; Attraction of new clients; Bank reputation support. It is separately noted that tasks should always be implemented in policies, and then in the functions of banking marketing. Also, for the first time, a step-by-step process of implementing marketing management in a bank was proposed, which can serve as a "road map" for achieving effective banking marketing. The study will be interesting to the owners of banks, the executive directorate and the marketing departments of banks to organize effective marketing management activities.

Key words: management theory, systems theory, bank, marketing management, conceptual model, tasks, policies, functions, marketing strategy.

Постановка проблеми. Висока інтерактивність суспільства, жорстка конкуренція на ринку банківських послуг та необхідність пошуку продуктів і послуг, здатних принести банку прибуток, зумовлюють підвищення ролі маркетингової діяльності банків. За цих умов дедалі більша кількість вітчизняних банків підвищує маркетингові зусилля, щоб забезпечити успіх банку в конкурентній боротьбі, підвищити ефективність банківської діяльності, її результативність. Для реалізації цього потрібно, перш за все, забезпечити дієву систему управління маркетингом, яка в сучасних умовах потребує чіткого теоретичного осмислення та узагальнення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження з питань банківського маркетингу було здійснено такими вченими, як: В. Васильєв, І. Попов, І. Лютий, А. Бондаренко, І. Мороз, А.В. Войчак, Т.В. Кальченко, Н.В. Куденко, О. Кириченко, О.В. Майдебура, А.В. Нікітін, О.Ф. Павленко, Т.О. Примак, Л.Ф. Романенко, І.О. Спіцин, Я.О. Спіцин та ін.

Серед українських авторів, що вивчали управлінські аспекти маркетингу в банках, слід відзначити А.Ф. Бондаренко [1], Р.О. Капралова [2], С.А. Нужну [3], В.О. Ткачук [4], В.Ю. Хмарського [5], Н.О. Шквирю [6]. Разом із тим дане питання досить багатогранне і потребує подальших досліджень з урахуванням нинішніх умов розвитку економіки та сучасних підходів до управління.

Окрім того, провідні вчені та економісти-практики, характеризуючи здебільшого загальні проблеми, майже не торкаються надзвичайно важливих питань сфери банківського маркетингу. Так, вони досі не дійшли спільної думки не лише щодо вибору стратегії комерційного банку на ринку банківських послуг, а й визначення маркетингу як концепції управління, його інструментарію, шляхів подальшого розвитку та ролі в системі стратегічного управління.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є з урахуванням теорії управління, теорії систем, власних розробок та сучасних маркетингових підходів упорядкувати основні поняття з управління маркетингом банку (УМБ), сформулювати концептуальну модель реалізації УМБ та уточнити основні концептуальні поняття, на яких базується теорія УМБ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спочатку проаналізуємо погляди вчених та практиків на базові поняття з погляду теорії управління та теорії систем. За оцінкою Американської маркетингової асоціації (AMA), налічується понад дві тисячі визначень маркетингу. AMA трактує його так: маркетинг – процес планування й утілення задуму щодо ціноутворення, просування та реалізації ідей, товарів і послуг через обмін, який задовольняє цілі окремих осіб та організацій [7].

Як показав аналіз публікацій останніх років, систему маркетингу в банку можна розглядати з різних боків.

На думку А.Ф. Бондаренко та Н.В. Красюк [8, с. 45], це одна з управлінських функцій банку, що покликана сприяти збуту банківських продуктів і послуг шляхом організації вивчення ринку, проведення рекламної та цінової політики. Тут автори, жодним чином не обґрунтовуючи своєї позиції, пропонують увести в теорію управління нову функцію – маркетинг, що само по собі є незрозумілим, адже під функцією, як було доведено у [9, с. 68], треба розуміти діяльність (роботи) щодо кола обов'язків, ролей відношень об'єкта в системі. Тому банк

для задоволення фінансових та інших потреб клієнтів як об'єктів системи не може здійснювати маркетинг як послугу. Більше того, функція не може нікому і нічому сприяти, адже це концептуальне поняття, що відображає кінцевий результат управлінського впливу.

На думку В.О. Ткачук та А.О. Тимківа, банківський маркетинг – це філософія, стратегія і тактика банківського бізнесу, інтенсивне освоєння й використання інструментів якого забезпечують ефективність бізнесу та досягнення поставлених цілей [4, с. 1250]. Тут незрозуміло, чому саме таке визначення автори віднесли до банківського маркетингу, адже вважаємо, що воно буде цілком вірне і для банківського менеджменту також.

Ті ж самі автори вважають, що банківський маркетинг сьогодні виступає у нерозривній єдності його розуміння як філософії банківського бізнесу, способу підприємницької політики, окремої галузі знань і науки та окремої сфери професійної діяльності [4, с. 1250]. Тут автори намагалися об'єднати всі можливі точки аналізу та підходи, що існують сьогодні в поглядах на банківський маркетинг. Але при цьому так і не дають змістовного розуміння суті цього поняття.

На думку С.А. Нужної, банківський маркетинг можна визначити як пошук і використання банком найбільш вигідних ринків банківських продуктів з урахуванням потреб клієнтів [3, с. 157]. Тут авторка, на нашу думку, звужує зміст банківського маркетингу лише до пошуку та використання банком ринків збуту, випускаючи зі своєї уваги інші, не менш важливі процеси, що істотно впливають на результативність маркетингу, наприклад розроблення стратегії та тактики позиціонування банку на ринку, формування ділової репутації, розроблення номенклатури та асортименту банківського продукту, аналіз та планування потоків клієнтів у банківських відділеннях та ін.

На думку В.І. Варцаба, В.О. Огородник та Є.В. Дюлай, банківський маркетинг можна визначити як стратегію і філософію банку, що вимагає ретельної підготовки, глибокого й усебічного аналізу, активної роботи всіх підрозділів банку – від керівників до низових ланок [10, с. 381]. По-перше, вважаємо, що потрібно уточнити, що спочатку банк на основі бізнесових ідей та поглядів власників і виконавчих директорів банку формує філософію та політику, а тільки після цього розробляє маркетингову стратегію як комплексний план їх реалізації на майбутнє. По-друге, автори знову-таки не пояснюють свого змістовного бачення банківського маркетингу, а наголошують лише на необхідності всебічного аналізу, підготовці та професійності діяльності персоналу банку в цьому напрямі.

Маркетингова діяльність банків регулюється законами України «Про захист економічної конкуренції», «Про захист прав споживачів», «Про захист від недобросовісної конкуренції» [11–13].

Отже, як бачимо, у вищезгаданих визначеннях та дослідженнях останніх років багатьох учених, що аналізували зміст та стан управління маркетингом в банках [1; 5; 6; 14–23], містяться формалізовані описи елементів або процесу формування стратегії маркетингу в банку, є багато неточностей та розмитих формулювань. Усе це потребує впорядкування та теоретичного узагальнення.

Спочатку, спираючись на теорію систем, теорію управління та власні дослідження (наприклад, на [9]), узагальнимо всі етапи з УБМ в єдину схему (рис. 1).

Далі окремо розглянемо ті концептуальні поняття, на яких базується теорія управління маркетингом у банку.

На основі загального дерева цілей банку визначаються завдання з УМБ. Як правило, типовими завданнями з УМБ можуть бути:

– рентабельна робота банку в умовах конкурентного ринку;

– ліквідність банку для дотримання інтересів кредиторів і вкладників;

– підтримка репутації банку;

– пошук нових потреб у банківських послугах;

– планування реклами, програм просування банківських продуктів;

– задоволення запитів клієнтів;

– залучення в банк нових клієнтів;

– організація обслуговування клієнтів.

Також бажано було б відповідно до визначених завдань сформулювати та затвердити систему базових принципів УМБ, які включатимуть такі три групи: ціннісно-орієнтовані, концептуально-регулюючі, тактичного аналізу та проектування.

Завдання, як завжди, повинні віддзеркалюватися у політиках та функціях за напрямами реалізації. Загальний вид відповідностей подано на рис. 2.

І тільки на основі чіткого уявлення менеджменту банку про визначені відповідності можна розпочинати роботу з розроблення маркетингової стратегії.

Виділимо ті елементи у формуванні маркетингової стратегії, які демонструють єдність думок учених відносно цього питання.

У більшості теоретичних підходів спільними елементами є:

– формулювання місії, цілей, завдань та філософії (політик) банку;

– аналіз внутрішнього/зовнішнього середовища банку, його ринкових можливостей, маркетингових можливостей (аналітичний маркетинг [24]);

– стратегічне планування;

– формування маркетингової стратегії;

– реалізація комплексу маркетингу.

Деякі автори більш деталізують даний список елементів такими:

– тактичне планування банківських послуг [23];

– розроблення планів маркетингу та планування комплексу маркетингу [18];

– стратегія ринку [18];

– стратегічний контроль та коригування реалізації [1];

– координація між конкуренцією, комунікацією, культурою та якістю [22].

Виходячи з класичного порядку функцій управління, дії з УМБ повинні проходити такий цикл: планування – організація – контроль (регулювання, моніторинг) та мотивація (рис. 1).

Отже, процес управління маркетингом у банку повинен, на нашу думку, послідовно та повноцінно відображати цей цикл:

1. Дії з планування.

Крок 1. Комплексний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища банку, його ринкових можливостей, маркетингових можливостей.

Крок 2. Формування місії, системи цілей, завдань, політик банку та виокремлення цілей, завдань, політик маркетингу банку.

Крок 3. Загальне стратегічне планування (створення корпоративної ідентичності бренду банку) та виокремлення маркетингової стратегії.

Крок 4. Визначення принципів та функцій УМБ.

Крок 5. Визначення тактичних планів із маркетингу.

2. Дії з організації.

Крок 1. Визначення відповідності структури маркетингової служби системі цілей та завдань УМБ та за необхідності проведення реструктуризації.

Крок 2. Розподіл функцій між персоналом служби маркетингу банку та координація їхніх дій для створення умов реалізації комплексу маркетингу.

Крок 3. Реалізація комплексу маркетингу.

3. Дії з мотивації.

Крок 1. Розроблення системи мотивації персоналу маркетингової служби банку щодо заохочення їх до підвищення кваліфікації та продуктивності праці.

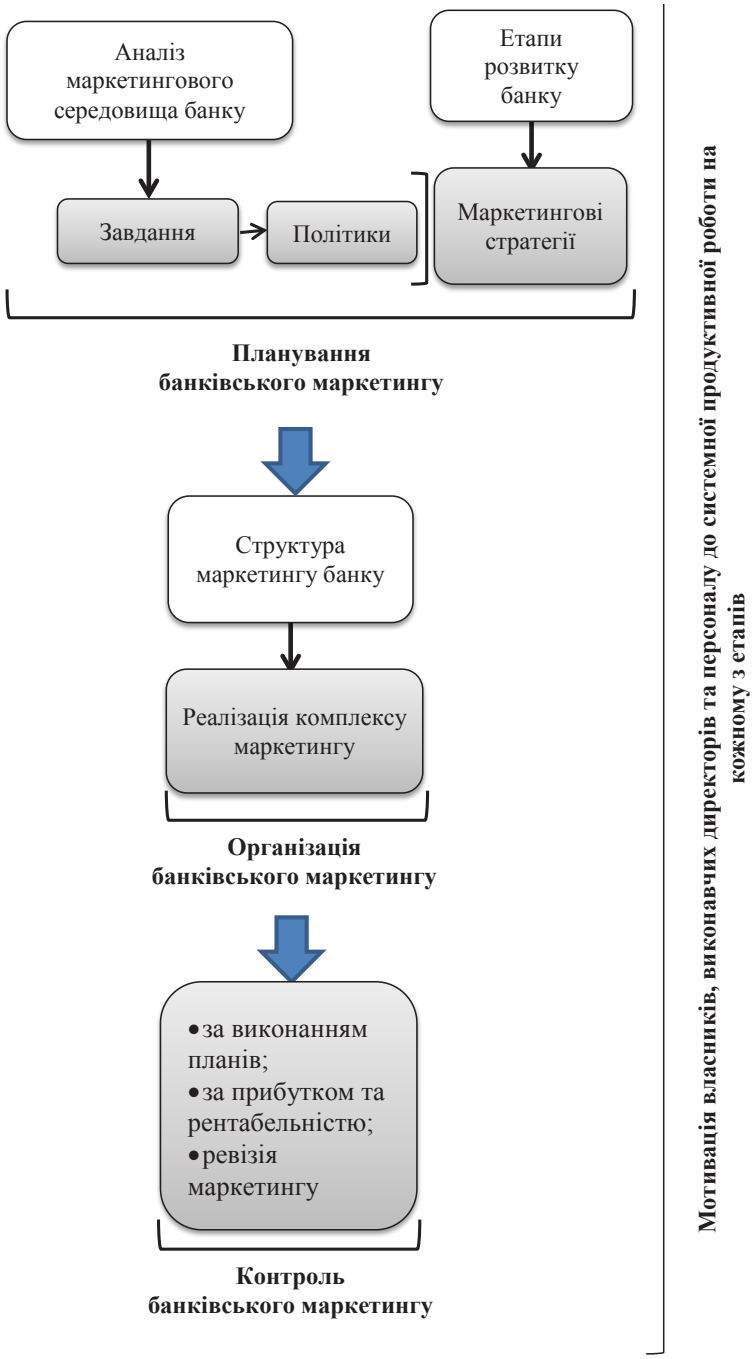

Рис. 1. Концептуальна модель реалізації УМБ

Джерело: розроблено авторами

Крок 2. Розроблення та впровадження в діяльність банку комплексної програми заохочення клієнтів банку до розширення співпраці з банком.

4. Дії з контролю.

Крок 1. Проведення маркетингового аудиту банку.

Крок 2. Контроль та простійне коригування дій із реалізації маркетингової стратегії.

Крок 3. Контроль змін у середовищі та за необхідності формування запиту на коригування маркетингової стратегії банку.

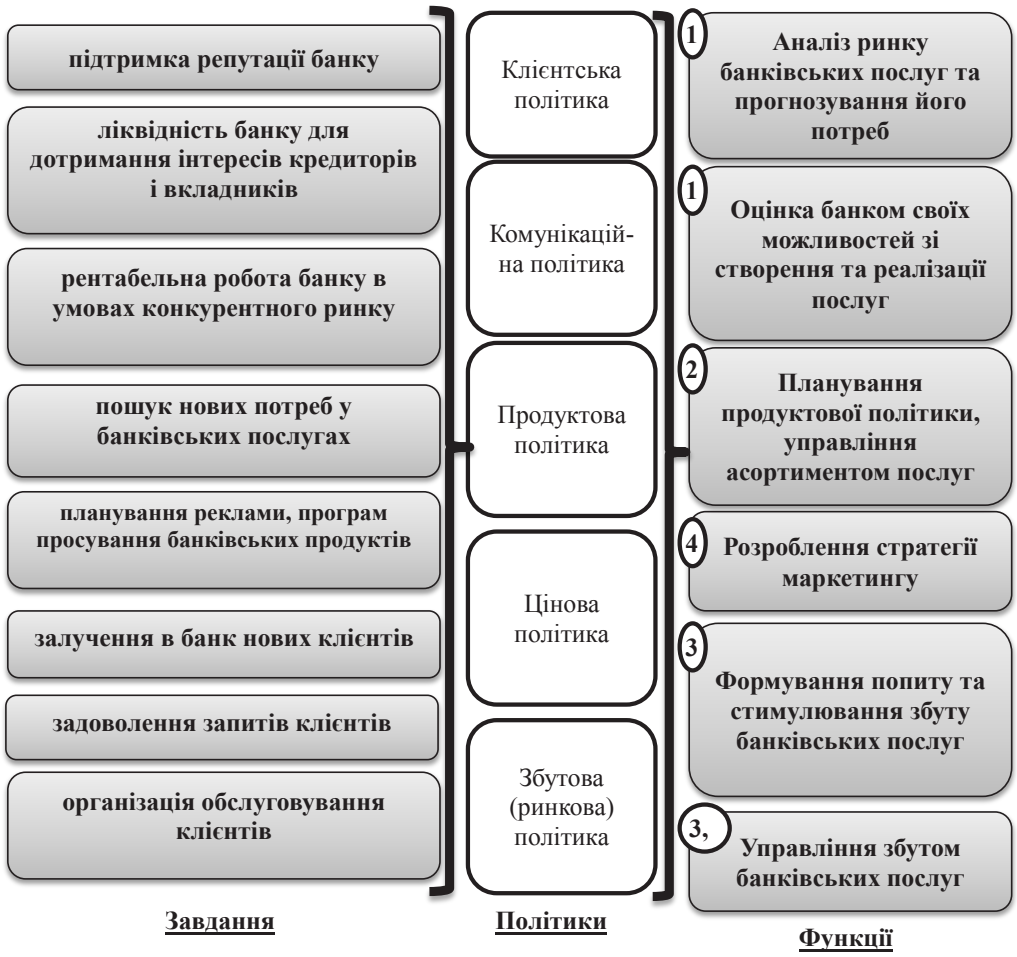

Рис. 2. Узагальнююча схема відповідності основних елементів планування в УМБ: 1 – аналітичний напрям; 2 – виробничий напрям; 3 – розподільчо-збутовий напрям; 4 – управлінський напрям

Джерело: авторська розробка

Як бачимо, базисом, який визначає ефект в УМБ, є дії з планування.

Висновки з даного дослідження. У ході дослідження вперше запропоновано концептуальну модель реалізації УМБ, окремо розглянуто концептуальні поняття теорії УМБ, запропоновано покроковий процес здійснення управлінських дій, які під час їх упровадження сприятимуть налагодженню ефективної роботи з маркетингу в банку. Також зроблено висновок, що базисом, який визначає ефект в УМБ, є дії з планування.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко А.Ф., Дубовик С.В. Маркетинг у контексті стратегічного управління банком. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2007. Вип. 22. С. 177–187.
2. Капралов Р.О. Особливості банківського маркетингу в Україні. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/2705/st_37_23.pdf?sequence=1 (дата звернення: 05.08.2019).
3. Нужна С.А. Вибір стратегії маркетингу банку за результатами анкетування клієнтів. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 19. № 1. С. 158–161.
4. Ткачук В.О., Тимків А.О. Банківський маркетинг: сутність, особливості, еволюція. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 13. С. 1244–1250.
5. Хмарський В.Ю. Особливості маркетингових стратегій комерційних банків в Україні. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. 2015. Т. 20. Вип. 5. С. 249–252.
6. Шквиря Н.О. Маркетингова стратегія розвитку комерційних банків. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 2(34). С. 62–65.
7. American Marketing Association : *офіційний сайт*. URL : https://www.ama.org/ (дата звернення: 05.08.2019).

8. Бондаренко А.Ф., Красюк Н.В. Взаємозв'язок маркетингової діяльності банку та його фінансової стійкості. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України.* 2014. Вип. 40. С. 43–52.
9. Семенча И.Е. База знаний основных социально-экономических и общенаучных терминов в помощь руководителю : терминологический словарь-справочник. Днепропетровск : Изд. Маковецкий, 2010. 88 с.
10. Варцаба В.І., Огородник В.О., Дюлай Є.В. Футуристичний маркетинг як інструмент забезпечення конкурентоспроможності банку. *Бізнес Інформ*. 2014. № 7. С. 379–383.
11. Про захист прав споживачів : Закон України від 16.10.2012 № 5463–VI. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12 (дата звернення: 05.08.2019).
12. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 04.07.2013 № 406-VII (406–18). URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14 (дата звернення: 05.08.2019).
13. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 18.12.2008 № 689-VI (689–17). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 05.08.2019).
14. Маркетинг у банку : навчальний посібник / О.В. Дубовик та ін. ; 2-е вид. Київ : Алерта, 2007. 275 с.
15. Лютий І.О., Солодка О.О. Банківський маркетинг : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 776 с.
16. Косар Н.С., Угольков Є.О. Просування банківських продуктів у сучасних умовах та у перспективі. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13283/1/035_Prosuvannja%20bank%D1%96vs_213_219_714.pdf (дата звернення: 05.08.2019).
17. Достать клиента / В. Мироненко и др. *Инвестгазета*. 2007. 16.22.07. С. 41–45.
18. Апухтін А.І. Теоретичні основи формування маркетингової стратегії розвитку банківської сфери. *Молодий вчений*. 2014. № 1(03). С. 62–65.
19. Колісников Д.О. Особливості розвитку банківського маркетингу. URL: http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/20280/1/790-797.pdf (дата звернення: 05.08.2019).
20. Васильєва Т.А. Підходи до формування маркетингової стратегії банку. *Бізнес Інформ*. 2012. № 3. С. 218–220.
21. Машлій Г. Маркетингові технології на ринку банківських продуктів та послуг. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16327/2/Conf_2016_Mashliy_H-Marketing_technologies_166-167.pdf (дата звернення: 05.08.2019).
22. Профатило О.В., Кирилова Л.І. Специфіка використання маркетингу комерційними банками України. *Економіка та держава*. 2011. № 8. С. 29–32.
23. Семенюк Л.П. Маркетинговий підхід до управління ефективністю банківської діяльності. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2016. Вип. 1. С. 165–176.
24. Слободянюк Н.О., Семенівська О.М. Маркетинг як інструмент підвищення ефективності комерційного банку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 14. С. 854–858.

References:

1. Bondarenko A.F., Dubovyk S.V. (2007). Marketynh u konteksti stratehichnoho upravlinnia bankom [Marketing in the context of strategic bank management]. *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy*, vol. 22, 177–187. (in Ukrainian)
2. Kapralov R.O. Osoblyvosti bankivskoho marketynhu v Ukraini. Retrieved from: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/2705/st_37_23.pdf?sequence=1 (accessed 5 August 2019).
3. Nuzhna S.A. (2015). Vybir stratehii marketynhu banku za rezultatamy anketuvannia kliientiv [Selection of the Bank's marketing strategy based on the results of customer surveys]. *Ekonomichnyi analiz,* vol. 19, No. 1, 158–161. (in Ukrainian)
4. Tkachuk V.O., Tymkiv A.O. (2017). Bankivskyi marketynh: sutnist, osoblyvosti, evoliutsiia [Banking marketing: essence, features, evolution]. *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 13, 1244–1250. (in Ukrainian)
5. Khmarskyi V.Yu. (2015). Osoblyvosti marketynhovykh stratehii komertsiinykh bankiv v Ukraini [Features of marketing strategies of commercial banks in Ukraine]. *Visnyk ONU imeni I.I. Mechnykova*, vol. 20, No. 5, 249–252. (in Ukrainian)
6. Shkvyria N.O. (2016). Marketynhova stratehiia rozvytku komertsiinykh bankiv [Marketing strategy for commercial bank development]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, No. 2(34), 62–65. (in Ukrainian)
7. American Marketing Association Retrieved from: https://www.ama.org/ (accessed 5 August 2019).
8. Bondarenko A.F. Krasiuk N.V. (2014). Vzaiemozv'iazok marketynhovoi diialnosti banku ta yoho finansovoi stiikosti [Relationship between the marketing activities of the bank and its financial stability]. *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy*, vol. 40, 43–52. (in Ukrainian)
9. Semencha I.Ye. (2010). Baza znaniy osnovnykh sotsial'no-ekonomicheskikh i obshchenauchnykh terminov v pomoshch' rukovoditelyu: terminologicheskiy slovar'-spravochnik [Base of knowledge of basic socio-economic and general scientific terms in support of the manager: terminological dictionary-reference book]. Dn-vsk : Izd-vo Makovetskiy, 88 p. (in Ukrainian)

10. Vartsaba V.I., Ohorodnyk V.O., Diulai Ye.V. (2014). Futurystychnyi marketynh yak instrument zabezpechennia konkurentospromozhnosti banku [Futuristic marketing as a tool for ensuring the bank's competitiveness]. *BIZNESINFORM*, No. 7, 379–383. (in Ukrainian)
11. Pro zakhyst prav spozhyvachiv : Zakon Ukrainy vid 16.10.2012 № 5463-VI [Consumer protection]. Retrieved from: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12 (accessed 5 August 2019).
12. Pro zakhyst ekonomichnoi konkurentsii : Zakon Ukrainy vid 04.07.2013 № 406-VII (406-18) [On protection of economic competition]. Retrieved from: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14 (accessed 5 August 2019).
13. Pro zakhyst vid nedobrosovisnoi konkurentsii konkurentsii : Zakon Ukrainy vid 18.12.2008 № 689-VI (689-17) [On protection against unfair competition]. Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80 (accessed 5 August 2019).
14. Dubovyk O.V., Boiko S.M., Vozniuk M.A., Hirchenko T.D. (2007). Marketynh u banku [Banking Marketing] : navch. posibnyk. 2-he vyd. Kyiv : Alerta, 275 p.
15. Liutyi I.O., Solodka O.O. (2010). Bankivskyi marketynh [Banking Marketing] : Pidruchnyk. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury, 776 p.
16. Kosar N.S., Uholkov Ye.O. Prosuvannia bankivskykh produktiv u suchasnykh umovakh ta u perspektyvi 2011 [Promotion of banking products in the current environment and in the future 2011]. Retrieved from: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13283/1/035_Prosuvannja%20bank%D1%96vs_213_219_714.pdf (accessed 5 August 2019).
17. Myronenko V., Shchehlova E., Rubys Y., Kazanzhy T. (2007). Dostat klyenta [Get a Client]. *Ynvesthazeta,* № 16-22.07, 41–45. (in Ukrainian)
18. Apukhtin A.I. (2014). Teoretychni osnovy formuvannia marketynhovoi stratehii rozvytku bankivskoi sfery [Theoretical bases of formation of marketing strategy of development of banking sphere]. *Molodyi vchenyia*, № 1(03), 62–65. (in Ukrainian)
19. Kolisnykov D.O. Osoblyvosti rozvytku bankivskoho marketynhu [Features of development of banking marketing]. Retrieved from: http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/20280/1/790-797.pdf (accessed 5 August 2019).
20. Vasylieva T.A. (2012). Pidkhody do formuvannia marketynhovoi stratehii banku [Approaches to forming a bank's marketing strategy]. *BIZNESINFORM*, № 3, 218–220. (in Ukrainian)
21. Mashlii H. Marketynhovi tekhnolohii na rynku bankivskykh produktiv ta posluh [Marketing technologies in the market of banking products and services]. Retrieved from: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16327/2/Conf_2016_Mashliy_H-Marketing_technologies_166-167.pdf (accessed 5 August 2019)
22. Profatylo O.V., Kyrylova L.I. (2011). Spetsyfika vykorystannia marketynhu komertsiiinymy bankamy Ukrainy [Specificity of marketing application by commercial banks of Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava*, № 8, 29–32. (in Ukrainian)
23. Semeniuk L.P. (2016). Marketynhovyi pidkhid do upravlinnia efektyvnistiu bankivskoi diialnosti [Marketing Approach to Banking Performance Management]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, vol. 1, 165–176. (in Ukrainian)
24. Slobodianiuk N.O., Semenivska O.M. (2016). Marketynh yak instrument pidvyshchennia efektyvnosti komertsiinoho banku [Marketing as a tool for improving the efficiency of a commercial bank]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 14, 854–858. (in Ukrainian)

УДК [346.7:336:061.2](477)

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-54

Ткачук І.Я.
кандидат економічних наук, доцент, докторант
Університету банківської справи

Tkachuk Iryna
Banking University

ПРАВОВЕ РЕГЛАМЕНТУВАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ВИТРАТ НЕПРИБУТКОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ В УКРАЇНІ

LEGAL REGULATION OF EXPENDITURES OF NON-PROFIT ORGANIZATIONS IN UKRAINE

У статті розглянуто спільні та відмінні ознаки витрат неприбуткових організацій та організацій, що функціонують на комерційній основі. Розкрито причини та наслідки існування таких ознак витрат прибуткових та неприбуткових організацій, як доцільність та необхідність документарного підтвердження. Проаналізовано спеціальне законодавство, що регламентує діяльність неприбуткових організацій в Україні. Висвітлено основні вимоги до неприбуткових організацій стосовно здійснення ними витрат, що закріплені в законодавстві. Виявлено, що більшість нормативно-правових актів, що регламентують діяльність неприбуткових організацій в Україні, не визначає конкретних напрямів та особливостей використання наявних у їх розпорядженні фінансових ресурсів, а тільки підтверджує, що вони повинні бути зазначені в статуті організацій. Наголошено на тому, що відсутність спільного механізму здійснення видатків неурядовими організаціями створює можливість скоєння фінансових злочинів у сфері.

Ключові слова: неурядові організації, громадські організації, політичні партії, фінанси неурядових організацій, витрати, нормативна база, статут.

В статье рассмотрены общие и отличительные признаки расходов неприбыльных организаций и организаций, функционирующих на коммерческой основе. Раскрыты причины и последствия существования таких признаков расходов прибыльных и неприбыльных организаций, как целесообразность и необходимость документального подтверждения. Проанализировано специальное законодательство, регламентирующее деятельность неприбыльных организаций в Украине. Освещены основные требования к неприбыльным организациям по осуществлению ими расходов, которые закреплены в законодательстве. Обнаружено, что большинство нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность неприбыльных организаций в Украине, не определяет конкретных направлений и особенностей использования имеющихся в их распоряжении финансовых ресурсов, а только подтверждает, что они должны быть указаны в уставе организаций. Сделан акцент на том, что отсутствие общего механизма осуществления расходов неправительственными организациями создает возможность совершения финансовых преступлений в сфере.

Ключевые слова: неправительственные организации, общественные организации, политические партии, финансы неправительственных организаций, расходы, нормативная база, устав.

The article states that the effectiveness of the activities of non-governmental organizations, achievement of their statutory goals, and the formation of the segment of consumers of their services substantially depend on the financial resources coming to their disposal and on how they are distributed. It was found, that the current legislation does not contain a clear interpretation of the content of the category "costs", therefore, the approach proposed by the Tax Code of Ukraine in the version of 2013 was used for the aim of the article. The article considers the common and distinctive features of the costs of non-profit organizations and organizations operating on a commercial basis. The legal reasons and consequences of the existence of such indicators of costs of profitable and non-profit organizations as the expediency and necessity of documentary confirmation are revealed. It was found that the expediency of spending for both non-profit organizations and those operating on a commercial basis was caused by competition in the market. However, the consequences of misconduct may be different (for a business institution, inappropriate costs can lead to loss; at the same time, for a nonprofit organization, loss of the nonprofit sign may result). As for the need to document the costs, both nature and consequences are common to both types of organizations. This is due to the requirements of current legislation, which can lead to legal consequences. The special legislation regulating activities of non-profit organizations

in Ukraine is analyzed. The main requirements for non-profit organizations concerning their spending, which are enshrined in the legislation, are highlighted. It was found that most normative legal acts regulating the activities of non-profit organizations in Ukraine do not specify directions and peculiarities of the use of available financial resources at their disposal, but only indicate that they should be specified in the Statute of organizations. It was emphasized that the lack of a common mechanism for the implementation of expenditures by non-governmental organizations creates an opportunity for financial crimes in the field of non-profit organizations in Ukraine.

Key words: non-governmental organizations, public organizations, political parties, finances of non-governmental organizations, expenditures, normative base, statute.

Постановка проблеми. Ефективність діяльності неурядових організацій, досягнення ними статутних цілей, формування сегменту споживачів їх послуг суттєво залежать від фінансових ресурсів, що надходять у їх розпорядження, та від того, яким чином вони розподіляються.

В економічно розвинених країнах світу неурядові організації посідають чільне місце у виробництві суспільного продукту, відповідно, не лише існує підготовка вузькопрофільних спеціалістів, що працюють у сфері фінансів громадянського суспільства, але й здійснюються постійні наукові дослідження, присвячені цій проблематиці. В Україні ситуація дещо інша: громадянське суспільство перебуває в процесі переорієнтації з нерозвиненого зразка колишнього Радянського Союзу в розвинений європейський. Отже, суспільство тільки починає формувати запит на створення наукового продукту, присвяченого дослідженню організацій та функціонуванню фінансів громадянського суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на те, що самі інститути громадянського суспільства є предметом дослідження різних наук, дослідження фінансів неурядових організацій в Україні не є системним та комплексним. Відповідно, основою дослідження витрат неурядових організацій є розробки вчених, що стосуються власне фінансів, а також дослідження окремих аспектів організації та функціонування власне фінансів громадянського суспільства.

Серед вітчизняних науковців, які досліджують фінанси та значну увагу приділяють фінансовим ресурсам, варто виокремити таких, як В. Баранова, О. Близнюк, І. Волохова, А. Крутова, Л. Лачкова, В. Опарін, В. Федосов, В. Хомутенко, С. Юрій, які акцентують увагу на самих фінансових ресурсах; В. Баранова, І. Волохова, П. Іжевський, О. Кошонько, В. Опарін, В. Федосов, В. Хомутенко, С. Юрій, які звертають увагу на відносини, що супроводжують рух фінансових ресурсів під час їх формування, розподілу та використання; В. Баранова, О. Близнюк, І. Волохова, А. Крутова, Л. Лачкова, В. Федосов, В. Хомутенко, С. Юрій, які зауважують про важливість кінцевої мети використання фінансових ресурсів, якою є досягнення певного рівня економічного розвитку.

Щодо власне фінансів інститутів громадянського суспільства, то певною науковою розробленістю характеризуються проблеми фінансового забезпечення діяльності громадських організацій, що представлено в працях таких науковців, як Л. Абрамов, Т. Азарова, В. Бакальчук, Л. Василенко, С. Зелінський, О. Вінніков, Д. Горєлов, Н. Дехтяр, С. Дорошенко, О. Кириленко, І. Ковалевіч, В. Кодацький, Т. Мальована, О. Марченко, А. Матвійчук, В. Пащенко, О. Пильтяй, Г. Піратовський, О. Позняк, О. Рожко, П. Ситник, Л. Усаченко, А. Фоменко, Н. Швець.

Водночас питання проблем використання фінансових ресурсів неурядових організацій в Україні досі практично не досліджувалися.

Метою статті є дослідження нормативної бази та теоретико-методологічних основ використання фінансових ресурсів неурядовими організаціями в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Насамперед варто зауважити, що сьогодні у чинному законодавстві не існує єдиного підходу до трактування категорії «витрати». Наприклад, портал ВРУ zakon.rada.gov.ua пропонує 13 підходів до розуміння цієї категорії. Причому перелік містить навіть ті НПА, які втратили свою чинність. З цього переліку, на нашу думку, найбільш придатним для розуміння сутності поняття є підхід, який пропонується п. 14.1.27 ПКУ в редакції від 1 квітня 2013 р. [1]. Відповідно, під витратами розуміється «сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних для провадження господарської діяльності платника податку, в результаті яких відбувається зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, внаслідок чого відбувається зменшення власного капіталу (крім змін капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власником)» [1]. Слід зауважити, що ЗУ «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» п. 14.1.27 був вилучений з ПКУ у 2015 р. [4]. Отже, сьогодні ПКУ не містить статті, яка трактує поняття «витрати» [2].

Зважаючи на це, під витратами будемо розуміти грошову оцінку затрат для виробни-

цтва товарів (надання послуг, виконання робіт) чи продукування суспільних благ, створених упродовж визначеного часу, а також таких, що мають документарне підтвердження.

Важливо зауважити, що витрати, які здійснюються неурядовими організаціями, мають як спільні ознаки з витратами комерційних підприємств, установ та організацій, так і певні особливості. Задля загального розуміння ситуації розглянемо їх детальніше.

Рис. 1 демонструє ознаки витрат неурядових організацій та організацій, що функціонують на комерційних умовах.

Існує схожість також у структурі витрат зазначених організацій, що відповідає чинному законодавству. Загальними витратами є витрати на оплату праці, витрати на сплату податків та обов'язкових платежів тощо.

Окрім цього, можна стверджувати, що існують певні принципи здійснення витрат неурядових організацій. Отже, вони здійснюються відповідно до чинного законодавства та спрямовуються на досягнення статутних цілей діяльності таких організацій.

Проте з огляду на специфіку діяльності НУО проаналізуємо детальніше спеціальне законодавство, що регламентує діяльність ІГС в Україні.

Частина спеціальних ЗУ, що регламентують діяльність ОГС, не надають деталізованої інформації стосовно напрямів використання їх коштів, а зазначають тільки, що така інформація повинна міститися в їх установчих документах. Так, ЗУ «Про професійні спілки, їх права і гарантії» вимагає конкретизації у статутах професійних спілок та їх об'єднань інформації про джерела надходження (формування) коштів профспілки та напрями їх використання (п. 9 ст. 14) [10]; ЗУ «Про професійних творчих працівників та творчі спілки» передбачає визначення у статуті творчої спілки джерел формування майна та коштів творчої спілки і порядок їх використання (ст. 5) [9]; ЗУ «Про органи самоорганізації населення» передбачає, що у Положенні про орган самоорганізації населення зазначається порядок використання коштів та іншого майна (п. 2. ст. 12) [6].

ЗУ «Про громадські об'єднання» закріплює обов'язок для громадських об'єднань використовувати кошти за цільовим призначенням. Так, ст. 11 вказаного Закону зазначає, що статут громадського об'єднання повинен містити інформацію стосовно джерел надходження та порядку використання коштів та іншого майна ГО [5], водночас ст. 23 зобов'язує такі об'єднання (зі статусом юридичної особи), а також створені ними юридичні особи вести бухгалтерський облік, фінансову та статистичну звітність, бути зареєстрованими в органах доходів і зборів, а також сплачувати до бюджету обов'язкові платежі; готувати річні фінансові звіти із зазначенням детального аналізу доходів і витрат; здійснювати заходи контролю, щоби забезпечити зарахування і витрачання повністю всіх коштів у спосіб, що узгоджується з цілями та завданнями заявленої діяльності громадського об'єднання [5].

До того ж цією статтею передбачено, що громадські об'єднання, які отримують фінансову підтримку за рахунок коштів Державного бюджету України, місцевих бюджетів, зобов'язані подавати та оприлюднювати звіти про цільове використання цих коштів відповідно до закону [5].

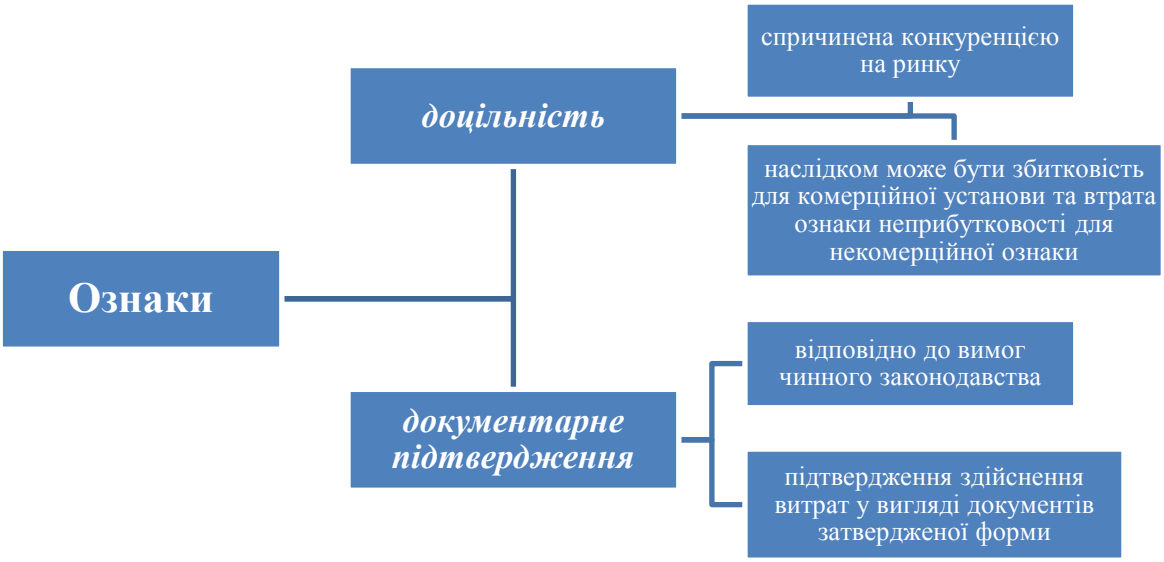

Рис. 1. Природа та наслідки спільних ознак витрат для неурядових організацій та організацій, що функціонують на комерційній основі

Джерело: розроблено автором

У п. 2. ст. 13 ЗУ «Про організації роботодавців» зазначається, що статут організації роботодавців, об'єднання роботодавців повинен містити «джерела формування і порядок використання коштів та майна організації роботодавців, об'єднання організацій роботодавців» [7]. Водночас п. 2. ст. 32 вказаного ЗУ зазначає, що порядок формування й використання майна та коштів організацій роботодавців, їх об'єднань визначаються їх статутами або рішеннями керівних органів [7]. Отже, відповідно до чинного законодавства, організації роботодавців мають більше свободи під час формування та використання майна та коштів.

Законодавство, що регулює благодійну діяльність, є дещо жорсткішим. Так, відповідно до п. 2 ст. 14 ЗУ «Про благодійну діяльність та благодійні організації», установчі документи благодійної організації (якими, згідно з п. 1 цієї ж статті, є статут [3]) повинні містити інформацію про цілі та сфери благодійної діяльності [3]. Ця інформація фактично визначає цільове використання коштів благодійних організацій, адже ЗУ передбачено, що ці організації повинні використовувати кошти згідно з цілями та сферами благодійної діяльності. До того ж благодійні організації, на відміну від інших досліджуваних нами ОГС, керуються чітким законодавчим регламентуванням використання благодійних грантів та ендавментів, які надаються у їх розпорядження. Стаття 6 ЗУ зазначає, що благодійна організація може отримати цільову допомогу у формі валютних цінностей, яка має бути використана бенефіціаром протягом строку, визначеного благодійником (така допомога називається благодійним грантом). Окрім цього, передбачено, що суми валютних цінностей благодійного гранту, цільове використання яких не відбулося протягом строку, визначеного благодійником, підлягають поверненню благодійнику як поворотна фінансова допомога [3].

Стаття 5 ЗУ серед видів благодійної діяльності благодійних організацій передбачає також інноваційний для України метод залучення фінансових ресурсів, а саме використання ендавментів. Стаття 9 ЗУ визначає конкретні напрями використання процентів та дивідендів від благодійних ендавментів, а саме надання благодійної допомоги бенефіціарам, визначеним благодійниками або уповноваженими ними особами; виконання благодійних програм; здійснення спільної благодійної діяльності.

Цією ж статтею визначено, що зміни цілей, порядку та строків використання благодійного ендавменту можливі лише на підставі згоди благодійника або його правонаступників, а також за рішенням суду, якщо благодійний ендавмент створено на підставі заповіту [3]. Важливо, що законодавець обмежує можливість розпорядників коштів благодійних організацій використовувати їх на адміністративні витрати, а саме статтею 16 ЗУ, в якій зазначається, що розмір адміністративних витрат благодійних організацій не може перевищувати 20% доходу цієї організації в поточному році [3].

До того ж ЗУ «Про благодійну діяльність і благодійні організації» забороняє благодійним організаціям надавати благодійну допомогу політичним партіям (п. 3 ст. 3) [3].

ЗУ «Про свободу совісті та релігійні організації» не передбачає виділення конкретних напрямів, на які можуть спрямовуватися кошти релігійних організацій, а лише зазначає, що у власності релігійних організацій можуть бути «кошти та інше майно, необхідне для забезпечення їх діяльності» (ст. 18) [11]. Таким чином, можна зробити висновок, що кошти, які є у розпорядженні релігійних організацій, повинні мати цільове призначення використання, що полягає у забезпеченні їх діяльності. Окрім цього, важливо, що релігійні організації не беруть участі в діяльності політичних партій і не надають політичним партіям фінансової підтримки (ст. 5) [11].

Стаття 8 ЗУ «Про політичні партії України» зазначає, що у статуті політичної партії повинна міститися інформація про джерела матеріальної та фінансової підтримки політичної партії, її місцевих організацій, порядок здійснення витрат політичної партії [8]. Згідно зі статтею 14 ЗУ держава гарантує право політичних партій на кошти та інше майно для здійснення своїх статутних завдань. Причому зазначається, що право володіти, користуватися та розпоряджатися рухомим і нерухомим майном, коштами, обладнанням, транспортом, набуття яких не забороняється законами України, політичні партії мають саме задля здійснення своїх статутних завдань [8].

Політичні партії мають право на співпрацю з іншими громадськими об'єднаннями, проте є певні особливості, які пов'язані, зокрема, з особливим статусом самих політичних партій та державним контролем за їх діяльністю. Так, наприклад, політичним партіям дозволено ідейним, організаційним та матеріальним чином підтримувати молодіжні, жіночі та інші об'єднання громадян (ст. 12) [8], проте їм заборонено отримувати кошти від інших політичних партій (ст. 15) [8]. Цікаво, що в цьому разі правопорушенням вважається саме отримання допомоги, тоді як про її надання в ЗУ «Про політичні партії в Україні» не йдеться (ст. 15) [8].

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз нормативної бази, що регламентує діяльність неурядових організацій в Україні загалом та здійснення ними витрат зокрема, вказує на

відсутність єдиного підходу законодавця в цій сфері. Так, специфічне законодавство не містить спільного алгоритму формування рекомендацій чи вимог до неурядових організацій стосовно здійснення ними витрат. Така ситуація є суттєвим недоліком та створює значний виклик для вузькопрофільних спеціалістів, що працюють у неприбутковому секторі, оскільки ускладнює не тільки можливість зміни місця роботи в межах сектору, але й здійснення фінансових трансакцій між різними неприбутковими організаціями.

Окрім того, важливо відзначити, що законодавство, що регламентує діяльність неурядових організацій в Україні, не містить чітко визначених напрямів використання наявних у розпорядженні цих організацій фінансових ресурсів. Відповідно, залишається простір для фінансового зловживання та маніпуляцій.

З огляду на вищесказане важливо здійснювати подальше дослідження витрат неурядовими організаціями з практичного боку для визначення закономірностей у їх здійсненні та формування пропозицій стосовно оптимізації.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України : Закон України від 1 квітня 2014 р. № 2755-VI / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20130401/sp:wide:max100#n303 (дата звернення: 26.07.2019).
2. Податковий кодекс України : Закон України від 1 липня 2019 р. № 2755-VI / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/sp:wide:max100#n259 (дата звернення: 26.07.2019).
3. Про благодійну діяльність та благодійні організації : Закон України від 6 листопада 2019 р. № 5073-VI / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17 (дата звернення: 26.07.2019).
4. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи : Закон України від 1 січня 2017 р. № 71-VIII / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/71-19/sp:wide:max100#n58 (дата звернення: 26.07.2019).
5. Про громадські об'єднання : Закон України від 22 липня 2018 р. № 4572-VI / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17 (дата звернення: 26.07.2019).
6. Про органи самоорганізації населення : Закон України від 4 листопада 2018 р. № 2625-III / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2625-14 (дата звернення: 26.07.2019).
7. Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності : Закон України від 2 листопада 2016 р. № 5026-VI / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5026-17 (дата звернення: 26.07.2019).
8. Про політичні партії в Україні : Закон України від 1 жовтня 2018 р. № 2365-III / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2365-14 (дата звернення: 26.07.2019).
9. Про професійних творчих працівників та творчі спілки : Закон України від 4 листопада 2018 р. № 554/97-ВР / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554/97-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 26.07.2019).
10. Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності : Закон України від 4 листопада 2018 р. № 1045-XIV / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1045-14 (дата звернення: 26.07.2019).
11. Про свободу совісті та релігійні організації : Закон України від 31 січня 2019 р. № 987-XII / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/987-12 (дата звернення: 26.07.2019).

References:

1. Tax code of Ukraine. Law of Ukraine № 2755-VI (2014, April 1). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20130401/sp:wide:max100#n303 (in Ukrainian)
2. Tax code of Ukraine. Law of Ukraine № 2755-VI (2019, July 1). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/sp:wide:max100#n259 (in Ukrainian)
3. Law of Ukraine on charitable activities and charitable organizations № 5073-VI (2016, October 6). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17 (in Ukrainian)
4. Law of Ukraine on Amendments to the Tax Code of Ukraine and certain legislative acts of Ukraine on tax reform № 71-VIII (2017, January 1). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/71-19/sp:wide:max100#n58 (in Ukrainian)
5. Law of Ukraine on public associations № 4572-VI (2018, July 22). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17 (in Ukrainian)
6. Law of Ukraine On the bodies of self-organization of the population № 2625-III (2018, November 4). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2625-14 (in Ukrainian)
7. Law of Ukraine On Employers' Organizations, Their Associations, Rights and Guarantees of Their Activities № 5026-VI (2016, November 2). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5026-17 (in Ukrainian)

8. Law of Ukraine on Political Parties in Ukraine № 2365-III (2018, October 1). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2365-14 (in Ukrainian)
9. Law of Ukraine on Professional Creative Workers and Creative Unions № 554/97-ВР. (2018, November 4). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554/97-%D0%B2%D1%80 (in Ukrainian)
10. Law of Ukraine On Trade Unions, Their Rights and Guarantees of Activities № 1045-XIV (2018, November 4). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1045-14 (in Ukrainian)
11. Law of Ukraine on Freedom of Conscience and Religious Organizations № 987-XII (2019, January 31). Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/987-12 (in Ukrainian)

УДК 336.02

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-55

Шевчук К.Д.
аспірант кафедри фінансів
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Shevchuk Kostiantyn
SHEI "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman"

РИЗИКИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ЕТАПУ

RISKS OF TAXATION OF LEGAL ENTITIES INCOME IN THE FINANCIAL SERVICES MARKET OF UKRAINE: PROBLEMS OF MODERN STAGE

У статті досліджено ризики, що виникають на сучасному етапі під час оподаткування доходів юридичних осіб на ринку фінансових послуг України. Розкрито можливості ухилення від сплати податків на ключових сегментах вітчизняного ринку фінансових послуг та їх вплив на фіскальні інтереси держави й ринкову поведінку платників податків. Встановлено вплив особливостей банківської діяльності на виникнення податкових ризиків для банківських установ на ринку фінансових послуг. Охарактеризовано ризики оподаткування, що виникають під час торгівлі цінними паперами в Україні. Розкрито механізми використання інститутів спільного інвестування для уникнення оподаткування в нашій державі. Встановлено причини генерації податкових ризиків у діяльності страхових організацій. Визначено основні відсутні та неповноцінні компоненти податкового законодавства, які сприяють виникненню податкових ризиків для учасників ринку фінансових послуг.

Ключові слова: фінансові інституції, фінансові послуги, ринок фінансових послуг, податки, оподаткування, податкові ризики.

В статье исследованы риски, возникающие на современном этапе при налогообложении доходов юридических лиц на рынке финансовых услуг Украины. Раскрыты возможности уклонения от уплаты налогов на ключевых сегментах отечественного рынка финансовых услуг и их влияние на фискальные интересы государства и рыночное поведение плательщиков налогов. Установлено влияние особенностей банковской деятельности на возникновение налоговых рисков для банковских учреждений на рынке финансовых услуг. Охарактеризованы риски налогообложения, которые возникают при торговле ценными бумагами в Украине. Раскрыты механизмы использования институтов совместного инвестирования для уклонения от налогообложения в нашем государстве. Установлены причины генерации налоговых рисков в деятельности страховых организаций. Определены основные отсутствующие и неполноценные компоненты налогового законодательства, которые содействуют возникновению налоговых рисков для участников рынка финансовых услуг.

Ключевые слова: финансовые институции, финансовые услуги, рынок финансовых услуг, налоги, налогообложение, налоговые риски.

The article researches the risks that arise at the current stage in taxation of legal entities income in the financial services market of Ukraine. Development of financial services market is, among other things, determined by effectiveness of government regulation in this area. On the one hand, leading financial institutions are also major taxpayers (first of all, income tax), and on the other, it is extremely important for financial services market to find a reasonable compromise between the fiscal value of taxes and their role as regulator of economic relations. Tax risk is considered as the probability of loss (state or payer) in the taxation process. In this context, the main types of tax risk arising in financial services market of Ukraine are considered. The possibilities of tax evasion in the key segments of domestic financial services market and their impact on fiscal interests of the state and market behavior of taxpayers are revealed. The influence of banking activity features on the emergence of tax risks for banking institutions in financial services market has been determined. Defective components of banking legislation that affect the emergence of tax risks in banking activities are identified. The risks of taxation arising in the process of securities trading in Ukraine are characterized. The mechanisms of using institutions of collective investment for tax evasion in our country are revealed. The dual nature of investment funds' taxation issue in Ukraine is characterized. The reasons of tax risks' generation in the activities of insurance organizations have been identified. The impact of tax innovations concerning the taxation of insurance activity on insurers' tax risks in Ukraine was evaluated. The main missing and defective components of tax legislation that contribute to the emergence of tax risks for participants of financial services market are identified: in the banking sector: formation of reserves; procedure for recognizing bad debts; differences that arise when performing debt transactions; in securities sector: derivatives transactions; in insurance sector: reserves formation, reinsurance operations; in asset management activities: benefits granted to institutions of collective investments.

Key words: financial institutions, financial services, financial services market, taxes, taxation, tax risks.

Постановка проблеми. Розвиток ринку фінансових послуг визначений ефективністю його державного регулювання. Оцінюючи вплив різноманітних регуляторних інструментів на фінансовий сектор, виділимо особливу роль податків. З одного боку, провідні фінансові інституції є крупними платниками податків (насамперед, податку на прибуток), а з іншого боку, саме для ринку фінансових послуг надзвичайно важливим є пошук розумного компромісу між фіскальним значенням податків та їх роллю як регулятора економічних відносин. Сучасний стан вітчизняного ринку фінансових послуг засвідчує потребу актуалізації наявних підходів до оподаткування на ринку фінансових послуг, зокрема шляхом ідентифікації ризиків оподаткування доходів юридичних осіб – фінансових інституцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика податкових ризиків розкрита в працях О. Безкровного, В. Вітлінського, В. Захожая, Ю. Іванова, Т. Мисник, О. Перевалової, А. Соколовської О. Тимченко, В. Федосова та інших науковців. Питання розвитку українського ринку фінансових послуг, зокрема оподаткування, досліджувалися С. Бірюком, М. Бурмакою, Н. Внуковою, О. Костюкевич, Д. Леоновим, Б. Стеценком, А. Федоренком. Водночас існування вагомих проблем оподаткування на ринку фінансових послуг свідчить про необхідність подальших наукових пошуків у цьому напрямі.

Метою статті є ідентифікація ризиків, що виникають під час оподаткування доходів юридичних осіб на ринку фінансових послуг, та їх впливу на ринкову поведінку платників податків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Надалі орієнтуватимемося на підхід до сутності ризику як ймовірності настання небажаної події або отримання несприятливого результату. Отже, податковий ризик розглядається як ймовірність втрат (держави або платника) під час оподаткування. Ризики під час надання фінансових послуг можуть привести як до втрат бюджету, так і до втрат платника. Саме таке тлумачення податкового ризику можна знайти у працях В. Вітлінського та О. Тимченко [1, с. 18].

У статті ми зупинимося на джерелах ризику, що пов'язані зі специфікою діяльності платників податків, тобто суб'єктів ринку фінансових послуг. Саме особливості діяльності впливають на формування об'єкта оподаткування внаслідок надання фінансових послуг, генерують ризики ухилення від оподаткування та ускладнюють контроль з боку фіскальних органів за дотриманням податкового законодавства.

Аналіз розпочнемо з ризиків, що виникають під час оподаткування прибутку банків. Специфіка кредитної діяльності банків визначає формування резервів для захисту від збитків (у 2008–2018 рр. частка резервів у витратах банків коливалась у межах 16–60% [2]). Тенденції у формуванні резервів опосередковано засвідчують, що резерви використовуються банками для оптимізації оподаткування (податкові ризики генеруються в періодах, коли темпи зростання резервів випереджають темпи збільшення доходів). Згідно з положеннями Податкового кодексу України схема коригування оподатковуваного прибутку на фінансові різниці виглядає так (рис. 1).

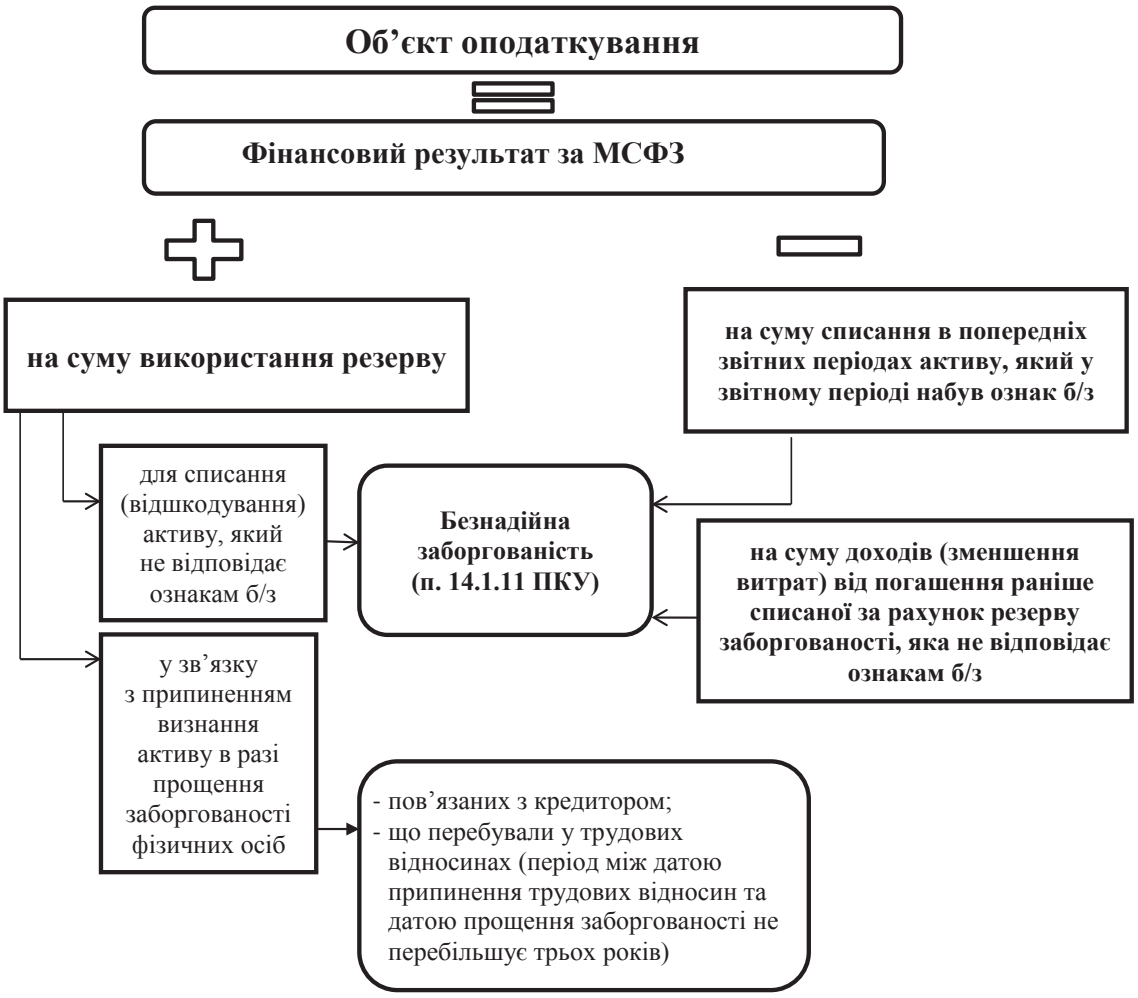

Рис. 1. Коригування фінансового результату банків на фінансові різниці у зв'язку з формування та використанням резервів під зменшення корисності активів

Джерело: побудовано автором за джерелом [3]

Маніпулювання резервами є однією з відомих податкових «лазівок». Про це зазначають вітчизняні науковці [4, с. 121; 5, с. 68; 6–7], але не надають конкретних пропозицій, спрямованих на мінімізацію цього виду податкового ризику. З графічної формалізації норми податкового законодавства (рис. 1) чітко простежується така логіка коригування: держава як суб'єкт, який встановлює правила оподаткування, не дає змоги зменшувати податкові зобов'язання за рахунок використання резервів для списання заборгованості, яка не відповідає ознакам безнадійності. При цьому самого визначення поняття «безнадійна заборгованість» у Податковому кодексі України немає, проте зазначаються випадки, в яких вона вважається безнадійною.

Першою ознакою безнадійності, згідно з п. 14.1.11 Податкового кодексу України, є закінчення терміну позовної давності. Під час застосування зазначеної ознаки виникає проблема оцінювання заходів (вимагає проведення фіскальними органами відповідної перевірки), вжитих банком для повернення заборгованості, а також те, чи справді неможливим є повернення коштів. Отже, факт закінчення терміну позовної давності ми не вважаємо беззаперечною ознакою безнадійності.

Наступний випадок безнадійної заборгованості, з яким ми повністю погоджуємося, – це прострочена заборгованість померлих осіб за відсутності спадкового майна, на яке може бути звернено стягнення. Майже аналогічним є третій випадок, а саме «прострочена заборгованість осіб, які у судовому порядку визнані безвісно відсутніми, оголошені померлими» [3]. Однак тут виникає питання про те, чому під час судового визнання не розглядається можливість звернення стягнення на спадкоємців.

Четверта ознака «безнадійності» включає кілька критеріїв, таких як термін прострочення (понад 180 днів); обмеження по сумі (для юридичних осіб не більше мінімально встановленого законодавством розміру безспірних вимог кредитора для порушення провадження у справі

про банкрутство, а для фізичних – не більше 25% річної суми мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня звітного податкового року).

Важливе питання, яке виникає під час аналізування вказаних норм, полягає в тому, як ця ознака корелює з ознакою закінчення терміну позовної давності, адже якщо прострочення перевищує 180 днів, але не перевищує 1 095 днів, то термін позовної давності ще не минув. Отже, є певна суперечність із першою ознакою безнадійності. Встановлення таких обмежень фактично означає, що держава дає змогу не вживати заходів стягнення з боржника, якщо сума боргу перебуває в певних межах, а вона готова поступитися податковими надходженнями.

Також не беззаперечно безнадійним нам представляється випадок заборгованості суб'єктів господарювання, визнаних банкрутами або припинених як юридичні особи у зв'язку з ліквідацією. Банк може надавати кредити юридичним особам, засновниками яких є фактично пов'язані особи, а потім симулювати штучне банкрутство для власного збагачення, тому навряд чи доцільно державі як суб'єкту податкових відносин втрачати надходження й давати змогу не збільшувати оподатковуваний прибуток на суму резерву, витрачену на покриття такої заборгованості. Аналогічне зауваження стосується випадку прострочення понад 360 днів. Навіть з огляду на ремарку законодавця, що цей випадок не поширюється на пов'язаних осіб або осіб, що перебували у трудових відносинах, на практиці це легко можна сфальсифікувати, зареєструвавши підприємства на підставних осіб.

Важливий вид коригувань оподатковуваного прибутку, який стосується як банків, так й інших фінансових установ, які функціонують на ринку фінансових послуг, – це різниці, які виникають під час здійснення фінансових операцій. Зокрема, до них належить оподаткування процентів за борговими зобов'язаннями, а саме кредитами, позиками, депозитами, операціями РЕПО, договорами фінансового лізингу, іншими запозиченнями незалежно від їх юридичного оформлення.

Ключовими елементами цього механізму є наявність умов, за яких здійснюється коригування; наявність обмежень, у рамках яких здійснюється збільшення (зменшення) фінансового результату до оподаткування.

Умови, за яких здійснюється коригування, визначені таким чином: якщо сума боргових зобов'язань по операціях з пов'язаними особами-нерезидентами більш ніж у 3,5 рази перевищує власний капітал платника, а для фінансових установ та компаній, що займаються виключно лізинговою діяльністю, – більш ніж у 10 разів, то виникає обов'язок коригування. Формалізовано правило коригування можна представити у вигляді такого алгоритму [3]:

$$\text{С збільш.} = \text{СП} - (\text{ФРО} + \text{ФВ} + \text{АВ})/2 \qquad (1)$$

де С збільш. – сума, на яку збільшується фінансовий результат до оподаткування; СП – сума процентів за кредитами, позиками та іншими борговими зобов'язаннями; ФРО – фінансовий результат до оподаткування; ФВ – фінансові витрати за даними фінансової звітності; АВ – сума амортизаційних відрахувань за даними фінансової звітності.

Однак у майбутніх податкових періодах платник має право зменшити фінансовий результат на суму процентів, що перевищують встановлене обмеження, на яку був збільшений фінансовий результат. Однак робити це він має щорічно на 5% від суми процентів, що залишилися не врахованими у зменшенні фінансового результату до оподаткування [3]. Отже, фактично спочатку платник податку сплачує авансовий внесок податку на прибуток, збільшуючи фінансовий результат до оподаткування, а потім відшкодовує його шляхом зменшення фінансового результату. Принаймні теоретично платнику невигідно допускати перевищення суми процентів, нарахованих пов'язаним особам-нерезидентам, проте вже у самому механізмі містяться підказки, як не допустити такого перевищення. Насамперед слід назвати маніпулювання величиною власного капіталу, щоби не допустити перевищення, або маніпулювання елементами, що враховуються під час розрахунку обмеження. Питання виникають також до показників, що визначають умови коригувань, а саме 3,5 і 10 разів. Цікаво, яка кількість платників податків має перевищення цих показників, на яку величну нарахованих процентів здійснюється збільшення фінансового результату, який це має фіскальний ефект?

Ще один вид фінансових різниць виникає під час здійснення операцій з торгівлі цінними паперами. Основоположні правила формування об'єкта оподаткування в цьому разі є такими.

1) Фінансовий результат від операцій з цінними паперами визначається лише в тому звітному періоді, в якому придбані раніше цінні папери були відчужені. Останнє означає не лише продаж, але й операції міни, дарування, тобто будь-які операції, де має місце факт переходу права власності на цінні папери. Отже, придбання й продаж відображаються в обліку цінних паперів не в періодах здійснення зазначених операцій, а фактично в періоді, в якому відбулася заключна операція. Це запобігає маніпулюванню задля оптимізації бази оподаткування.

2) Якщо фінансовий результат від'ємний, то його переносять на зменшення загального фінансового результату від операцій з цінними паперами подальших звітних періодів. Основна мета таких коригувань полягає в перенесенні збитків від операцій з цінним паперами на подальші періоди, коли матимуть місце доходи.

3) Для певних видів операцій коригування не відбуваються. До них належать операції платників податку з розміщення, погашення, викупу та подальшого продажу, конвертації цінних паперів власного випуску; видача заставодавцями неемісійних цінних паперів (векселів) під час їх видачі та погашення; операції РЕПО, операції з урахування векселів, інші операції з цінними паперами, які, відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку, визнаються кредитними; операції з деривативами [3]. В цьому разі фінансовий результат визначається за формулою: «Доходи мінус Витрати». Ця особливість, а саме відсутність коригувань, спонукає нас до більш детального аналізу задля виявлення можливостей заниження оподаткованої бази.

Стосовно операцій платників податку з цінними паперами власного випуску зауважимо, що, згідно зі Стандартом 15 НСБО, не визнаються доходами надходження від первинного розміщення цінних паперів [8]. Первинне розміщення може мати наслідком надходження коштів у межах номінальної вартості цінних паперів (наприклад, для акцій, коли відбувається формування статутного фонду), яке не супроводжується формуванням емісійного доходу. Якщо ж ціна розміщення перевищує номінальну вартість акцій, то формується емісійний дохід, який також не підлягає оподаткуванню. Водночас у п. 14.1.58 ПКУ містяться норми, представлені нами в табл. 1.

У визначенні емісійного доходу, наведеному в ПКУ, зазначаються види цінних паперів, за якими визнається цей дохід, а також зазначається, що для певних видів цінних паперів емісійний дохід може виникати під час подальших розміщень після зворотного викупу. Це корелює з п. 141.6.1 ПКУ, за якого «звільняються від оподаткування кошти спільного інвестування» [3]. Таке звільнення, на наш погляд, генерує ризики втрат бюджету через використання інститутів спільного інвестування. На оптимізацію оподаткування звертають увагу у своїх працях вітчизняні дослідники [9, с. 150–151; 10, с. 839].

Одна з досить простих схем використання ІСІ застосовується у будівництві. Якщо би продаж новозбудованих квартир здійснювався забудовником безпосередньо покупцю, то угода укладалася б на основі ринкової ціни, а у забудовника формувався оподатковуваний прибуток. Використання ІСІ змінює податкові наслідки, оскільки спочатку забудовник продає майнові права ІСІ за ціною, що покриває витрати будівництва та забезпечує мінімальну рентабельність. Потім компанія з управління активами реалізує їх уже за ринковими цінами, а прибуток не оподатковується та розподіляється між інвесторами у вигляді дивідендів, що приводить до втрат бюджету. Зацікавленість у розвитку будівельної галузі безпосередньо не залежить від можливості застосування ІСІ для оптимізації. Відповідно, збереження таких пільг є недоречним. У зв'язку з цим ми погоджуємося з такими дослідниками, як І. Луценко та В. Хомутенко, в тому, що надані податкові преференції пайовим інвестиційним фондам та особливі умови під час їх оподаткування не сприяють залученню інвестиційного капіталу до реального сектору економіки [10, с. 839].

Податкові ризики генерує також страховий сектор ринку фінансових послуг. У працях науковців та практиків неодноразово зазначалося про використання особливостей оподаткування страхового бізнесу задля мінімізації податкового навантаження та наводилися основні схеми оптимізації оподаткування [11; 12].

Як відомо, з 1 січня 2015 р. змінився порядок оподаткуваннях доходів страховиків. До 1 січня 2015 р. оподатковувалися доходи страховика за ставкою 3%. Противники таких підходів вважали, що спеціальний режим оподаткування не став стимулом розвитку страхового ринку, тоді як страхові компанії однозначно виступали за його збереження. Основними аргументам на користь діючого раніше порядку були його прозорість та простота щодо контролю фіскальними органами.

Новий порядок фактично є змішаною системою оподаткування, тобто залишився елемент старого механізму та водночас з'явився новий. Страховик має сплачувати податок на прибуток

Таблиця 1

Формування емісійного доходу

Первинне розміщення	**Наступне розміщення**
ЕД = Ц прод. – НВ	ЕД = Цпрод. – Ц зворотн. вик.
Види цінних паперів	
– Власні акції (інші корпоративні права); – інвестиційні сертифікати.	– Інвестиційні сертифікати; – акції інвестиційних фондів.

Джерело: побудовано за джерелом [3]

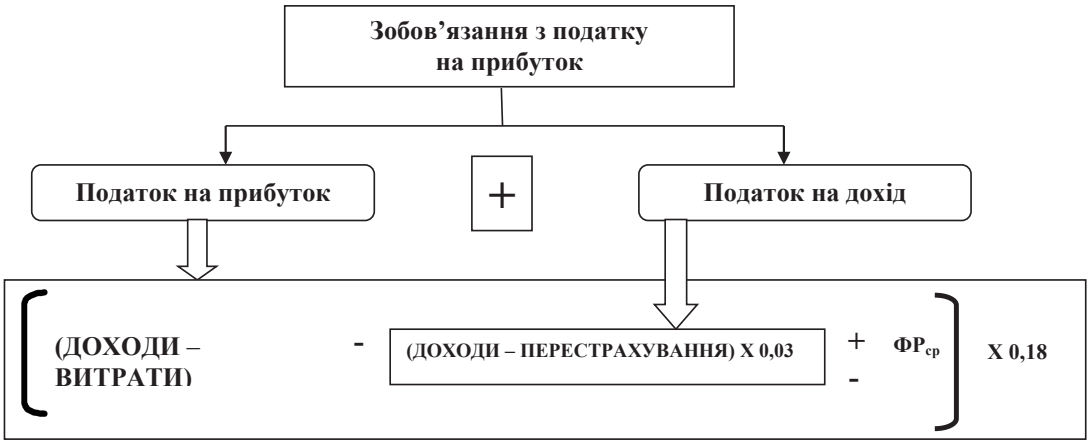

Рис. 2. Формування зобов'язань страховика з податку на прибуток

Джерело: побудовано автором за джерелом [3]

за ставкою 18% і, як і раніше, податок на дохід за ставкою 3%. Сучасний механізм оподаткування страховиків представлений на рис. 2.

З рис. 2 видно, що податок на дохід є вбудованим у механізм формування зобов'язань страховика з податку на прибуток. Новий порядок критично оцінюється науковцями. Зокрема, зазначається такий його недолік, як можливість маневрування доходами та витратами, обумовлена відсутністю чіткого регламентування у законодавстві переліку доходів та витрат страховика, наявністю суб'єктивного чинника під час оцінювання страхових резервів [11; 12].

Формування резервів у страховому бізнесі однозначно генерує податковий ризик. Темпи формування резервів майже щорічно випереджають темпи зростання страхових премій. Така тенденція працює не на користь підвищення фіскальної ролі податку на прибуток. Висловимо свої міркування щодо змін в оподаткуванні страховиків та спричинених ними ефектів. По-перше, введення «змішаної» системи оподаткування прибутку страховика мало яскраво виражену фіскальну мету; по-друге, чинний механізм не запобігає псевдоперестрахуванню як інструменту мінімізації податкових зобов'язань; по-третє, залишається можливість застосування всіх раніше відомих схем ухилення від оподаткування; по-четверте, коригування, пов'язані зі створенням страхових резервів, формують додаткові можливості для заниження об'єкта оподаткування, оскільки не виключають суб'єктивізму під час оцінювання.

Висновки з проведеного дослідження. Очевидно, що ризики, пов'язані з оподаткуванням прибутку, генеруються передусім природою прибутку як об'єкта оподаткування. Вони підсилюються особливостями ведення бізнесу фінансовими установами на ринку фінансових послуг в Україні. В механізмі оподаткування прибутку, отриманого від операцій на ринку фінансових послуг, податкові ризики генерують у банківському секторі (формування резервів, порядок визнання безнадійної заборгованості, різниці, які виникають під час здійснення операцій з борговими зобов'язаннями); у секторі операцій з цінними паперами (операції з деривативами); у страховому секторі (формування резервів, операції з перестрахування); в діяльності з управління активами, а також пільгами, наданими інститутам спільного інвестування. Отже, шукати шляхи вдосконалення оподаткування прибутку фінансових установ задля запобігання заниженню прибутку або використанню схем мінімізації навантаження з податку на прибуток слід саме з урахуванням зазначених ризиків.

Список використаних джерел:

1. Вітлінський В., Тимченко О. Концептуальні положення стосовно ризику в сфері оподаткування. *Фінанси, облік і аудит*. 2005. Вип. 6. С. 13–19.
2. Статистика. Показники банківської системи / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=3479859 (дата звернення: 15.07.2019).
3. Податковий кодекс України / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення: 15.07.2019).
4. Легкостаєва О., Шопіна А. Шляхи удосконалення оподаткування вітчизняних банків з урахуванням міжнародного досвіду країн Європи. *Молодий вчений*. 2015. № 1(16). С. 119–122.
5. Манюк Н., Савчук Т. Особливості оподаткування банківських установ. *International Scientific Journal*. 2016. № 1. С. 66–69.

6. Амбарчян В. Облік формування та використання резервів за фінансовими активами банків: модель очікуваних збитків. *Облік і фінанси*. 2017. № 1(75). С. 9–16.
7. Литвин Н. Проблемні аспекти бухгалтерського обліку кредитних операцій банків. *Українська наука: минуле, сучасне майбутнє*. 2014. Вип. 19. Ч. 1. С. 60–66.
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід». URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99 (дата звернення: 15.07.2019).
9. Паєнтко Т., Болошева А. Участь фінансових установ у схемах ухилення від оподаткування: реалії України та перспективи протидії. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2014. № 2. С. 148–158.
10. Луценко І., Хомутенко В. Сучасний механізм оподаткування інститутів спільного інвестування та їх учасників. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 10. С. 835–840.
11. Рєзніченко К., Самофат І. Особливості оподаткування страхових компаній в Україні. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2015. № 1. С. 143–154.
12. Квасовський О., Стецько М. Сучасні трансформації та проблемні аспекти оподаткування фінансових результатів діяльності страховиків а в Україні. *Світ фінансів*. 2017. № 3(52). С. 19–33.

References:

1. Vitlinskyi V., Tymchenko O. (2005). Kontseptualni polozhennia stosovno ryzyku v sferi opodatkuvannia [Conceptual provisions regarding tax risk]. *Finansy, oblik i audyt*, vol. 6, pp. 13–19.
2. Natsionalnyi bank Ukrainy (2019). Statystyka. Pokaznyky bankivskoi systemy [Statistics. Banking system indicators]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=3479859 (accessed: 15 July 2019).
3. Verkhovna rada Ukrainy (2010). Podatkovyi kodeks Ukrainy [Tax Code of Ukraine]. Available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (accessed: 15 July 2019).
4. Lehkostaieva O., Shopina A. (2015). Shliakhy udoskonalennia opodatkuvannia vitchyznianykh bankiv z urakhuvanniam mizhnarodnoho dosvidu krain Yevropy [Ways to improve the taxation of domestic banks, taking into account the international experience of European countries]. *Molodyi vchenyi*, no. 1, pp. 119–122.
5. Maniuk N., Savchuk T. (2016). Osoblyvosti opodatkuvannia bankivskykh ustanov [Features of taxation of banking institutions]. *International Scientific Journal*, vol. 1, pp. 66–69.
6. Ambarchian V. (2017). Oblik formuvannia ta vykorystannia rezerviv za finansovymy aktyvamy bankiv: model ochikuvanykh zbytkiv [Accounting for the formation and use of reserves on banks' financial assets: a model of expected losses]. *Oblik i finansy*, vol. 1, pp. 9–16.
7. Lytvyn N. (2014). Problemni aspekty bukhhalterskoho obliku kredytnykh operatsii bankiv [Problematic aspects of accounting for credit operations of banks]. *Ukrainska nauka: mynule, suchasne maibutnie*, vol. 19, pp. 60–66.
8. Ministerstvo finansiv Ukrainy (1999). Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 15 "Dokhid" [Accounting Statement (Standard) 15 "Revenue"]. Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99 (accessed: 15 July 2019).
9. Paientko T., Bolosheva A. (2014). Uchast finansovykh ustanov u skhemakh ukhylennia vid opodatkuvannia: realii Ukrainy ta perspektyvy protydii [Participation of financial institutions in tax evasion schemes: the realities of Ukraine and the prospects of counteraction]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoho universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy*, vol. 2, pp. 148–158.
10. Lutsenko I., Khomutenko V. (2016). Suchasnyi mekhanizm opodatkuvannia instytutiv spilnoho investuvannia ta yikh uchasnykiv [The current taxation mechanism for co-investment institutions and their participants]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 10, pp. 835–840.
11. Rieznichenko K., Samofat I. (2015). Osoblyvosti opodatkuvannia strakhovykh kompanii v Ukraini [Features of taxation of insurance companies in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoho universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy*, no. 1, pp. 143–154.
12. Kvasovskyi O., Stetsko M. (2017). Suchasni transformatsii ta problemni aspekty opodatkuvannia finansovykh rezultativ diialnosti strakhovykiv v Ukraini [Current transformations and problematic aspects of taxation of financial performance of insurers in Ukraine]. *Svit finansiv*, no. 3, pp. 19–33.

УДК 336.13:336.64

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-56

Шулюк Б.С.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів імені С.І. Юрія
Тернопільського національного економічного університету

Shuliuk Bohdana
Ternopil National Economic University

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА: ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД

PECULIARITIES OF FORMATION OF FINANCIAL MECHANISM OF STATE-PRIVATE PARTNERSHIP: INSTITUTIONAL APPROACH

У статті розглянуто основні концепції розвитку інституційного підходу, предметом вивчення яких є здебільшого інституційне середовище, а саме фундаментальні політичні, соціальні та юридичні правила здійснення процесів виробництва та обміну. Обґрунтовано інституційну природу фінансового механізму державно-приватного партнерства, оскільки йому притаманні такі ознаки, як правова визначеність відносин, участь держави як інституту, соціально-економічні фактори впливу, інституційні принципи та невизначеність середовища функціонування механізму. Відповідно до інституційного підходу здійснено розподіл структури згаданого механізму на мікрорівень (внутрішнє середовище), галузевий рівень (локальне середовище) та макрорівень (зовнішнє середовище). Зроблено висновок про те, що поєднання формальних та неформальних складових на кожному рівні дає змогу створити сприятливе інституційне середовище для ефективного функціонування фінансового механізму державно-приватного партнерства, визначати стратегічні вектори його розвитку та досягати поставлених цілей.

Ключові слова: фінансовий механізм, державно-приватне партнерство, інституційний підхід, внутрішнє, локальне та зовнішнє середовище, формальні й неформальні складові.

В статье рассмотрены основные концепции развития институционального подхода, предметом изучения которых является преимущественно институциональная среда, а именно фундаментальные политические, социальные и юридические правила осуществления процессов производства и обмена. Обоснована институциональная природа финансового механизма государственно-частного партнерства, поскольку ему присущи такие признаки, как правовая определенность отношений, участие государства как института, социально-экономические факторы влияния, институциональные принципы и неопределенность среды функционирования механизма. Согласно институциональному подходу осуществлено распределение структуры упомянутого механизма на микроуровень (внутренняя среда), отраслевой уровень (локальная среда) и макроуровень (внешняя среда). Сделан вывод о том, что сочетание формальных и неформальных составляющих на каждом уровне позволяет создать благоприятную институциональную среду для эффективного функционирования финансового механизма государственно-частного партнерства, определять стратегические векторы его развития и достигать поставленных целей.

Ключевые слова: финансовый механизм, государственно-частное партнерство, институциональный подход, внутренняя, локальная и внешняя среда, формальные и неформальные составляющие.

The article outlines the necessity of applying an institutional approach to the formation of a financial mechanism of public-private partnership, which will enable to comprehensively reveal the system of economic relations between partners, a set of established rules and the procedure for their regulation, coordination and control with a view to transition of the domestic economy to an innovative model of development. The main conceptions of the formation of an institutional approach, the subject of study of which is, for the most part, the institutional environment – the fundamental political, social and legal rules for the implementation of production and exchange processes. The institutional nature of the financial mechanism of public-private partnership is substantiated, since it has the following characteristics: legal certainty of relations, participation of the state as an institution, socio-economic factors of influence, institutional principles and uncertainty of the mechanism's functioning environment. According to the institutional approach, it was found that the mentioned mechanism is a set of formal and informal norms and rules governing the joint activity of public authorities and business structures, which coordinates the

economic, financial, social interests of the parties and satisfies the needs of society. Thus, the division of the structure of the mechanism into the micro level (internal environment), the industry level (local environment) and the macro level (external environment). It is noted that such a division involves the existence of a system of formal and informal norms and rules that are external to the financial mechanism of public-private partnership, that is, it does not depend on its functioning, as well as interests, to achieve which activities and interaction of economic actors is carried out. At the same time, there is an internal environment of the investigated mechanism, characterized by the interaction of formal and informal components and the system of interests of individuals formed by the partners of the partnership. It is concluded that the combination of formal and informal components at each level enables to create a favorable institutional environment for the effective functioning of the financial mechanism of public-private partnership, to determine the strategic vectors of its development and to achieve the set goals.

Key words: financial mechanism, public-private partnership, institutional approach, internal, local and external environment, formal and informal components.

Постановка проблеми. Взаємодія держави та підприємницького сектору набула великого значення в умовах соціально-економічних перетворень України. Однак недостатньо вивчені питання формування фінансового механізму державно-приватного партнерства, використання новітніх форм, методів та інструментів у його структурі. Зазначені проблеми можна вирішити завдяки застосуванню інституційного підходу, що дасть змогу комплексно розкрити систему економічних відносин між партнерами, сукупність встановлених правил і порядок їх регулювання, координації та контролю задля переходу вітчизняної економіки на інноваційну модель розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні засади особливостей формування інституційного середовища, функціонування формальних і неформальних інститутів досліджували у своїх працях такі вчені, як А. Алчіан, В. Берлі, Дж. Б'юкенен, О. Вільямсон, Г. Демзец, Р. Коуз, Г. Мінз, Д. Норт, М. Олсон, Е. Остром, Г. Таллок, Е. Шоттер. Проте в науковій літературі недостатньо вивчені питання використання інституційного підходу під час побудови партнерських відносин держави та бізнесу.

Метою статті є дослідження концептуальних аспектів розвитку інституційного підходу, а також необхідності його застосування під час формування фінансового механізму державно-приватного партнерства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зростання кількості досліджень у сфері інституційного підходу сприяло тому, що у зарубіжній літературі склалося дві концепції розуміння його сутності. Загалом у концепціях предметом вивчення є інституційне середовище, тобто фундаментальні політичні, соціальні та юридичні правила, в межах яких здійснюються процеси виробництва та обміну.

Представники першої групи концепцій (Д. Норт, Е. Остром, Е. Шоттер) розкривають сутність поняття «інститут». Д. Норт розглядав інститут як невід'ємний елемент економічної системи, стверджуючи, що «не існує інших рішень, крім використання інституціональних механізмів, задля встановлення правил гри і забезпечення їх виконання певною організацією» [1, с. 6–7]. На думку вченого, наявність інституцій дає змогу суб'єктам економічних відносин взаємодіяти за певними правилами, які поділяються на неформальні (традиції, звичаї, соціальні умови), формальні (конституції, закони, судові прецеденти, законодавчі акти), механізми примусу, що забезпечують дотримання правил (силові структури, громадська думка тощо) [2].

Формальні правила та їх захисні механізми встановлюються, регулюються та контролюються державою, тому є обов'язковими до виконання. Їх легше описати, ніж неформальні правила, що вибудовують і за якими взаємодіють люди. Незважаючи на неможливість здійснення точного аналізування й оцінювання неформальних правил, в економічному житті суспільства вони є значимими.

Отже, одні науковці розуміють під інститутом перелік усталених правил і норм взаємодії між суб'єктами економічних відносин [2; 3], а інші трактують його як рівновагу, що складається із сукупності стратегій взаємодій індивідів [4]. При цьому Дж. Б'юкенен, М. Олсон, Г. Таллок виділяють інститути, що діють у публічній сфері (вивчає теорія суспільного вибору), А. Алчіан, Г. Демзец, Р. Коуз акцентують увагу на інститутах, що діють у приватній сфері (теорія прав власності).

Автори іншої групи концепцій висвітлюють особливості організації інститутів, що створюються індивідами на контрактній основі. Базові ідеї зазначеної форми інститутів відображені в теорії агентських відносин, засновниками якої стали В. Берлі та Г. Мінз [5], сформувавши її положення ще в 30-х роках XX ст. Вчені розглянули теорію принципал-агента. Принципал (поручитель) – це суб'єкт, який встановлює правила ведення фінансово-господарської діяльності, правові та соціально-економічні норми, певні обмеження для агента (довіреної особи).

Останній зобов'язаний дотримуватися встановлених правил та норм, зберігаючи субординацію з принципалом. Отже, зазначена теорія спрямована на регулювання поведінки суб'єктів економічних відносин під час ведення господарської діяльності, формування, розподілу та використання фінансових потоків. Це стосується взаємодій держави з підприємцями та населенням, роботодавців з працівниками тощо.

Так звана теорія трансакційних витрат, яка вивчає дії фінансових механізмів економічних організацій, спирається на ідеї Р. Коуза [6]. У них акцентується увага на фінансових відносинах, що виникають не на стадії укладання, а на стадії виконання контрактів, а також на вимірюванні здійснених витрат під час кожної трансакції. Визначальне місце в теорії посідають спеціальні механізми (координаційні структури), які використовуються для регулювання поведінки учасників контрактних відносин, вирішення фінансових суперечок, швидкої адаптації діяльності суб'єктів господарської діяльності до зміни соціально-економічних умов. На думку О. Вільямсона, кожному виду економічних операцій відповідає особливий тип регулятивних структур, який забезпечує їх виконання з найменшими трансакційними витратами [7].

Науковці вважають, що якщо трансакційні витрати є значними, то неефективні інститути варто замінити ефективнішими, що дасть змогу забезпечити економію коштів. Проте неефективні інститути можуть існувати тисячоліттями та не завжди замінюються новими, прогресивнішими. Як стверджує Д. Норт, головною причиною є дія таких головних чинників [2]:

1) зацікавленість держави у збереженні таких інститутів, що спричинено переважанням видаткової частини бюджету над дохідною;

2) їх підтримка потужними групами суспільства з особистими інтересами;

3) розвиток суспільства за єдино вибраним інституційним механізмом, адже нові, ефективніші правила гри можуть залишатися поза увагою, тому що, на відміну від давно діючих інститутів, їх введення вимагає значних початкових вкладень.

Все це зумовлює функціонування застарілої інституційної системи, в якій розвивається суспільство. Такі інститути створюють умови, в яких важко жити та складно побудувати нову траєкторію руху, тому актуальним є дотримання співвідношення ефективних та менш ефективних інститутів, що дасть змогу забезпечити сталий соціально-економічний розвиток.

Фінансовий механізм державно-приватного партнерства (далі – ДПП) має інституційну природу, оскільки йому притаманні такі основні ознаки, як правова визначеність відносин, участь держави як інституту, інституційні принципи функціонування механізму, невизначеність середовища, в якому відбувається укладення угоди, громадський характер взаємин, соціально-економічні фактори впливу.

За інституційного підходу фінансовий механізм ДПП – це сукупність формальних та неформальних норм і правил, що регулюють спільну діяльність органів державної влади та підприємницьких структур, завдяки якій узгоджуються економічні, фінансові, соціальні інтереси сторін та задовольняються потреби суспільства. Розглядаючи структуру згаданого механізму, маємо розділити його на рівні, зокрема мікрорівень (внутрішнє середовище), галузевий рівень (локальне середовище) та макрорівень (зовнішнє середовище) (рис. 1). Такий поділ передбачає наявність системи формальних і неформальних норм та правил, які є зовнішніми для фінансового механізму ДПП, тобто не залежать від його функціонування, а також інтересів, для досягнення яких здійснюються діяльність і взаємодія економічних суб'єктів.

Внутрішнє середовище фінансового механізму державно-приватного партнерства характеризується взаємодією формальної та неформальної складових і системи інтересів осіб, які формуються учасниками ДПП, тобто кожен суб'єкт економічних відносин самостійно визначає цілі, ресурси, структуру управління, специфіку організації своєї діяльності. В цьому разі особливістю такого середовища є поєднання ресурсів приватного сектору та держави, а також наявність цілей, характерних для агентів обох секторів економіки (отримання прибутку й забезпечення інтересів суспільства).

Локальне середовище характеризується безпосередньою взаємодією партнерів під час побудови певної моделі фінансового механізму ДПП. Система формальних складових цього рівня, окрім законодавчо-нормативної бази, включає юридично оформлені контракти (договори) між партнерами в певній галузі економічної чи соціальної сфери. Оскільки особливістю локального середовища є те, що воно формується під час взаємодії з партнерами, важливо дотримуватися основного принципу державно-приватного партнерства, а саме інституційної рівності. Під час формування зазначеного середовища можливим є вплив внутрішнього середовища партнерів, і навпаки.

В структурі макрорівня варто виділити елементи, які, існуючи незалежно від фінансового механізму ДПП, здійснюють на нього суттєвий вплив. Так, формальні складові створюють необхідні правові, організаційно-економічні умови для функціонування згаданого механізму, а неформальні передбачають існування

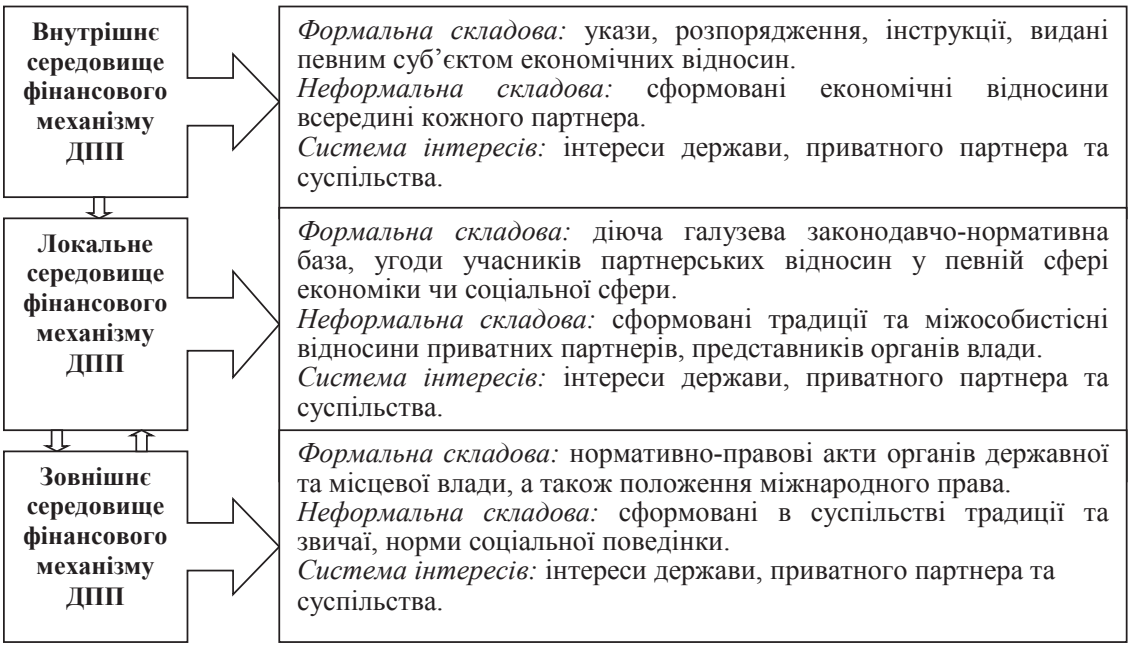

Рис. 1. Рівні фінансового механізму державно-приватного партнерства за інституційного підходу

Джерело: складено автором

певних моделей (традиції, звичаї, стереотипи, алгоритми, норми тощо) поведінки суб'єктів економічних відносин, які зацікавлені в партнерських відносинах держави та підприємницьких структур, адже завдяки такій співпраці приймаються раціональні фінансово-господарські рішення учасниками партнерства задля реалізації інтересів органів влади, представників приватного сектору та суспільства.

Поєднання формальних та неформальних складових дає змогу створити сприятливе інституційне середовище для ефективного функціонування фінансового механізму ДПП, визначати стратегічні вектори його розвитку та досягати поставлених цілей. Перевагами існування згаданого середовища є:

– інтеграція суб'єктів економічних відносин різних сфер діяльності у спільно створений інститут, який діє на основі певних норм та правил, що сприяє побудові єдиної моделі фінансового механізму партнерських відносин;

– регламентація взаємодії складових згаданого механізму, що приводить до зниження невизначеності та непрозорості його функціонування;

– координація структурних елементів механізму суб'єктами різних інститутів, спрямованої на досягнення результативності та синергетичного ефекту від спільної діяльності учасників партнерства;

– постійний контроль за виконанням норм, правил, встановлених обов'язків та функцій сторонами державно-приватного партнерства.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, інституційне середовище фінансового механізму ДПП відображає систему норм, які регламентують послідовність здійснення дій учасниками партнерства задля досягнення соціально-економічних результатів. Вони можуть встановлювати як позитивні, так і негативні аспекти регулювання механізму, спрямовуючи його функціонування в певному напрямку, роблячи економічне середовище співпраці держави та бізнесу менш невизначеним. Разом із загальноприйнятими правилами гри використовуються власні внутрішні обмеження, дотримання яких є обов'язковим до виконання всіма членами певного суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Норт Д. Институциональные изменения: рамки анализа. *Вопросы экономики*. 1997. № 3. С. 6–17.
2. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / пер. з англ. І. Дзюб. Київ : Основи, 2000. 198 с.
3. Ostrom E. An agenda for the study of institutions. *Public Choice*. 1986. Vol. 48. № 1. P. 3–26.
4. Schotter A. The Economic Theory of Social Institutions. Cambridge : Cambridge University Press, 1981. 370 p.

5. Berle A., Means G. The Modern Corporation and Private Property. New York : Macmillan, 1932. 396 p.
6. Коуз Р.Г. Природа фірми: походження, еволюція і розвиток / пер. з англ. ; за ред. О.Е. Вільямсона, С.Дж. Вінтера. Київ : А.С.К., 2002. 335 с.
7. Вільямсон О.Е. Економічні інституції капіталізму: фірми, маркетинг, укладання контрактів. Київ : Артек, 2001. 472 с.

References:

1. Nort D. (1997). Institutsionalnyie izmeneniya: ramki analiza [Institutional changes: framework for analysis]. *Voprosyi ekonomiki*, no. 3, pp. 6–17. (in Russian)
2. Nort D. (2000). *Instytutsii, instytutsiina zmina ta funktsionuvannia ekonomiky* [Institutions, institutional change and functioning of the economy]. Per. z anhl. I. Dziub. Kyiv : Osnovy. (in Ukrainian)
3. Ostrom E. (1986). An agenda for the study of institutions. *Public Choice*, vol. 48, no. 1, pp. 3–26. (in English)
4. Schotter A. (1981). The Economic Theory of Social Institutions. Cambridge : Cambridge University Press. (in English)
5. Berle A., Means G. (1932). The Modern Corporation and Private Property. New York : Macmillan. (in English)
6. Kouz R.H. (2002). *Pryroda firmy: pokhodzhennia, evoliutsiia i rozvytok* [Nature of the company: origin, evolution and development]. Per. z anhl. ; za red. O.E. Viliamsona, S.Dzh. Vintera. Kyiv : A.S.K. (in Ukrainian)
7. Viliamson O.E. (2001). *Ekonomichni instytutsii kapitalizmu: firmy, marketynh, ukladannia kontraktiv* [Economic institutions of capitalism: firms, marketing, contracting]. Kyiv : Artek. (in Ukrainian)

УДК 657.471

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-57

Панасюк В.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування підприємницької діяльності
Тернопільського національного економічного університету
Маринович О.О.
студентка магістратури факультету обліку і аудиту
Тернопільського національного економічного університету
Шухманн В.А.
студент Коледжу економіки, права та інформаційних технологій
Тернопільського національного економічного університету

Panasiuk Valentyna
Ternopil National Economic University
Marynovych Oksana
Ternopil National Economic University
Schuchmann Vadim
College of Economics, Law and Informational Technologies
of Ternopil National Economic University

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА В ЧАСТИНІ ВИТРАТ МАЙБУТНІХ ПЕРІОДІВ

ACCOUNTING AND ANALYTICAL INSTRUMENTS FOR MANAGING CURRENT ASSETS OF THE ENTERPRISE IN RELATION TO PREPAID EXPENSES

У статті розкрито сутність категорії «витрати майбутніх періодів» та висвітлено характерні особливості даного виду витрат як умовного активу. Розглянуто нормативну базу з обліку витрат майбутніх періодів і підкреслено відсутність законодавчої регламентації їх розподілу та списання. Висвітлено погляди науковців на проблемні аспекти обліку витрат майбутніх періодів, зокрема щодо класифікації та складу таких витрат. Доведено необхідність їх поділу на довгострокові й поточні. Обґрунтовано відображення витрат майбутніх періодів на рахунках обліку та використання підприємством спеціальних відомостей для документування операцій із цими витратами. Розкрито найпоширеніші методи списання витрат майбутніх періодів на витрати звітного періоду та наведено приклад витрат майбутніх періодів діючого промислового підприємства.

Ключові слова: витрати майбутніх періодів, оборотні активи, довгострокові витрати майбутніх періодів, поточні витрати майбутніх періодів, класифікація витрат майбутніх періодів, склад витрат майбутніх періодів, облік.

В статье раскрыта сущность учетной категории «расходы будущих периодов» и освещены особенности данного вида расходов как условного актива. Рассмотрена нормативная база учета расходов будущих периодов, подчеркнуто отсутствие законодательной регламентации их распределения и списания. Освещены взгляды ученых на проблемные аспекты учета расходов будущих периодов, в частности касательно их классификации и состава. Доказана необходимость их разделения на долгосрочные и текущие. Обосновано отображение расходов будущих периодов на счетах учета и использование предприятием специальных ведомостей для документирования операций с этими расходами. Раскрыты наиболее распространенные методы списания расходов будущих периодов на расходы отчетного периода для обеспечения точного соотнесения поне-

сенных расходов с полученными доходами. Приведен пример расходов будущих периодов действующего промышленного предприятия.

Ключевые слова: расходы будущих периодов, оборотные активы, долгосрочные расходы будущих периодов, текущие расходы будущих периодов, классификация расходов будущих периодов, состав расходов будущих периодов, учет расходов будущих периодов.

The essence of the accounting category «prepaid expenses» is disclosed in the article and the characteristic features of this type of expenses as a factitious asset are highlighted. The need to comply with the matching principle (expenses should be matched with revenues) is determined as the main driver of the prepaid expenses formation. The normative base for accounting of prepaid expenses is considered and the absence of legal regulation of their distribution and write-off is emphasized. The scientists' views on the problematic aspects of accounting of prepaid expenses, in particular regarding their classification and composition, are pointed. According to the Ukrainian legislation, prepaid expenses are part of current assets. However, only items that will be used or realized during one year can be considered as current assets. While prepaid expenses can be recognized as the expense of a period in subsequent years (for example, a newspaper subscription for five years). The necessity of prepaid expenses division into long-term and short-term ones is proved. The reflection of prepaid expenses on the accounts and use of the special notes for documenting all transactions with such expenses are substantiated. The most widespread methods of write-off of prepaid expenses for the expenses of the reporting period are revealed to ensure accurate correlation of the incurred expenses with the received revenues. These methods include the straight-line method and the method of estimation rates, which is based on the units of production. An example of the prepaid expenses of the operating industrial enterprise is presented. It is summarized that given the lack of legislative regulation of accounting of prepaid expenses, the enterprise can choose or independently develop a classification of such expenses, recognition criteria, forms of accounting documents and write-off method.

Key words: prepaid expenses, current assets, long-term prepaid expenses, short-term prepaid expenses, classification of prepaid expenses, composition of prepaid expenses, accounting of prepaid expenses.

Постановка проблеми. В останні десятиліття на міжнародному рівні значного розмаху набули тенденції гармонізації бухгалтерського обліку та звітності, уніфікації міжнародних стандартів, ліквідації суперечностей між національними та міжнародними практиками обліку. Та цей процес значно ускладнюється існуванням у національній практиці значної кількості неузгодженостей та неточностей щодо обліку багатьох об'єктів, у тому числі відсутнє ґрунтовне розуміння категорії «витрати майбутніх періодів».

Ці витрати завжди були предметом наукових дискусій через свою суперечливу природу. І це не дивно, адже на законодавчому рівні немає чітких роз'яснень чи рекомендацій, які б детально розкривали сутність та місце витрат майбутнього періоду в активах підприємства, регламентували їх склад та класифікацію, визначали терміни і методи списання, тому дослідження цієї облікової категорії є надзвичайно актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для усунення неточностей, створених браком інформації про витрати майбутніх періодів у законодавчо-нормативних джерелах, як зарубіжні, так і вітчизняні вчені здійснювали дослідження даного об'єкта обліку. Зокрема, сутність та класифікацію витрат майбутніх періодів досліджували Н.В. Гуріна, Т.Г. Китайчук, Е.Г. Мельник, В.М. Сапрікін. Обґрунтуванню складу цих витрат приділили особливу увагу Ю.В. Ковтуненко та О.В. Сідюк. Проблеми обліку, аналізу та контролю витрат майбутніх періодів вивчали Л.М. Духновська, П.О. Куцик, Л.В. Юзковець та ін. За результатами проведеного дослідження надбань науковців установлено, що питання систематизації витрат майбутніх періодів та їх методологічного забезпечення вивчено недостатньо. Потреба у розробленні основних напрямів обліку та формування інформації про витрати майбутнього періоду, методів їхнього групування і джерел покриття зумовлюють та обґрунтовують актуальність теми дослідження, її наукову та практичну цінність.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження сутності, класифікації та складу витрат майбутніх періодів, способів їх відображення в обліку і списання на витрати періоду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Численні дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців свідчать про те, що витрати є складною категорією, а для правильної організації їх обліку необхідні ґрунтовні знання теорії та практичні навички. Якщо доходи нараховуються на основі документів із реалізації товарів та послуг, то величина витрат завжди залежить від того, які методичні прийоми були вибрані спеціалістами підприємства серед установле-

них законодавством і закріплені в обліковій політиці [1, с. 294–295].

Інформація про витрати майбутніх періодів є одним із важливих елементів інформаційної підсистеми формування фінансових результатів, пов'язаних із розмежуванням доходів і витрат за часом. Така ситуація пояснюється тим, що ціла сукупність господарських операцій, кількість яких неухильно збільшується, породжує результат, який визначають як витрати майбутніх періодів.

У вітчизняній обліковій практиці під цими витратами прийнято розуміти витрати, здійснені протягом поточного або попередніх періодів, які мають бути визнані у наступних звітних періодах [2]. Таке трактування базується на тому, що витрати (як поточні, так і майбутні) з моменту переходу від касового методу до методу нарахувань пов'язуються не з фактом передачі грошових коштів, а визнаються в момент переходу права власності (економічних вигід та ризиків від користування активом). Тобто сплата грошей чи інших цінностей більше не служить підставою для визнання витрат. Навпаки, витрати визнаються у тому звітному періоді, в якому вони мали місце, незалежно від того, коли було здійснено пов'язану з ними виплату грошових коштів чи передачу інших активів.

Можна стверджувати, що витрати майбутніх періодів є особливим видом активів, що виникають за незбіжності періодів здійснення витрат та отримання пов'язаних із ними доходів, адже для визнання витрат застосовується принцип відповідності доходів і витрат, згідно з яким витрати визнаються тоді, коли було отримано спричинені ними доходи. Таким чином, відстрочка дає змогу розподілити витрати за сумою і часом, щоб із достатньою точністю співвіднести їх з отриманими доходами.

Ураховуючи вищевикладене, до особливостей витрат майбутніх періодів варто віднести такі:

– були понесені у звітному чи попередніх періодах;

– виступають зменшенням економічних вигід або збільшенням зобов'язань, здійсненим із метою отримання доходу чи інших вигід у наступних періодах;

– будуть включені до витрат у майбутніх періодах у разі виникнення пов'язаних із ними доходів шляхом капіталізації;

– обліковуються не як виданий аванс, а як окремий актив і не можуть бути конвертовані у грошові кошти (повернені) [3, с. 56].

Порядок обліку витрат майбутніх періодів регулюється невеликою кількістю нормативних документів, які відображено в табл. 1.

Дослідження показало, що категорія «витрати майбутніх періодів» рідко згадується у нормативній базі з бухгалтерського обліку.

Таблиця 1

Нормативно-правове регулювання обліку витрат майбутніх періодів

№ з/п	Назва нормативного документа	Коротка характеристика положень стосовно витрат майбутніх періодів
А	1	2
1	Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні»	Подано визначення поняття «витрати» та охарактеризовано основні принципи бухгалтерського обліку, у тому числі принцип нарахування.
2	НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»	Відносить витрати майбутніх періодів до обов'язкових статей Балансу (Звіту про фінансовий стан) (ф.№1 р.1170) та Консолідованого балансу (ф. № 1-к р.1170)
3	НП(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»	Регламентовано визначення витрат майбутніх періодів для суб'єктів малого підприємництва та відображення таких витрат у рядку 1170 форми № 1-м.
4	Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій	Дано характеристику витрат майбутніх періодів та перелік їхніх можливих складників. Запропоновано рахунок 39 «Витрати майбутніх періодів» для обліку цих витрат та можливу кореспонденцію рахунків.
5	Постанова про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків	Для розрахунку адекватності регулятивного капіталу банку регламентує поділ його активів на групи за ступенем ризику; до IV групи активів за ступенем ризику 50% відносяться витрати майбутніх періодів.
6	Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності	Пояснено, які саме витрати відображаються у статті «Витрати майбутніх періодів».
7	Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань	Містить інформацію щодо особливостей проведення інвентаризації витрат майбутніх періодів.

Джерело: розроблено авторами

Переважна більшість документів містить тільки коротке визначення цього виду витрат, і лише в Інструкції № 291 наводяться перелік витрат майбутніх періодів та кореспондуючі рахунки.

Як видно з табл. 1, національними П(С)БО регламентується розміщення витрат майбутніх періодів у Розділі II «Оборотні активи» Балансу (Звіту про фінансовий стан). Відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», під оборотними активами маються на увазі необмежені у використанні грошові кошти, їх еквіваленти та інші активи, що підлягають споживанню чи реалізації протягом операційного циклу чи дванадцяти місяців від дати балансу [4]. До інших активів, згаданих у цьому визначенні, належать також витрати майбутніх періодів [5, с. 272].

Як термін і активна стаття балансу витрати майбутніх періодів застосовуються з кінця XIII ст. й у бухгалтерську термінологію увійшли на початку XX ст. з появою моделей динамічного та статичного балансу. У практиці радянських підприємств категорія «витрати майбутніх періодів» виконувала функцію нівелювання впливу одноразових витрат на собівартість продукції, тобто здійснювала так званий «згладжувальний ефект». Відображалися витрати майбутніх періодів у складі оборотних активів, і при цьому не мало значення, протягом якого періоду часу (звітного року або більше) вони будуть списані на поточні витрати [6, с. 62].

Від моменту затвердження у березні 1999 р. Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 2 «Баланс» витрати майбутніх періодів почали виділяти в окремий розділ балансу. Але з першого кварталу 2013 р. такі витрати було знову включено до складу оборотних активів підприємства, і, відповідно, з'явилася необхідність ураховувати їх під час розрахунку багатьох показників: коефіцієнту мобільності, маневреності, оборотності оборотних активів, терміну оборотності оборотних активів тощо [3, с. 57].

Варто відзначити, що у новій редакції Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» від 16 листопада 2018 р. вилучено принцип відповідності доходів та витрат. Імовірно, це є ще одним заходом для гармонізації національних та міжнародних стандартів. Можливо, наступним кроком змін в обліковій системі стане ліквідація статті «Витрати майбутніх періодів», адже в МСФЗ такого поняття не виділяють. Проте Концептуальна основа фінансової звітності передбачає систематичний і раціональний розподіл витрат із подальшим визнанням їх у Звіті про прибутки та збитки, якщо виникнення економічних вигід від таких витрат передбачається протягом кількох періодів і їх зв'язок із доходом важко прослідкувати.

Для достовірного обліку витрат майбутніх періодів необхідною є їх класифікація (табл. 2), що забезпечить групування витрат за низкою

Таблиця 2

Класифікація витрат майбутніх періодів

Класифікаційна ознака	Вид витрат
1	2
За видом діяльності	• операційні; • фінансові; • інвестиційні
За значущістю	• менш значущі за величиною; • більш значущі за величиною
За характером	• одиничні (коли договором передбачається одноразова оплата); • комплексні (коли договором сплата передбачається двічі і більше)
За способом понесення витрат	• витрати здійснені власними силами; • витрати понесені під час використання послуг сторонніх організацій
За природою виникнення	• ВМП, момент виникнення яких має юридичну природу; • ВМП, момент виникнення яких має економічну природу
За положенням у балансі	• ВМП, що відносяться до активу; • ВМП, що відносяться до пасиву (нараховані забезпечення майбутніх витрат і платежів); • ВМП, що у момент виникнення відносяться одночасно і до активних, і до пасивних статей балансу
За обліковим статусом	• проведені ВМП; • наперед сплачені ВМП; • нараховані ВМП.
За участю в розрахунку показників діяльності	• витрати, що завжди беруться для розрахунку; • витрати, що частково беруть участь у розрахунку; • витрати, що виключаються з розрахунку

Джерело: складено за [7, с. 28]

ознак, полегшить розуміння даної категорії та підвищить ефективність управління.

Найбільше суперечок викликає класифікація витрат майбутніх періодів за розміщенням у балансі. Деякі вчені (В.М. Саприкін, Н.В. Гуріна) стверджують, що витрати майбутніх періодів можуть виступати як активом, так і джерелом його утворення (пасивом). В активі відображаються вже понесені витрати, наприклад на передплату видань, а в пасиві – такі, що ще не відбулися, але можуть виникнути в майбутньому як витрати на виконання гарантійних зобов'язань.

Варто відзначити думку Е.Г. Мельник, яка довела ідентичність деяких складових елементів витрат майбутніх періодів та резервів майбутніх виплат та платежів. Авторка уважає, що на практиці існують випадки, коли витрати майбутніх періодів відображаються і в активі, і в пасиві одночасно. Наприклад, під час створення резерву на гарантійний ремонт дослідних зразків продукції, за умови, що серійного і масового випуску цих виробів ще не налагоджено, доцільно здійснити бухгалтерське проведення: Дт 39 Кт 473. Також висловлено пропозицію використовувати рахунок 39 «Витрати майбутніх періодів» на початковому етапі (під час створення) підприємства, але зі збільшенням обсягів виробництва замінити його на рахунок 47 «Забезпечення майбутніх виплат та платежів» для операцій, які здійснюються регулярно [8, с. 37].

Ми не погоджуємося з такою позицією й уважаємо, що витрати майбутніх періодів та забезпечення майбутніх виплат є абсолютно різними категоріями. Витрати майбутніх періодів визнаються як умовний актив для подальшого списання на період, в якому будуть отримані економічні вигоди, тоді як забезпечення майбутніх витрат є зобов'язанням із невизначеною сумою та строком погашення, і витрати на їх формування одразу визнаються витратами поточного періоду.

Варто відзначити ще одну суперечливу класифікацію витрат майбутніх періодів, а саме за ознакою часу їх списання. Національними П(С)БО розподіл витрат майбутніх періодів на довгострокові та поточні не передбачається. Однак із визначення поняття «оборотні активи», поданого в НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», слідує, що до оборотних активів можна віднести лише ту суму витрат майбутніх періодів, що буде списана протягом року чи операційного циклу, якщо він довший за дванадцять місяців. Тому, на нашу думку, якщо сума витрат майбутніх періодів є суттєвою та неправильне її відображення у Балансі (Звіті про фінансовий стан) може призвести до викривлення даних звітності, необхідно розподіляти ці витрати на поточні та довгострокові: перші відображати в рядку 1170 форми № 1, а другі відносити до інших необоротних активів (р. 1090 ф. № 1).

Помилкою може бути також віднесення до витрат майбутніх періодів такого роду витрат, які насправді належать до звітного періоду, і навпаки. Це призведе до неправильного розрахунку сум прибутку та податкових платежів. Часто причиною такого порушення є те, що не всі витрати можна безпосередньо співвіднести з певними доходами, тому підприємству варто встановити чіткі критерії, за якими витрати будуть відноситися до поточних чи майбутніх. В Інструкції № 291 подано короткий перелік можливих витрат майбутніх періодів, зокрема це:

– витрати на підготовку до виробництва в сезонних галузях промисловості;

– витрати на освоєння нових виробництв та агрегатів;

– сплачені авансом орендні платежі;

– оплата страхових полісів;

– оплата торгових патентів;

– передплата газет, журналів, інших періодичних та довідкових видань [2].

Ми частково погоджуємося з думкою вітчизняних учених (Я.В. Соколова, П.О. Куцика), що до витрат майбутніх періодів варто включати лише такі витрати, які не можуть бути повернені в майбутньому. Науковці пропонують не відносити витрати на передплату журналів, авансовані орендні платежі і т. п. до витрат майбутніх періодів, адже за своєю суттю вони є дебіторською заборгованістю, здійсненими наперед платежами, за якими стоїть певний контрагент, який ці витрати зможе компенсувати у разі невиконання зобов'язання [9, с. 219]. Витрати майбутніх періодів справді можуть розглядатися як дебіторська заборгованість (аванси видані або передоплати за договорами), але, на нашу думку, ключовим є не факт оплати, а те, що витрати, визнані як витрати майбутніх періодів, вже здійснені і не підлягають перегляду, тобто існує абсолютна впевненість у тому, що зобов'язання контрагентів будуть виконані.

На практиці підприємства мають право самостійно вирішувати, які витрати включати до витрат майбутніх періодів. У рамках дослідження було вивчено перелік витрат майбутнього періоду ТОВ «Стандарт-Парк», яке займається виробництвом елементів систем поверхневого водовідводу. Дане підприємство до витрат майбутніх періодів відносить:

– витрати на річну підписку газети «Все про бухгалтерський облік», електронних журналів «Головбух», «Довідник спеціаліста з охорони праці» та «Кадровик»;

– плату за річне користування програмними продуктами M.E.Doc, SOLIDWORKS Premium та SOLIDWORKS Professional, «Митний брокер»;

– річну плату за доступ до Інтернет-платформи EDI NETWORK.

Для обліку витрат майбутніх періодів підприємство використовує виключно рахунок 39 «Витрати майбутніх періодів» та відображає на ньому витрати зі строком списання до 12 місяців. Для обліку витрат зі строком списання більше року, якщо такі виникнуть, рекомендуємо використовувати субрахунок 184 «Інші необоротні активи» чи створити новий субрахунок 185 «Довгострокові витрати майбутніх періодів». Відповідно, у Балансі (Звіті про фінансовий стан) довгострокові витрати майбутніх періодів будуть відображатися в рядку 1090 «Інші необоротні активи» [10, с. 10].

Усі операції з витратами майбутніх періодів повинні бути належно задокументовані. Визнання та списання витрат майбутніх періодів підлягає відображенню в первинних документах із бухгалтерського обліку. Оскільки на законодавчому рівні типових форм не передбачено, підприємство самостійно формує Відомості нарахування та списання витрат майбутніх періодів. Для зручності та посилення контролю можна також відкрити Картку обліку руху витрат майбутніх періодів, де будуть реєструватися здійснені операції щодо даного типу витрат.

Одним із найважливіших питань з обліку витрат майбутніх періодів є вибір методу списання, який дасть змогу максимально об'єктивно відносити витрати майбутніх періодів на витрати тих періодів, до яких відносяться одержані доходи. Правильно вибрана методика розподілу накопичених витрат у рамках встановленого часового інтервалу забезпечить достовірне інформаційне підґрунтя для прийняття управлінських рішень [11, с. 287].

Законодавчо не встановлено методи й терміни списання витрат майбутніх періодів, тому підприємства можуть вибирати й установлювати їх самостійно. Найчастіше використовується лінійний метод, який передбачає рівномірне списання однакової суми витрат протягом усього терміну їх існування. Однак цей метод підходить не для всіх видів витрат майбутніх періодів, адже необхідно, щоб доходи від цього умовного активу виникали з такою ж періодичністю.

Залежно від виду витрат майбутніх періодів можна застосовувати також метод кошторисних ставок, який полягає у розрахунку певних коефіцієнтів, що базуються на обсягах виробництва. Зокрема, розраховуються кошторисні ставки для кожного виду витрат як частки загальної суми витрат майбутніх періодів та планових обсягів продукції. Далі визначають річну суму витрат шляхом добутку кошторисної ставки та планового річного обсягу продукції. Цей метод є особливо ефективним для видів витрат, за якими найбільший дохід отримується в перші роки та з часом зменшується [12, с. 81].

Ураховуючи, що основною метою виділення витрат майбутніх періодів в окрему статтю є подальше співвіднесення цих витрат із доходами, то, на нашу думку, більш доцільно під час списання витрат майбутніх періодів орієнтуватися не на фактор часу, а на отримані результати і списувати витрати пропорційно до отриманого доходу.

Усі згадані аспекти, такі як склад витрат майбутніх періодів, особливості документування, відображення на рахунках обліку і звітності, порядок списання на поточні витрати та витрати періоду, необхідно вказувати у Наказі про облікову політику та послідовно застосовувати протягом усієї діяльності підприємства.

Висновки з даного дослідження. У ході дослідження встановлено, що, незважаючи на законодавчу регламентацію включення витрат майбутніх періодів до складу оборотних активів, необхідно розподіляти такі витрати на короткострокові й довгострокові, останні відображати у складі необоротних активів. Важливим є встановлення на підприємстві чітких критеріїв для віднесення витрат до майбутніх чи поточних та розмежування витрат майбутніх періодів і дебіторської заборгованості. Найбільш поширеними методами списання витрат майбутніх періодів на поточні витрати є прямолінійний метод та метод кошторисних ставок (виробничий). Проте, враховуючи відсутність регулювання даного питання на законодавчому рівні, підприємству варто вибрати чи самостійно розробити такий метод, який найточніше співвідноситиме понесені витрати з отриманими доходами.

Список використаних джерел:

1. Луговский Д.В. Доходы будущих периодов как бухгалтерская категория: архаизм или неологизм. *Экономика устойчивого развития*. 2017. № 1(29). С. 294–303.
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99 (дата звернення: 26.07.2019).
3. Духновська Л.М., Юзковець Л.В. Проблемні аспекти обліку, аналізу та контролю витрат майбутніх періодів. *Молодий вчений*. 2014. № 4(07). С. 55–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_4(07)__15

4. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13 (дата звернення: 26.07.2019).
5. Бухгалтерський облік : підручник / Я.Д. Крупка та ін. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 460 с.
6. Сидюк О.В., Потепух Е.В. Трансформация статьи баланса «Расходы будущих периодов» при составлении отчетности по МСФЗ. *Економіка і організація управління*. 2013. Вип. 1–2. С. 60–66.
7. Гуріна Н.В., Дударчук М.В. Класифікація витрат майбутніх періодів. *Стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні* : матеріали III Всеукраїнської наук.-практ. конф. молодих науковців, аспірантів та студентів. Ірпінь : Університет ДФС України, 2017. С. 27–29.
8. Мельник Е.Г. Витрати майбутніх періодів та резерв майбутніх виплат та платежів: склад та характеристика. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки».* 2009. № 3(49). С. 34–38.
9. Куцик П.О., Куценко Н.В. Економічна суть та склад витрат майбутніх періодів. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2015. Вип. 3(21). Ч. 1. С. 217–221.
10. Брік С.В. Деякі особливості фінансового обліку доходів та витрат майбутніх періодів. *Проблеми підвищення якості системи обліку, аналізу, аудиту й оподаткування в сучасних умовах господарювання* : матеріали Всеукр. Інтернет-конф., м. Миколаїв, 18 травня 2018 р. Миколаїв : МНАУ, 2018. С. 9–11.
11. Куцик П.О. Облік витрат майбутніх періодів: організаційний аспект. *Розвиток бухгалтерського обліку: теорія, професія, міжпредметні зв'язки* : збірник матеріалів IX Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 26 лютого 2015р. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2015. С. 285–288.
12. Мельник Е.Г. Методика обліку витрат майбутніх періодів в Україні та Російській Федерації: порівняльний аспект. *Вісник ЖДТУ. Серія «Економічні науки»*. 2009. № 2(48). С. 77–85.

References:

1. Lugovsky D.V. (2017). Dokhody budushchikh periodov kak bukhgalterskaya kategoriya: arkhaizm ili neologizm [Incomes of future periods as accounting category: archaism or neologism]. *Ekonomika ustoychivogo razvitiya* [Economics of sustainable development], no. 1(29), pp. 294–303.
2. Ministerstvo finansiv Ukrai'ny (1999). Instruktsiia pro zastosuvannia Planu rakhunkiv bukhhalterskoho obliku aktyviv, kapitalu, zoboviazan i hospodarskykh operatsii pidpryiemstv i orhanizatsii. Nakaz N 291, zatv. vid 30 lystopada [Electronic resource]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99
3. Duhnovska L.N., Yuzkovets L.V. (2014). Problemni aspekty obliku, analizu ta kontroliu vytrat maibutnikh periodiv [Problem aspects of accounting, analysis and control of prepaid expenses]. *Molodyi vchenyi* [Young scientist], No. 4(07), pp. 55–58. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_4(07)__15
4. Pro zatverdzhennya Natsionalnogo polozhennya (standartu) bukhgalterskogo obliku 1 «Zagalni vimogi do finansovoї zvitnosti» : Nakaz Ministerstva finansiv Ukraini vid 07.02.2013 r. № 73 [Electronic resource]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13
5. Krupka Ya.D., Zadorozhnyi Z.V., Hudz N.V. (2018). Bukhhalterskyi oblik [Accounting]. Ternopil : TNEU. (in Ukrainian)
6. Sidyuk O. V., Potepukh O. V. (2013). Transformatsiya stat'i balansa «Raskhody budushchikh periodov» pri sostavlenii otchetnosti po MSFZ [Transformation of the Balance Sheet item «prepaid expenses» for reporting according to IFRS]. Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia, vol. 1-2, pp. 60–66.
7. Hurina N.V., Dudarchuk M.V. (2017). Klasyfikatsiia vytrat maibutnikh periodiv [Classification of prepaid expenses]. Proceedings of the *Stan ta perspektyvy rozvytku bukhhalterskoho obliku v Ukraini : III Vseukrainska nauk.-prakt. konf. (Ukraine, Irpin, 2017)*. Irpin : Universytet DFS Ukrainy, pp. 27–29.
8. Melnyk E.H. (2009). Vytraty maibutnikh periodiv ta rezerv maibutnikh vyplat ta platezhiv: sklad ta kharakterystyka [Prepaid expenses and reserve for future payments: composition and characteristics]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriia : Ekonomichni nauky*, no. 3(49), pp. 34–38.
9. Kutsyk P.O., Kutsenko N.V. (2015). Ekonomichna sut ta sklad vytrat maibutnikh periodiv [The economic nature and composition of prepaid expenses]. *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu*, vol. 3(21), no. 1, pp. 217–221.
10. Brik S.V. (2018). Deiaki osoblyvosti finansovoho obliku dokhodiv ta vytrat maibutnikh periodiv [Some features of financial accounting of deferred revenue and prepaid expenses]. Proceedings of the *Problemy pidvyshchennia yakosti systemy obliku, analizu, audytu y opodatkuvannia v suchasnykh umovakh hospodariuvannia : Vseukr. internet-konf. (Ukraine, Mykolayiv, May 18, 2018)*. Mykolayiv : MNAU, pp. 9–11.
11. Kutsyk P.O. (2015). Oblik vytrat maibutnikh periodiv: orhanizatsiinyi aspekt [Prepaid expenses accounting: organizational aspect]. Proceedings of the *Rozvytok bukhhalterskoho obliku: teoriia, profesiia, mizhpredmetni zviazky : IX Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (Ukraine, Kyiv, February 26, 2015)*. Kyiv : NNTs «IAE», pp. 285–288.
12. Melnyk E.H. (2009). Metodyka obliku vytrat maibutnikh periodiv v Ukraini ta Rosiiskii Federatsii: porivnialnyi aspekt [The methodology of accounting of prepaid expenses in Ukraine and the Russian Federation: a comparative aspect]. *Visnyk ZhDTU. Seriia : Ekonomichni nauky*, no. 2(48), pp. 77–85.

УДК 657.1.011.56:004

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-58

Попівняк Ю.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту
Львівського національного університету імені Івана Франка

Popivniak Yuliia
Ivan Franko National University of Lviv

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРАКТИКУ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

APPROACHES TO EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF INFORMATION TECHNOLOGIES IMPLEMENTATION IN ACCOUNTING PRACTICE

У статті наголошено на необхідності впровадження інформаційних технологій у бухгалтерську практику. Розглянуто підходи до розуміння поняття ефективності, систематизовано можливі витрати і вигоди від використання сучасних програмних рішень для бухгалтерії з погляду їх кількісної (матеріальні, часові, технічні) та якісної природи. Згруповано підходи дослідників до напрямів і методів оцінки ефективності впровадження інформаційних технологій на підприємстві, у тому числі й у бухгалтерському обліку. Запропоновано комбіновану методику такої оцінки як поєднання методів фінансового, комплексного комерційного, імовірнісного й експертного характеру. При цьому наголошено, що вибір того чи іншого набору методів та їхніх інструментів у кожному конкретному випадку залежить від величини і виду діяльності підприємства, мети та завдань автоматизації, параметрів й етапу впровадження інформаційних технологій тощо.

Ключові слова: автоматизація бухгалтерського обліку, ефективність, інформаційні технології, метод оцінки, оцінка, програмне забезпечення.

В статье отмечена необходимость внедрения информационных технологий в бухгалтерскую практику. Рассмотрены подходы к пониманию понятия эффективности, систематизированы возможные затраты и выгоды от использования современных программных решений для бухгалтерии с точки зрения их количественной (материальные, временные, технические) и качественной природы. Сгруппированы подходы исследователей к направлениям и методам оценки эффективности внедрения информационных технологий на предприятии, в том числе и в бухгалтерском учете. Предложена комбинированная методика такой оценки как сочетание методов финансового, комплексного коммерческого, вероятностного и экспертного характера. При этом отмечено, что выбор того или иного набора методов и их инструментов в каждом конкретном случае зависит от величины и вида деятельности предприятия, цели и задач автоматизации, параметров и этапа внедрения информационных технологий.

Ключевые слова: автоматизация бухгалтерского учета, эффективность, информационные технологии, метод оценки, оценка, программное обеспечение.

The article emphasizes the need for introduction an information technology into accounting practice and the growing necessity to develop reliable system of indicators of the financial consequences of the implementation of specific accounting automation projects measurement. Approaches to understanding the concept of efficiency as the ratio of costs to the effect of their implementation, as well as the obtained result to the planned are considered. The possible costs and benefits of modern accounting software use in terms of their quantitative (material, time, technology) and qualitative nature have been systematized. It is concluded that if the costs for accounting information technologies implementation are more material and measurable, the effect of such implementation often has a qualitative expression, which is difficult to estimate in the perspective. Emphasis is placed on the limited result of the analysis in case of an exceptional comparison of costs and benefits, since the savings obtained are not always crucial in the context of complex strategic management aims. The approaches of researchers to determining directions and methods of efficiency evaluation of information technologies implementation at the enterprise (including accounting operations) are grouped. The composite methodology of such evaluation, represented as a combination of financial (cost accounting and control methods, investment project analysis indicators), complex commercial (Balanced Scorecard,

Information Economics, Portfolio Management, Total Value of Opportunities, Total Economic Impact, Rapid Economic Justification, etc.), probablistic (Real Options Valuation, Applied Information Economics, etc.) and expert (classic expert methods (based on principles of majority rule, Pareto, optimism or pessimism, Savage, etc.), Analytic Hierarchy, Delphi method) methods is proposed. It is emphasized that the choice of a range of methods and their tools in each case depends on the size and type of activity of the enterprise, the purpose and tasks of automation, parameters and stage of implementation of information technologies.

Key words: accounting automation, efficiency, information technologies, evaluation method, evaluation, software.

Постановка проблеми. В умовах стрімкої глобалізації, посиленої конкуренції, цифровізації і невпинного розвитку інформаційних технологій (ІТ) вирішальну роль для сучасного підприємства відіграють швидкість та якість прийнятих управлінських рішень, більшість з яких ґрунтується на даних бухгалтерського обліку. Запорукою повноти, достовірності й оперативності останніх нині виступають ІТ. Автоматизація роботи облікових працівників сьогодні активно запроваджується і поглиблюється на всіх підприємствах, особливо на тих, які у своїй діяльності опираються на далекоглядні стратегії зростання і розвитку.

У контексті сказаного на перший план виходить необхідність виміру й оцінки ефекту від упровадження та використання того чи іншого програмного забезпечення, особливо на етапі його вибору. Однак ситуація ускладнюється широкими можливостями такого вибору, а також наявністю різнопланових підходів до оцінки ефективності проектів з автоматизації облікових робіт. Часто витрати на дорогі ІТ не окуповуються, а ризики, пов'язані з їх упровадженням, виявляються неочікувано високими та супроводжуються для підприємства додатковими витратами ресурсів. У цих умовах перед управлінцями постає питання виправданості інвестування коштів у спеціалізоване бухгалтерське програмне забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання аналізу та оцінки ефективності застосування інформаційних систем і технологій на підприємствах (у т. ч. у бухгалтерському обліку) – предмет дослідження таких учених, як: О. Аксьонов, Л.Б. Анісіфоров [1], А.А. Барсегян, Л.Г. Бондаренко, Ф.Ф. Бутинець, Н.Е. Василевська, С.А. Гаркуша, О.В. Гелюх [2], Д.В. Долбнєва, В.В. Євдокимов [3], С.Ф. Івахненков, Ю. Кузьмінський [4], Д.Л. Лозинський [3], В.О. Осмятченко, В.Ф. Палій, Ф. Плешак, К.В. Сальнікова, К.Г. Скрипкін, В.В. Сопко та ін. Утім, неоднозначність запропонованих методик і моделей оцінки, суб'єктивізм багатьох із них та проблеми, пов'язані з вартісним вимірюванням одержаних результатів, указують на потребу детального вивчення цих методик для їх наукового підтвердження й оптимізації з урахуванням унікальності діяльності кожного підприємства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в ідентифікації, систематизації та обґрунтуванні підходів до оцінки підприємством ефективності впровадження ІТ у процес виконання облікових робіт, формуванні загальної методики такої оцінки для забезпечення прибутковості інвестицій в ІТ та зменшення терміну їх окупності.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними Gartner Inc., цифрові ініціативи – основний пріоритет діяльності компаній у 2019 р. Лише 4% з них не ініціюють цифрових змін, проте у 33% компаній такі ініціативи вже знаходяться на стадії зрілості (приріст порівняно з 2018 р. – 94%). При цьому 47% опитаних генеральних директорів зазначили, що для оцінки ефективності впровадження цифрових технологій вони користуються простими показниками, які включають дохід, продажі та прибуток, а решта 53% зізналися, що взагалі не мають розробленої методики такої оцінки [5].

Дослідження, представлені Deloitte і ACCA, свідчать, що потенціал фінансових та бухгалтерських функцій для автоматизації сьогодні оцінюють високо – на рівні 56,08% [6, с. 7]. Подібні очікування підтверджуються показниками, одержаними ACCA у 2016 р.: 55% респондентів (понад 2 тис фахових бухгалтерів та керівників вищої ланки у світі) висловили передбачення, що автоматизовані бухгалтерські системи протягом наступних 3–10 років стануть найвпливовішими у сфері бухгалтерського обліку [7, с. 11]. У складі цифрових технологій (на рівні із соціальними медіа, хмарними технологіями, великими даними, інструментами візуалізації інформації тощо) вони стануть рушійною силою та одним із найвпливовіших чинників на професію бухгалтера і вимоги до його фахових умінь [7, с. 24]. При цьому, наприклад, у Німеччині 60% опитаних (бухгалтери, головні бухгалтери, фінансові директори та ін.) компанією KPMG указали на збільшення бюджету на реалізацію проектів із цифровізації бухгалтерського обліку у найближчі роки [8, с. 22]. Таким чином, використання ІТ для ведення бухгалтерського обліку – ознака його професійності й запорука успіху діяльності підприємства за умови, що ці технології забезпечують високу якість і надійність облікового процесу та застосовуються на засадах ефективності.

Зараз на ринку існує багато програмних рішень для бухгалтерського обліку, причому як

вітчизняного, так й іноземного походження (SAP Business One, Microsoft Dynamics NAV, ERP Cloud, OpenPro, IT-Enterprice, iFin, «Master:Бухгалтерія», «Акцент», TAXER, iFin, «Арт-Звіт Плюс» тощо). Кожна з програм має свої вартість і термін упровадження, функції, розрахована на певні види діяльності й розміри підприємств [3; 9; 10, с. 5–6], тому попри загальні беззаперечні переваги використання ІТ в обліку (за звітами KPMG – поліпшення якості й узгодженості даних, зростання сконцентрованості на процесах, підвищення швидкості складання і подання звітності тощо [8, с. 17]), їх упровадження може наштовхнутися на низку перешкод, пов'язаних з автоматизацією неоптимізованих процесів, паралельним існуванням застарілих технологій, обмеженою доступністю інноваційних кадрів, які є ефективними виконавцями, низьким рівнем залучення працівників до заходів із модернізації технологій та зростанням тимчасового навантаження на них, необхідністю реорганізації структури й бізнес-процесів підприємства, а також відсутністю прозорої і надійної інформації стосовно фінансових наслідків реалізації тих чи інших проектів з автоматизації облікових робіт.

Згідно зі стандартним підходом до тлумачення ефективності (у т. ч. й під час упровадження інформаційних систем в обліку), для її визначення слід зіставити результат (ефект, вигоду) та витрати, які зумовили його одержання [3; 11, с. 126]. Найточніші дані отримаємо, якщо згадані показники відповідають критеріям первинності, піддаються вимірюванню і верифікації [12], хоча принцип системності вимагає врахування й непрямого ефекту (вплив на стратегічні показники діяльності підприємства тощо), який важко піддається кількісному чи вартісному вимірюванню.

Л.Б. Анісіфоров та Л.О. Анісіфорова визначають ефективність системи в широкому розумінні як комплексну її характеристику, яка відображає ступінь відповідності такої системи потребам й інтересам замовників, користувачів та інших зацікавлених осіб. Щоб оцінити ефективність ІТ, на думку вчених, треба сформулювати реальні корисні результати (мету і завдання автоматизації); фінансові, кадрові та інші обмеження; визначити ступінь відповідності отриманих корисних ефектів бажаним для кожного альтернативного варіанту застосування ІТ; вибрати рішення, яке дасть змогу забезпечити корисні ефекти з мінімальними витратами [1, с. 13, 15].

Зіставлення витрат і корисного ефекту (вигід) від їх здійснення слід проводити в розрізі прямих і непрямих, капітальних та поточних витрат за стадіями життєвого циклу ІТ ведення бухгалтерського обліку (ініціювання розроблення, розроблення, впровадження, експлуатація, припинення підтримки і супроводу, виведення з експлуатації), адже величина і точність цих показників на кожному етапі будуть різними і залежатимуть від багатьох чинників.

Якщо говорити про витрати на реалізацію проекту з автоматизації бухгалтерського обліку, то їх оцінка є не настільки складною, як результату від такої реалізації. Проблема у тому, що облікові ІТ не беруть прямої участі у створенні вартості і формуванні фінансового результату підприємства, показників фінансово-господарської діяльності. Однак вони опосередковано впливають на згадані показники – через ефективні й обґрунтовані рішення управлінського персоналу, уможливлені завдяки достовірній інформації та підвищенню якості виконання бізнес-процесів на підприємстві.

Подамо можливі витрати й вигоди від упровадження ІТ в облікову практику в розрізі статей кількісного й якісного характеру в табл. 1.

Проілюстровані у табл. 1 результати підтверджують висловлену думку: якщо витрати мають більш матеріальний і вимірюваний характер, то ефект від їх здійснення – часто якісне вираження, оцінити яке є набагато складніше, хоча не менш важливо, адже з часом воно теж набуде грошового вираження.

Серед витрат вагому частку займає вартість програмного продукту і його подальшого обслуговування. Ці величини залежать від цілої низки чинників, серед яких – набір функцій, можливість інтеграції з іншим програмним забезпеченням, легкість модифікації, безпека даних, доступ із мобільного телефона, наявність демо-версії, оновлення, підтримка, репутація виробника, наявність безкоштовного випробувального терміну, гарантії, телефонна та веб-підтримка, знижки під час купівлі, зрозумілий інтерфейс, можливість зростання програми разом із підприємством та потребами його клієнтів.

Багато дослідників для аналізу витратного аспекту ефективності використання ІТ пропонують застосовувати методику сукупної вартості володіння (англ. – TCO (Total Cost of Ownership)). Вона була розроблена у кінці 80-х років XX ст. компанією Gartner Group, удосконалена у 1994 р. до повноцінної моделі аналізу та застосовується для обчислення витрат на створення і супровід інформаційної інфраструктури шляхом урахування не лише явних прямих витрат, а й «неявних» (прихованих, які не піддаються бюджетуванню), що становлять значну частину сукупної вартості впровадження та використання ІТ [1, с. 39–40; 9; 12; 13; 14, с. 264; 15, с. 24]. Однак дана методика не враховує дохід (корисний ефект чи прибуток) від такого впровадження, як і його ризики та відповідність стратегії автоматизації облікових робіт на підприємстві.

Таблиця 1

Витрати та вигоди від упровадження ІТ у процес ведення бухгалтерського обліку

Вид показника	Підвид показника	Назва показника	
		Витрати	**Вигоди**
Кількісний	Матеріальний	1. Придбання і налаштування обладнання й комплектуючих. 2. Розроблення, придбання програм. 3. Вартість супроводу, техпідтримки. 4. Навчання і сертифікація бухгалтерів. 5. Транспортування, встановлення і налаштування програми. 6. Залучення зовнішніх консультантів. 7. Придбання ліцензії. 8. Купівля оновлень. 9.Абонентська плата за Інтернет, оплата віддаленого доступу для бухгалтерів.	1. Зниження витрат на внутрішній аудит. 2. Зменшення витрат на копіювання, зберігання документів, канцтовари, друкарський папір. 3. Зниження вартості проведення бухгалтером транзакцій.
	Часовий	1. Простій (несправність, техогляд). 2. Час на проектування, закупівлю та впровадження технологічного рішення. 3. Використання службових технологій для неслужбових цілей. 4. Самонавчання бухгалтера роботі з програмою, самообслуговування службового комп'ютера.	1. Пришвидшення пошуку й обробки документів. 2. Зниження тривалості документального супроводу господарських операцій. 3. Синхронне ведення оперативного, бухгалтерського та статистичного обліку. 4. Уникнення дублювання введення даних. 5. Оптимізація ділових операцій.
	Технічний	1. Ліквідація застарілого обладнання; 2. Списання старого програмного забезпечення.	1. Скорочення штату бухгалтерів; 2. Зниження кількості бухгалтерських помилок; 3. Зменшення ризику втрати інформації; 4. Скорочення паперового документообігу; 5. Економія технічних засобів; 6. Збільшення кількості функцій програм; 7. Нові інструменти аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства; 8. Розмежування прав доступу до даних.
Якісний		1. Корупційні схеми під час придбання обладнання, комплектуючих, замовлення консалтингових послуг. 2. Відсутність достатньої кількості працівників бухгалтерії з інноваційним типом мислення. 3. Консерватизм та неготовність бухгалтерів до технологічних змін.	1. Легкість контролю над фінансовою і виконавчою дисципліною. 2. Встановлення єдиного порядку обробки, проходження та реєстрації документів; 3. Поліпшення доступу до інформації. 4. Підвищення рівня безпеки даних. 5. Зростання ефективності використання бухгалтерами професійних знань, рівня їхньої професійної підготовки. 6. Відкритість та прозорість роботи бухгалтера, формування на підприємстві єдиного інформаційного простору. 7. Раціональний розподіл навантаження на бухгалтерів. 8. Інноваційність діяльності бухгалтера, застосування нових методів роботи. 9. Поліпшення умов праці бухгалтера. 10. Підвищення точності, деталізація даних.

Джерело: розроблено автором

Наголосимо, що навіть порівнявши витрати і вигоди, все ж отримуємо обмежений результат, адже не враховується багато інших чинників, у т. ч. нефінансового характеру, тому економічні результати впровадження ІТ охоплюються не повністю. Крім того, економія витрат на основні застосованих технологій не є вирішальною, адже процес управління ставить перед собою більш складні та глобальні завдання. Оцінка економічного ефекту від зменшення витрат чи одержання додаткових доходів коректним способом також буває проблематичною. До того ж під ефективністю розуміємо досягнення проектом автоматизації бухгалтерського обліку потрібних результатів [16, с. 268], тобто оцінювати його треба передусім із позиції порівняння одержаних результатів із запланованими. Тому важливим завданням системи менеджменту є правильне формулювання вимог до автоматизованої системи, встановлення конкретних термінів реалізації робіт з її впровадження та розрахунок бюджету. Реальним проект інвестування коштів в ІТ стає тоді, коли розраховано його ефективність визначеним набором методів і показників. Систематизуємо пропозиції дослідників щодо визначення складників такого набору.

Низка вчених подає підходи до оцінки ІТ виходячи з критеріїв їх ефективності, визначених у різні роки в ДСТУ [14, с. 263; 17, с. 107; 18, с. 256]. Також у публікаціях згадується методика, яка діяла за радянських часів під назвою «Типова методика визначення економічної ефективності капітальних вкладень» (1969 р.) та пропонувала для їх оцінки розраховувати показник мінімуму приведених витрат, у порівнянні з яким відбувався відбір найкращих рішень. Пізніше, у 80-х роках, вона була вдосконалена з урахуванням особливостей функціонування комп'ютерних технологій [1, с. 19–21].

Слушно згадуються загальні (абсолютні) й відносні (порівняльні) показники ефективності (для розроблення унікального чи вибору типового технологічного рішення з подальшою адаптацією відповідно), а також залежність їх множини від зацікавленої особи (розробник, замовник, користувач) [1, с. 16–17]. Важливою також є стадія розрахунку ефективності – вибору і прийняття рішення чи безпосередньо експлуатації ІТ.

Є.С. Середенко виділяє три підходи до оцінки ІТ на підприємствах: портфельний, бюджетний і проектний [15, с. 9], а А.Є. Голосков та І.Ю. Савельєв – чотири (витратні методи, методи оцінки прямого результату, методи, що базуються на оцінці ідеальності процесу, кваліметричні підходи) [13]. Ю. Кузьмінський виокремлює економічний (базується на методах інвестиційного менеджменту, економічного аналізу) і внутрішній (процесний, ґрунтується на методах проектного й процесного менеджменту) складники оцінки ефективності впровадження ІТ у бухгалтерський облік [4, с. 8].

О.В. Гелюх, попри відсутність систематизованого підходу до формування показників оцінки ефективності інформаційної системи бухгалтерського обліку, пропонує використовувати цікаві коефіцієнти: зменшення трудомісткості робіт, кількість типових операцій, які можна додатково виконати за одиницю часу, ефективність використання комп'ютерів, повна економічна ефективність тощо [2, с. 24].

Відповідно до методики оцінки ефективності, представленої Gartner Inc., слід вибрати 5–9 індикаторів (ключових показників ефективності), які б відповідали таким критеріям: чіткий причинно-наслідковий зв'язок із результатом; визначальний характер; скерованість на конкретних користувачів інформації; зрозумілість для них без фахових знань в ІТ-сфері; мотивація до дій [5]. Ці критерії можна доповнити запропонованими Є.С. Середенко, згідно з якими метод оцінки має: бути алгоритмізований, формалізований, без логічних і формальних протиріч; не йти врозріз із загальноприйнятими положеннями наукової теорії; враховувати особливості інформації, що використовується; мати стандартизовану основу [15, с. 16–17].

Проаналізувавши існуючі в теорії та практиці діяльності підприємств погляди на оцінку ефективності ІТ, подаємо власний підхід на таку оцінку у сфері автоматизації бухгалтерського обліку (рис. 1), в основу якого закладаємо сукупність фінансових (кількісних), комплексних комерційних (якісних), імовірнісних (прогнозних, статистико-ймовірнісних, управління ризиками) та експертних методів.

Фінансові методи оцінки ефективності – найбільш зрозумілі й точні у розрахунках, переважно базуються на принципі дисконтування. Методи за комплексним комерційним підходом доповнюють фінансові суб'єктивними й якісними оцінками, дають змогу врахувати під час розрахунку ефективності цінність персоналу, бізнес-процесів тощо. В основу ймовірнісних методів закладено статистичні та математичні моделі, а їх застосування забезпечує управління ризиками впровадження проекту з автоматизації облікових робіт. Ну і, нарешті, методи, які ґрунтуються на експертній оцінці ефективності, передбачають залучення до її проведення фахівців-експертів, та здебільшого виступають частиною більш складних моделей такої оцінки.

Як видно з рис. 1, для комплексної та точної оцінки ефективності проекту автоматизації бухгалтерського обліку й одержання синергетичного ефекту слід визначитися зі збалансованим поєднанням інструментів системи показників за

Рис. 1. Методика оцінки ефективності впровадження ІТ для ведення бухгалтерського обліку на підприємстві

Джерело: розроблено автором на основі [1; 3; 15]

методами із запропонованих підходів. При цьому сформувати універсальний набір методів, який би працював для всіх підприємств, – складне завдання, адже вибір залежить від багатьох варіативних чинників: розміру та виду діяльності підприємства, мети автоматизації, параметрів та етапів упровадження ІТ, потреб користувачів тощо.

У практиці діяльності підприємств часто застосовуються поєднання методів за такими етапами оцінки проекту впровадження ІТ:

1) оцінка інвестицій у впровадження ІТ; оцінка вартості їх експлуатації та розвитку; оцінка вигід від використання цих технологій; розрахунок показника ROI [15, с. 53];

2) оцінка витратної частини проекту (наприклад, методом ТСО); визначення ефекту від упровадження ІТ; аналіз ризиків, пов'язаних із таким упровадженням.

Висновки з даного дослідження. Кожного дня ІТ, нарощуючи темпи розвитку, пропонують

управлінському персоналу підприємства нові сучасні рішення для поглиблення автоматизації роботи бухгалтера. Статистичні дослідження показують повсякчасне поширення цих тенденцій, причому вони залишають позаду у конкурентній боротьбі тих господарюючих суб'єктів, які не виявляють інтересу до цієї автоматизації.

На рівні з іншими процесами та операціями вибір і впровадження в облікову роботу ІТ виправдане за умови його ефективності. Проаналізувавши багато існуючих підходів, нами виявлено різні погляди на розуміння та класифікацію такої ефективності. Відповідно, й методи вимірювання ефективності різні – від простого зіставлення витрат і вигід від їх здійснення до застосування складних методів оцінки (фінансових, комплексних комерційних, імовірнісних, експертних). Оскільки систематизовані методи доповнюють один одного, доцільно використовувати методику оцінювання, яка базується на поєднанні різних їх видів. Вибір конкретних наборів інструментів оцінки ефективності залежить від характеристик діяльності підприємства та особливостей проекту впровадження ІТ і є напрямом наших подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Анисифоров А.Б., Анисифорова Л.О. Методики оценки эффективности информационных систем и информационных технологий в бизнесе : учебное пособие. Санкт-Петербург, 2014. 97 с.
2. Гелюх О.В. Основні підходи до оцінки економічної ефективності інформаційної системи бухгалтерського обліку. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2014. № 8(215). С. 23–25.
3. Євдокимов В.В., Лозинський Д.Л. Аналіз економічної ефективності впровадження бухгалтерських інформаційних систем. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2009. № 3(49). URL: http://ven.ztu.edu.ua/article/download/91063/89149 (дата звернення: 08.08.2019).
4. Кузьмінський Ю. Оцінка ефективності впровадження інформаційних технологій у бухгалтерський облік. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2011. № 7. С. 27–31.
5. Moore S. CIOs should develop metrics that define their digital transformation journey and sharpen expected business outcomes. 2018. URL: https://www.gartner.com/smarterwithgartner/how-to-measure-digital-transformation-progress/ (date of access: 10.08.2019).
6. The rise of Automation in Accounting. Middle East / ACCA Middle East; Deloitte Middle East. United Arab Emirates, 2018. 12 p.
7. Professional accountants – the future: Drivers of change and future skills / ACCA. United Kingdom, 2016. 86 p.
8. Digitalisation in Accounting. Study of the Status Quo in German Companies / KPMG. Germany, 2017. 31 p.
9. Баран Р.Я., Романчукевич М.Й. Оцінка ефективності впровадження та функціонування інформаційних систем управління підприємствами. *Моделювання регіональної економіки*. 2015. № 1(25). URL: http://dspace.tneu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/11367/1/%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD-2015-1.pdf (дата звернення: 08.08.2019).
10. Попівняк Ю.М. Особливості формування витрат на придбання й обслуговування програмного забезпечення для автоматизованого ведення бухгалтерського обліку на підприємстві. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 8/3. С. 4–7.
11. Гончаров С.М., Кушнір Н.Б. Тлумачний словник економіста / за ред. проф. С.М. Гончарова. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 264 с.
12. Кригер А.Б., Лепетюха А.Е. О формировании методики оценки эффективности использования информационных систем в управлении. *Современные технологии управления*. 2013. № 2(26). URL: https://sovman.ru/article/2603/ (дата звернення: 10.08.2019).
13. Голоскоков А.Е., Савельев И.Ю. Процедура оценки эффективности системы электронного документооборота. *Вісник НТУ «ХПІ». Системний аналіз, управління та інформаційні технології*. 2010. № 67. URL: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова_ періодика/vestnik/Системный анализ, управление и информационные технологии/2010/67/statya14_67.pdf (дата звернення: 10.08.2019).
14. Лисак В.М. Оцінка ефективності впровадження автоматизованих систем управління підприємством: проблеми та перспективи. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2009. № 5. Т. 2. С. 261–265.
15. Середенко Е.С. Оценка экономической эффективности аналитических информационных систем : дис. … канд. экон. наук : 08.00.13. Москва, 2014. 166 с.
16. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел. Київ ; Ірпінь : Перун, 2001. 1440 с.
17. Катаєва Є.Ю., Ничипорук Н.С. Оцінювання ефективності програмного забезпечення на прикладі автоматизованої інформаційної системи «Екіпаж». *Управління розвитком складних систем.* 2011. Вип. 8. С. 107–110.
18. Поліщук В.В. Модель оцінювання ефективності та вибору автоматизованих інформаційних систем при нечітких умовах. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка».* 2016. Вип. 1(47). Т. 1. С. 253–259.

References:

1. Anisiforov A.B., Anisiforova L.O. (2014). Metodiki otsenki effektivnosti informatsionnykh sistem i informatsionnykh tekhnologiy v biznese : Uchebnoe posobie [Methods of efficiency evaluation of information systems and information technologies in business : Tutorial]. St. Petersburg. (in Russian)
2. Heliukh O.V. (2014). Osnovni pidkhody do otsinky ekonomichnoi efektyvnosti informatsiinoi systemy bukhhalterskoho obliku [The main approaches to the evaluation of the economic efficiency of an accounting information system]. *Bulletin of the East Ukrainian National University of Vladimir Dahl*, no. 8(215), pp. 23–25.
3. Yevdokymov V.V., Lozynskyi D.L. (2009). Analiz ekonomichnoi efektyvnosti vprovadzhennia bukhhalterskykh informatsiinykh system [Cost efficiency analysis of implementation of accounting information systems]. *Bulletin of Zhytomyr State Technological University. Series : Economic Sciences,* no. 3(49). Available at: http://ven.ztu.edu.ua/article/download/91063/89149 (accessed 08 August 2019).
4. Kuzminskyi Yu. (2011). Otsinka efektyvnosti vprovadzhennia informatsiinykh tekhnolohii u bukhhalterskyi oblik [Evaluation of efficiency of information technologies implementation in accounting]. *Accounting and auditing*, no. 7, pp. 27–31.
5. Moore S. (2018). CIOs should develop metrics that define their digital transformation journey and sharpen expected business outcomes. Available at: https://www.gartner.com/smarterwithgartner/how-to-measure-digital-transformation-progress/ (accessed 10 August 2019).
6. ACCA Middle East, Deloitte Middle East (2018). The rise of Automation in Accounting. Middle East. United Arab Emirates.
7. ACCA (2016). Professional accountants – the future: Drivers of change and future skills. United Kingdom.
8. KPMG (2017). Digitalisation in Accounting. Study of the Status Quo in German Companies. Germany.
9. Baran R.Ya., Romanchukevych M.Y. (2015). Otsinka efektyvnosti vprovadzhennia ta funktsionuvannia informatsiinykh system upravlinnia pidpryiemstvamy [Evaluation of the efficiency of implementation and functioning of the information systems of the enterprises management]. *Modeling of regional economy*, no. 1(25). Available at: http://dspace.tneu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/ 11367/1/%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD-2015-1.pdf (accessed 08 August 2019).
10. Popivniak Yu.M. (2017). Osoblyvosti formuvannia vytrat na prydbannia y obsluhovuvannia prohramnoho zabezpechennia dlia avtomatyzovanoho vedennia bukhhalterskoho obliku na pidpryiemstvi [Features of expenses forming for software purchase and service for automated accounting at an enterprise]. *Economy. Finance. Law*, no. 8/3, pp. 4–7.
11. Honcharov S.M., Kushnir N.B. (2009). Tlumachnyi slovnyk ekonomista [Interpetive economist dictionary] / edited by prof. S.M. Goncharov. Kyiv : Center of Educational Literature. (in Ukrainian)
12. Kriger A.B., Lepetyukha A.E. (2013). O formirovanii metodiki otsenki effektivnosti ispol'zovaniya informatsionnykh sistem v upravlenii [About the formation of an evaluation methodology of the efficiency of the use of information systems in management]. *Modern management technologies*, no. 2(26). Available at: https://sovman.ru/article/2603/ (accessed 10 August 2019).
13. Goloskokov A.E., Savel'ev I.Yu. (2010). Protsedura otsenki effektivnosti sistemy elektronnogo dokumentooborota [Procedure of electronic document management system efficiency evaluation]. *Collection of scientific works «Bulletin of NTU «KHPI»: System analysis, management and information technologies*, no. 67. Available at: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова_періодика/vestnik/Системный анализ, управление и информационные технологии/2010/67/statya14_67.pdf (accessed 10 August 2019).
14. Lysak V.M. (2009). Otsinka efektyvnosti vprovadzhennia avtomatyzovanykh system upravlinnia pidpryiemstvom: problemy ta perspektyvy [Evaluation of the efficiency of automated enterprise management systems implementation: problems and prospects]. *Bulletin of Khmelnitsky National University. Economic sciences*, vol. 2, no. 5, pp. 261–265.
15. Seredenko E.S. (2014). *Otsenka ekonomicheskoy effektivnosti analiticheskikh informatsionnykh system* [Evaluation of economic efficiency of analytical information systems] (PhD Thesis). Moskow : Moscow State University of M.V. Lomonosov.
16. Busel V.T. (2001). Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy [Big interpetive dictionary of modern Ukrainian]. Kyiv; Irpin : VTF «Perun». (in Ukrainian)
17. Kataieva Ye.Yu., Nychyporuk N.S. (2011). Otsiniuvannia efektyvnosti prohramnoho zabezpechennia na prykladi avtomatyzovanoi informatsiinoi systemy «Ekipazh» [Software performance evaluation using the example of automated information system «The crew»]. *Management of complex systems development*, vol. 8, pp. 107–110.
18. Polishchuk V.V. (2016). Model otsiniuvannia efektyvnosti ta vyboru avtomatyzovanykh informatsiinykh system pry nechitkykh umovakh [The model of the efficiency evaluation and the choice of automated information systems under fuzzy conditions]. *Uzhgorod University Scientific Bulletin. Economy series*, vol. 1, no. 1(47), pp. 253–259.

УДК 332.143

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-59

Сібрук В.Л.
доцент кафедри маркетингу
Національного авіаційного університету
Радченко Г.А.
доцент кафедри маркетингу
Національного авіаційного університету
Кутліна І.Ю.
професор кафедри маркетингу
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»

Sibruk Viktor
National Aviation University
Radchenko Anna
National Aviation University
Kutlina Iryna
Open International University of Human Development «Ukraine»

ФОРМУВАННЯ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ТЕРИТОРІЙ НА ЗАСАДАХ ТЕОРІЇ ОБМЕЖЕНЬ СИСТЕМ

FORMATION OF APPROACHES TO MANAGEMENT OF MARKETING OF TERRITORIES ON THE BASIS OF THE THEORY OF CONSTRAINTS

Стаття спрямована на пошук сучасних підходів до управління маркетингом територій, спираючись на методологію теорії обмеження систем. Проведено аналіз загальних підходів до визначення поточного стану території і впливу чинників зовнішнього середовища на її функціонування. Проаналізовано шляхи формування комплексу маркетингу відповідно до стратегічного спрямування розвитку території. Обґрунтовано необхідність застосування принципів і методів теорії обмеження систем у практиці управління маркетингом територій. Запропоновано підхід до формування механізму управління маркетингом територій відповідно до існуючого інструментарію теорії обмеження систем.

Ключові слова: маркетинг територій, маркетингові дослідження, стратегії маркетингу, комплекс маркетингу, теорія обмеження систем.

Статья направлена на поиск современных подходов к управлению маркетингом территорий, опираясь на методологию теории ограничения систем. Проведен анализ общих подходов к определению текущего состояния территории и влияния факторов внешней среды на ее функционирование. Проанализированы способы формирования комплекса маркетинга в соответствии со стратегическим направлением развития территории. Обоснована необходимость применения принципов и методов теории ограничения систем в практике управления маркетингом территорий. Предложен подход к формированию механизма управления маркетингом территорий в соответствии с существующим инструментарием теории ограничения систем.

Ключевые слова: маркетинг территорий, маркетинговые исследования, стратегии маркетинга, комплекс маркетинга, теория ограничения систем.

The article is devoted to analysis of modern approaches to managing marketing of territories based on the methodology of the theory of constraints. Marketing of territories is a complex process that involves the selection and improvement of methods and tools in the region's development, taking into account the influences of various environmental factors affecting on it. Development of territorial management processes to a large extent depends on quality of marketing research of micro and macroenvironment. According to the results of marketing research, SWOT and PEST analyzes is conducting, which becoming information basis for the development strategies of the territories. Marketing strate-

gies are developing in accordance with the components of the marketing mix concept: product, price, promotion. Strategies must be consistent with each other and take into account the influence of external factors. Therefore, the territory as an object of management is a complex system of interconnected links and factors. The theory of constraints (TOC) is a set of methods and tools for optimizing complex organizational systems, solving problems, and achieving success. The TOC is successfully used in the management of complex systems and processes in many industries and companies. The main feature of TOC is focusing on the concentration of resources to address key issues or system constraints. The advantage of TOC is the possibility of modeling managerial decisions based on not only quantitative indicators, but also qualitative evaluations, subjective judgments about the peculiarities of the mechanisms of the functioning of the system and its components. Management of marketing based on the theory of constraints can become one of the key factors in the success of the territory.

Key words: marketing of territories, marketing research, marketing strategies, marketing mix, theory of constraints.

Постановка проблеми. Управління маркетингом територій є складним процесом, який включає вибір і застосування різних методів та інструментів за вибраними напрямами розвитку регіону з урахуванням дії багатьох чинників впливу оточуючого середовища. Функції маркетингу територій складаються з чотирьох основних напрямів: аналітичного (проведення маркетингових досліджень споживачів, суб'єктів, інфраструктури територій); розподільчого (розподіл наявних ресурсів для формування конкурентних переваг території); збутового (планування та організація заходів щодо просування певних територіальних пропозицій); управлінського (розроблення стратегій та управління на тактичному й оперативному рівнях, здійснення поточного контролю).

Формулювання цілей розвитку території передбачає визначення переліку пріоритетних напрямів, які мають підвищити привабливість певного регіону з погляду зовнішніх та внутрішніх споживачів. Визначення пріоритетних цілей та завдань має носити системний, комплексний характер, оскільки досягнення конкретних цілей часто спричиняє значний вплив на функціонування всієї території й окремих її складників з урахуванням загальних перспектив розвитку країни. Цілями розвитку території можуть бути: сприяння розвитку локального бізнесу; вдосконалення місцевої інфраструктури, поліпшення умов проживання на території; робота зі створення інвестиційно привабливого клімату, підтримка міжрегіональних та міжнародних економічних зав'язків.

Завдання управління територіями вимагають пошуку сучасного інструментарію маркетингу, який би сприяв стрімкому й ефективному розвитку регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробленням даної тематики займалися такі вчені, як: Дж. Джекобс, Ф. Котлер, Е. Аврахам, Е. Кеттер, К. Асплунд, Н. Морган, А. Прітчард, С. Райнисто, І. Рейн, Д. Хайдер, Д.В. Візгалов, А.Г. Гранберг, Т.А. Калюжнова, І.В. Князєва, О.С. Куликова, П.П. Макагонов, М.А. Окландер, О.П. Панкрухін, І.В. Разорвін, М.Е. Сейфулаєва, С.Ф. Смерічевський, О.І. Соскін, Ю.Н. Старцев, Д.П. Фролов, Л.С. Шеховцева, Г.А. Яшева та ін.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є пошук сучасних підходів до управління маркетингом територій на основі застосування інструментів теорії обмеження систем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організації процесів управління розвитком територій значною мірою сприяє проведення маркетингових досліджень, які спрямовуються на отримання необхідної інформації щодо внутрішнього та зовнішнього середовища. Оцінка внутрішнього середовища складається з аналізу ресурсного потенціалу території, існуючого стану та виробничих можливостей суб'єктів території, розвитку необхідної територіальної інфраструктури. Основні чинники інвестиційної привабливості територій можна поділити на три основні групи: географія регіону та природні ресурси; виробничі і технологічні ресурси; соціальні ресурси. Природні ресурси складаються з групи ресурсів біосфери (земельні, водні та біологічні) і мінеральних ресурсів (рудні та нерудні корисні копалини, паливно-енергетичні). Виробничі та технологічні ресурси включають кількісні та якісні показники робочої сили, а також об'єкти господарського та негосподарського призначення. Соціальні ресурси аналізують у напрямі розвитку взаємовідносин між суб'єктами території. Головними цілями досліджень внутрішнього середовища, таким чином, є визначення перспективних споживачів, власних можливостей, а також виділення інвестиційно привабливих територіальних продуктів і напрямів розвитку [1].

Дослідження зовнішнього оточення включає аналіз загальних світових, регіональних тенденцій розвитку територій, вплив таких чинників макросередовища, як: політичні, економічні, соціально-культурні, технологічні, екологічні на функціонування та перспективи розвитку визна-

чених територіальних одиниць, позиціонування територіальних продуктів щодо інших конкуруючих пропозицій. Така оцінка може бути представлена у вигляді відомого PEST-аналізу.

За результатами маркетингових досліджень на основі отриманої інформації можна побудувати профіль сильних і слабких сторін території, визначитися з можливостями розвитку та ймовірними загрозами за допомогою SWOT-аналізу. SWOT-аналіз, своєю чергою, є основою для розроблення стратегій маркетингу територій з урахуванням існуючих і потенційних переваг. Розроблення стратегій має виконуватися в напрямах, які відповідають пріоритетним завданням маркетингу територій [2]. У загальному вигляді механізм управління маркетингом територіальної одиниці можна представити як певну послідовність дій, подібну до алгоритмів управління іншими суб'єктами економіки з урахуванням територіальних особливостей (рис. 1).

Традиційно розробляють загально-маркетингові стратегії, розраховані на забезпечення розвитку компанії, які включають товарну, цінову політику, збутову та комунікаційну діяльність. Підходи до вибору елементів комплексу маркетингу територій, за якими можливо розробляти стратегії, можуть суттєво відрізнятися залежно від характеру та особливостей територіальної одиниці. Вибір напрямів для розроблення стратегій є одним із найважливіших етапів процесу управління маркетингом територій.

Управління маркетингом ресурсів території є одним із головних чинників інвестиційної привабливості. Стратегічні напрями управління ресурсною політикою на засадах маркетингу мають зосереджувати увагу на плануванні ефективного представлення природних, виробничих, трудових і інших ресурсів на зовнішніх ринках для залучення споживачів та інвесторів. Планування маркетингу ресурсів повинно враховувати соціальні чинники, оскільки мешканці території здебільшого виступають як трудові ресурси й як внутрішні споживачі інших ресурсів і продуктів. Сьогодні в багатьох сферах бізнесу набуває актуальності соціально відповідальний маркетинг, метою якого є управління діяльністю так, щоб інтереси всіх учасників процесів були максимально задоволені. У рамках цієї політики формуються принципи оптимізації і раціоналізації використання ресурсів на довготривалий період [3].

Територіальне ціноутворення передусім повинно спиратися на об'єктивну оцінку витрат окремих видів діяльності на визначеній території, яка складається з вартості трудових, сировинних ресурсів, а також інших активів. Роз-

Рис. 1. Механізм управління маркетингом територій

рахунок очікуваних витрат може враховувати витрати на отримання дозволів і ліцензій на окремі види діяльності. Слід також ураховувати вартість і умови залучення фінансів для проведення господарської діяльності на території. Найбільш привабливими з погляду прибутковості є підходи до ціноутворення, які базуються на усвідомленні цінності продуктів, ресурсів територій, адже певні регіони характеризуються унікальними природно-кліматичними та ресурсними особливостями, відмінностями у трудовому потенціалі та інших активах.

Підходи до розроблення стратегій просування територій та територіальних продуктів повинні спиратися як на пошук і виділення сильних сторін, унікальних особливостей регіону, так і на його матеріально-фінансові можливості. Важливим аспектом у просуванні територіальних продуктів є управління комунікаціями. Планування заходів комунікаційного та збутового характеру в рамках маркетингу територій має фокусуватися, перш за все, на створенні, підтримці та просуванні іміджу територіальної одиниці. Сьогодні актуальним стало поняття бренду території, тобто сукупності ознак, які характеризують унікальність території, сприяють її впізнанню, формуванню позитивного іміджу й попиту на територіальні продукти. Особливої пріоритетності для комунікаційної політики маркетингу територій набувають заходи, спрямовані на представлення переваг географічно-кліматичних умов території, її історико-культурних особливостей, іміджу країни загалом й окремих визначальних суб'єктів території.

Територія як об'єкт управління є складною системою взаємопов'язаних суб'єктів і об'єктів управління, які знаходяться під впливом чинників зовнішнього середовища. Успішне управління складними системами передбачає досягнення оптимального результату за необхідності прийняття рішень в умовах високого рівня невизначеності дії зовнішніх чинників та обмеженості власних ресурсів на реалізацію запланованих заходів. Складність управління розвитком територій зумовлює необхідність пошуку маркетингових шляхів оптимізації використання наявних ресурсів, розроблення дієвих інструментів для досягнення успіху.

За останні десятиліття актуальності набула «Теорія обмежень систем» (ТОС), яка являє собою сукупність методів та інструментів, спрямованих на оптимізацію існуючих організаційних систем, вирішення проблем та досягнення успіху. ТОС була розроблена доктором Елі Голдраттом [4] і успішно застосовується в управлінні складними системами і процесами в окремих галузях та компаніях. Головною особливістю ТОС є спрямування управлінських рішень у рамках існуючої системи на концентрацію ресурсів для вирішення ключових питань, або обмежень системи, тобто тих, що найбільше стримують реалізацію її максимального потенціалу. Перевагою теорії обмежень є можливість моделювання управлінських рішень на основі не тільки кількісних показників, а й якісних оцінювань, суб'єктивних суджень щодо природи та особливостей механізмів функціонування системи та її складників.

Теорія обмежень передбачає пошук та виділення напрямів удосконалення функціонування системи, звужуючи перелік таких напрямів до одного чи декількох ключових з урахуванням існуючих або можливих перешкод для їх реалізації відповідно до концепції впровадження безперервних поліпшень POOGI (Process Of OnGoing Improvement) [4].

Застосування ТОС у практиці управління маркетингом окремих територіальних одиниць, на нашу думку, має сприяти досягненню швидкого успіху з відносно невеликими витратами коштів місцевих бюджетів і економією часу та зусиль, адже здебільшого зростання привабливості території для потенційних інвесторів і споживачів залежить від реалізації одного чи декількох проектів, усунення незначної кількості важливих перешкод. Проте слід ураховувати, що територія є складною системою взаємопов'язаних суб'єктів, об'єктів і чинників, які спричиняють взаємозалежний вплив один на одного, що іноді може набувати синергетичного характеру. Переважна більшість територій має свої власні унікальні характеристики та особливості, тому не існує універсальних і простих підходів до управління ними. Практика застосування ТОС свідчить, що існуючі методи та інструменти оптимізації управлінської діяльності мають бути адаптованими до реальних умов тієї чи іншої системи.

Одним із найважливіших понять ТОС є поняття цілі. Суб'єкти управління складними системами часто розуміють цілі системи по-різному, адже їхні власні мотиви не завжди збігаються. Створення множини цілей може призвести до ситуації конфлікту інтересів, внутрішнього протистояння, неефективного використання ресурсів системи. Основними цілями території є створення позитивного іміджу територіальної одиниці, поліпшення інвестиційного клімату, отримання конкурентних переваг по відношенню до інших територій, залучення трудових та інших ресурсів, розвиток промислового потенціалу, об'єктів туризму, локальної інфраструктури.

Відповідно до ТОС, ціль можна визначити як результат, на досягнення якого спрямовуються

певні зусилля за виконання необхідних умов. Цілі й умови є взаємопов'язаними поняттями, тому виникає необхідність визначення головної цілі, тоді інші цілі або чинники перетворюються на необхідні умови для її досягнення за умови відсутності суперечностей. Наприклад, досягненню цілі створення позитивного іміджу територіальної одиниці будуть сприяти такі необхідні умови, як: залучення інвестицій, трудових і інших ресурсів, розвиток промислових, туристичних та інфраструктурних об'єктів. Коректне визначення цілі і необхідних умов є однією з найбільш важливих передумов досягнення загального успіху. Виконання необхідних умов має сприяти не тільки досягненню успіху, а й оптимізації витрат на їх виконання. Необхідні умови повинні бути достатніми і не створювати суперечностей; також умови, які впливають на очікуваний результат, часто є взаємопов'язаними й утворюють ланцюг умов.

Досягненню необхідних умов сприяє застосування вибраного інструментарію територіального маркетингу в рамках основних напрямів розвитку території: політики управління територіальними продуктами; організації ефективного використання наявних ресурсів; підходів до ціноутворення; управління комунікаціями; організації збутової діяльності.

Виконанню необхідних умов для досягнення цілі перешкоджають обмеження системи. Розвитку території загалом перешкоджають: нестача власних ресурсів, неефективний менеджмент, бюрократія і корупція в органах влади, складність отримання бюджетних коштів, недовіра іноземних інвесторів, застарілість та поганий стан об'єктів промислового призначення й інфраструктури, відсутність підтримки з боку місцевого населення.

Е. Голдрат уважає за необхідне визначитися зі слабкою ланкою, тобто з найбільш проблемною ділянкою взаємопов'язаних умов, і спрямувати основні ресурси на подолання цієї перешкоди, а не розсіювати зусилля на всі обмеження одночасно. Такий підхід дає змогу отримати негайний ефект у найбільш чутливому для впливу обмежень напряму з урахуванням економії часу і коштів. Наприклад, за результатами дослідження виявлено ключову перешкоду в намаганні створення позитивного іміджу території, якою виявилася неефективність роботи виробничого підприємства, яке є локомотивом економіки й основним роботодавцем окремої територіальної одиниці. Відповідно до ТОС, необхідно спрямувати зусилля всіх стейкхолдерів на пошук шляхів з оптимізації діяльності і подальшого розвитку даного підприємства. У такому разі актуалізується роль маркетингу, інструменти якого дають змогу підвищити інвестиційну привабливість підприємства, оптимізувати його збутову діяльність. Наступним кроком є виявлення іншої найбільш проблемної ланки всього ланцюга необхідних умов із подальшим спрямуванням зусиль на нейтралізацію її негативного впливу на результат.

Відповідно до принципів ТОС, переважна більшість негативних явищ у системі може бути викликана декількома справжніми проблемами, які майже завжди проявляються у неявному вигляді і характеризуються причинно-наслідковими відносинами. Вирішення деяких окремих небажаних явищ не вирішує загальної проблеми, тоді як справжня причина часто залишається невиявленою. Пошук і вирішення ключової проблеми дають змогу позбавитися від більшості небажаних явищ. Вирішення ключових проблем зазвичай ускладнюються існуючими в їх основі прихованими конфліктами інтересів між стейкхолдерами.

Стейкхолдери, які здійснюють вплив на розвиток і управління територією, включають представників державної та місцевої влади, локальних виробників, фінансові установи, представників середнього і малого бізнесу, місцевих жителів, громадські організації, організації сприяння тощо. Організація співробітництва з органами влади може здійснюватися за допомогою певних визначених процедур відповідно до наявних вимог і повноважень виборних представників, посадових осіб, органів адміністративного і галузевого управління. Формування сукупності методів управління співпрацею з органами влади виконується у вигляді певної послідовності залежно від функцій і повноважень її представників з урахуванням характеристик процедур і мотивів учасників процесів.

Процеси організації взаємозв'язків між суб'єктами територій варто проводити за допомогою сучасних засобів маркетингових досліджень і комунікацій, з яких можна виділити проведення регулярних опитувань місцевого населення, формування громадської думки за допомогою політики управління зв'язками з громадськістю, що передбачають інформування широкого кола споживачів території щодо існуючих проблем і шляхів їх вирішення, проведення заходів громадського характеру. Впровадження в практику підприємств і організацій території принципів соціально відповідального маркетингу також мають сприяти налагодженню взаємовигідних відносин між стейкхолдерами.

У процесі організації маркетингової діяльності території корисним передбачається застосування існуючих інструментів ТОС, таких як: дерево поточної реальності, за допомогою

якого можна визначитися з причинно-наслідковими зв'язками між необхідними умовами; діаграма вирішення конфліктів «грозова хмара» – для вирішення прихованих конфліктів; дерево майбутньої реальності – для аналізу запропонованих заходів і виявлення можливих негативних наслідків; дерево переходу – для усунення перешкод на шляху оптимізації рішень; план перетворень – остаточного документу, який надає детальні інструкції щодо виконання необхідних кроків для досягнення цілі [5].

Ураховуючи використання принципів і методів ТОС у побудові механізмів управління маркетингом територій, алгоритм дій може бути представлений так (рис. 2).

У процесі впровадження інструментів ТОС у практику управління маркетингом територій, зокрема під час побудови дерев поточної та майбутньої реальності, слід ураховувати так звані зону контролю та сферу впливу. Складні системи, до яких можна віднести території, характеризуються множиною зв'язків з елементами оточуючого середовища, а саме зі складниками мікро- та макросередовища територіального маркетингу. Мікросередовище, до якого можна віднести стейкхолдерів території, є зоною контролю, тобто зв'язками, що піддаються управлінню та контролю. Макросередовище маркетингу територій піддається слабкому за силою, непрямому за характером впливу та може бути віднесене до сфери впливу і включає відносини з представниками державної влади, суб'єктами економічних взаємовідносин за межами території, іншими суб'єктами впливу на соціальний, технологічний розвиток регіону. Завданням ефективного управління маркетингом території є пошук шляхів розширення зони контролю за рахунок налагодження зв'язків зі складниками сфери впливу, при цьому слід ураховувати потенціал розвитку і причинно-наслідковий характер даних зв'язків. Зв'язки у складних системах можуть носити кореляційний характер і виявляти ефект синергії, тому потребують особливої уваги під час проведення аналітичної роботи в рамках застосування методів ТОС. Виявлення певних чинників, наприклад під час визначення обмежень системи за діаграмою «грозова хмара», може бути ускладненим із причин неочевидного характеру, високого рівня невизначеності під час дослідження впливу цих чинників на виконання необхідних умов для досягнення успіху. За таких умов доцільним можна прийняти застосування апарату нечітких множин та нечіткої логіки, який допомагає в прийнятті рішень, ускладнених недостатністю інформації, або її нечітким, вербальним характером [6].

Рис. 2. Механізм управління маркетингом територій на засадах ТОС

Прийняттю конкретного плану дій щодо управління маркетингом територій має передувати перевірка працездатності побудованої системи за допомогою методу «дерева перетворень», який дає змогу виявити перешкоди на шляху досягнення остаточної цілі та способи їх усунення.

На заключному етапі побудови системи управління маркетингом територій необхідно розробити детальний план перетворень, який має регламентувати всі необхідні заходи та терміни їх виконання, відповідальних осіб і виконавців, бюджет витрат і очікувані надходження, способи перевірки результатів й організацію зворотного зв'язку.

Висновки з даного дослідження. Сучасна територія як об'єкт управління є доволі складною системою організаційних та функціональних взаємозв'язків, що діє під впливом багатьох чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Оцінку впливу чинників мікро- і макросередовища території зазвичай проводять за допомогою сучасних методів маркетингових досліджень, за результатами яких, відповідно до вибраних стратегій, формують план маркетингових дій.

Складний характер зв'язків і процесів у системі управління територіями зумовлює пошук нових підходів до оптимізації менеджменту територіального маркетингу. Одним із таких підходів може бути впровадження принципів і методів теорії обмеження систем в організацію управління маркетингом територій, що має оптимізувати використання ресурсів для досягнення очікуваного результату. На нашу думку, управління маркетингом на засадах теорії обмежень може стати одним із ключових чинників досягнення успіху території.

Список використаних джерел:

1. Смерічевський С.Ф., Сібрук В.Л. Стратегічні аспекти маркетингу територій в умовах децентралізації управління України. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 26. Ч. 2. С. 55–59.
2. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер и др. ; пер. с англ. Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики, 2008. 376 с.
3. Колесник М.В., Малахівська Г.В. Методологічні особливості управління лояльністю клієнтів у системі соціально відповідального маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство».* 2018. Вип. 22. Ч. 2. С. 138–141.
4. Голдратт Э.М., Кокс Дж. Цель. Процесс непрерывного совершенствования. Минск : Попурри, 2009. 496 с.
5. Детмер У. Теория ограничений Голдратта. Системный подход к непрерывному совершенствованию. Москва : Альпина Паблишер, 2010. 448 с.
6. Заде Л. Понятие лингвистической переменной и ее применение в принятии приближенных решений. Москва : Мир, 1976. 167 с.

References:

1. Smerichevskyi S.F., Sibruk V.L. Stratehichni aspekty marketynhu terytorii v umovakh detsentralizatsii upravlinnia Ukrainy / Prychornomorski ekonomichni studii. Odesa : Prychornomorskyi naukovo-doslidnyi instytut ekonomiky ta innovatsii, 2018. Vyp. 26. Ch. 2. S. 55–59.
2. Kotler F. Marketynh mest. Pryvlechenye ynvestytsyi, predpryiatyi, zhytelei y turystov v horoda, kommunы, rehyonы y stranы Evropы / F. Kotler, K. Asplund, Y. Rein, D. Khaider; [per. s anhl.]. SPb. : Stokholmskaia shkola эkonomyky, 2008. 376 s.
3. Kolesnyk M.V., Malakhivska H.V. Metodolohichni osoblyvosti upravlinnia loialnistiu kliientiv v systemi sotsialno-vidpovidalnoho marketynhu. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia «Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo. Vyp. 22. Ch. 2. 2018. S. 138–141.
4. Эlyiakhu M. Holdratt, Dzheff Koks. Tsel. Protsess neprerыvnoho sovershenstvovanyia // anhl. The Goal: A Process of Ongoing Improvement. Mynsk : Popurry, 2009. 496 s.
5. Uyliam Detmer. Teoryia ohranychenyi Holdratta. Systemnыi podkhod k neprerыvnomu sovershenstvovanyiu // anhl. Goldratts Theory of Constraints: A Systems Approach to Continuous Improvement. Moskwa : «Alpyna Pablysher», 2010. 448 s.
6. Zade L. Poniatye lynhvystycheskoi peremennoi y ee prymenenye k pryniatyiu pryblyzhennikh reshenyi. Moskwa : Myr, 1976. 167 s.

УДК 339.138:004.738.5

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-60

Дрокіна Н.І.
кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
Державний університет телекомунікацій

Drokina Nina
State University of Telecommunications

КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

COMPETITIVE ANALYSIS OF INTERNET MARKETING AT THE ENTERPRISE

У статті проведено компаративний аналіз практичних підходів до методики конкурентного аналізу Інтернет-представництв та проаналізовано досвід використання показників конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу вітчизняними веб-агентствами. Запропоновано організаційно-методичний підхід до формування і реалізації конкурентного аналізу для оцінки ефективності Інтернет-маркетингу, заснованого на розрахунку системи показників за моделлю RACE. У межах цього підходу визначено методом експертного онлайн опитування середні вагові оцінки важливості показника кожного блоку моделі RACE для визначення інтегрального показника ефективності Інтернет-маркетингу. Сформована система показників конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу, що охоплює показники на різних етапах моделі RACE, дає змогу підвищити організацію Інтернет-маркетингу на основі обізнаності щодо діяльності основних конкурентів за пошуковими запитами у мережі Інтернет та покращити ефективність зовнішніх інформаційно-комунікаційних потоків.

Ключові слова: Інтернет-маркетинг, конкурентний аналіз, модель RACE, показники Інтернет-маркетингу, метод довірчого інтервалу, прагматичний метод, інтегральний показник.

В статье проведен компаративный анализ практических подходов к методике конкурентного анализа Интернет-представительств и проанализирован опыт использования показателей конкурентного анализа Интернет-маркетинга отечественными веб-агентствами. Предложено организационно-методический подход к формированию и реализации конкурентного анализа для оценки эффективности Интернет-маркетинга, основанного на расчете системы показателей по модели RACE. В рамках этого подхода определены методом экспертного онлайн опроса средние весовые оценки важности показателя каждого блока модели RACE для определения интегрального показателя эффективности Интернет-маркетинга. Сформированная система показателей конкурентного анализа Интернет-маркетинга, которая охватывает показатели на разных этапах модели RACE, позволяет повысить организацию Интернет-маркетинга на основе осведомленности о деятельности основных конкурентов по поисковым запросам в сети Интернет и повысить эффективность внешних информационно-коммуникационных потоков.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, конкурентный анализ, модель RACE, показатели Интернет-маркетинга, метод доверительного интервала, прагматический метод, интегральный показатель.

The article presents a comparative analysis of practical approaches to the methodology of Internet representations competitive analysis and analyzes the experience of using indicators of Internet marketing competitive analysis by domestic web agencies. For competitive analysis, the feasibility of all types of analysis by the audited entity is substantiated: cohort analysis, semantic analysis, usability audit, technical analysis of the site, the audit of advertising campaigns, content analysis, link analysis, and SERM analysis, distributed by stages of RACE (Reach (coverage, involvement), Act & Convert (action and transformation), Engage (involvement, retention) and Plan), which will allow the company to consider the effectiveness of marketing activities on the Internet comprehensively and adopt the positive experience of competitors in marketing planning and strategy development. An organizational and methodological approach to the formation and implementation of competitive analysis to assess the effectiveness of Internet marketing, based on the calculation of an indicator system according to the RACE model is formulated. Within the framework of this approach, the method of the expert online survey determined the average weight estimates of the indicator importance of each block of the RACE model to determine an integrated indicator of Internet marketing effectiveness. The confidence interval method and the pragmatic method substantiate the required number of experts to determine the weight estimates of the importance of the indicator of each block of the RACE model. 30 experts took

part in the survey, which meets the requirements of the pragmatic method and the confidence interval method. A system of indicators of competitive analysis of Internet marketing is formed, which covers indicators at different stages of the RACE model, namely 20 average indicators (Reach – 6 indicators; Act & Convert – 6 indicators; Engage – 5 indicators; Plan – 3 indicators), which allows to increase the organization of Internet marketing based on awareness of the activities of major competitors for search queries on the Internet and improve the efficiency of external information and communication flows.

Key words: Internet marketing, competitive analysis, RACE model, Internet marketing indicators, confidence interval method, pragmatic method, integrated indicator.

Постановка проблеми. Розвиток цифрової економіки та електронної комерції значно вплинув на зміщення акцентів конкурентної боротьби підприємств у міжнародному бізнес-середовищі. Присутність підприємства в мережі Інтернет на сьогодні стала практично необхідною умовою успішного функціонування суб'єктів господарювання. Стрімке посилення конкуренції в Інтернет-просторі, динамічний розвиток IT-технологій, вимогливість споживачів щодо якості продукції та швидкості доставки сприяють виробленню нових способів моніторингу та вивчення глобального цифрового середовища компаній-конкурентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика використання конкурентного аналізу діяльності підприємства в мережі Інтернет висвітлено у роботах таких вчених як І.А. Підгурська, О.А. Легкий [1, с. 25–34], В.В. Брежнева [2, с. 52], Литовченко І.Л. [3]. Показники конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу розглядається практиками веб-агентства Idea digital Agency [4], веб-студії MyMaster [5], агентства Інтернет-маркетингу AG Marketing [6], веб-студії WebMaestro [7], Академії Інтернет-маркетингу WebPromoExperts [8] та інші.

Незважаючи на те, що проблемі конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу присвячена значна кількість наукових робіт, статей та блогів, варто зазначити, що серед українських керівників існує помітне ігнорування важливості науково-методичного підходу щодо проведення конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу. Недостатньо досліджено питання комплексу показників конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу, отримання комплексної оцінки ефективності маркетингових заходів в мережі Інтернет в порівнянні з конкурентами у мережі Інтернет.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розробка науково-методичного підходу до проведення конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу підприємства.

Виклад основного матеріалу. Конкурентний аналіз – це збір інформації про діяльність компаній, які працюють у обраній ніші, ведуть схожий бізнес і можуть прямо або побічно впливати на прибуток компанії. Вивчення конкурентів допомагає зрозуміти ситуацію в конкретній сфері та визначити напрямок для розвитку бізнесу. Можна підглянути вдалі рішення суперників і виявити їх помилки, визначити популярні продукти і сформулювати унікальні пропозиції [9].

Головне завдання конкурентного аналізу – вивчення стратегії розвитку конкурентів з виявленням всіх переваг і недоліків. Конкурентний аналіз допоможе: сформувати унікальну торгову пропозицію і вигідно виділитися поміж конкурентів або, як мінімум, не поступатися їм; оцінити основні джерела трафіку конкурентів і з самого початку сконцентруватися на тих, які генерують найбільший трафік; оцінити слабкі та сильні сторони функціоналу комерційного сайту конкурентів; дізнатися переваги та недоліки продукту і сервісу конкурентів, зібравши відгуки від покупців з відкритих джерел; проаналізувати топ органічної видачі пошукових систем з конкурентних запитах і виявити причинно-наслідковий зв'язок високих позицій тих чи інших конкурентів; сформувати дорожню карту розвитку проекту [10].

За результатами аналізу, треба оцінити від трьох до десяти сайтів, ранжируваних вище сайту компанії. Саме для них буде проводитися подальший конкурентний аналіз.

Загалом, можна виділити два види конкурентного аналізу залежно від інструментарію, який використовується в ході аналізу: експертний (неавтоматизований) та сервісний (автоматизований) (рис. 1).

Для проведення конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу, доцільно використовувати комплекс як експертного, так і сервісного аналізу.

Наступним етапом конкурентного аналізу є порівняння показників згідно з виділених блоків з показниками конкурентів. Для виділення блоків показників слід провести аналіз існуючих практичних методик конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу (табл. 1).

Систематизація використання показників конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу вітчизняними веб-агентствами показав, що частіше до методики проведення конкурентного аналізу включають блоки зовнішньої та внутрішньої оптимізації сайту, до яких відноситься технічний та пошуковий (SEO) аналіз

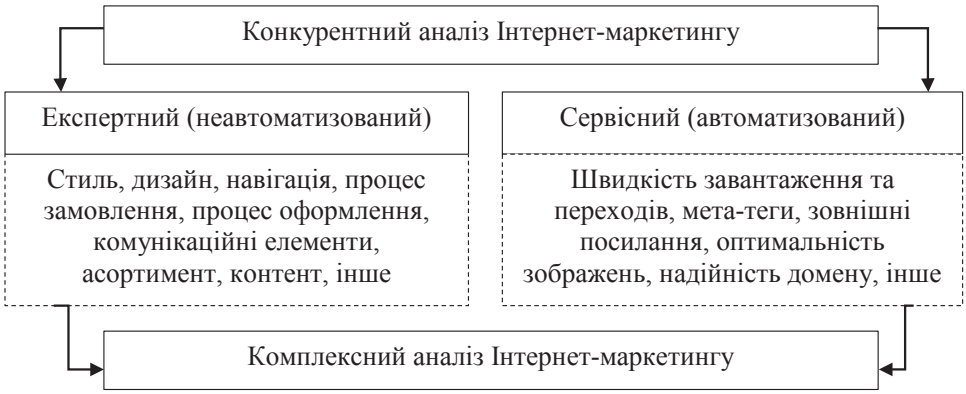

Рис. 1. Види конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу

Джерело: побудовано автором на основі [1, с. 29; 11, с. 358–361]

Таблиця 1

Практичні підходи до методики конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу

Підприємство	Блоки аналізу
Web-агентство Idea digital Agency [4]	Аналіз відвідуваності; індексація сторінок; семантичне ядро; аналіз структури сайту; контентний аналіз; аналіз мета-інформації; аналіз посилань; аналіз перелінковки; адаптивності до мобільної версії; аналіз регіональності; час завантаження сторінок; активність конкурентів у соціальних мережах
Web-студія MyMaster [5]	Внутрішня оптимізація: структура сайту; наповнення сайту; ключі; юзабіліті. Зовнішня оптимізація: зворотні посилання; анкор.
Агентство Інтернет-маркетингу AG Marketing [6]	Структура сайту; контент; складові внутрішньої оптимізації; дизайн; функціональні елементи сайту
Web-студія WebMaestro [7]	Визначення кількості і якості вхідних посилань на сайти конкурентів. Перевірка контенту конкурентів. Дослідження поведінкових факторів. Аналіз інформації про товар чи послугу. Аналіз дизайну. Аналіз зручності для користувачів (юзабіліті). Аналіз семантичного ядра (запитів). Аналіз позицій ключових слів у видачі. Дослідження внутрішньої оптимізації.
Digital-агентство Ланет CLICK [12]	вік домену/сайту; відвідуваність сайту; отримання зворотних посилань; аналіз структури сайту; аналіз контенту конкурентів
Агентство пошукового маркетингу SEO-Studio [13]	Інформація про домен; оцінка технічних характеристик сайту; використовувані технології; оцінка команди і бюджету; аналіз відгуків; розсилка і маркетингові стратегії; блог і соціальні мережі; аналіз зворотних посилань
Академія Інтернет-маркетингу WebPromoExperts [7]	Аналіз сайту: позиціонування компанії; привабливість дизайну і зручність; наявність контенту, корисні функції, ідеї і фішки, посилання на соціальні мережі і форми підписки; відслідковують події. Аналіз трафіку конкурентів: позиція сайту в світовому, регіональному і нішевий ранзі; обсяг трафіку; джерела трафіку; аналіз соціальних мереж
Агентство Інтернет-маркетингу Netpeak [14]	Обсяг трафіку конкурентів, динаміка розвитку майданчиків; регіональна популярність платформ; рейтинг каналів залучення трафіку
Веб студія WebFox [15]	Специфіка посилань конкурентів; дослідження інформації про продукт; перевірка контенту; дизайн сайту конкуренту; активність користувачів на сайті; юзабіліті
Компанія Artjoker [16]	Аналіз внутрішньої оптимізації сайту: наявність ключових слів в мета-теги title; заповненість мета тегів description і keywords; оптимізація цільових сторінок і тексту на них. Аналіз зовнішньої оптимізації сайту: наявність сайту в каталогах Яндекса і Google; аналіз фрагментів; посилальна маса

Джерело: систематизовано автором

Інтернет-представництв. Для проведення конкурентного аналізу доцільно включити також блок технологій, які використовуються, а саме аналітику та системи відстежування, віджети, CMS, CRM, показники використання месенджерів, блок мобільного маркетингу. Ця інформація дозволить виявити більш інноваційних та прогресивних конкурентів для порівняння, а також дозволить більш ефективно планувати стратегію Інтернет-маркетингу. Крім того, для ефективного конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу доцільно використовувати SERM аналіз (Search Engines Reputation Management), для оцінки управління репутацією в пошукових системах. Таким чином, розроблена методика включатиме всі види аналізу за суб'єктом аудиту: когортний аналіз, семантичний аналіз, юзабіліті-аудит, технічний аналіз сайту, аудит рекламних кампаній, контентний аналіз, аналіз посилань та SERM аналіз, що дозволить підприємству розглядати ефективність маркетингових заходів в Інтернеті комплексно та перейняти позитивний досвід конкурентів в маркетинговому плануванні та розробці стратегії.

Для подальшої систематизації та розрахунку інтегрального показника конкурентного аналізу запропоновано використовувати буквено-цифрове маркування представлених показників, де перший маркер вказує на складову моделі RACE, другий – ідентифікує, що даний показник відноситься до конкурентів (competitors), третій – визначає номер блоку, та далі визначається номер показника у блоці.

Таким чином, методика включає такі блоки показників для аналізу:

1. Reach (охоплення, залучення). Включає аналіз трафіку; SEO; семантичного ядра; сторінок сайту в індексі та зворотніх посилань (табл. 2).

Цей блок надає детальну інформацію щодо рівня залученості користувачів на ресурси конкурентів.

2. Act & Convert (дія та перетворення). У даній методиці доцільно об'єднати етапи Act та Convert, так як показники оцінки конкурентів характеризують обидва етапи (табл. 3). Цей блок показників складається з аналізу: позиціонування та УТП; функціонал сайту; інтерактивність сайту та елементи комунікації; інформативний контент; юзабіліті сайту та технічний аудит.

Цей блок – найбільш нешаблонний і залежить від ніші та сфери функціонування підприємства. Після аналізу блоку стає відомо, які приблизні обсяги, якість текстового і візуального контенту. На основі отриманих даних складаються рекомендації до шаблонів сторінок і список додаткових елементів, які потрібно впровадити на просувати сайті.

3. Engage (залучення, утримання). Даний блок показників характеризує SMM, активність у соціальних мережах, присутність у месенджерах, Email-маркетинг, управління репутацією (SERM аналіз) на підприємствах-конкурентах (табл. 4).

4. Plan (планування). В цьому блоці надається характеристика таким показникам, як: система аналітики, CMS та віджети, мобільний маркетинг підприємств-конкурентів.

Кожен показник блоку розраховується за допомогою шкали, рангового та бінарного методів оцінки (табл. 5).

Методика проведення для оцінки ефективності Інтернет-маркетингу представлена на рис. 2.

Розроблена методика конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу підприємств включає не тільки аналіз сайтів, але й мобільний маркетинг, управління репутацією, аналітику.

Для визначення вагомості вагомість кожного показника, проведено онлайн-опитування шляхом анкетування фахівців з Інтернет-маркетингу. Одним із варіантів є професійні співтовариства у соціальних мережах. Опитувальник було створено за допомогою Google forms та посилання на нього розміщено у групі Facebook #тижмаркетолог.

Необхідну кількість експертів розраховано двома методами: довірчого інтервалу зі значенням 97% [17, с. 250; 18, с. 5] і прагматичним [17, с. 291].

$$n = \frac{^2Vq}{e^2} \quad (1)$$

де n – необхідна кількість експертів, розрахована на основі методу довірчого інтервалу; σ – нормоване відхилення оцінки (при допустимому рівні ймовірності 95 % нормоване відхилення складає 1,96); V – варіація вибірки (50 %); q дорівнює (100 – V); e – допустима похибка (+ 10%).

$$n = \frac{1,96^2 \times 50 \times 50}{15^2} \approx 43 \quad (2)$$

Прагматичний метод базується на гіпотезі, що кількість експертів для прийняття рішення повинно бути меншою, ніж кількість поставлених у дослідженні завдань (кількість чинників).

$$n > m, \quad (3)$$

де n – необхідна кількість експертів, розрахована на основі прагматичного методу; m – кількість поставлених завдань, які потрібно дослідити експертам (20 чинників).

Методом довірчого інтервалу розраховано, що необхідна кількість експертів становить 43 особи, прагматичним методом – 20 осіб (n > 20). Тому кількість експертів для оцінки показників конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу знаходиться у межах: 43 > n > 20.

Усі параметри оцінюються в балах по шкалі від 0 до 10, де 10 є максимальною оцінкою.

Таблиця 2

Система показників Reach конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу

Блок	Показники блоку	Метод оцінки	Маркер
Reach (*охоплення, залучення*)			***RC***
Джерела трафіку, RC_1	Трафік усього за місяць	Ранг зростання	RC_{11}
	Відсоток трафіку Desktop, %	Ранг зростання	RC_{12}
	Відсоток трафіку Mobile, %	Ранг зростання	RC_{13}
	Середній час на сайті, хвилин	Ранг зростання	RC_{14}
	Переглянутих сторінок	Ранг зростання	RC_{15}
	Показник відмов, %	Ранг зниження	RC_{16}
	Безоплатний трафік (SEO, пошуковий), %	Ранг зростання	RC_{17}
	Прямий трафік, %	Ранг зростання	RC_{18}
	Трафік з соціальних мереж, %	Ранг зростання	RC_{19}
	Трафік з email, %	Ранг зростання	RC_{110}
	Реферальний трафік, %	Ранг зростання	RC_{111}
	Рекламний трафік, %	Ранг зростання	RC_{112}
Пошукове просування (SEO), RC_2	Трафік усього за місяць	Ранг зростання	RC_{21}
	Частка трафіку від всього трафіку, %	Ранг зростання	RC_{22}
	Відсоток брендового трафіку, %	Ранг зростання	RC_{23}
	Середній час на сайті, хвилин	Ранг зростання	RC_{24}
	Переглянутих сторінок	Ранг зростання	RC_{25}
	Показник відмов, %	Ранг зниження	RC_{26}
	Трафік за пошуковою системою Yandex, %	Ранг зростання	RC_{27}
	Трафік за пошуковою системою Google, %	Ранг зростання	RC_{28}
	Топ-50 запитів Yandex	Ранг зростання	RC_{29}
	Топ-50 запитів Google	Ранг зростання	RC_{210}
Семантичне ядро, RC_3	Кількість ключових фраз у доменів	Ранг зростання	RC_{31}
	Кількість унікальних ключових фраз у доменів	Ранг зростання	RC_{32}
Сторінки сайту в індексі, RC_4	Кількість сторінок в індексі Yandex	Ранг зростання	RC_{41}
	Кількість сторінок в індексі Google	Ранг зростання	RC_{42}
Платний трафік, RC_5	Трафік усього за місяць	Ранг зростання	RC_{51}
	Частка трафіку від всього трафіку, %	Ранг зростання	RC_{52}
	Середній час на сайті, хвилин	Ранг зростання	RC_{53}
	Переглянутих сторінок	Ранг зростання	RC_{54}
	Показник відмов, %	Ранг зниження	RC_{55}
Зворотні посилання, RC_6	Кількість доменів з посиланнями	Ранг зростання	RC_{61}
	Кількість сторінок з посиланнями	Ранг зростання	RC_{62}
	Проіндексовані посилання	Ранг зростання	RC_{63}
	Follow посилання	Ранг зниження	RC_{64}
	NoFollow посилання	Ранг зростання	RC_{65}
	IP з посиланнями	Ранг зростання	RC_{66}
	Кількість типу посилань: text	Ранг зростання	RC_{67}
	Кількість типу посилань: redirect	Ранг зростання	RC_{68}
	Кількість типу посилань: image	Ранг зростання	RC_{69}
	Кількість типу посилань: HTTPS	Ранг зростання	RC_{610}

Джерело: запропоновано автором

Таблиця 3

Система показників Act & Convert конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу

Блок	Показники блоку	Метод оцінки	Маркер
1	2	3	4
Act & Convert (*дія та перетворення*)			***AC***
Позиціонування та УТП, AC_1	Компанія	Бінарний	AC_{11}
	Продукт	Бінарний	AC_{12}
	Сервіс	Бінарний	AC_{13}
	Гарантії та переваги	Бінарний	AC_{14}
Функціонал сайту, AC_2	Шапка сайту	Бінарний	AC_{21}
	Футер сайту	Бінарний	AC_{22}
	Пошук товару / послуги	Бінарний	AC_{23}
	Каталог	Бінарний	AC_{24}
	Сортування	Бінарний	AC_{25}
	Фільтрація	Бінарний	AC_{26}
	SEO-фільтр	Бінарний	AC_{27}
	Карточка товару	Бінарний	AC_{28}
	Корзина	Бінарний	AC_{29}
	Оформлення заказу	Бінарний	AC_{210}
	Особистий кабінет	Бінарний	AC_{211}
	Список покупок / бажань	Бінарний	AC_{212}
	Сторінка 404-помилки	Бінарний	AC_{213}
	Цільові дії	Бінарний	AC_{214}
	Розділи сайту	Бінарний	AC_{215}
	Інструкції	Бінарний	AC_{216}
	Акції	Бінарний	AC_{217}
	Порівняння товарів	Бінарний	AC_{218}
	Відгуки	Бінарний	AC_{219}
Інтерактивність сайту та елементи комунікації, AC_3	Телефон	Бінарний	AC_{31}
	Замовлення дзвінка	Бінарний	AC_{32}
	Форма зворотного зв'язку	Бінарний	AC_{33}
	Карта магазинів	Бінарний	AC_{34}
	Адреса магазинів та офісів	Бінарний	AC_{35}
	Підписатися на розсилку	Бінарний	AC_{36}
	Онлайн-консультант	Бінарний	AC_{37}
	Залишити відгук	Бінарний	AC_{38}
	E-mail	Бінарний	AC_{39}
	FAQ	Бінарний	AC_{310}
Інформативний контент, AC_4	Історія компанії	Бінарний	AC_{41}
	Переваги компанії	Бінарний	AC_{42}
	Блог	Бінарний	AC_{43}
	Контакти	Бінарний	AC_{44}
	Благодійність	Бінарний	AC_{45}
	Кар'єра	Бінарний	AC_{46}
	Клієнтська підтримка	Бінарний	AC_{47}
Юзабіліті сайту, AC_5	Швидкість загрузки головної сторінки у Desktop	Ранг зростання	AC_{51}
	Швидкість загрузки головної сторінки у Mobil	Ранг зростання	AC_{52}
	Швидкість загрузки сторінки товару у Desktop	Ранг зростання	AC_{53}
	Швидкість загрузки сторінки товару у Mobil	Ранг зростання	AC_{54}
	Оплата	Бінарний	AC_{55}
	Доставка	Бінарний	AC_{56}
Технічний аудит, AC_6	Частка критичності помилок – висока, %	Ранг зниження	AC_{61}
	Частка критичності помилок – середня, %	Ранг зниження	AC_{62}
	Частка критичності помилок – низька, %	Ранг зниження	AC_{63}

Джерело: запропоновано автором

Таблиця 4

Система показників Engage та Plan та конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу

Блок	Показники блоку	Метод оцінки	Маркер
Engage (*залучення, утримання*)			***EC***
SMM, EC_1	Трафік усього за місяць	Ранг зростання	EC_{11}
	Частка трафіку від всього трафіку, %	Ранг зростання	EC_{12}
	Частка трафіку у VK, %	Ранг зростання	EC_{13}
	Частка трафіку у OK, %	Ранг зростання	EC_{14}
	Частка трафіку у FB, %	Ранг зростання	EC_{15}
	Частка трафіку у Instagram, %	Ранг зростання	EC_{16}
	Частка трафіку у WhatsApp, %	Ранг зростання	EC_{17}
	Частка трафіку у YouTube, %	Ранг зростання	EC_{18}
	Частка трафіку у інші соц.мережі, %	Ранг зростання	EC_{19}
Активність у соціальних мережах, EC_2	VK: кількість підписників	Ранг зростання	EC_{21}
	VK: активність співтовариства	Шкала	EC_{22}
	OK: кількість підписників	Ранг зростання	EC_{23}
	OK: активність співтовариства	Шкала	EC_{24}
	FB: кількість підписників	Ранг зростання	EC_{25}
	FB: активність співтовариства	Шкала	EC_{26}
	Instagram: кількість підписників	Ранг зростання	EC_{27}
	Instagram: активність співтовариства	Шкала	EC_{28}
	Instagram: кількість підписників	Ранг зростання	EC_{29}
	Instagram: активність співтовариства	Шкала	EC_{210}
	Twitter: кількість підписників	Ранг зростання	EC_{211}
	Twitter: активність співтовариства	Шкала	EC_{212}
	YouTube: кількість підписників	Ранг зростання	EC_{213}
	YouTube: активність співтовариства	Шкала	EC_{214}
Присутність у месенджерах, EC_3	Telegram: кількість підписників у групі	Ранг зростання	EC_{31}
	Telegram: наявність бота	Бінарний	EC_{32}
Email-маркетинг, EC_4	Трафік усього за місяць	Ранг зростання	EC_{41}
	Частка трафіку від всього трафіку, %	Ранг зростання	EC_{42}
Управління репутацією (SERM аналіз), EC_5	Середній рейтинг Google	Ранг зростання	EC_{51}
	Кількість позитивних відгуків Google	Ранг зростання	EC_{52}
	Кількість негативних відгуків Google	Ранг зниження	EC_{53}
	Середній рейтинг Yandex	Ранг зростання	EC_{54}
	Кількість позитивних відгуків Yandex	Ранг зростання	EC_{55}
	Кількість негативних відгуків Yandex	Ранг зниження	EC_{56}
Plan *(планування)*			***PC***
Аналітика, PC_1	Наявність Google Analytics	Бінарний	PC_{11}
	Наявність Яндекс.Метрика	Бінарний	PC_{12}
	Наявність Facebook Pixel	Бінарний	PC_{13}
	Наявніть системи наскрізної аналітики RoiStat	Бінарний	PC_{14}
	Інші лічильники	Бінарний	PC_{15}
CMS та віджети, PC_2	Наявність Email mail chimp	Бінарний	PC_{21}
	Наявність CRM	Бінарний	PC_{22}
	Інші віджети	Бінарний	PC_{23}
Мобільний маркетинг, PC_3	Кількість скачувань додатку в AppStore	Ранг зростання	PC_{31}
	Рейтинг мобільного додатку у AppStore	Ранг зростання	PC_{32}
	Кількість скачувань мобільного додатку в GooglePlayMarket	Ранг зростання	PC_{33}
	Рейтинг мобільного додатку у GooglePlayMarket	Ранг зростання	PC_{34}

Джерело: запропоновано автором

Таблиця 5

Методи оцінки показників конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу

Методи оцінки	Характеристика
Ранг зростання	Показнику призначається ранг від 0 до n, де n – кількість конкурентів. Найменшому значенню присвоюється 0 ранг, найбільшому – n. Чим більше значення має показник, тим він ближчий до цільового значення
Ранг зниження	Показнику призначається ранг від 0 до n, де n – кількість конкурентів. Найбільшому значенню присвоюється 0 ранг, найменшому – n. Чим менше значення має показник, тим він ближчий до цільового значення
Бінарний	Враховує два значення 0, якщо відповідь «ні», 1 – якщо «так».
Шкала	В даній методиці визначає рівень активності за публікаціями та включає: 1 – низький рівень (1 раз на місяць), 2 – середній (раз на тиждень), 3 – високий (кожного дня чи раз в декілька днів)

Джерело: розроблено автором

Рис. 2. Методика проведення конкурентного аналізу для оцінки ефективності Інтернет-маркетингу

Джерело: розроблено автором

Таблиця 6

Середні вагові оцінки показників конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу на основі моделі RACE

Блоки показників	Маркер	Сукупні бальні оцінки експертів ($\sum A_{ni}$), бали	Кількість респондентів (n), осіб	Середні оцінки експертів ($\bar{A}_{ni}$), бали	Сума середніх оцінок ($\sum \bar{A}_{ni}$), бали	Індекси важливості показника (W_i)	Середні вагові оцінки важливості показника (W_i), %
Reach (*охоплення, залучення*)	*RC*					1,000	100,0
Джерела трафіку	RC_1	259	30	8,63		0,184	18,4
Пошукове просування (SEO)	RC_2	259	30	8,63		0,184	18,4
Семантичне ядро	RC_3	240	30	8,00	46,87	0,171	17,1
Сторінки сайту в індексі	RC_4	227	30	7,57		0,161	16,1
Платний трафік	RC_5	237	30	7,90		0,169	16,9
Зворотні посилання	RC_6	184	30	6,13		0,131	13,1
Act & Convert (*дія та перетворення*)	*AC*					1,000	100,0
Позиціонування та УТП	AC_1	216	30	7,20		0,153	15,3
Функціонал сайту	AC_2	247	30	8,23		0,175	17,5
Інтерактивність сайту та елементи комунікації	AC_3	226	30	7,53	46,93	0,161	16,1
Інформативний контент	AC_4	214	30	7,13		0,152	15,2
Юзабіліті сайту	AC_5	277	30	9,23		0,197	19,7
Технічний аудит	AC_6	228	30	7,60		0,162	16,2
Engage (*залучення, утримання*)	*EC*					1,000	100,0
SMM	EC_1	240	30	8,00		0,212	21,2
Активність у соціальних мережах	EC_2	253	30	8,43	37,77	0,223	22,3
Присутність у месенджерах	EC_3	259	30	8,63		0,229	22,9
Email-маркетинг	EC_4	154	30	5,13		0,136	13,6
Управління репутацією (SERM аналіз)	EC_5	227	30	7,57		0,200	20,0
***Plan** (планування)*	*PC*					1,000	100,0
Аналітика	PC_1	254	30	8,47	24,73	0,342	34,2
CMS та віджети	PC_2	208	30	6,93		0,280	28,0
Мобільний маркетинг	PC_3	280	30	9,33		0,377	37,7

Джерело: розраховано автором на основі проведеного онлайн опитування

Середні показники оцінки впливу кожного чинника блоку за моделлю RACE розраховано за формулою:

$$\bar{A}_{ni} = \frac{\sum_1^n P_i}{n}, \quad (4)$$

де $\bar{A}_{ni}$ – середній показник оцінки впливу *i*-го чиннику; P_i – оцінка експерта щодо впливу *i*-го чиннику; n – кількість експертних оцінок *i*-го чиннику.

Таким чином, на цьому етапі отримано 20 середніх показників (Reach – 6 показників; Act & Convert – 6 показників; Engage – 5 показників; Plan – 3 показники). На основі цих показників розраховано показник вагомості (табл. 6):

$$W_i = \frac{\sum \bar{A}_{ni}}{\bar{A}_{ni}}, \quad (5)$$

де W_i – індекс важливості показника; $\bar{A}_{ni}$ – середній показник оцінки експерту; $\Sigma\bar{A}_{ni}$ – сума середніх оцінок показників.

В опитування прийняло участь 30 осіб, що відповідає вимогам прагматичного методу та методу довірчого інтервалу.

Інтегральний показник ефективності для кожного блоку моделі RACE матиме наступний вигляд:

1) для блоку показників Reach (охоплення, залучення):

$$IIM_{RC} = \sqrt[6]{\sum \bar{A}_{RC_1} 0{,}184 \times \sum \bar{A}_{RC_2} 0{,}184 \times \sum \bar{A}_{RC_3} 0{,}171 \times \sum \bar{A}_{RC_4} 0{,}161 \times \sum \bar{A}_{RC_5} 0{,}169 \times \sum \bar{A}_{RC_6} 0{,}131}, \quad (6)$$

де IIM_{RACEC} – інтегральна оцінка показників конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу за блоками моделі RACE; $\bar{A}_{RC_i}$ – середній показник блоку конкурентного аналізу Інтернет-маркетингу і-го чиннику; W_i – значимість і-го чиннику.

2) для блоку показників Act & Convert (дія та перетворення):

$$IIM_{AC} = \sqrt[6]{\sum \bar{A}_{AC_1} 0{,}153 \times \sum \bar{A}_{AC_2} 0{,}175 \times \sum \bar{A}_{AC_3} 0{,}161 \times \sum \bar{A}_{AC_4} 0{,}152 \times \sum \bar{A}_{AC_5} 0{,}197 \times \sum \bar{A}_{AC_6} 0{,}162}, \quad (7)$$

3) для блоку показників Engage (залучення, утримання):

$$IIM_{EC} = \sqrt[5]{\sum \bar{A}_{EC_1} 0{,}212 \times \sum \bar{A}_{EC_2} 0{,}223 \times \sum \bar{A}_{EC_3} 0{,}229 \times \sum \bar{A}_{EC_4} 0{,}136 \times \sum \bar{A}_{EC_5} 0{,}200}, \quad (8)$$

4) для блоку показників Plan (планування):

$$IIM_{PC} = \sqrt[3]{\sum \bar{A}_{PC_1} 0{,}342 \times \sum \bar{A}_{PC_2} 0{,}280 \times \sum \bar{A}_{PC_3} 0{,}377}, \quad (9)$$

З огляду на різноплановий характер впливу різних інструментів маркетингових комунікацій, наявність синергічного ефекту, складання ефектів впливу різних інструментів, відстрочка впливу в часі, в тому числі пов'язана з процесом забування отриманої інформації оцінка окремо взятого інструменту не надає об'єктивної картини і необхідне використання інтегрального показника.

Таким чином, інтегральний показник ефективності Інтернет-маркетингу на основі конкурентного аналізу (ІІМка), розраховується за формулою:

$$IIM_{ка} = \sqrt[4]{IIM_{RC} \times IIM_{AC} \times IIM_{EC} \times IIM_{PC}}, \quad (10)$$

Висновки і пропозиції. Сформована система показників оцінки Інтернет-маркетингу на основі конкурентного аналізу, що охоплює показники на різних етапах моделі RACE, дає змогу підвищити організацію Інтернет-маркетингу на основі обізнаності щодо діяльності основних конкурентів за пошуковими запитами у мережі Інтернет та покращити ефективність зовнішніх інформаційно-комунікаційних потоків.

Список використаних джерел:

1. Підгурська І.А., Легкий О.А. Конкурентний аналіз інформаційного бізнессередовища у цифровому маркетингу. *Маркетинг і цифрові технології*. Том 3, № 3, 2019. С. 25–34. DOI: 10.15276/mdt.3.3.2019.3
2. Брежнева В.В. Бенчмаркинг в Интернет-среде. Информационные ресурсы и технологии в гуманитарном образовании. СПб., 2006. С. 50–58. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/benchmarking-v-internet-srede/viewer (дата звернення: 23.05.2019).
3. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 332 с. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/147035495.pdf (дата звернення: 23.05.2019).
4. Аналіз сайтів-конкурентів: як і для чого проводити. *Idea Digital Agency.* URL: https://ideadigital.agency/analiz-sajtiv-konkurentiv/ (дата звернення: 23.05.2019).
5. Аналіз конкурентів в Інтернеті. *Web-студія MyMaster.* URL: https://my-master.net.ua/ua/analiz-konkurentiv-v-interneti/ (дата звернення: 23.05.2019).
6. Як аналіз конкурентів дозволить вам покращити свій сайт і заробити більше. *Агентство Інтернет-маркетингу AG Marketing.* URL: https://ag.marketing/analiz-konkurentiv/ (дата звернення: 23.05.2019).

7. Аналіз ринку та сайтів конкурентів в інтернеті, Google. *Web-студія WebMaestro.* URL: https://webmaestro.com.ua/ua/analiz-konkurentiv/ (дата звернення: 23.05.2019).
8. Как использовать конкурентов для развития собственного бизнеса. *Академія Інтернет-маркетингу WebPromoExperts.* URL: https://webpromoexperts.net/blog/kak-ispolzovat-konkurentov-dlya-razvitiya-sobstvennogo-biznesa-vebinar-webpromoexperts-349/ (дата звернення: 25.05.2019).
9. Разведка и бой: конкурентный анализ и его применение в интернет-маркетинге. URL: https://webpromoexperts.net/blog/konkurentnyy-analiz-v-internet-marketinge/ (дата звернення: 23.05.2019).
10. Конкурентный анализ: как не изобрести велосипед? *Webpromoexperts*. URL: https://webpromoexperts.net/blog/konkurentnyy-analiz-v-internet-marketinge/ (дата звернення: 23.05.2019).
11. Lehkyy O., Pidhurska I., Haida T. Semantic Core Parsing in Search Engine Optimization Process. *9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies*: Conference Proceedings. Ceske Budejovice, Czech Republic, June 5-7, 2019. P. 358–361.
12. SEO-аналіз конкурентів. *Digital-гентство Ланет CLICK.* URL: https://lanet.click/seo/seo-competitor-analysis/ (дата звернення: 25.05.2019).
13. Конкурентный анализ сайтов: с чего начать? *Агентство пошукового маркетингу SEO-Studio.* URL: https://seo-studio.ua/blog/konkurentnuy-analiz-s-chego-nachat (дата звернення: 25.05.2019).
14. Кейс: как провести анализ конкурентов с помощью SimilarWeb. *Агентство Інтернет-маркетингу Netpeak.* URL: https://netpeak.net/ru/blog/keys-kak-provesti-analiz-konkurentov-s-pomoshchyu-similarweb/ (дата звернення: 25.05.2019).
15. Анализ конкурентов сайта. *Веб студія WebFox.* URL: https://webfox.ua/analiz-konkurentov-sajta/ (дата звернення: 25.05.2019).
16. Как провести анализ сайтов-конкурентов: пошаговое руководство. *Artjoker.* URL: https://artjoker.ua/ru/blog/kak-provesti-analiz-saitov-konkurentov/ (дата звернення: 25.05.2019).
17. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. М. : Финпресс, 2000. 464 с.
18. Данілов В.Я. Статистична обробка даних: навчальний посібник. 2019. 156 с. URL: http://www.mechmat.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2020/03/statustushna-obrobka-danilov-2019.pdf (дата звернення: 25.05.2019).

References:

1. Pidgurska I.A., & Legkyj O.A. (2019). Konkurentnyj analiz informacijnogo biznesseredovyshha u cyfrovomu marketyngu [Competitive analysis of the information business environment in digital marketing]. *Marketing and digital technologies*, vol. 3, no. 3, pp. 25–34. DOI: 10.15276/mdt.3.3.2019.3
2. Brezhneva V.V. (2006). Benchmarking v Internet-srede [Benchmarking in the Internet environment]. *Information Resources and Technologies in Humanitarian Education.* Sankt-Peterburg, pp. 50–58. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/benchmarking-v-internet-srede/viewer (accessed 23 May 2019).
3. Lytovchenko I.L. (2011). Internet-marketyngh: navchaljnyj posibnyk [Internet marketing: a tutorial]. Kyiv: Centr uchbovoji literatury. Available at: https://core.ac.uk/download/pdf/147035495.pdf (accessed 23 May 2019). (in Ukrainian)
4. Analiz sajtiv-konkurentiv: yak i dlya chogo provodyty [Analysis of competing sites: how and why to conduct]. *Idea Digital Agency.* Available at: https://ideadigital.agency/analiz-sajtiv-konkurentiv/ (accessed 23 May 2019).
5. naliz konkurentiv v Interneti [Analysis of competitors on the Internet]. *Web-studio MyMaster.* Available at: https://my-master.net.ua/ua/analiz-konkurentiv-v-interneti/ (accessed 23 May 2019).
6. Yak analiz konkurentiv dozvolyt vam pokrashhyty svij sajt i zarobyty bilshe [How competitor analysis will allow you to improve your site and earn more]. *Internet marketing agency AG Marketing.* Available at: https://ag.marketing/analiz-konkurentiv/ (accessed 23 May 2019).
7. Analiz rynku ta sajtiv konkurentiv v interneti, Google [Analysis of the market and sites of competitors on the Internet, Google]. *Web-studio WebMaestro.* Available at: https://webmaestro.com.ua/ua/analiz-konkurentiv/ (accessed 23 May 2019).
8. Kak ispol'zovat' konkurentov dlya razvitiya sobstvennogo biznesa [How to use competitors to develop their own business]. *Internet Marketing Academy WebPromoExperts.* Available at: https://webpromoexperts.net/blog/kak-ispolzovat-konkurentov-dlya-razvitiya-sobstvennogo-biznesa-vebinar-webpromoexperts-349/ (accessed 23 May 2019).
9. Razvedka i boy: konkurentnyy analiz i ego primenenie v internet-marketinge [Intelligence and combat: competitive analysis and its application in Internet marketing]. Available at: https://webpromoexperts.net/blog/konkurentnyy-analiz-v-internet-marketinge/ (accessed 23 May 2019).
10. Konkurentnyy analiz: kak ne izobresti velosiped? [Competitive analysis: how not to invent a bicycle?] *Webpromoexperts*. Available at: https://webpromoexperts.net/blog/konkurentnyy-analiz-v-internet-marketinge/ (accessed 23 May 2019).

11. Lehkyy O., Pidhurska I., Haida T. (2019). Semantic Core Parsing in Search Engine Optimization Process. *9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies*: Conference Proceedings. Ceske Budejovice, Czech Republic, June 5-7, p. 358–361.
12. SEO-analiz konkurentiv [SEO-analysis of competitors]. *Digital-agency Lanet CLICK.* Available at: https://lanet.click/seo/seo-competitor-analysis/ (accessed 23 May 2019).
13. Konkurentnyy analiz saytov: s chego nachat'? [Competitive site analysis: where to start?]. *Search engine marketing agency SEO-Studio.* Available at: https://seo-studio.ua/blog/konkurentnuy-analiz-s-chego-nachat (accessed 23 May 2019).
14. Keys: kak provesti analiz konkurentov s pomoshch'yu SimilarWeb [Case: how to analyze competitors using SimilarWeb]. *Internet marketing agency Netpeak.* Available at: https://netpeak.net/ru/blog/keys-kak-provesti-analiz-konkurentov-s-pomoshchyu-similarweb/ (accessed 23 May 2019).
15. Analiz konkurentov sayta [Analysis of competitors of the site]. *WebFox.* Available at: https://webfox.ua/analiz-konkurentov-sajta/ (accessed 23 May 2019).
16. Kak provesti analiz saytov-konkurentov: poshagovoe rukovodstvo [How to analyze competing sites: a step-by-step guide]. *Artjoker.* Available at: https://artjoker.ua/ru/blog/kak-provesti-analiz-saitov-konkurentov/ (accessed 23 May 2019).
17. Golubkov E.P. (2000). Marketingovye issledovaniya: teoriya, metodologiya i praktika [Marketing research: theory, methodology and practice]. Moscow: Finpress. (in Russian)
18. Danilov V.Ya. (2019). Statystychna obrobka danyx: navchalnyj posibnyk [Statistical data processing: a textbook]. Available at: http://www.mechmat.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2020/03/statustushna-obrobka-danilov-2019.pdf (accessed 23 May 2019).

УДК 332.1

DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-61

Лондаренко Д.О.
здобувач наукового ступеня,
судово-економічний експерт
ПП «ГАЛАЕКСПЕРТ»

Londarenko Daria
PE «GALAEXPERT»

ІННОВАЦІЙНО-ГАЛУЗЕВА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

INNOVATIVE AND SECTORAL MODERNIZATION OF THE REGIONAL ECONOMY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Стаття присвячена розробці механізму інноваційної модернізації галузевої структури економіки регіону на основі оцінки стану структурних зрушень і прогнозуванні оптимальної галузевої структури. Запропоновано авторський підхід до вирішення проблеми. Наводиться концепція управління галузевими структурними зрушеннями в регіональній економіці в контексті стійкого розвитку. Управління структурними зрушеннями і модернізація галузевої структури розглядаються як інструмент підвищення стійкості розвитку регіональної економіки. В статті використано методи системно-структурного аналізу, порівняльного аналізу динамічних рядів, економетричних та прогнозних оцінок, статистичних методів оцінки. На підставі прогнозування індикаторів в рамках Стратегії сталого розвитку України на період до 2030 року, що забезпечують досягнення параметрів сталого розвитку, запропонована концепція механізму модернізації галузевої структури економіки регіону. Наголошено, що ефективність використання механізму оптимізації та модернізації галузевої структури значною мірою залежить від точності прогнозування оптимальних пропорцій галузей у структурі ВРП, які необхідно досягти в процесі структурних перетворень і які мають відповідати встановленим у державних програмах індикаторам стратегічного розви-

тку. Обґрунтовано, що інфраструктура регіону для забезпечення своєчасності процесу виробництва, обміну та споживання виробленої продукції є важливим елементом у механізмі інноваційної модернізації галузевої структури регіону. Доведено, що механізм модернізації галузевої структури економіки регіону в контексті сталого розвитку повинен містити блоки, функції яких наступні: оцінка стану та тренду структурних зрушень у галузях, що формують валовий регіональний продукт; прогнозування оптимальної галузевої структури; вибір та апробація пріоритетних інструментів здійснення перспективних структурних зрушень на рівні району з подальшим поширенням на рівень регіону.

Ключові слова: інноваційно-галузева модернізація, науково-технічний розвиток, регіональна економіка, інноваційна інфраструктура, економічне регулювання, кластеризація, структурні зрушення, сталий розвиток, валовий регіональний продукт.

The article is devoted to the development of a mechanism for innovative modernization of the sectoral structure of the regional economy based on assessing the state of structural changes and predicting the optimal sectoral structure. The author's approach to solving the problem is proposed. The concept of managing sectoral structural shifts in the regional economy in the context of sustainable development is presented. Management of structural changes and modernization of the sectoral structure are considered as a tool for improving the sustainability of the regional economy. The article uses methods of system-structural analysis, comparative analysis of dynamic series, econometric and forecast estimates, and statistical assessment methods. Based on the forecasting of indicators within the framework of the Sustainable Development Strategy of Ukraine for the period up to 2030, which ensure the achievement of sustainable development parameters, the concept of a mechanism for modernizing the sectoral structure of the regional economy is proposed. It is noted that the effectiveness of using the mechanism of optimization and modernization of the industry structure largely depends on the accuracy of forecasting the optimal proportions of industries in the GRP structure, which must be achieved in the process of structural transformations and which must meet the indicators of Strategic Development established in state programs. It is proved that the infrastructure of the region to ensure the timeliness of the process of production, Exchange and consumption of manufactured products is an important element in the mechanism of innovative modernization of the industry structure of the region. It is proved that the mechanism of modernization of the sectoral structure of the regional economy in the context of sustainable development should contain blocks, the functions of which are as follows: assessment of the state and trend of structural shifts in industries that form the gross regional product; forecasting the optimal sectoral structure; selection and testing of priority tools for implementing promising structural shifts at the district level with subsequent extension to the region level.

Key words: innovative and sectoral modernization, scientific and technical development, regional economy, innovative infrastructure, economic regulation, clustering, structural shifts, sustainable development, gross regional product.

Постановка проблеми. Актуальність теми даного дослідження визначається стрімко зростаючим впливом таких нових форм інтеграції науки і виробництва на регіональному рівні, як технополіси і технопарки, на інноваційну перебудову галузевої і територіальної структури економіки регіонів розвинених країн світу. В умовах високих темпів інтеграції внутрішніх і зовнішніх ринків, руху капіталів і прискорення інвестиційних потоків сталий економічний і соціальний розвиток регіонів України передбачає динамічний, взаємопов'язаний і збалансований розвиток в регіонах сфер матеріального виробництва і виробничої інфраструктури, зростання чисельності населення і розвиток соціальної сфери. Ефективне функціонування регіональних соціально-економічних підсистем, підвищення рівня і якості життя населення на основі більш повного і ефективного приведення в дію виробничого, людського, природного, науково-технічного потенціалу регіонів, досягнення в них високих темпів економічного зростання може бути реалізовано тільки при забезпеченні інноваційного розвитку регіонів, основу якого становить інноваційно-технологічна модернізація економіки. У свою чергу вона являє собою удосконалення і оновлення економіки на основі впровадження новітніх науково-технічних досягнень і прогресивних технологій, здійснення ефективних структурних зрушень та інституційних перетворень, спрямованих на економічне зростання і підвищення конкурентоспроможності економіки регіону в міжрегіональному і міжнародному поділі праці. У нашій країні інноваційно-технологічна модернізація регіональної економіки тільки починає відбуватися, в стадії становлення знаходяться і наукові підходи до формування стратегії розвитку технополісів, організації системи управління ними в умовах українських регіонів. Ефективні структурні зрушення в економіці регіонів, усунення сформованих галузевих і територіальних диспропорцій, подолання сировинної і напівпродуктової спрямованості промисло-

вості, обмеження і регулювання монополізму в окремих сферах діяльності, забезпечення високих темпів впровадження досягнень науки і техніки, прискорений розвиток секторів промисловості, що виробляють конкурентоздатну кінцеву продукцію, є пріоритетними напрямками інноваційного розвитку регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем інноваційно-технологічної модернізації регіональної економіки присвячені праці таких дослідників, як Авдулова О., Глаузнер Н., Кулькіна О., Келле В., Клейн Е., Татаркіна О., Дагаєва А., Суховій А., Перевалова Ю., Нестеренко О., Ятнова О., Голова В., Кузнєцова Г., Лагодієнко В., Тимоніна В., Богатирьова О., Шумпетер Й. та ін.

Незважаючи на увагу, яка приділяється проблемам інноваційно-технологічної модернізації економіки регіонів в Україні, існує необхідність в розробці науково-обґрунтованої теоретичної та практичної бази по формуванню інноваційних науково-технологічних об'єктів регіонального значення.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування основних засад та ефективного механізму інноваційно-галузевої модернізації економіки регіону в контексті стійкого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах посилення процесів глобалізації сталий розвиток регіональної економічної системи стає все більш важливим стратегічним завданням у діяльності органів державної влади та управління. Стійкий розвиток, часто розуміється як здатність соціально-економічної системи протистояти внутрішнім і зовнішнім загрозам, являє собою ключову властивість системи, що забезпечує соціальний і економічний ріст, ефективне використання різноманітних ресурсів, які підвищують конкурентоспроможність виробництва і добробут населення країні і регіонів [3].

Сталий розвиток системи багато в чому залежить від можливості керувати процесами формування ефективної структури економіки регіонів та її модернізації у випадках виникнення негативних ситуацій. Зміни економічної структури можуть відбуватися стихійно в процесі природної адаптації системи до зовнішніх і внутрішніх «збурень», а також на основі реалізації державної структурної політики.

В ході цілеспрямованого управління структурними зрушеннями в рамках структурної політики держави відбувається оптимізація пропорцій між галузями, досягається рівновага між структурою споживання і виробництва, забезпечується раціональне і економне використання обмежених економічних ресурсів (їх переважне використання в пріоритетних і домінантних галузях економіки), досягається найбільше зростання валового регіонального продукту (ВРП). Крім того, цілеспрямоване структурне регулювання має менше соціальних витрат і зумовлює значно вищі темпи економічного розвитку [5].

Аналіз тенденції та основоположних принципів розвитку регіональної економіки в контексті сталого розвитку показує, що структура економіки регіону повинна відповідати внутрішнім і зовнішнім умовам, адаптуючи і орієнтуючи регіональну економічну структуру до сталого розвитку. Так, економіка регіону може бути конкурентоздатною і відповідати вимогам і параметрам оптимальної галузевої структури.

Існує ряд наукових досліджень, в яких описується вплив структурних зрушень на економічне зростання і, з урахуванням ряду факторів, на сталий розвиток, але даний взаємозв'язок є і досі чітко невизначеним.

Основна хвиля зарубіжних досліджень структурних зрушень, модерації економіки, сталого розвитку припадає на 60-80-ті роки XX століття, коли вийшли відомі роботи С. Блека (Black), Дж. Дозі (Dosi), Е. Бозерупа (Boserup), І. Валлерстайна (Wallerstein) та ін.

Сучасні зарубіжні дослідження більшою мірою присвячені аналізу взаємозв'язку стійкості розвитку і соціо-екологічних параметрів (Shang; Xu and Wu), взаємозв'язків стійкості розвитку і технологічних параметрів (Yue; Sherin; Charlton and Andras), стійкості розвитку в монопромислових регіонах (Kusurgasheva), регіональним особливостям модернізації (Flora and Alber, Bagautdinova) тощо [11].

Теоретико-методологічні засади та оцінка управління структурними зрушеннями, а також питання модернізації структури економіки регіону розглядаються багатьма вченими (В. Безсонов, Д. Антонюк, О. Яременко). Праці таких фахівців, як О. Істошина, Л. Боташева, А. Баймагова, присвячені кількісній оцінці стійкості галузей на основі індикаторів, застосуванню індексів в оцінці індикаторів сталого розвитку, є важливими для аналізу взаємозв'язку структурних зрушень і стійкого розвитку, розробки і використання механізму оптимізації і модернізації галузевої структури регіону [8].

Збалансоване оптимальне співвідношення параметрів має бути здійснено і управлятися за допомогою регіональної структурної політики з модернізації галузевої структури регіональної економіки або ж структурними зрушеннями з її оптимізації. Так, О. Рабаданова зазначає, що для сталого соціально-економічного розвитку регіону важливо аналізувати практичний досвід у регіоні для розробки підходів до формування оптимальної галузевої структури економіки.

При цьому узагальнюючим критерієм оцінки оптимальності є конкурентоспроможність галузей економіки регіону на внутрішньому і зовнішньому ринках [2].

Ефективність використання механізму оптимізації та модернізації галузевої структури значною мірою залежить від точності прогнозування оптимальних пропорцій галузей у структурі ВРП, які необхідно досягти в процесі структурних перетворень і які мають відповідати встановленим у державних програмах індикаторам стратегічного розвитку. Співвідношення показників галузевої структури економіки регіону з встановленими параметрами сталого розвитку дозволяє визначити необхідні вектор і силу змін, позначити пріоритетні галузі розвитку, підібрати адекватні їм інструменти структурної модернізації. Побудова ефективної галузевої структури або ж, іншими словами, оптимізація галузевої структури економіки – основне завдання, що стоїть перед державою в процесі управління структурними зрушеннями і модернізації структури економіки регіону [7].

Інноваційна модернізація структури регіональної економіки вимагає розробки певного механізму оптимізації галузевої структури регіону, що сприяє забезпеченню його сталого соціально-економічного розвитку, і є складним процесом, елементи та інструменти якого доповнюють один одного. Пропонований механізм представлений на рис. 1.

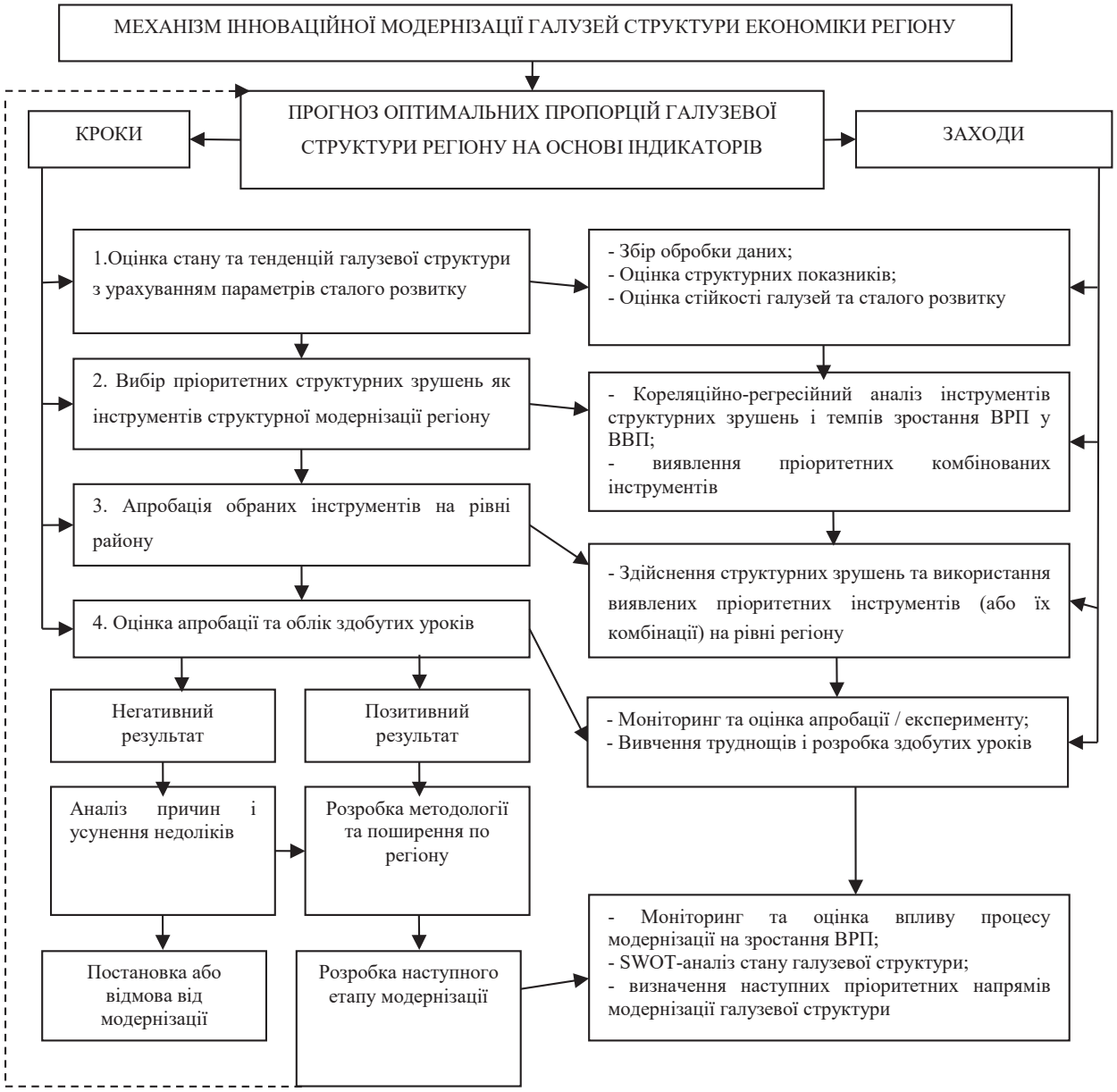

Рис. 1. Механізм інноваційної модернізації галузевої структури економіки регіону

Джерело: розроблено автором

Ефективне використання представленого на рис. 1. механізму інноваційної модернізації галузевої структури регіону можливе на основі підбору адекватних інструментів управління структурними зрушеннями з урахуванням накопиченого потенціалу та наявних ресурсів. Найбільш часто в сучасних умовах до числа таких інструментів відносять створення кластерів як особливого економічного інституту державного впливу на регіональну економіку, здатного забезпечити появу сприятливих передумов для стійких ланцюжків доданої вартості конкретних продуктів у певній галузі і для досягнення стабільності взаємозв'язків між учасниками кластеру. Серед інших інструментів вказують вільні економічні зони, розміщення держзамовлень в бізнес-секторі, що дозволяє сформувати додаткові умови для становлення і розвитку підприємництва в регіоні.

Інфраструктура регіону для забезпечення своєчасності процесу виробництва, обміну та споживання виробленої продукції є важливим елементом у механізмі інноваційної модернізації галузевої структури регіону. Здійснювані структурні зрушення в цьому секторі повинні бути спрямовані на забезпечення ефективних логістичних зв'язків і взаємовідносин галузей і підгалузей території. Однак необхідно враховувати і вплив ринкового механізму. Рентабельність процесу виробництва товарів і послуг в рамках конкретної галузевої структури залежить від існуючого попиту на вироблений продукт. Отже, структурним зрушенням з оптимізації попиту і пропозиції в процесі виробництва товарів і послуг відводиться важлива роль [5].

При модернізації галузевої структури регіону інноваційного характеру вкрай важливим виступає партнерство держави і бізнесу, зокрема для спрощення і скорочення податкового тягаря на приватний сектор. Удосконалення податкової системи з точки зору стимулювання приватного підприємництва, на наше переконання, поліпшить бізнес-середовище і залучить в економіку країни і окремих регіонів зовнішні інвестиції. У свою чергу, оптимізовані податкова система та механізми витрачання бюджетних коштів дозволять збільшити фінансові та адміністративні можливості державних інститутів, діяльність яких спрямована на виконання завдань модернізації галузевої структури регіону.

Успішне здійснення процесу інноваційно-галузевої модернізації економіки регіонів безпосередньо залежить від цілей і завдань, що стоять перед органами державної влади та управління. При цьому необхідно забезпечити, щоб дія механізму структурних перетворень не суперечила нормативним документам країни і регіонів і вирішувала комплекс різних завдань в рамках встановленої для нього компетентності, територіальності і цілеспрямованості. У цьому випадку держава зможе управляти процесом модернізації галузевої структури, що сприяє сталому розвитку регіонів, шляхом визначення та здійснення пріоритетних структурних зрушень.

При розробці програми інноваційно-галузевої модернізації важливо враховувати, що регіональна економіка являє собою цілісну систему, елементи якої, в тому числі і галузі економіки, взаємопов'язані, взаємозалежні і мають певний вплив (іноді критично сильний) один на одного. Крім того, на цю систему чинять складний і багатоплановий вплив зовнішні, внутрішні, кількісні та якісні фактори. Порушення вимоги структурної збалансованості, об'єктивно притаманної кожній стійкій системі, призводить до диспропорційності в розвитку галузей економіки і погіршення соціально-економічного стану регіону. Отже, інноваційна модернізація галузевої структури регіональної економіки стає одним з найважливіших завдань ефективного управління регіоном, а суворе дотримання принципу пропорційності в розвитку галузей економіки необхідно для його сталого розвитку. Програма інноваційної модернізації регіональної економіки в таких умовах повинна враховувати сформовані тенденції розвитку і передбачати дії з підвищення конкурентоспроможності галузей економіки та посилення інвестиційної привабливості регіону і країни в цілому [1].

При розробці конкретних заходів з модернізації галузевої структури економіки конкретної території потрібно пам'ятати, що вона формується і розвивається в процесі суспільного територіального поділу праці і відображає сформований в суспільстві на конкретний момент часу тип розподілу економічних ресурсів між видами діяльності. Це дозволяє максимально повно враховувати методологію і методи практичного підходу до аналізу економічних процесів, використовувати статистичні дані, адекватні для порівняння.

Аналіз структурних перетворень в економіці регіону часто здійснюється за допомогою визначення співвідношення трьох її основних розділів – сільського господарства, промисловості і сфери послуг, за показником їх вкладу в загальний обсяг виробництва ВВП і ВРП, що відображає перехід економіки на інший технологічний рівень. Це підтверджують цілий ряд спостережень розвитку зростаючих економік світу, коли галузі сільського господарства в міру зростання рівня доходу на душу населення поступаються за обсягом виробництва

спочатку галузям промисловості, а потім сфері послуг. Ці два найважливіших структурних перетворення, вважаючись необхідними стадіями економічного розвитку кожної країни, визначаються як формація індустріалізації та постіндустріалізації [4].

Хоча сільське господарство належить до доіндустріальної формації, включення цієї галузі до переліку перспективних галузей важливе з огляду на те, що забезпечення продовольчої безпеки та доступу населення до якісного харчування належить до однієї з головних стратегічних цілей Стратегії сталого розвитку України на період до 2030 року (Україна-2030). Зауважимо, що в оцінці оптимальності пропорцій у структурі інноваційної економіки, крім співвідношення обсягів сільського господарства, промисловості та сфери послуг, важливим є такий показник, як питома вага експорту та продукції галузей нового технологічного укладу у виробництві ВВП/ВРП. Зростання питомої ваги експорту в ВРП/ВВП відображає конкурентоздатність експортованої продукції на зовнішньому ринку, а збільшення частки продукції галузей нового технологічного укладу показує вектор спрямованості економіки регіону і країни в бік постіндустріальної формації [4].

Аналіз відповідності структури ВРП критеріям індустріальної або постіндустріальної формації дозволить оцінити вектор спрямованості економіки регіону.

Превалювання і зростаюча тенденція частки промисловості в виробництві ВРП свідчить про те, що економіка регіону зазнає переходу до індустріальної стадії. Необхідно врахувати, що стадія постіндустріального суспільства передбачає збільшення частки сфери послуг. І в зв'язку з цим виявлення факторів і причин, що перешкоджають розвитку послуг і галузей нового технологічного укладу, є важливим і обґрунтованим. Цільові структурні зрушення в цьому аспекті можуть виступити інструментом і важелем для усунення та/або зниження впливу цих причин і сприяти створенню базових умов для «безболісного» переходу економіки до постіндустріальної стадії і нового технологічного укладу [2].

Важливо врахувати, що для планування процесу інноваційно-галузевої модернізації буде потрібно розробити прогноз галузевої структури на найближчий період. Вивчення структури в перспективі з використанням економіко-математичних методів прогнозування дозволить запланувати прогресивні і цільові зрушення для зниження негативних наслідків структурних перетворень і направити вектор соціально-економічного розвитку економіки регіону відповідно до параметрів сталого розвитку і «Україна – 2030».

У свою чергу, аналіз встановлених індикаторів і прогнозних показників розвитку економіки, відображених у проєкті «Україна – 2030», показує прогноз реалізації програми за трьома сценаріями – інерційним, індустріальним та індустріально-інноваційним. Кожен з цих сценаріїв передбачає певний соціально-економічний розвиток країни, який, в свою чергу, може здійснюватися поетапно в залежності від зовнішніх і внутрішніх факторів.

Згідно з інерційним сценарієм передбачається розвиток економіки поточними темпами, де частка аграрного сектору більша за індустріальний, а середньорічні темпи зростання ВВП становлять 4-5% протягом усього прогнозованого періоду. Інерційний сценарій не передбачає здійснення керованих прогресивних структурних зрушень, спрямованих на модерацію структури економіки, а передбачає інерційний розвиток, де зовнішнім факторам не протиставляються заходи щодо зниження їх негативного впливу [3].

Індустріальний сценарій передбачає соціально-економічний розвиток країни на основі акценту на промисловість та індустріалізацію, де темпи зростання становлять 6-7 %. Згідно з даним сценарієм у структурі економіки країни та її регіонів буде здійснена структурна модернізація галузей промисловості. Третій сценарій – індустріально-інноваційний, передбачає соціально-економічний розвиток країни з урахуванням дотримання норм «зеленої економіки», впровадження інноваційних технологій, розвитку кадрового потенціалу, науки і освіти. І в цьому варіанті середньорічні темпи зростання ВВП становлять 8-9 % [6].

На основі огляду, аналізу та усереднення прогнозованих індикаторів за трьома сценаріями реалізації Україна-2030 був побудований прогноз динаміки соціально-економічних показників у виробництві ВВП на період 2018-2030 років (табл. 1).

Дані табл. 1 дозволяють виявити середній прогнозний тренд за період 2018–2030 роки за трьома сценаріями для всіх основних соціально-економічних секторів економіки країни.

Очевидно, що для кожного окремого регіону, як і для всієї України, є пріоритетною реалізація «Україна-2030» за індустріальним та/або індустріально-інноваційним сценарієм.

Для вироблення стратегії, встановлення індикаторів розвитку, розробки програм розвитку регіонів до 2030 року, моніторингу та оцінки досягнення встановлених індикаторів і ступеня реалізації даних програм необхідна адаптація прогнозних індикаторів макрорівня (національна економіка) на мезорівень (регіональна економіка). Адаптація повинна здійсню-

Таблиця 1

Прогноз динаміки соціально-економічних показників у виробництві ВВП на період 2018–2030 рр., %

Соціально-економічні сектори країни	Інерційний				Індустріальний				Індустріально-інноваційний			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Промисловість	12	15	19	7,0	12	16	20	8,0	13,5	16,2	21	7,5
Сільське господарство	22	22	22	0,0	22	20	19	-3	19	18	17,5	-1,5
Будівництво	15	15	16	1,0	16	17,5	19	3,0	16,5	18,3	19,5	3
Сфера послуг	39	35	30	-9,0	36,5	32,2	27	-9,5	36	31	25	-11
Освіта	5,0	5,5	5,5	0,5	5,5	5,8	6	0,5	6,5	7,0	7,0	0,5
Охорона здоров'я	7,0	7,5	7,5	0,5	8	8,5	9	1,0	8,5	9,5	10	1,5
ВВП	100	100	100	0,0	100	100	100	0,0	100	100	100	0,0
Темпи зростання ВВП	3,5	4,5	5,5	2,0	5,5	6,5	7,5	2,0	7,5	8,5	9,5	2,0

*Примітка: I – 2018–2020 рр.; II – 2021–2025 рр.; III – 2026–2030 рр.; IV – прогнозний тренд за весь період 2018–2030 рр.

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики

ватися з урахуванням існуючого базису і тенденцій розвитку кожного регіону.

Висновки з проведеного дослідження. Концепція механізму управління інноваційними галузевими зрушеннями в регіональній економіці в контексті стійкого розвитку містить блоки, функціональними завданнями яких є наступні:

1) оцінка стану і тенденцій галузевої структури економіки з урахуванням параметрів сталого розвитку;

2) вибір пріоритетних структурних зрушень як інструментів інноваційно-технологічної модернізації регіону;

3) апробація обраних інструментів на рівні регіону;

4) оцінка апробації та облік одержаних «уроків».

З урахуванням отриманих результатів проводиться розробка наступного етапу модернізації. Кожен з перерахованих етапів містить характерні заходи. Для забезпечення стійкості структури регіональної економіки та збереження тренду ефективності прогресивних структурних зрушень необхідно дотримуватися таких принципів управління, які є основоположними при реалізації регіональної інноваційно-технологічної політики:

– кожен досягнутий крок еволюційного процесу розвитку регіональної економіки повинен бути закріплений, повинні бути вжиті заходи щодо зниження ризиків від провалів і повернення до вихідного стану;

– збалансованість між усіма елементами розглянутої структури повинна бути забезпечена в оптимальних пропорціях, з урахуванням дотримання вектора розвитку – стабільності і стійкості еколого-економічного розвитку;

– структурний баланс галузей регіональної економіки повинен бути забезпечений з урахуванням інтересів кожної галузі і не суперечити один одному. В іншому випадку виникне структурна криза, яка призведе до порушення балансу системи.

Список використаних джерел:

1. Дышкант О. В. Модернизационные императивы кластерной организации производства в базовых секторах региональной экономики: модели и механизмы. Ростов-на-Дону : Изд-во СКНЦ ВШ, 2016. 330 с.
2. Кавтиш О. П. Модернізація економіки України: теорія і практика здійснення реформ. *Ефективна економіка*. 2013. № 1.
3. Киселева Н. Н. Устойчивое развитие социально-экономической системы региона: методология исследования, модели, управление. Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2018. 256 с.
4. Матвієнко Р. О. Управління регіональним розвитком в умовах перехідної економіки України : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка». Київ, 2005. 20 с.
5. Прокопюк А. Регіональна політика структурної модернізації економіки України в умовах євроінтеграції : автореф. дис. … д-ра економ. наук : 08.00.05. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України», 2017. 40 с.
6. Полякова А. Г. Концептуальные основы модернизации экономики регионов. *Вестник Томского государственного университета*. 2009. № 323. С. 273–279.

7. Притула Х. М. Стабілізаційні механізми розвитку економіки регіону : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка». Львів, 2004. 21 с.
8. Amin, A., Thrift N. Neo-Marshallian Nodes in Global Networks. *International Journal of Urban and Regional Research*. 1992. No. 16. Pp. 571–587.
9. Desrochers P., Sautet F. Cluster-Based Economic Strategy, Facilitation Policy and the Market Process. *The Review of Austrian Economics*. 2004. No. 17:2/3. Pp. 233–245.
10. Desrochers P. Geographical Proximity and the Transmission of Tacit Knowledge. *The Review of Austrian Economics*. 2001. No. 14:1. Pp. 25–46.
11. Glasmeier A. K. Economic Geography in Practice: Local Economic Development Policy. *The Oxford Handbook of Economic Geography.* Oxford University Press. 2000. 451 p.

References:

1. Dyshkant O. V. (2013). Modernization imperatives of cluster organization of production in the basic sectors of the regional economy: models and mechanisms. Rostov-on-Don: Izd-vo SKNC VSh, 330 p.
2. Kavtysh O. P. (2013). Modernization of the economy of Ukraine: theory and practice of reforms. *Efficient economy,* no. 1.
3. Kiseleva N. N. (2018). Sustainable development of the socio-economic system of the region: research methodology, models, management. Rostov-on-Don: Izd-vo YuFU, 256 p.
4. Matvienko R. O. (2005). Management of regional development in the transition economy of Ukraine: author. dis. … cand. econ. sciences: 08.10.01 "Location of productive forces and regional economy". Kyiv, 20 p.
5. Prokopyuk A. (2017). Regional policy of structural modernization of the economy of Ukraine in terms of European integration: author. dis. … dr. economist. sciences: 08.00.05. Lviv: SI "Institute of Regional Studies named after MI Dolishny NAS of Ukraine ", 40 p.
6. Polyakova A. G. (2009). Conceptual bases of modernization of economy of regions. *Bulletin of Tomsk State University,* no. 323, pp. 273–279.
7. Prytula H. M. (2004). Stabilization mechanisms of economic development of the region: author's ref. dis. … cand. econ. sciences: 08.10.01 "Location of productive forces and regional economy". Lviv, 21 p.
8. Amin, A., Thrift N. (1992). Neo-Marshallian Nodes in Global Networks. *International Journal of Urban and Regional Research*, no. 16, pp. 571–587.
9. Desrochers P., Sautet F. (2004). Cluster-Based Economic Strategy, Facilitation Policy and the Market Process. *The Review of Austrian Economics*, no. 17:2/3, pp. 233–245.
10. Desrochers P. (2001). Geographical Proximity and the Transmission of Tacit Knowledge. *The Review of Austrian Economics*, no. 14:1, pp. 25–46.
11. Glasmeier A. K. (2000). Economic Geography in Practice: Local Economic Development Policy. *The Oxford Handbook of Economic Geography.* Oxford University Press, 451 p.

НОТАТКИ

Наукове видання

ПРОБЛЕМИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ

Збірник наукових праць

Випуск 4(72)
Частина 2

Технічне редагування *А. А. Радченко*

Опубліковано в авторській редакції

Формат 60x84/8. Гарнітура ZurichCyrillic BT.
Папір офсет. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 21,79. Ум. друк. арк. 25,58.
Замов. № 0919/190. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.