

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Серія заснована у липні 2006 р.

ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: Економіка

Том 25. Випуск 1(80). 2020



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
Odesa I.I. Mechnikov National University

Series founded in July, 2006

**ODESA NATIONAL
UNIVERSITY
HERALD**

Series: Economy

Volume 25. Issue 1(80). 2020

Засновник: Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Редакційна рада:

І. М. Коваль, д-р політ. наук (*голова ред. ради*); **В. О. Іваниця**, д-р біол. наук (*заступник голови ред. ради*); **С. М. Андрієвський**, д-р фіз.-мат. наук; **В. В. Глебов**, канд. іст. наук; **Л. М. Голубенко**, канд. філол. наук; **Л. М. Дунаєва**, д-р політ. наук; **В. В. Заморов**, канд. біол. наук; **О. В. Запорожченко**, канд. біол. наук; **О. А. Іванова**, д-р наук із соц. комунікацій; **В. С. Круглов**, канд. фіз.-мат. наук; **В. Г. Кушнір**, д-р іст. наук; **В. В. Менчук**, канд. хім. наук; **М. О. Подрезова**, директор Наукової бібліотеки; **Л. М. Солдаткіна**, канд. хім. наук; **В. І. Труба**, канд. юрид. наук; **В. М. Хмарський**, д-р іст. наук; **Є. А. Черкез**, д-р геол.-мінерал. наук; **Є. М. Черноіваненко**, д-р філол. наук.

Редакційна колегія серії «Економіка»:

О. В. Горняк, д-р екон. наук (*головний редактор*), **І. А. Ломачинська**, канд. екон. наук (*відповідальний секретар*), **Л. М. Алексеєнко**, д-р екон. наук, **Н. І. Гражевська**, д-р екон. наук, **О. І. Котикова**, д-р екон. наук, **Е. А. Кузнєцов**, д-р екон. наук, **Є. І. Масленніков**, д-р екон. наук, **В. М. Мельник**, д-р екон. наук, **І. М. Нєнно**, д-р екон. наук, **О. В. Побережець**, д-р екон. наук, **А. О. Старостіна**, д-р екон. наук, **С. О. Якубовський**, д-р екон. наук, **Du Chunbu**, Candidate of Economic Sciences, Researcher (Central University of Finance and Economics, China), **Oleg Curbatov**, PhD Management in Science, Associate Professor (University of Paris 13 – CEPN, France).

Editorial council:

I. M. Koval, (*Editor-in-Chief*), **V. O. Ivanytsia**, (*Deputy Editor-in-Chief*), **S. M. Andriievskiy**, **V. V. Hliebov**, **L. M. Holubenko**, **L. M. Dunaieva**, **V. V. Zamorov**, **O. V. Zaporozhchenko**, **O. A. Ivanova**, **V. Ye. Kruhlov**, **V. G. Kushnir**, **V. V. Menchuk**, **M. O. Podrezova**, **L. M. Soldatkina**, **V. I. Truba**, **V. M. Khmarskyi**, **Ye. A. Cherkez**, **Ye. M. Chernoiivanenko**.

Editorial board of the Series “Economics”:

O. V. Horniak, **I. A. Lomachynska**, **L. M. Aleksieienko**, **N. I. Hrazhevskia**, **O. I. Kotykova**, **E. A. Kuznietsov**, **Ye. I. Maslennikov**, **V. M. Melnyk**, **I. M. Nienno**, **O. V. Poberezhets**, **A. O. Starostina**, **S. O. Yakubovskiy**, **Du Chunbu**, **Oleg Curbatov**.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія КВ № 11465–338Р від 07.07.2006 р.

Науковий вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
Серія «Економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з економіки
на підставі Наказу МОН України від 15 квітня 2014 року № 455

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus

Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет
відповідно до рішення вченої ради Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
(від 25 лютого 2020 року протокол № 6)

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Скороход І. П., Рижев О. А., Бондар А. В.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....10

Шедяков В. Е.

КОНСОЛІДАЦІЯ ІНТЕРЕСОВ В ФОРМИРОВАНИИ КАЧЕСТВА

ОБЩЕСТВЕННОЙ ФОРМЫ ТРУДА.....16

РОЗДІЛ 2

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Гаврилюк О. В., Остафі І. Ю.

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПРОЦЕСІВ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....22

Горбачова І. В., Прокопчук О. А.

ТРАНСПОЗИЦІЯ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

В КОНТЕКСТІ УКРАЇНИ.....28

Даниленко В. В.

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ

СТРАТЕГІЙ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАЊ.....33

Коваленко Р. С.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН МІЖ УКРАЇНОЮ

ТА ТУРЕЦЬКОЮ РЕСПУБЛІКОЮ.....38

Мовсесян А. С.

МОДЕРНІЗАЦІЯ РИНКУ МЕДИЧНИХ ВИРОБІВ В ЄС.....44

Pidchosa Oleksandr, Buz Andrii

RESHORING POLICY: CURRENT STATE AND APPROACHES OF G7 MEMBER COUNTRIES.....51

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ

НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Ненно І. М., Грінченко Ю. А.

ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР, ЦЮ ОРІЄНТОВАНІ

НА СТВОРЕННЯ ДОДАНОЇ ЦІННОСТІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.....60

Ніколенко С. С., Белов О. В.

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РІВНЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ КАДРІВ

У РОЗРІЗІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....66

Письменна У. Є., Трипольська Г. С.

ЕЛІМІНАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ВІДНОСТІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕНЕРГЕТИЧНУ СТАЛІСТЬ.....72

Поснова Т. В.

КРЕАТИВНИЙ КАПІТАЛ ТА НОВА ЕКОНОМІКА МІСТА.....79

Робул Ю. В.

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ЯК МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ.....85

Роїк О. Р.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ

ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....90

Шушкова Ю. В.

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ

ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....95

РОЗДІЛ 4

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Білявська Ю. В.

ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СЕГМЕНТІ РИНКУ DIY.....101

Войнілович В. Є. ХОЛІСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ.....	106
Гаркуша В. О. СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ АНАЛІЗ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ЙОГО АДАПТАЦІЇ ДО МІНЛИВОГО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	111
Дрималовська Х. В., Стельмах Х. П. РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	115
Ілляшенко С. М., Рудь М. П. ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ У СИСТЕМІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ 4P.....	120
Капінос Н. О., Прокопенко Н. І., Гончаров В. В. ДЖЕРЕЛА СТАБІЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....	128
Коптєва Г. М. СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ПРИНЦИПИ ТА СТРУКТУРА.....	133
Котко О. К., Пильгун А. Р. ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА НОРМУВАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ЗАПОРІЖСТАЛЬ».....	138
Лисак В. М. НАПРЯМИ ЗНИЖЕННЯ ЗАТРАТ ПІД ЧАС ФОРМУВАННЯ ПОТОКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ В КОНТЕКСТІ СТВОРЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ.....	143
Лисюк Т. В., Терещук О. С., Мельничук Р. В. ОСОБЛИВОСТІ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	148
Мазур Ю. В. РИНОК ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	152
Ніколайчук Ю. Ю., Язвінська Н. В. ВНУТРІШНІЙ МАРКЕТИНГ: ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ, ЦІННІСТЬ, ЧИННИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ.....	158
Обруч Г. В. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ МЕГАТРЕНД ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	163
РОЗДІЛ 5 РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Безхлібна А. П., Пухальська Г. В. СТАЛИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК У КОНЦЕПЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	171
Шпильова В. О., Лаврова-Манзенко О. О. ЕЛЕМЕНТИ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	176
РОЗДІЛ 6 ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Шпакова Г. В. АДАПТАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ПЕРЕХОДУ ДО БІОСФЕРОСУМІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БУДІВНИЦТВІ.....	181
РОЗДІЛ 7 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Захарчин Г. М., Склярчук Т. В., Вовк Ю. І. МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ: НОВІ СЕНСИ Й ТЕНДЕНЦІЇ.....	186

РОЗДІЛ 8 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Адвокато́ва Н. О., Карнауше́нко А. С. ЗАСТОСУВАННЯ КРАУДФАНДИНГУ ЯК АКТИВІЗАТОРА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	191
Артем'єва О. О., Гордієнко Т. В. ДЕПОЗИТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ.....	198
Григоришин Н. О. НЕКОНВЕНЦІЙНІ ВИДИ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ.....	205
Циганова Н. В. ТИПОЛОГІЗАЦІЯ КОНСОЛІДАЦІЇ БАНКІВ ТА ЇЇ СУЧАСНІ ПРОЯВИ.....	210

РОЗДІЛ 9 БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Сакун А. Ж., Пристемський О. С. РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ.....	218
---	-----

РОЗДІЛ 10 МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Мних О. Б., Левицька М. Є. РОЗВИТОК СОКОНКУРЕНЦІЇ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ СТВОРЕННЯ КЛАСТЕРА У СФЕРІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	223
Поздняков Ю. В., Скибінська З. М., Гринів Т. Т. АНАЛІТИЧНЕ ОБРУНТУВАННЯ МЕТОДИКИ РОЗРАХУНКУ ПОКАЗНИКІВ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ РЕЗУЛЬТАТУ НЕЗАЛЕЖНОЇ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ АКТИВІВ.....	229
Хорошун В. В., Солодухін С. В. МОДЕЛЮВАННЯ МАСОВОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ.....	236
НАШІ АВТОРИ.....	240

CONTENTS

SECTION 1

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

- Skorokhod Iryna, Ryzhov Oleksii, Bondar Anastasiia**
PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTERPRISE IN UKRAINE.....10
- Shedyakov Vladimir**
CONSOLIDATION OF INTERESTS IN THE FORMATION OF QUALITY
OF SOCIAL FORM OF LABOUR.....16

SECTION 2

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

- Gavryliuk Oksana, Ostafi Ivan**
ANALYSIS OF THE IMPACT OF REGIONALIZATION PROCESSES
ON THE INTERNATIONAL TRADE DEVELOPMENT.....22
- Gorbachova Irina, Prokopchuk Oksana**
TRANSMISSION OF EUROPEAN UNION MIGRATION POLICY IN THE CONTEXT OF UKRAINE.....28
- Danylenko Valerii**
RESEARCH ON PRIORITY AREAS FOR IMPROVING GLOBAL SUPPLY CHAIN
RISK MANAGEMENT STRATEGIES.....33
- Kovalenko Roman**
PRIORITY AREAS OF DEVELOPMENT OF ECONOMIC RELATIONS
BETWEEN UKRAINE AND THE TURKISH REPUBLIC.....38
- Movsesyan Areg**
MODERNISATION OF THE MEDICAL DEVICE MARKET IN THE EU.....44
- Pidchosa Oleksandr, Buz Andrii**
RESHORING POLICY: CURRENT STATE AND APPROACHES OF G7 MEMBER COUNTRIES.....51

SECTION 3

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

- Nyenno Iryna, Hrinchenko Yuriy**
FORMING OF INTEGRATED CORPORATE STRUCTURES ORIENTED
TO CUSTOMER ADDED VALUE CREATION.....60
- Nikolenko Sergey, Belov Alexandr**
THE SALARY LEVEL DYNAMICS OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL STAFF
IN THE CONTEXT OF UKRAINES REGIONS.....66
- Pysmenna Uliana, Trypolska Galyna**
THE ELIMINATION OF ENERGY POWERTY AND ITS IMPACT ON ENERGY SUSTAINABILITY.....72
- Posnova Tetiana**
CREATIVE CAPITAL AND THE NEW ECONOMY OF THE CITY.....79
- Robul Yuriy**
CONCEPTUALISATION OF DIGITAL MARKETING AS A MARKETING SYSTEM.....85
- Roik Oksana**
FORMATION OF MECHANISMS FOR PROVIDING THE INNOVATION OF THE TOURIST SPHERE
OF THE REGION IN THE CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....90
- Shushkova Yulia**
REGIONAL ASPECTS OF INNOVATION AND TECHNOLOGICAL MODERNIZATION
OF UKRAINES ECONOMY.....95

SECTION 4

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

- Biliavska Yullia**
CATEGORY MANAGEMENT RESEARCH IN THE DIY MARKET SEGMENT.....101

Voynilovych Vita HOLISTIC MARKETING OF FASHION INDUSTRY ENTERPRISES.....	106
Garkusha Viktoriia STRATEGIC MANAGEMENT ANALYSIS IN THE SYSTEM OF PROVIDING ECONOMIC SECURITY OF AN ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF ITS ADAPTATION TO MINI-LEVELS.....	111
Drymalovska Khrystyna, Stelmakh Khrystyna THE BUSINESS PLANNING ROLE IN THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES INVESTMENT ACTIVITIES BY GLOBALIZATION.....	115
Illiashenko Sergii, Rud Mariia APPROACHES TO CREATING MARKETING INNOVATIONS IN THE 4P MARKETING COMPLEX SYSTEM.....	120
Kapinos Nataliia, Prokopenko Nataliia, Honcharov Viktor SOURCES OF STABILIZATION AND DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN SPHERE.....	128
Koptieva Hanna THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISE: CONCEPT, PRINCIPLES AND STRUCTURE.....	133
Kotko Olga, Pilgun Alena PROBLEMS OF ORGANIZATION AND LABORING OF ENTERPRISES ON THE ENTERPRISES ON THE CASE OF PAO "ZAPOROZHSTAL".....	138
Lysak Viktor WAYS TO REDUCE THE COST OF FORMING THE FLOWS OF ECONOMIC INFORMATION AT THE ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF CREATING AN AUTOMATED MANAGEMENT SYSTEM.....	143
Lisyuk Tatiana, Tereshchuk Oksana, Melnychuk Roman FEATURES OF EXHIBITION ACTIVITIES OF TOURIST AND HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES.....	148
Mazur Juliia THE CARGO MARKET: THE CURRENT SITUATION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT.....	152
Nikolaychuk Yulia, Iazvinska Nadiia INTERNAL MARKETING: EVOLUTION OF VIEWS, VALUE, FACTORS OF IMPLEMENTATION AND DEVELOPMENT.....	158
Obruch Anna DIGITALIZATION AS A KEY MEGATREND FOR TRANSFORMING THE GLOBAL ECONOMIC ENVIRONMENT.....	163
SECTION 5	
DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Bezkhlibna Anastasiia, Puhals'ka Gulnara SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE CONCEPT OF REGIONAL COMPETITIVENESS.....	171
Shpilevaya Vera, Lavrova-Manzenko Elena ELEMENTS OF INFRASTRUCTURE SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF REGIONAL INNOVATION PROCESSES.....	176
SECTION 6	
ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION	
Shpakova Hanna ADAPTATION MECHANISMS OF TRANSITION TO BIOSPHERIC COMPATIBLE TECHNOLOGIES IN CONSTRUCTION.....	181
SECTION 7	
DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Zakharchyn Halyna, Skliaruk Tetiana, Vovk Yuliia HUMAN RESOURCE MANAGEMENT: NEW MEANINGS AND TRENDS.....	186

**SECTION 8
MONEY, FINANCES AND CREDIT**

Advokatova Nadiia, Karnaushenko Alla
APPLICATION OF CRAUDFUNDING
AS AN ENTREPRENEURSHIP OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY..... **191**

Artemieva Oksana, Hordiienko Tetiana
DEPOSIT MARKET OF UKRAINE:
THE CURRENT SITUATION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT..... **198**

Grygoryshyn Nazarii
NOT CONVENTIONAL TYPES OF MONETARY POLICY
AND THEIR INFLUENCE ON ECONOMIC SECURITY OF THE STATE..... **205**

Tsyganova Nadiia
TYPOLOGY OF BANKS CONSOLIDATION AND ITS MODERN MANIFESTATIONS..... **210**

**SECTION 9
ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT**

Sakun Alina, Prystemskiy Oleksandr
ROLE OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN INFORMATION SUPPORT
OF BUSINESS PROCESSES OF ENTERPRISES..... **218**

**SECTION 10
MATHEMATICAL METHODS, MODELS
AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY**

Mnykh Olga, Levitska Marta
DEVELOPMENT OF CO-COMPETITION AND MODELING OF CLUSTER CREATION PROCESSES
IN PHARMACEUTICAL INDUSTRY..... **223**

Pozdnyakov Yuri, Skybinska Zorjana, Gryniv Tetjana
MATHEMATICAL PRINCIPLES ANALYTICAL GROUND OF ASSETS INDEPENDENT VALUATION
RESULTS UNCERTAINTY DEGREE INDEXES CALCULATION METHODOLOGY..... **229**

Khoroshun Viktoriia, Solodukhin Stanislav
MODELING MASS CONDUCT OF CONSUMERS..... **236**

OUR AUTHORS..... **240**

РОЗДІЛ 1

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.34

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-1>

Скороход І. П.

Рижов О. А.

Бондар А. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Досліджено теоретичні питання виникнення категорії соціальне підприємство, соціальне підприємство, корпоративна соціальна відповідальність. Соціальне підприємство виникло як відгук на хронічні соціальні проблеми, зокрема безробіття, бідність, роз'єднаність громади тощо. Соціальні підприємства покликані задовольнити нові потреби в саморозвитку, самоідентифікації, самореалізації. Визначено, що основною метою соціального підприємства є соціальний вплив, а не отримання прибутку для власників або акціонерів. Така модель бізнесу надає товари і послуги по підприємницькій моделі, але прибуток використовує, перш за все, для досягнення соціальної мети. В сучасних умовах розвиток соціального підприємства є пріоритетом для України, що обумовлює, в свою чергу, певні зміни в законодавстві, впровадження механізмів активізації відповідної системи інститутів та інституцій.

Ключові слова: соціальне підприємство, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, сучасна модель бізнесу.

Постановка проблеми. Активний розвиток та зв'язку з цим, дискусії щодо соціального підприємства є важливим напрямом досліджень в Україні. Соціальне підприємство – це сучасна модель бізнесу, яка змінює суспільство. Це явище почало зароджуватися в 20 столітті, коли у традиційному бізнесі починає поступово впроваджуватися корпоративна соціальна відповідальність. Підприємець починає розуміти, що він діє у середовищі, яке не закрито для інших, що його дії впливають на учасників економічного процесу. Проявів соціальної відповідальності у формі підтримки інвестицій у соціальні проекти, благодійність у соціальних чи екологічних заходах, потребують подальших теоретичних обґрунтувань, які в подальшому нададуть можливість виробити практичні рекомендації щодо ефективного їх використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань розвитку соціального підприємства займалися ряд вітчизняних та зарубіжних вчених сучасності, серед яких слід виділити: А. Арапетян, І. Березяк, Ю. Благон, Ю. Боднар, Д. Борнштейн, І. Босак, З. Варналій, З. Галушка, Г. Давидовська, Н. Добров, Л. Долуд, О. Кіреєву, В. Коваленко, І. Лебедева, Г. Матвієнко-Біляєва, О.А. Московська, М. Новікова, С. Сафарова, А. Свічук, І. Ткачук, А. Толстова, Є. Фахрутдінов, Л. Черчік та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, ще й досі не розроблено вітчизняної доктрини регулювання розвитку соціального підприємства.

Виклад основного матеріалу. Досвід соціального підприємства почав активно накопичуватися приблизно з 1970-80-их років ХХ ст., з'явившись майже одночасно в різних країнах світу з різними економічними і соціальними умовами, а в 1990-х рр. також у країнах з перехідною економікою. Перші соціальні підприємства виникли давно (наприклад, найстаріші соціальні підприємства Великобританії були засновані в кінці

ХІХ століття), але першим, хто дав визначення соціального підприємства був Мухаммад Юнус, соціальний підприємець з Бангладеш, засновник банку Grameen і лауреат Нобелівської премії миру. Банк «Grameen» був заснований Юнусом в 1976 р. з метою – надати фінансові послуги для бідних жінок і найбідніших сімей з тим, щоб допомогти їм подолати бідність через організацію дохідної справи [1].

Це був перший в світі досвід мікрокредитування, який отримав до того ж світове визнання як успішний приклад соціального підприємства. Визнанням у світі є погляд на соціальне підприємство як на новий спосіб соціально-економічної діяльності, в якому поєднується соціальне призначення організації з підприємницьким новаторством і досягненням стійкої самокупності. В його основі лежить функціонування так званих соціальних підприємств, створених з метою вирішення певної соціальної проблеми або проблем, що діють на основі інновацій, фінансової дисципліни і порядку ведення справ, прийнятого в приватному секторі

Таким чином, поняття «соціальне підприємство» та «соціальне підприємство» є взаємопов'язаними, де соціальне підприємство означає процес, діяльність, а соціальне підприємство є його носієм, організаційну структуру, в рамках і за посередництвом якої відповідна діяльність відтворюється і досягає соціального і економічного результату.

Політики та громадські дебати все більше підкреслюють роль соціального підприємства для вирішення соціально-економічних проблем – таких, як бурхливе безробіття та зростаюча нерівність. Соціальні підприємства надають можливість нездоланим індивідам більше можливостей для інтеграції чи реінтеграції на ринку праці, забезпечуючи прискорення соціально-економічного розвитку.

Сьогодні близько 60% населення України бажало би займатися соціальним підприємством

цтвом. Переважно важливість та актуальність соціального підприємництва в Україні розуміє, перш за все, молодь віком від 20 до 24 років. Більша частка респондентів вважає, що переважно необхідно розвивати соціальне підприємство в таких сферах як: екологія (37%), соціально незахищені верстви населення (26%), освіта і кар'єра (20%), інновації та технології (7%) [7]. Це найбільш уразливі сфери. В сучасних умовах у цих сферах формується низка проблем, які держава, на жаль, не може вирішити самостійно.

Окрім заснування нових підприємств, побудованих за допомогою моделі функціонування соціальних підприємств, існує можливість звичайним підприємствам долучитися до вирішення суспільних проблем через так звану «корпоративну соціальну відповідальність». Вона представляє собою систему заходів, акцій чи принципів роботи організації. Важливо, що окрім соціального ефекту, втілення корпоративної соціальної відповідальності також сприяє побудові успішного іміджу компанії, адже цим заслуговує собі прихильність споживачів. Тому, все більше підприємств впроваджують цю філософію у бізнес, бо саме в такий спосіб вони вирішують ті чи інші соціальні проблеми, створюючи для цього, у великих компаніях посади з питань впровадження корпоративної відповідальності. Великі підприємства реалізують свою корпоративну соціальну відповідальність, підтримуючи чи інвестуючи в малі соціальні підприємства.

Така діяльність отримує все більше прихильників як у державному, так і приватному секторах, хоча вона є складною і потребує багато часу. В той же час впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) має такі причини як: небайдужість до наявних проблем, бажання покращити репутацію, стати більш привабливими для працівників та інвесторів (табл. 1), іноді КСВ впроваджуються під тиском органів місцевої влади, інвесторів та конкурентів [8].

Цікаво, що основні сфери впровадження КСВ та соціального підприємництва по-різному трактують фізичні і юридичні особи. Так компанії державного та приватного секторів дають перевагу сфері розвитку та покращення умов праці персоналу та захисту споживачів (в тому числі воїнів АТО і ВПО) (рис. 1).

В Україні частка саме соціальних підприємств дуже мала. Це зумовлено низкою причин, вирі-

шенню яких останнім часом приділяється чимало уваги. З юридичної точки зору в Україні не існує соціального підприємництва через відсутність законодавчої бази. Не розроблено нормативно-правове забезпечення та не проводились емпіричні дослідження діяльності соціальних підприємств, зокрема соціологічні опитування та статистичний аналіз, і особливо в розрізі регіонів. Тому на сьогодні не відомі реальні масштаби діяльності цього сектора і його ключові особливості у різних регіонах. Виникають труднощі і при ідентифікації бізнес-моделей, які використовують соціальні підприємства (SE) у межах всієї країни. Сучасні науковці ще не прийшли до спільної думки стосовно типології існуючих моделей соціальних підприємств в Україні і зазвичай класифікують їх по різному [1].

Але в інших країнах, зокрема в Латвії, є визначення соціальних підприємств, що надає можливість використання цього досвіду і для України. Закон «Про соціальне підприємство» був прийнятий 12 жовтня 2017 р. та набув чинності 1 квітня 2018 р. Він надає визначення соціальних підприємств:

1. Соціальне підприємство – це товариство з обмеженою відповідальністю, яке отримало статус соціального підприємства відповідно до цього Закону і здійснює операції з позитивним соціальним впливом (наприклад, надання соціальних послуг, створення інклюзивного громадянського суспільства, сприяння розвитку освіти, підтримки науки, охорони навколишнього середовища та збереженню, тварини захисту або збереженню культурної різноманітності).

2. Статус соціального підприємства може бути присвоєний товариству з обмеженою відповідальністю мажоритарний пакет акцій якого не належить одному або більше державним структурам, якщо цільова група працевлаштування зазначена як його призначення у статутних документах [2].

Цікавим є досвід Данії в визначенні явища соціального підприємства та соціального підприємництва, Згідно законодавству, соціальні підприємства повинні відповідати наступним п'яти критеріям для маркування соціального підприємства [3]:

– Соціальне призначення – підприємство повинно мати першочергову мету, вигідну суспільству із соціальним, культурним, цілі, пов'язані із працевлаштуванням, охороною здоров'я чи екологією.

Таблиця 1

Основні причини впровадження КСВ компаніями України

Основні причини	Частка компаній
З моральних міркувань	55%
Для покращення репутації компанії	26%
Для збільшення лояльності персоналу	23%
Для покращення інвестиційної привабливості	12%
Для збільшення обсягів продажу	11%
На вимогу місцевої влади	7%
На вимогу материнської компанії	6%
З релігійних спонукань	4%
На вимогу інвесторів	3%
Щоб не поступатися конкурентам	3%
Щоб компенсувати шкоду, заподіяну продукцією компанії	2%
Щоб привернути увагу ЗМІ	1,5%
Інше	8%

Джерело: побудовано авторами на основі [8]

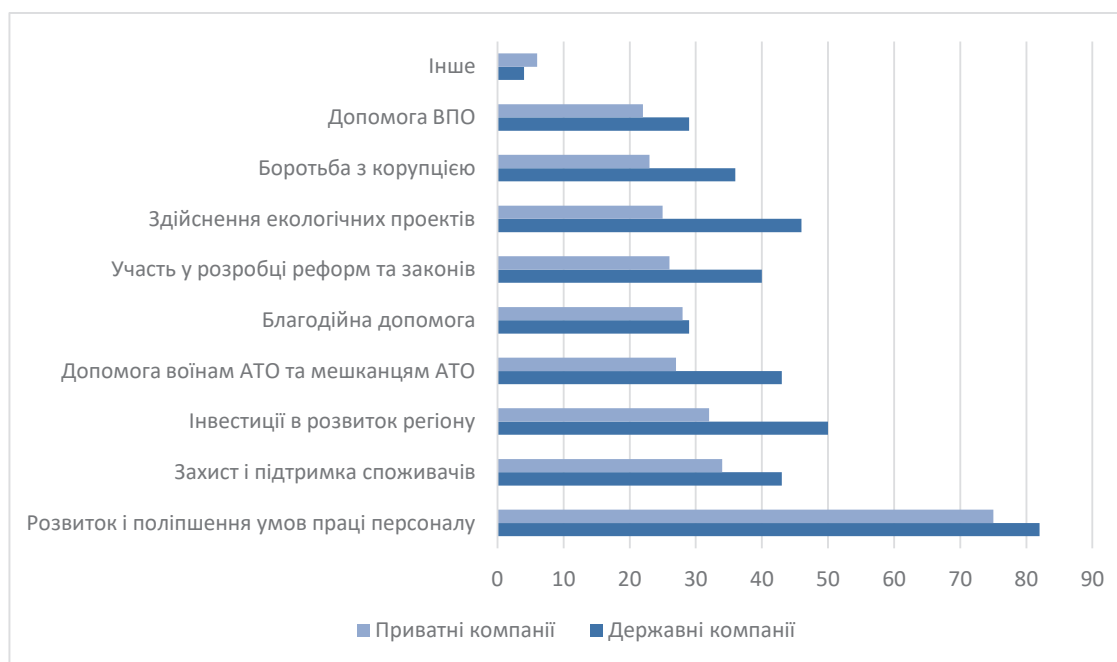


Рис. 1. Основні сфери впровадження КВС державними та приватними компаніями

Джерело: побудовано авторами на основі [8]

– Значна комерційна діяльність – підприємство повинно продавати або товари, або послуги. Ця діяльність повинна приносити дохід.

– Незалежність від органів державної влади – державні органи влади не повинні мати суттєвого впливу на управління або функціонування підприємства.

– Інклюзивне та відповідальне управління – підприємство повинно залучати працівників, клієнтів, партнерів та зацікавлених сторін. Крім того, компанія повинна керуватися відповідно до соціальних цілей.

– Соціальне управління прибутками – підприємство повинно витратити свої прибутки на соціальні цілі або реінвестувати кошти. Однак обмежена частка прибутку може розподілятися як дивіденди інвесторам або власникам. Прибуток слід реінвестувати на підприємстві, вкладені в інші зареєстровані соціальні підприємства, передані в благодійні організації або розповсюджені як дивіденди для власників та інвесторів в обмеженому обсязі.

У своїх документах Європейська комісія визначає соціальне підприємство наступним чином:

Соціальне підприємство – це оператор соціальної економіки, головна мета якого – мати соціальний вплив, а не отримувати прибуток для своїх власників чи акціонерів. Він функціонує, надаючи товари та послуги на ринку підприємницьким та інноваційним способом і використовує свої прибутки насамперед для досягнення соціальних цілей. Він керується відкрито та відповідально, і, зокрема, залучає працівників, споживачів та зацікавлених сторін, які впливають на його комерційну діяльність.

Сьогодні зареєстрували свою діяльність у каталозі соціальних підприємств України за 2016–2018 роки близько 150 соціальних підприємств, коли в Німеччині їх близько 100 тис. соціальних підприємств, де працює 2,5 млн осіб, у Великій Британії – 60 тис., на яких зайнято 2 млн осіб. Але, якщо згадати, що перший ката-

лог 2013 року містив інформацію лише про 41 соціальне підприємство, то позитивні тенденції очевидні [5].

Яскравий приклад соціального бізнесу в Харкові – «Шафа добра». Це два магазини, які направляють прибуток у «Харківський центр допомоги вагітним». За 2017 рік вони перерахували 100 тисяч гривень. Товари для продажу пожертвують городяни або місцеві виробники, тому асортимент може бути непередбачуваним. Тут є одяг, взуття, дитячі іграшки, техніка, предмети інтер'єру. Крім продажу, приблизно 90% одягу «Шафа добра» передає в різні організації. Наприклад, в благодійний фонд «Деполь Україна», який займається допомогою бездомним, і в будинок інвалідів в Барвінкове [4].

У Полтаві соціальне підприємництво розвивається на базі благодійної організації «Світло надії». Вона займається реабілітацією і соціалізацією звільнилися з в'язниці, наркозалежних, людей з ВІЛ-статусом, переселенців, які постраждали від торгівлі людьми і бездомних, соціальна пекарня Good Bread From Good People, де працюють люди з ментальної інвалідністю відкрилася в Києві, її заснував 21-річний киянин Владислав Малащенко.

Сперклі Ф. [4] у своїх працях визначає три форми (моделі) соціального підприємництва в Україні: некомерційна організація, що працює в секторі своєї основної діяльності; некомерційна організація, яка використовує комерційну структуру для фінансування програм Організації за рахунок накопиченого доходу; юридична особа (підприємство для людей з особливими потребами), яка не сплачує податки, якщо більше 50% її співробітників складають люди з обмеженими фізичними або психічними можливостями. Проте, ця класифікація не застосовна до визначення загальної моделі соціального підприємства в Україні, оскільки визначена лише для некомерційних організацій та юридичних осіб для людей з обмеженими фізичними можливостями.

Окремі вчені використовують організаційно-правові форми соціальних підприємств в якості критеріїв класифікації для визначення моделей соціального підприємництва. Взагалі акцентують увагу на двох із основних групи соціальних підприємств: моделі радянського часу та моделі, які виникли в сучасній ринковій економіці.

Більшість зареєстрованих в Україні як соціальні підприємці, мають одну з трьох організаційно-правових форм: індивідуальний підприємець, індивідуальний підприємець, зареєстрований як НУО, та неурядова організація. Тому виникають юридичні казуси з чинним законодавством України стосовно визначення таких категорій. Однак, незважаючи на цей правовий антагонізм, перераховані форми (моделі) є визначальними для класифікації вітчизняних соціальних підприємств.

Діяльність благодійних фондів в Україні регулюється Законом про благодійництво та благодійні організації. Благодійні фонди не можуть отримувати доходи і розподіляти їх серед засновників, членів органу управління або працівником фонду. Вищим органом управління фонду є загальні збори організації. Але господарська діяльність благодійних фондів обмежена та спрямована на підтримку та захист прав бенефіціарів, які не прагнуть задовольняти потреби всієї спільноти.

Громадське об'єднання є організаційною формою, яка знаходиться найближче до соціального підприємства в українському контексті. За нашим законодавством це незалежна комерційна організація (добровільне об'єднання), створена одним засновником і заснована на приватній власності членів об'єднання з метою проведення економічної діяльності для задоволення своїх потреб, зокрема суспільних, соціальних, екологічних та інших [5].

Виділяють три основні характеристики соціального підприємства. По-перше, торгівля – життєздатність цих підприємств досягається саме через торговельну/комерційну діяльність. По-друге, соціальне призначення – в основі їх діяльності – соціальні цілі (створення робочих місць, проведення тренінгів та розвиток певних навичок, надання послуг та виробництво товарів а місцевому рівні). По-третє, соціальна власність – вони перебувають у власності громад (користувачів послуг або клієнтів, місцевих громадських об'єднань тощо). Як приклади соціальних підприємств можна навести підприємства, що належать та керуються громадою, наприклад, сільські магазинчики або будівлі, що слугують суспільним потребам громад; заклади огляду за дітьми, що належать та адмініструються батьками; кредитні спілки; кооперативи; трасти розвитку – організації, що володіють майном (яке може бути надано органами місцевої влади), наприклад, будинком, який вони можуть використовувати для одержання прибутку для своїх соціальних цілей [5].

Соціальне підприємництво виникло як відгук на хронічні соціальні проблеми: безробіття, бідність, роз'єднаність громади тощо. Соціальні підприємства покликані задовольнити ті потреби членів громади, які не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує. Саме це є нішею для діяльності соціальних підприємств. Саме місцеві громади отримують основну користь від розвитку соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво допомагає надавати державні послуги в новий спосіб та задовольняти потреби громади; створювати робочі місця; збагачувати професійний досвід людей, які працюють у соціальних підприємствах, задля подальшого

працевлаштування за сучасних ринкових умов; розвивати громади, залучаючи до громадського життя доцільно вразливі та маргіналізовані групи населення, забезпечуючи їх членів роботою; розширювати активність громадян, які можуть самостійно розв'язувати свої проблеми та брати відповідальність за своє життя; посилювати увагу до соціально незабезпечених груп населення, не стільки надаючи їм благодійну допомогу, скільки забезпечуючи їх корисною соціально значущою роботою; відроджувати сільські та міські території і поліпшувати їх соціальну інфраструктуру тощо. Враховуючи зміст і завдання соціального підприємництва, виділяють декілька моделей соціальних підприємств.

Типологію соціальних підприємств досліджувала і О. Кіреєва [5]. Вона використала основні положення Концепції з соціальних питань для розробки класифікації на основі аналізу конкретних особливостей діяльності соціальних підприємств у Львівській області. У результаті було визначено п'ять основних моделей соціальних підприємств. Такий підхід до ідентифікації моделей соціальних підприємств є найбільш прийнятним, оскільки він розроблений на основі аналізу емпіричних даних діяльності конкретних підприємств. Соціальне підприємництво ставить перед собою як соціальні, так і економічні цілі. Соціальні підприємства поєднують свою комерційну діяльність і пріоритети соціальної мети.

В. Бібікова [6] запропонувала консолідувати окремі з перерахованих вище моделей. Зокрема, вона вважає, що модель підтримки підприємця, модель ринку посередника і моделі ринку зв'язку потрібно об'єднати в одну групу під назвою модель підтримки підприємця, оскільки всі вони передбачають надання посередницьких послуг іншим організаціям та забезпечення їхнього виходу на ринок. Автор виділяє п'ять основних моделей соціальних підприємств, виходячи з особливостей їхньої діяльності. Ці моделі повністю описують всю різноманітність соціальних підприємств в Україні.

1. *Модель підтримки підприємця.* Компанії, що належать до цієї моделі, надають своїй цільовій аудиторії (потенційним підприємцям) послуги, необхідних для успішного відкриття та розвитку власного бізнесу. Послуги, що надаються підприємствами цієї моделі, як правило, складають соціальну програму підприємства. Проте, вони можуть також залучати свої ресурси для досягнення соціальних цілей. Споживачами соціальних підприємств даної моделі є юридичні та фізичні особи, які працюють над створенням або розвитком власного бізнесу. Крім того, спеціалізація у цій сфері є дуже відносною, оскільки підприємства цієї групи зазвичай займаються додатковими видами діяльності, зокрема наданням бухгалтерських послуг.

Ця модель також включає і кредитні спілки, жодна з яких не була обрана для аналізу як соціальний підприємець в Україні. Це – некомерційні організації, засновані на кооперативних принципах, які прагнуть задовольнити потреби своїх членів шляхом надання взаємного кредитування і фінансових послуг за рахунок фінансових внесків членів спілки. Ці організації можуть надавати кредити і приватним підприємствам та особам, які не є членами профспілки. Кредитні спілки можуть також фінансувати інші аналогічні союзи і проводити благодійні заходи. Кількість кредитних спілок в Україні з кожним роком збільшу-

ється. Цей факт можна розглядати як позитивну тенденцію з точки зору подолання головної проблеми соціальних підприємств в Україні – нестачі фінансових ресурсів.

Серед переваг підприємств, які входять до моделі підтримки підприємця, – здатність підвищувати добробут своїх співробітників і клієнтів, збільшуючи свою частку на ринку та прибутковість. Розвиток цієї моделі також відображає концепцію інформатизації суспільства, відповідно до якої зростає роль надання послуг.

2. *Модель зайнятості (робота по інтеграції)*. Компанії, що належать до цієї моделі, забезпечують можливості зайнятості та професійної підготовки для вразливих груп населення (інвалідів, сільських робітників, бездомних, колишніх в'язнів, жінок у важкій життєвій ситуації, наркоманів і алкоголіків).

Такі підприємства надають допомогу у працевлаштуванні, проводячи навчання для бажаючих отримати професії, що не вимагають високої кваліфікації, і для яких існує попит на ринку. Частина компаній, що відносяться до моделі зайнятості, надають роботу людям з особливими потребами. Багато з таких підприємств досягли стадії сталого розвитку та здатні підтримувати свій бізнес самостійно за рахунок продажу товарів і/або надання послуг. Прибуток розподіляється між реінвестуванням та соціальними цілями, відсоток залежить від внутрішніх правил організації.

Розвиток цієї моделі соціального підприємства є одним з найважливіших для України, оскільки сьогодні спостерігається високий рівень безробіття, спричиненого політичною та економічною кризами в поєднанні з соціальною нестабільністю. Дана модель підприємств (та зростання кількості і якості) надасть можливість знизити соціальну напруженість в українському суспільстві за рахунок вирівнювання нерівності.

3. *Модель субсидування*. Соціальна місія і комерційна діяльність підприємств цієї категорії не пов'язані. Їхня комерційна діяльність орієнтована виключно на отримання прибутку, який використовується для фінансування соціальних програм. Крім того, підприємства цієї моделі здійснюють свою економічну діяльність та виконують соціальну програму самостійно, без будь-яких додаткових підпорядкованих структур. Значна частка прибутку (завичай, не менше 50% від доходу компанії) витрачається на соціальні потреби. Недоліком підприємств такої моделі те, що комерційна діяльність і соціальна місія ізольовані одна від одної. Однак, підприємства цього типу мають хороші шанси для просування в рамках української економіки, оскільки види діяльності, які вони можуть займатися не обмежені.

4. *Модель плата за послуги*. Українські юридичні особи, що належать до цієї моделі, надають своїй цільовій аудиторії (діти, інваліди, безробітні, молодь тощо) послуги, які є джерелом доходу для організації і одночасно складають її соціальну програму. Найбільш поширеною правовою формою таких підприємств є підприємства, створені за ініціативою громадських організацій (об'єднань громадян) або кооперативів, які працюють у сфері послуг. Поряд з послугами, що надаються, компанія в окремих випадках виробляє деякі товари. Цей тип моделі соціальних підприємств є одним з найбільш передових в Україні. Пропоновані продукти або послуги повинні бути конкурентоспроможними на ринку, щоб генерувати достатні фінансові ресурси не тільки для забезпечення

виживання підприємства, але і для покриття витрат, пов'язаних з забезпеченням цільової аудиторії цими товарами безкоштовно або за зниженою ціною. Крім того, такі підприємства шукають ефективні методи надання послуг з метою залучення якомога більшої кількості бенефіціарів. Соціальні підприємства цієї групи широко використовують інновації та креативність.

В. Бібікова вважає, що соціальні підприємства, що належать до моделі плата за послуги, найкраще адаптовані до українських реалій. Вони найбільш інноваційні, творчі та гнучкі. Більше того, вони, як правило, не потребують значних ресурсів (людських, законодавчих, стартового капіталу) для заснування. Такі підприємства мають найбільші шанси, щоб успішно розвиватись і стати ядром українського соціального підприємництва.

5. *Модель організаційної підтримки*. Ключовою особливістю підприємств цієї групи є те, що вони використовують дохід, отриманий від їхньої комерційної діяльності, для підтримки своєї головної організації. Підприємства, що належать до цієї моделі, можуть бути підпорядковані неурядовим організаціям, об'єднанням, індивідуальним підприємцям або товариствам та прагнути фінансової незалежності та автономії. Вони використовують працю добровольців, а сфера їхньої діяльності може варіюватися від виробництва до надання послуг.

Не всі існуючі соціальні підприємства можуть бути безпосередньо віднесені до однієї з п'яти запропонованих моделей у зв'язку з характером їх діяльності. Наприклад, окремі з них займаються виробництвом і продажем та використовують свій прибуток для підтримки некомерційних проєктів громадської організації, одночасно створюючи робочі місця для соціально незахищених груп населення. Такі соціальні підприємства можна віднести як до моделі зайнятості, так і до моделі організаційної підтримки.

Моделі соціального підприємництва в Україні все ще знаходяться на початкових етапах їх формування і не завжди можуть оцінюватися як повноцінні соціальні підприємства. Проблемою при цьому є відсутність інструментарію емпіричного оцінювання процесів становлення та функціонування соціального підприємництва через не розробленість методології статистичного оцінювання і спостереження цих економічних процесів. Окремого дослідження потребує проблематика, пов'язана з адаптацією ефективних моделей соціального підприємництва в регіонах України, що різняться між собою за рівнем розвитку соціально-гуманітарної сфери та рівнем економічного розвитку.

Висновки і пропозиції. Для України перехід від екстрактивної до інклюзивної економіки – це єдина можливість подолати величезну прірву між бідними та багатими, змінити сировинну економіку на економіку виробництва, позбутись заборгованості перед міжнародними інституціями, розробити ефективну національну стратегію розвитку, досягти визнання у світі. Кооперація на сучасному етапі може стати дієвим інструментом поєднання розвитку сучасної ринкової економіки та формування ефективною соціальною політики. Сучасна Європа основою своєї цивілізаційної моделі обрала підприємництво та освіченість.

Розвиток соціального підприємництва є пріоритетною моделлю для України, що обумовлює, в свою чергу, певні зміни в законодавстві, розробку низки нормативних актів, впровадження механізмів

мів активізації даної моделі, відповідної системи інститутів. Наразі соціальне підприємництво знаходиться на етапі розвитку в Україні, але спостерігається позитивна тенденція його розвитку.

Соціальне підприємництво та корпоративна соціальна відповідальність дозволяє подолати негативні наслідки сучасної ринкової економіки,

які держава не може вирішити це достатньою мірою. Таких як проблема зайнятості соціально уразливих груп населення, екологічні, соціальні та інші. В той же час соціальне підприємництво, як і звичайне підприємництво, має на меті отримання прибутку, створення робочих місць, залучення інвестицій та міжнародних грантів.

Список використаних джерел:

1. Аджемоглу Д., Робінсон Д. Чому нації занепадають. Пер. з англ. О. Дем'янчука. К., Наш Формат. 2016. 440 с.
2. Барва Я. До економічного процвітання через кооперацію та «народний капіталізм». URL: <http://flashontimenews.com/politika/item/13284doekonomichnogoprotsvitannuyacherezkooperatsiyutanarodnijkapitalizm.html>. (дата звернення: 23.10.2019).
3. Сперклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. Британська Рада, 2011. URL: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/britishcouncil.org.ua/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf (дата звернення: 22.10.2019).
4. Социальное предпринимательство в Украине: Европейское исследование. Обмен опытом. URL: <http://sesp.org.ua> (дата звернення: 23.10.2019).
5. Kirieieva O. V. Social enterprise as an instrument of public social policy. Public Administration: Theory and Practice. 2011. № 2 (6). URL: [http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf). (дата звернення: 13.09.2019).
6. Bibikova V. Social Enterprise in Ukraine. International Comparative Social Enterprise Models. ICSEM Working Papers. 2015. No. 12. Liege: The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project. 39 p.
7. Результати соціального опитування. U-Report. Веб-сайт. URL: <https://ukraine.ureport.in/v2/opinion/3090/> (дата звернення: 22.08.2019).
8. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. К.: Видавництво «Юстон», 2017. 52 с.
9. База соціальних підприємств України. Веб-сайт Social Business in UA. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/ (дата звернення: 22.08.2019).

References:

1. Ajemorlu D., Robinson D. (2016). *Chomu natsii zanepadiut [To whom the nationalities are overlooked]*. Kyiv: Our Format. [in Ukraine].
2. Barva J. Do ekonomichnoho protsvitannia cherez kooperatsiiu ta «narodnyi kapitalizm» [Towards economic prosperity through co-operation and “popular capitalism”]. Retrieved from: <http://flashontimenews.com/politics/item/13284-doekonomichno-go-protsvitannia-cherez-kooperatsiyu-ta-narodnij-kapitalizm.html>. (accessed 22 October 2019). [in Ukraine].
3. Sperkley F. (2011). *Posibnyk z planuvannia sotsialnoho pidpriemnytstva [A guide to social entrepreneurship planning]*. Kyiv: British Council, 2011. Retrieved from: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/britishcouncil.org.ua/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf. (accessed 23 October 2019). [in Ukraine].
4. U-Report. (2019). *Sotsyalnoe predprynymatelstvo v Ukrainy: Evropeiskoe yssledovanye. Obmen opytom [Social Entrepreneurship in Ukraine: A European Study. Experience exchange]*. Retrieved from: <http://sesp.org.ua> (accessed 23 October 2019). [in Russian].
5. Kirieieva O. V. (2011). *Sotsialne pidpriemnytstvo yak instrument derzhavnoi sotsialnoi polityky [Social enterprise as an instrument of public social policy]*. Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka – Public Administration: Theory and Practice. No2(6). Retrieved from: [http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf). (accessed 13 September 2019). [in Ukraine].
6. Bibikova V. (2015). *Social Enterprise in Ukraine. International Comparative Social Enterprise Models. ICSEM Working Papers. 2015. No. 12, Liege : The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project. 39 p.*
7. Social survey results. Website. Retrieved from: <https://ukraine.ureport.in/v2/opinion/3090/>. (accessed 22 August 2019).
8. Zinchenko A., Saprykina M. (2017). *Rozvytok KSV v Ukraini: 2010–2018. [CSR Development in Ukraine 2010-2018]*. Kyiv : Yuston. (accessed 21 October 2019). [in Ukraine].
9. Social Business in UA. (2019). *Baza sotsialnykh pidpriemstv Ukrainy [Database of Social Enterprises of Ukraine]*. Retrieved from: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/ (accessed: 8 August 2019)

Скороход И. П.

Рыжов А. А.

Бондарь А.В.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

Резюме

Исследованы теоретические вопросы возникновения категории социальное предприятие, социальное предпринимательство, корпоративная социальная ответственность. Социальное предпринимательство возникло как отклик на хронические социальные проблемы, в частности, безработица, бедность, разобщенность общества. Социальные предприятия призваны удовлетворить новые потребности в саморазвитии, самоидентификации, самореализации. Определено, что основной целью социального предприятия является социальное влияние, а не получение прибыли для владельцев или акционеров. Такая модель бизнеса предоставляет товары и услуги по предпринимательской модели, но прибыль использует, прежде всего, для достижения социальной цели. В современных условиях развитие социального предпринимательства является приоритетом для Украины, что обуславливает, в свою очередь, определенные изменения в законодательстве, внедрение механизмов активизации соответствующей системы институтов и институций.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, современная модель бизнеса.

Skorokhod Iryna
Ryzhov Oleksii
Bondar Anastasiia
Odesa I. I. Mechnikov National University

PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTERPRISE IN UKRAINE

Summary

Theoretical questions of the emergence of the category social enterprise, social entrepreneurship and corporate social responsibility are investigated. The theoretical foundations of social responsibility and social entrepreneurship are explored. It is determined that they were formed in the 20th century when corporate social responsibility was gradually introduced in traditional business. A social enterprise is a social economy operator whose main purpose is to have a social impact, not to make a profit for its owners or shareholders. It operates by providing goods and services in the market in an entrepreneurial and innovative way and uses its profits primarily to achieve social goals. It is managed openly and responsibly, and in particular engages employees, consumers and stakeholders who influence its business activities. Social enterprises provide disadvantaged individuals with greater opportunities for integration or reintegration in the labor market, while accelerating socio-economic development. Social entrepreneurship has emerged as a response to chronic social problems such as unemployment, poverty, community disunity, and more. Social enterprises are designed to meet the new needs for self-development, self-identification, self-realization, relevant and important both theoretically and practically. Social enterprises provide more deprived individuals with opportunities for integration or reintegration in the labor market, while accelerating socio-economic development. In international practice, there is no clear definition of a social enterprise, but there is a clear understanding of its basic component – the main purpose of a social enterprise is social influence, not profit for owners or shareholders. The new business organization provides products and services in the market on an entrepreneurial model, and uses profits primarily to achieve social goals. Not only does a social enterprise provide a product or service, but it sells history and a sense of involvement in something good. Therefore, in modern conditions the development of social entrepreneurship is a priority for Ukraine, which in turn causes certain changes in legislation, development of a number of regulations, implementation of activation mechanisms. the relevant system of institutions and institutions.

Keywords: social entrepreneurship, social responsibility, corporate social responsibility, modern business model.

УДК 330.34:331.522.4

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-2>

Шедяков В. Е.

независимый исследователь (г. Киев)

КОНСОЛИДАЦИЯ ИНТЕРЕСОВ В ФОРМИРОВАНИИ КАЧЕСТВА ОБЩЕСТВЕННОЙ ФОРМЫ ТРУДА

Развитие процесса труда рассматривается как важная сфера общественной интеграции. Диффузия трудовых отношений оказывает непосредственное воздействие на комплексное состояние общества и вектор динамики. В свою очередь, совершенствование систем образования и реализации стимулов сказывается на формировании интеграционного потенциала труда. При этом отражается как технико-технологический уклад, так и общественная форма труда. Одновременно возрастает роль как расширения возможностей трудовой миграции, так и влияния распространения представлений о жизнедеятельности в привилегированных слоях населения и наиболее благополучных странах. Соответственно, вопросы принятия Трудового кодекса выступают весомым аргументом не только в экономической динамике, но и в социальном климате, что требует отражения в стратегии и тактике реформирования.

Ключевые слова: труд, содержание труда, форма труда, характер труда, интересы, стимулы, стимулирование.

Постановка проблемы. Трансформации труда: состояния его содержания, форм и характера наряду с развитием общественных возможностей удовлетворения потребностей превращают отношение к деятельности в важнейшее направление ненасильственной интеграции, порождая и отражая качество взаимодействия интересов, их динамику [1–5].

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретико-методологическую основу статьи составляют поиски в направлении, во-первых, содержания и формы трудовой деятельности (А. Абызов, А. Агг, И. Баткаева, Д. Богиня, В. Борисов, В. Буслинский, И. Буян, О. Васильев, Н. Гвоздева, Е. Гришинова, О. Дигилина, О. Жеманов,

Е. Жулина, Н. и Р. Иванова, Л. Ивановская, В. Канаев, Е. Капустин, А. Кибанов, М. Колосницына, В. Коцюбинский, Н. Лясников, А. Мазин, А. Маскаева, А. Наумов, А. Разжигайев, А. Саакян, К. Сабо, Б. Сухаревский, И. Чангли); во-вторых, природы кооперирования (посредством солидарности/партнерства и состязательности/конкурирования) как механизма взаимоувязки интересов (В. Андриенко, Г. Анисимова, А. Арсеев, В. Афанасьев, А. Балашов, С. Белозерова, Е. Борисова, С. Буко, Н. Бухарин, М. Буравой, С. Вакуленко, Э. Вильховниченко, М. Воейков, И. Гончарова, В. Гуляев, Э. Дюркгейм, Г. Егиазарян, А. Емельянов, Ю. Еремин, В. Жуков, В. Кабалина, Е. Катихин, В. Ковалев, Р. Колосова, А. Колот, Ю. Конопина,

Е. Куделин, К. Кязимов, Н. Лапина, М. Либоракина, Ю. Маслюков, М. Михайлов, В. Михеев, А. Мотылев, Г. Назарова, Ю. Одегов, С. Одяков, В. Поляков, С. Пышкина, А. Рыков, И. Соболева, Ф. Хайек, С. Хохлявин, А. Чаянов, Т. Чубарова, П. Эхин и др.); в-третьих, формирования и реализации стимулов к труду в системах управления (А. Гастев, А. Крэйг, К. Маркс, Э. Мэйо, А. Милуков, С. Минц, Дж. Нэш, Р. Оуэн, А. Покрытан, Ф. Ричардсон, Ф. Ротлибсиргер, А. Рубан, Л. Смирнич, К. Уолкер, Ф. Тейлор, Г. Форд, Л. Ханифан, А. Чаусовский и др). Также учтены исследования научных школ по выявлению механизмов возникновения и реализации разноуровневых интересов в трудовой сфере, зафиксированные, прежде всего, в работах В. Агеева, Г. Арефьевой, Л. Архангельского, В. Бабица, Л. Буевой, И. Витаньи, А. Вихляева, Ю. Горбунова, О. Загороднего, Г. Зазерского, Т. Заславской, А. Здравомыслова, А. Зеличенко, А. Зуева, В. Каманкина, Е. Капустина, Л. Конаревой, Ф. Кошелева, И. Кузьминова, Т. Лепейко, Э. Либановой, В. Лозового, Д. Марковича, Э. Миженской, Л. Мясниковой, В. Некрасова, И. Обломской, Ю. Палкина, Ю. Пахомова, С. Перегудова, И. Петровой, Н. Победы, В. Подмаркова, И. Поповой, И. Пусенковой, В. Радаева, Ю. Саенко, А. Семенова, А. Синенко, Н. Танащенко, В. Тарасова, Ж. Тощенко, Н. Ушенко, Л. Эрхарда, В. Шилова, В. Ядова и др.

Выделение не решенных ранее частей общей проблемы. Вместе с тем использование трудовой активности как фактора консолидации требует серьезного пересмотра системы применяемых стимулов, в частности на основе переноса акцентов с рассмотрения труда как фактора удовлетворения первичных материальных потребностей (что всё больше становится уделом сначала машин, затем автоматизированных производственных комплексов, а там и биоробототехники) к его роли в высвобождении социальной энергии, прежде всего – развития способностей и развертывания творчества. Тем самым кардинально усложняется характер и управления, где на первый план выходят методы стимулирования.

Цель статьи. Главной целью данной работы является формулирование итогов изучения общественного звучания комплекса трансформаций трудовой деятельности.

Изложение основного материала. Творчество по своему содержанию и характеру выступает процессом саморазвертывания сущностных сил (прежде всего способностей, интересов, ценностей) в активности. Изменение содержания трудовой деятельности, ее преимущественно организационно-технологической составляющей, фиксируется ее содержательностью. Вместе с тем многообразие материально-вещных, социально-идеальных и материально-социальных форм сводится в определенную целостность общественным устройством жизнедеятельности, социально-технологическими укладами и порядками общежития [6–10]. Формирование представления о творчестве как ядре наиболее общественно ценного содержания трудового процесса во многом предопределяет усиление звучания труда и для общественного климата, и для воплощения сугубо индивидуального комплекса одаренности каждого.

На успех в обществе знания можно рассчитывать исключительно при расширении поля творчества (прежде всего духовно-интеллектуального). Отсюда – и общественная необходимость высвобождения времени человека для просоциального

творчества в труде, и формирование культуры деятельности. Отсюда также – цивилизационная потребность в постоянном мотивировании и обучении деятельности при акценте на воспитании характеристик «человека разумного», а не «человека умелого», в экономическом поведении – не «человека экономического», а «человека творческого», не «потребителя» или «пройдохи», а «созидателя», с формированием и комплексной стимулирующей желательные изменения общественной среды, и кластеров развития. Соответственно, новые горизонты развития открываются тем государствам, чье общественное устройство максимально способствует реализации творческого (прежде всего интеллектоемкого) потенциала каждого, а Сверхпроект может консолидировать, структурировать и мобилизовать на решение созидательных задач. Соответственно, необходимо культивирование продуктивных моделей развития, при которых трудовые отношения все заметнее приобретают характерные черты не просто весомого направления социализации/аккультурации, но и механизма самовыражения, самовоплощения, реализации представлений о справедливости в индивидуальной и общественной жизни, публичных и частных целях/интересах. Т. е. участие в новых трудовых отношениях не только трансформирует требования к обладанию знаниями, навыками, умениями (в т. ч. постоянному обновлению их, в частности путем самообучения), но и меняет общественное и индивидуальное восприятие и оценку и задатков, и происходящего (например, выращая чувство самоуважения, профессиональной гордости, собственного достоинства, следующие из них мотивы, интересы и цели). Между тем при учете лишь наиболее очевидных связей и механизмов (например, монетарных) упускается широкий диапазон реакций общества как социокультурной целостности.

Процесс трудовой деятельности интегрирует объективный и субъективный аспекты, влияет на качество социального самочувствия. При этом среди массы показателей процессов труда во многом критериальны относящиеся к культуре деятельности, отражающейся на отношении к труду, в частности – на дисциплинированности работника и дисциплине труда. Характер дисциплины связан отнюдь не только с технологическими цепочками и уровнем промышленно-производственного уклада, он напрямую связан и с производственными отношениями, и с общественными традициями, воплощая сквозь призму ценностно-смысловых комплексов как восприятие вида деятельности, так и целеполагание. Находящееся в ядре материальных и духовных производства и обмена воссоздание идеального фиксирует конкретно-историческое разнообразие социально-экономических процессов, проходящих, прежде всего, на уровнях материально-технического (изменений потребительских стоимостей), социально-материального (стоимостей) и социально-идеального (форм стоимости). Состояние же и динамика культурно-цивилизационного мира продуцируют конкретные формы взаимосвязи людей, соотношение общественной психологии и общественной идеологии в духовной жизни, теоретического и повседневно-уровней общественного освоения и осознания действительности. Конкретно-исторический способ взаимодействия охватывает отношения диапазона от партнерства до конкуренции (экономическими и неэкономическими путями). Создание цены товара – денег – капитала всё замет-

нее отрывается от производственного процесса, ориентируясь на фиктивный капитал и используя инструментарий маркетинга. Вокруг ценностей складываются ценностные ситуации, перерастающие в ценностно-смысловые комплексы, отражаемые ценностными коррелятами. Само отношение к труду, его целям, процессу, условиям, предметам и результатам складывается во взаимодействии факторов индивидуализации и социализации, отражая характер интеграции интересов в приоритетном проявлении деятельностью своего потенциала в обеспечении жизни, самовыражения и фиксации места в обществе.

Усиление социального аспекта труда – и этап в освобождении труда, и элемент творческого освоения действительности, повышения уровня индивидуализации и социализации, качества трудовой жизни [11–15]. Осуществление многоуровневого взаимного кооперирования – фактор превращения социальности в средство развития, позволяющее в том числе и подъём гармоничной персональной одаренности, а также социальной и индивидуальной творческой активности. Именно надиндивидуальные, надэгоистичные и другие трансцендентные факторы, объединенные и структурированные Сверхпроектом, часто оказываются решающими на макро- и микроуровне. Освоение каждого нового уровня в высвобождении энергии индивидуальной и социальной творческой активности приводило к историческим свершениям. Нынешние формы их структурирования часто рассматриваются сквозь призму социального партнерства и производственного народовластия/демократии (на микроуровне) и в приобретении качества равноправного взаимодействия целостных и самоценных полиструктур культурно-цивилизационных миров (на макроуровне). Вместе с тем именно качество и направленность взаимозависимости, а также ее механизмы и субъектность оказываются в эпицентре международных противостояний переходного времени.

Стимуляционная ситуация проявляет комплекс взаимодействия существенных сил человека в направленности и интенсивности его активности. Так, сорезонирование состояния и динамики производства с иерархиями способностей, потребностей, интересов проходит сквозь призму восприятия (соответственно целям, нормам, традициям, ценностным ориентациям и установкам и т. д.) и формирует эффективность тех или иных стимулов и мотивов в порождении и закреплении заинтересованности, определении ее направленности, продуктивности и интенсивности. Таким образом, стимуляционная ситуация как «свернутая» схема воспроизводства стимулов обладает богатой внутренней структурой с многочисленными внутренними (в т. ч. обратными) связями, значимо воздействующими на результат. Причём взаимовлияние инстинктивных и рефлексивных, ступенчатых и плавных, близконтактных и прерывистых, революционных и эволюционных коммуникаций изменчиво, что позволяет до известной меры подстраховку отсутствующих или инвалидных групп.

Тенденции осуществления стратегических метаморфоз вне зависимости от осознания и умения отражения их особенностей народами и их лидерами требуют изменения качества взаимодействия: как на внутреннем, так и на внешнем контурах структурирования. Трансформации воплощения (прежде всего в системе информационных взаимодействий) идеального, надиндивидуалистического понимания человека и общества. Под иллюзией же верховенства потребительских

интересов каждого легко заметна жесткая и предельно отчуждённая воля «техноструктуры», которая пытается задать индивидам их потребительский (редуцированный к биологии) стереотип. Игнорирование происходящих перемен как в процессе труда, так и в отношении к нему способно повысить уровень конфликтности в обществе. Намного более перспективной является разработка форм и механизмов управления, которая основывается на учете наметившихся изменений в форме и содержании деятельности, делает акцент на социокультурной организации трудовых отношений, позволяет применить широкие резервы промышленной демократии, создать условия для развития творчества.

Неправомерно при этом сводить логику изменений в трудовых отношениях исключительно к детерминированию культуры технологическими инновациями. Большое значение приобретает влияние именно культурной среды на появление и восприятие нововведений техники и экономики. Посему гуманизированные технологии формирующейся эпохи не являются социально нейтральными, уже на стадии проектирования в них закладывается сознательная ориентация на развитие и обогащение культуры. Изучение институциональных и ценностных принципов организации разных типов хозяйственных общностей, альтернативных подходов к оценке систем стимулирования позволяет преодолевать жесткий производственный детерминизм, отказываться от анализа и оценки хозяйственных ситуаций и процессов исключительно с утилитарно-прагматических позиций, переходя к исследованию трудового поведения и трудовых отношений с учетом историко-культурных, морально-психологических, религиозно-этических традиций, плюральных моделей персонального и группового выбора.

Соответственно, условия реформирования неминуемо требуют дальнейшего совершенствования механизмов общественного взаимодействия. Комплексное осуществление организационно-управленческого подкрепления творчества предполагает в первую очередь доформирование среды творчества (в частности, интеллектуального), точек его концентрации (например, в кластерной форме научно-образовательно-производственных объединений), картины специальности, систем постоянного обучения (включая переобучение и самообразование) творческой активности, прежде всего в труде и управлении. Место производственной сферы здесь уникально. С одной стороны, определяющим элементом производства и социальной жизни долгое время считался именно труд: он предоставлял ресурсы экономическому росту, обуславливал качество жизни, формировал ценности и отводил конкретные ниши профессиональным и социальным группам. С другой стороны, повышенные роли игры и обучения на личных и общественных осях самореализации усиливает потенциал взаимодействия, а постглобальное структурирование мироустройства требует повышения качества социально-информационных мембран.

Объективное изменение требований к конкурентоспособной организации труда предполагает квалифицированное и заинтересованное участие персонала в улучшении производства. Продуктивный механизм взаимодействия участников процесса общественного воспроизводства предполагает осуществление условий сохранения и развития различных форм общественного богатства, что базируется на консолидирующих принципах

производственной демократии как ядра социального партнерства, формирующего среду принципа возмездности, по которому не только компенсируются общественно-необходимые затраты труда индивида, но и сам индивид действует соответственно не только интересу к труду, а и предполагаемым последствиям своей активности. Так, наиболее общее воплощение сути и противоречий возмездности происходит через механизмы стимулирования и конкуренции, связанные ориентацией на алиментарность, соотносительностью деятельности с результатом, где самоценность деятельности существует, но требует и внешнего подтверждения. В этих условиях уже защита производительности консолидированного состояния и динамики общественных интересов требует системного укрепления механизмов народовластия, активно диффузируются в иные сферы жизни [16–21]. С одной стороны, государство обязано обеспечить максимально высокие социальные стандарты жизни и условия творчества (в частности, за счет организации решения вкуче с территориальными общинами рутинно-материальных, бытовых вопросов), предотвращения растрачивания способностей на бессмысленных гонках потребительства/стяжательства. Возрастает и искус праздности, иждивенческого и инфантильного поведения. С другой стороны, удовлетворение первичных потребностей вполне закономерно во все эпохи ведет к расширению спектра пожеланий населения. Продвижение индивидуализации предпочтений коррелирует с ростом запросов. Рост контрастов образа жизни в мире усиливает расширение миграции (в т. ч. трудовой, с оттоком профессионалов). Дополнительное давление обеспечивается тиражированием СМИ и Интернетом уровня жизни и моделей времяпрепровождения в наиболее благополучных слоях и привилегированных странах. Вместе с тем рост бережного отношения к разномыслию как неперемennom атрибуту творческого поиска становится важным следствием расширения корзины прав и свобод личности, воспринимаемая как справедливое. При этом, с одной стороны, участие в общественно полезной деятельности само по себе должно приносить не только удовлетворенность и чувство собственного достоинства, но и всестороннее благополучие с социальным признанием. С другой стороны, только различия в одаренности и творческого воплощения ее могут быть признаны справедливым основанием социального неравенства.

Выводы и предложения. Риски и возможности кардинальных изменений связаны как с запаздыванием в проведении перемен, так и с их диспропорциональностью. Отношения (пере)распределения богатства и бедности в масштабах как одного общества, так и ойкумены как целого существенно зависят от характера воспроизводствен-

ного цикла, фиксируясь в конкретике принципа Парето и коэффициента Джини. Парадигмальность трансформаций означает, прежде всего, возможность «обогнать, не догоняя» при использовании и общечеловеческого опыта и особенностей конкретного культурно-цивилизационного мира. Переходный период – время стратегического маневрирования, таких же рисков и возможностей. Сущность процессов, наполняющих переходный период, связана с противоборством различных вариантов дальнейших изменений, а не только отрицанием прошлых стратегий и зарождением грядущих. Важность переходной межпарадигмальности связана, прежде всего, с выходом за пределы «коридора свободы», а значит, кардинальным ростом диапазона как возможностей, так и рисков. Многие социальные тенденции все еще только формируются, другие трудно распознать в море прежних закономерностей и фактов, характеризующих уходящую реальность.

Таким образом, для расширения массива развития и реализации духовно-интеллектуального творчества государство вкуче с местным самоуправлением: 1) берет на себя (вкуче с местным самоуправлением) как удовлетворение первичных потребностей каждого, так и выполнение рутинных обязанностей и функций (прежде всего в производственной и коммунально-бытовой сферах); 2) отсекает устарелые формы фетишизма (товарно-потребительского и капитально-стяжательского) и избыточного неравенства; 3) создает заслоны перед возможным нарастанием абсолютного и относительного обнищания масс, а также перед негрудовыми формами обогащения, социальной, в частности имущественной, поляризации.

Формируется известная альтернатива: государственный патернализм (вплоть до диктата полицейского государства) или же ответственная активность населения. Во многом разрешение этого противоречия предопределяется в процессе обеспечения развития вектора заинтересованности общества и самодеятельности граждан.

Вместе с тем воспитание готовности к разумной инициативе и гражданской активности требует вовлечения широких слоев в образование (включая самообучение). Непрерывность воспитания «нового человека» – естественное условие общественной адекватности меняющимся природным, технико-технологическим и социально-экономическим условиям, уровню открывающихся возможностей и рисков.

По мнению автора, эффективное развитие дальнейших научных исследований в данном направлении предполагает, в частности, осуществление анализа адекватности наличных нормативно-правовых форм социально-экономическому содержанию преобразований организационно-управленческих отношений в хозяйственной сфере.

Список использованных источников:

1. Новая эра справедливости : Доклад Генерального директора МОТ. *Международная конференция труда*, 100 сессия. 2011. URL : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_155846.pdf. (дата обращения: 17.02.2020).
2. Роулз Д. Теория справедливости. Новосибирск : Новосиб. гос. ун-т, 1995. 514 с.
3. Шедяков В.Е. Социальная справедливость как фактор стратегической конкуренции. *Рухес*. 2016. № 1. С. 75–84.
4. Шедяков В.Е. Социально-экономические средства воплощения справедливости в постсовременном хозяйствовании. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 3–1(46). С. 16–19.
5. Шедяков В.Е. Гармонизация индивидуального и социального в становлении общества знания. *European vector of contemporary psychology, pedagogy and social sciences: the experience of Ukraine and the Republic of Poland* / ed. board: M. Kiedrowska, A. Erechemla, T. Braneki. Sandomierz: Baltija Publishing, 2018. Vol. 3. P. 446–470.
6. Ghai D.P., Khan A.R., Lee E.L.H. Alftan T. The basic-needs approach to development. Some issues regarding concepts and methodology. Geneva : ILO, 1980. 124 p.

7. Шедяков В.Е. Трудовые отношения в экономике познающего общества. *Digital and Innovative Economy: Processes, Strategies, Technologies: Proceed. of Intern. Scient. Conf. Kielce, January 25th, 2019*. P. 79–81.
8. Шилов В.В., Турубарина А.С., Мирошникова А.В. Новое поколение «трудовых ресурсов» в зеркале социологии. *Проблемы экономики, организации и управления в России и мире* : матер. V Междунар. науч.-практ. конф. Прага, 2014. С. 430–433.
9. Вакуленко С.М. Соціологія праці. Київ : Знання, 2008. 262 с.
10. Жулина Е.Г. Формирование и развитие качества трудовой жизни: теория, методология исследования, социально-экономическое управление : дис. ... докт. экон. наук. Саратов, 2011. 440 с.
11. Вильховниченко Э.Д. Постиндустриальные модели труда: социоорганизационный прогресс на рубеже XXI века. *Мировая экономика и международные отношения*. 2003. № 3. С. 56–65.
12. Шедяков В.Е. Активизация социально-экономических ресурсов обеспечения общественного согласия в решении стратегических созидательных задач. *Інституціоналізація як фактор забезпечення розвитку системи інвестиційно-інноваційної безпеки України* / заг. ред. О.Л. Гальцової. Запоріжжя : Гельветика, 2019. С. 242–261.
13. Шедяков В.Е. Ценностные основания национальных моделей социально-экономического развития. *National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine* / ed. by A. Pawlik, K. Shaposhnykov. Kielce: Baltija Publishing, 2016. Vol. 2. P. 164–190.
14. Шедяков В.Е. Соціокультурні підвалини стимулювання в інноваційній економіці. *Innovations in the development of socio-economic systems: microeconomic, macroeconomic and mesoeconomic levels* / ed. by J. Zukovskis, K. Shaposhnykov. Kaunas: Baltija Publishing, 2016. Vol. 2. P. 83–97.
15. Шедяков В.Е. Стимулирование в системе гибкого управления: единство традиций и инноваций. *Нове та традиційне у дослідженнях сучасних представників суспільних наук* : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2016. С. 84–86.
16. Людський розвиток в Україні: мінімізація соціальних ризиків / за ред. Е.М. Лібанової. Київ : Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2010. 496 с.
17. Shedyakov V. Creation and realization of organizational-management strategy during paradigm transformation. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities* / ed. by M. Bezpartochnyi. Przeworsk, Poland : WSSG, 2019. Vol. 3. P. 345–364.
18. Shedyakov V. Strategy of changes: challenges, measurements, priorities. *Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension* / ed. by M. Bezpartochnyi. Sofia: VUZF Publishing House «St. Grigorii Bogoslov», 2019. Vol. 2. P. 51–62.
19. Shedyakov V. Economics of development or dying away: the role of social and information technologies. *Development of modern science: the experience of European countries and prospects for Ukraine* / scient. ed. & project dir. A. Jankovska. Riga : Baltija Publishing, 2019. P. 289–307.
20. Шедяков В.Е. Осуществление парадигмальных трансформаций: сорезонирование стратегии, тактики и оперативного искусства в управленческих композициях. *Development and modernization of social sciences: experience of Poland and prospects of Ukraine* ; Maria Curie-Skłodowska University. Lublin : Baltija Publishing, 2017. P. 282–307.
21. Шедяков В.Е. Стратегічна культура проведення трансформацій: можливості та загрози. *Розвиток економіки України під впливом економічних, соціальних, технологічних та екологічних трендів* / за ред. М.С. Пашкевич, Ж.К. Нестеренко ; М-во освіти і науки України, Запор. нац. техн. ун-т, Нац. гірн. ун-т. Дніпро : НГУ, 2015. С. 30–41.

References:

1. Doklad General'nogo direktora MOT. (2011). Novaja jera spravedlivosti. [A new era of justice]. *Mezhdunarodnaja konferencija truda*, 100 sessiya. URL: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meeting-document/wcms_155846.pdf. (accessed 17 February 2020).
2. Roulz D. (1995). Teoriya spravedlivosti. [Justice theory]. Novosibirsk: Izd-vo Novosib. gos. un-ta, 514 s. (in Russian)
3. Shedyakov V.E. (2016). Social'naja spravedlivost' kak faktor strategicheskoy konkurencii. [Social justice as a factor of strategic competition] (in Russian). *Pyxes*, no 1, pp. 75–84.
4. Shedyakov V.E. (2018). Social'no-jekonomicheskie sredstva voploshheniya spravedlivosti v postsovremennom hozjajstvovanii. [Socio-economic means of embodiment of justice in post-modern management] (in Russian). *Biznes-navigator*, vyp. 3-1, no (46), pp. 16–19.
5. Shedyakov V.E. (2018). Garmonizatsiya individual'nogo i sotsial'nogo v stanovlenii obshchestva znaniya. [Harmonization of individual and social principles in the formation of a knowledge society] (in Russian). *European vector of contemporary psychology, pedagogy and social sciences: the experience of Ukraine and the Republic of Poland* / ed. board: M. Kiedrowska, A. Erechemla, T. Branecki. Sandomierz: Baltija Publishing, vol. 3, pp. 446–470.
6. Ghai D.P., Khan A.R., Lee E.L.H. Alfthan T. (1980). The basic-needs approach to development. Some issues regarding concepts and methodology. Geneva: ILO, 124 p.
7. Shedyakov V.E. (2019). Trudovye otnosheniya v jekonomike poznajushhego obshhestva. [Labour relations in the economy of a knowing society] (in Russian). *Digital and Innovative Economy: Processes, Strategies, Technologies: Proceed. of Intern. Scient. Conf. Kielce, January 25th, pp. 79–81*.
8. Shilov V.V., Turubarina A.S., Miroshnikova A.V. (2014). Novoe pokolenie «trudovykh resursov» v zerkale sotsiologii [A new generation of “labour resources” in the mirror of sociology]. *Problemy ekonomiki, organizatsii i upravleniya v Rossii i mire: Mater. V Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Praga*, pp. 430–433. (in Russian)
9. Vakulenko S.M. (2008). Sociologiya praci [Sociology of Labour] Kyiv: Znannya, 262 s. (in Ukrainian)
10. Zhulina E.G. (2011). Formirovanie i razvitie kachestva trudovoy zhizni: teoriya, metodologiya issledovaniya, social'no-jekonomicheskoe upravlenie. [The formation and development of the quality of working life: theory, research methodology, socio-economic management] (PhD) Saratov, 440 s. (in Russian)
11. Vil'hovnichenko E.D. (2003). Postindustrial'nye modeli truda: socioorganizacionnyj progress na rubezhe 21 veka. [Post-industrial labor models: socio-organizational progress at the turn of the 21st century] (in Russian). *Mirovaya jekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*, no. 3, pp. 56–65.
12. Shedyakov V.E. (2019). Aktivizatsiya sotsial'no-jekonomicheskikh resursov obespecheniya obshchestvennogo soglasiya v reshenii strategicheskikh sozidatel'nykh zadach. [Activation of socio-economic resources for ensuring social harmony in solving strategic creative tasks] (in Russian). *Інституціоналізація як фактор забезпечення розвитку системи інвестиційно-інноваційної безпеки України* / zagh. red. O.L. Ghal'covoji. Zaporizhzhja: Ghel'jvetyka, pp. 242–261.
13. Shedyakov V.E. (2016). Tsennostnye osnovaniya natsional'nykh modeley sotsial'no-jekonomicheskogo razvitiya. [Value foundations of national models of socio-economic development] (in Russian). *National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine* / ed. by A. Pawlik, K. Shaposhnykov. Kielce: Baltija Publishing, vol. 2, pp. 164–190.
14. Shedyakov V.E. (2016). Sociokul'turni pidvaly ny` sty`mulyvannya v innovacijnoyi ekonomici. [Sociocultural foundations of stimulation in innovative economy] (in Ukrainian). *Innovations in the development of socio-economic systems: microeconomic, macroeconomic and mesoeconomic levels* / ed. by J. Zukovskis, K. Shaposhnykov. Kaunas: Baltija Publishing, vol. 2, pp. 83–97.

15. Shedyakov V.E. (2016). Stimulirovaniye v sisteme gibkogo upravleniya: edinstvo traditsiy i innovatsiy. [Stimulation in the system of flexible management: the unity of tradition and innovation] (in Russian). *Nove ta tradycijne u doslidzhennjakh suchasnykh predstavnykiv suspilnykh nauk*: Mater. Mizhnar. nauk.-prakt. konf. Kyiv, pp. 84–86.
16. Libanova E.M. (ed.) (2010). Lyuds'kyj rozvytok v Ukraini: minimizaciya social'nyx ryzykiv. [Human development in Ukraine: minimizing social risks]. Kyiv: In-t demografiyi ta social'nyx doslidzhen NAN Ukrainy, Derzhkomstat Ukrainy, 496 s. (in Ukrainian)
17. Shedyakov V. (2019). Creation and realization of organizational-management strategy during paradigm transformation. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities* (ed. by M. Bezpartochnyi). Przeworsk: WSSG, vol. 3, pp. 345–364.
18. Shedyakov V. (2019). Strategy of changes: challenges, measurements, priorities. *Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension* (ed. by M. Bezpartochnyi). Sofia: VUZF Publishing House "St. Grigorii Bogoslov", vol. 2, pp. 51–62.
19. Shedyakov V. (2019). Economics of development or dying away: the role of social and information technologies. *Development of modern science: the experience of European countries and prospects for Ukraine* (scient. ed. & project dir. A. Jankovska). Riga: Baltija Publishing, pp. 289–307.
20. Shedyakov V.E. (2017). Osuschestvleniye paradigmal'nykh transformatsiy: sozonirovaniye strategii, taktiki i operativnogo iskusstva v upravlencheskikh kompozitsiyakh. [Realization of paradigmatic transformations: co-resonating strategy, tactics and operational art in managerial compositions] (in Russian). *Development and modernization of social sciences: experience of Poland and prospects of Ukraine* / Maria Curie-Skłodowska University. Lublin: Baltija Publishing, pp. 282–307.
21. Shedyakov V.E. (2015). Strategichna kuljtura provedennja transformacij: mozhlyvosti ta zagrozy [Strategic Transformation Culture: Opportunities and Threats]. *Rozvytok ekonomiky Ukrajinu pid vplyvom ekonomichnykh, social'nykh, tekhnologichnykh ta ekologichnykh trendiv* / za red. M.S. Pashkevych, Zh.K. Nesterenko; M-vo osvity i nauky Ukrajinu, Zapor. nac. tekhn. un-t, Nac. ghirn. un-t. D.: NChU, pp. 30–41. (in Ukrainian)

Шедяков В. Є.

незалежний дослідник (м. Київ)

КОНСОЛІДАЦІЯ ІНТЕРЕСІВ У ФОРМУВАННІ ЯКОСТІ СУСПІЛЬНОЇ ФОРМИ ПРАЦІ

Резюме

Розвиток процесу праці розглядається як важлива сфера суспільної інтеграції. Дифузія трудових відносин має безпосередній вплив на комплексний стан суспільства і вектор динаміки. Своєю чергою, вдосконалення систем створення та реалізації стимулів позначається на формуванні інтеграційного потенціалу праці. Причому відображається як техніко-технологічний уклад, так і суспільна форма праці. Водночас зростає роль як розширення можливостей трудової міграції, так і впливу поширення уявлень про життєдіяльність у привілейованих верствах населення і найбільш благополучних країнах. Відповідно, питання прийняття Трудового кодексу виступають вагомим аргументом не тільки в економічній динаміці, а й у соціальному кліматі, що вимагає відображення у стратегії і тактиці реформування.

Ключові слова: праця, зміст праці, форма праці, характер праці, інтереси, стимули, стимулювання.

Shedyakov Vladimir

Independent Researcher (Kyiv)

CONSOLIDATION OF INTERESTS IN THE FORMATION OF QUALITY OF SOCIAL FORM OF LABOUR

Summary

The subject of the study is the dynamics of the social form of labour as a factor in the realization by the labour sphere of the potential for integrating interests. The relevance of the text is associated with the decisive significance of the transition period for the further socio-economic orbit of the country. Transformations of labour: the state of its content, forms and character, along with the development of social opportunities for satisfying needs, make attitude to activity the most important area of nonviolent integration. The research methodology is based on the analysis and synthesis of sociocultural and political-economic knowledge. The purpose of the study is to formulate the results of the study of the public sounding of the complex of transformations of labour activity. The development of the labour process is considered an important area of social integration. Diffusion of labour relations has a direct impact on the complex state of society and the dynamics vector. In turn, the improvement of education systems and the implementation of incentives affects the formation of the integration potential of labour. Moreover, it affects both the technical and technological structure, and the social form of labour. At the same time, the role of both expanding the possibilities of labour migration and the influence of the spread of ideas about life in the privileged sections of the population and the most prosperous countries is growing. Accordingly, the adoption of the Labour Code is a powerful argument not only in economic dynamics, but also in the social climate, which requires reflection in the reform strategy and tactics. Risks and opportunities for dramatic changes are associated both with a delay in the implementation of changes and with their disproportionality. The paradigm of transformations means, first of all, the opportunity to "overtake without catching up" using both human experience and the characteristics of a specific cultural and civilizational world. The transition period is a time of strategic manoeuvring, the same risks and opportunities. The essence of the processes filling the transition period is related to the confrontation of various options for further changes, and not just the withering away of past strategies and the emergence of future ones. The importance of transitional inter-paradigm is connected, first of all, with going beyond the "corridor of freedom", and, therefore, a cardinal increase in the range of both opportunities and risks. Many social trends are still just emerging, while others are difficult to recognize in the sea of previous patterns and facts that characterize the outgoing reality. Possible application of the research results: both in teaching at university courses and in practice of transitional reforms.

Keywords: labour, content of labour, form of labour, nature of labour, interests, stimulus, stimulation.

РОЗДІЛ 2

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

I МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.542.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-3>

Гаврилюк О. В.

Остафі І. Ю.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПРОЦЕСІВ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Статтю присвячено дослідженню впливу процесів глобалізації та регіоналізації на розвиток міжнародної торгівлі. Визначено, що стрімке збільшення кількості регіональних торговельних угод закономірно зумовило зростання їхньої ролі у міжнародній торгівлі. На основі аналізу експорту окремих регіональних інтеграційних об'єднань протягом 1995–2018 рр. виявлено особливості та зрушення в розвитку регіональної торговельної інтеграції. Визначено, що найвищим рівнем торговельної інтеграції характеризуються Азійсько-Тихоокеанське економічне співробітництво та Європейський Союз. Відзначено, що якщо внутрішньорегіональна торговельна інтеграція в країнах Америки мала тенденцію до зниження, то в країнах Африки і особливо у країнах Азії спостерігалася інтенсифікація цих процесів. Участь у процесах регіональної торговельної інтеграції не лише має значний вплив на економічний розвиток України, а й відкриває перед країною нові можливості.

Ключові слова: глобалізація, регіоналізація, міжнародна торгівля, інтеграційні об'єднання, регіональні торговельні угоди.

Постановка проблеми. В останні десятиліття міжнародна торгівля зазнає якісних перетворень, пов'язаних з інтенсивним розвитком процесів глобалізації і постіндустріальної трансформації світового господарства. Водночас активно розвивається й регіоналізація, яка передбачає встановлення особливих відносин між державами для полегшення і розширення взаємної торгівлі та інших форм співробітництва, а у багатьох випадках – для отримання політичних і гео економічних переваг. У результаті останні 30–40 років є періодом накопичення глобальних структурних протиріч, які проявляються у кризі СОТ, торговельних війнах між найпотужнішими економіками світу, перегляді багатьох торговельно-економічних угод. Це актуалізує потребу у дослідженні особливостей регіоналізації на сучасному етапі розвитку світової торгівлі, можливостей, які вона надає країнам, та перспектив для світової системи торговельно-економічних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми глобалізації, регіональної інтеграції та їх взаємодії досліджуються у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних авторів, серед яких: Б. Баласса, Дж. Бхагваті, І. Валерстайн, В. Загашвілі, В. Іноземцев, В. Кондратьєв, М. Хаустова, О. Довгаль, О. Білорус, С. Радзієвська, В. Рокоча, Є. Савельєв та багато інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В умовах формування і зміцнення основних центрів економічного впливу й перерозподілу світових ресурсів і доходів створюються нові виклики для національних економік. Від того, наскільки Україна зможе оцінити наявні та потенційні плюси й мінуси різних опцій регіональної інтеграції, ініціювати зближення з пріоритетними або створення нових регіональних торговельних об'єднань, залежатиме ефективність її інтеграції у сучасну систему світогосподарських зв'язків.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження особливостей впливу процесів регіоналізації на розвиток міжнародної торгівлі. Результати такої оцінки можуть слугувати підґрунтям для пошуку економічно сприятливих ніш для вітчизняних товаровиробників, аналізу вигід та ефективності від торгівлі з окремими регіональними об'єднаннями.

Виклад основного матеріалу. Глобалізація та регіоналізація є найважливішими характеристиками сучасного світу, рушійними силами, що визначають розвиток світової економіки. М.Г. Хаустова у праці «Феномен глобалізації та плюралізм її інтерпретації», цитуючи американського дослідника М. Фрідмана, зазначає: «Це ... інтеграція ринків, націй-держав та технологій, що дає змогу індивідам, корпораціям та націям-державам досягти будь-якої точки світу швидко, далі, глибше та дешевше, ніж раніше» [1, с. 435].

Стрімке зростання обсягів міжнародної торгівлі є одним із ключових показників глобалізації. За даними ЮНКТАД, із кінця 1970-х років кожні 10 років обсяги експортних операцій збільшувалися у 2–2,3 рази до 2008 р., у 2010 р. ця позитивна тенденція відновилася, а вже в 2011 р. обсяги експортних поставок перевищили рівень 2008 р. У 2018 р. обсяги світового експорту товарів та послуг становили майже 25 трлн дол. США, що на 4,8% більше, ніж у 2011 р., та у 10,5 рази перевищує рівень 1980 р. Реальне зростання міжнародної торгівлі як драйвера економічного зростання у світі у 2018 р. дещо уповільнилося, становивши 3,0% порівняно з 4,6% у 2017 р. [2], проте перевищило показник 2016 р. (1,6%). Це зумовлено уповільненням зростання світової економіки, посиленням нестабільності на фінансових ринках, наростанням напруженості в економічних відносинах між ключовими економіками світу – США та Китаєм у вигляді взаємного підвищення ввізних мит, посилення

Європейського Союзу (EU-28) взаємна торгівля в межах РТУ протягом аналізованого періоду має більше значення, ніж торгівля з іншими країнами світу.

Якщо розглядати цей показник у динаміці, бачимо практично стабільні значення з деякими відхиленнями. Так, частка експорту «інтра-РТУ» в АРЕС коливалася від 71,7% у 1995 р. до 69,8% у 2018 р.

Питома вага експорту між членами EU-28 знаходилася в діапазоні від 61,8% у 1995 р. до 63,6%

у 2018 р., що вказує на посилення інтеграційних тенденцій усередині цього інтеграційного об'єднання.

Досить висока частка «інтра-РТУ» Північноамериканської зони вільної торгівлі (НАФТА) також є свідченням того, що хоча інтеграційні процеси в рамках цього об'єднання поступаються європейським, обсяги взаємного експорту між країнами-членами блоку практично дорівнюють обсягам експорту до решти країн світу (46,0% у 1995 р. та 49,4% у 2018 р.).

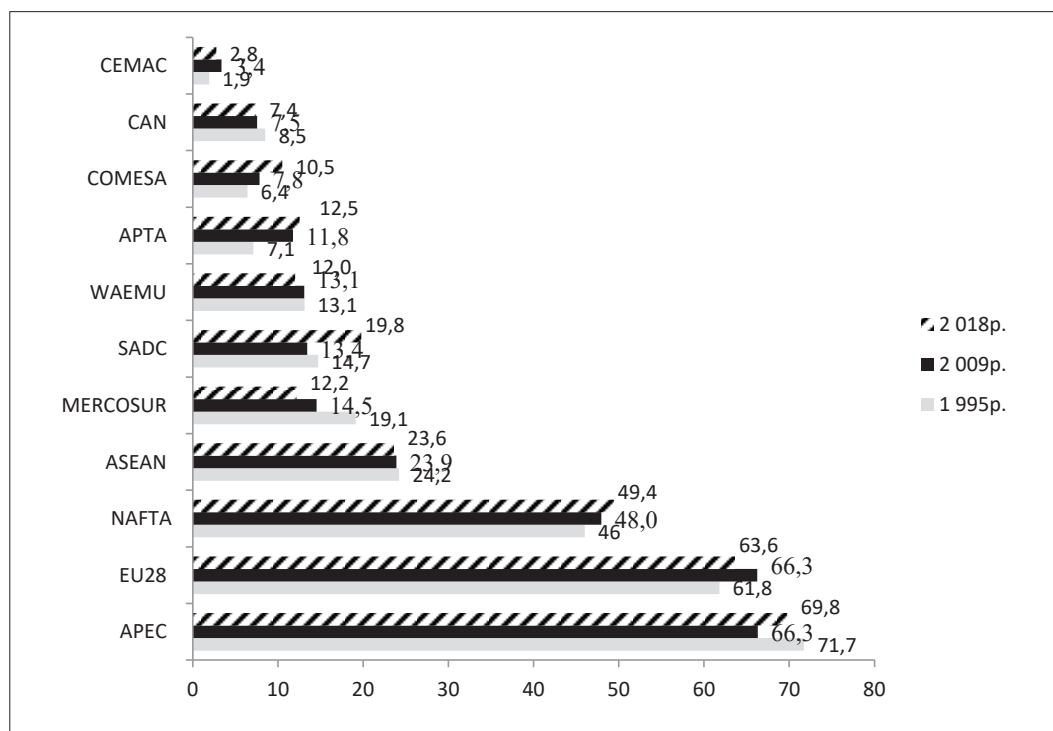


Рис. 2. Зміна частки експорту в межах РТУ в інтеграційних об'єднаннях протягом 1995–2018 рр., %

Джерело: складено за [4]

Таблиця 1

Діючі РТУ за участю України

№	РТУ	Сфера дії	Дата набрання чинності	Характер РТУ
1	Вірменія-Україна	Товари	18.12.1996	Двостороння
2	Канада-Україна	Товари	01.09.2017	Двостороння
3	Спільна економічна зона (Білорусь, Казахстан, Росія, Україна)	Товари	20.05.2004	Багатостороння
4	Європейська асоціація вільної торгівлі (ЕФТА)-Україна (Ісландія, Ліхтенштейн, Норвегія, Швейцарія, Україна)	Товари та послуги	1.06.2012	Двостороння
5	ЄС-Україна	Товари та послуги	23.04.2014	Двостороння
6	Грузія-Україна	Товари	4.06.1996	Двостороння
7	ГУАМ (Азербайджан, Грузія, Республіка Молдова, Україна)	Товари та послуги	10.12.2003	Багатостороння
8	Республіка Киргизія-Україна	Товари	19.01.1998	Двостороння
9	Україна-Азербайджан	Товари	2.09.1996	Двостороння
10	Україна-Білорусь	Товари	11.11.1996	Двостороння
11	Україна-Казахстан	Товари	19.10.1998	Двостороння
12	Україна-Республіка Молдова	Товари	13.11.2003	Двостороння
13	Україна-Чорногорія	Товари та послуги	01.01.2013	Двостороння
14	Україна-Північна Македонія	Товари	05.07.2001	Двостороння
15	Україна-Таджикистан	Товари	11.07.2002	Двостороння
16	Україна-Узбекистан	Товари	01.01.1996	Двостороння
17	Україна-Туркменістан	Товари	4.11.1995	Двостороння

Джерело: складено за [3]

Експорт у межах регіональних торговельних угод (РТУ), %

РТУ	1995		2000		2005		2008		2009	
	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу
APEC	71,7	28,3	73,0	27,0	70,8	29,2	65,3	34,7	66,3	33,7
ASEAN	24,2	75,8	22,9	77,1	24,2	75,8	25,1	74,9	23,9	76,1
EU-28	61,8	38,2	67,7	32,3	67,8	32,2	66,9	33,1	66,3	33,7
NAFTA	46,0	54,0	55,8	44,2	55,9	44,1	49,5	50,5	48,0	52,0
MERCOSUR	19,1	80,9	18,1	81,9	11,6	88,4	13,8	86,2	14,5	85,5
WAEMU	13,1	86,9	16,7	83,3	14,1	85,9	15,0	85,0	13,1	86,9
CAN	8,5	91,5	7,9	92,1	8,9	91,1	7,5	92,5	7,5	92,5
COMESA	6,4	93,6	6,2	93,8	6,3	93,7	6,5	93,5	7,8	92,2
SADC	14,7	85,3	12,2	87,8	10,9	89,1	11,8	88,2	13,4	86,6
CEMAC	1,9	98,1	1,2	98,8	1,7	98,3	2,6	97,4	3,4	96,6
APTA	7,1	92,9	8,0	92,0	11,1	88,9	11,5	88,5	11,8	88,2
РТУ	2010		2015		2016		2017		2018	
	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу	Інтра-РТУ	Торгівля з рештою світу
APEC	67,4	32,6	69,2	30,8	69,7	30,3	69,5	30,474	69,8	30,2
ASEAN	24,4	75,6	24,1	75,9	23,4	76,6	23,2	76,815	23,6	76,4
EU-28	64,5	35,5	62,3	37,7	63,4	36,6	63,2	36,762	63,6	36,4
NAFTA	48,7	51,3	50,4	49,6	50,3	49,7	50,1	49,922	49,4	50,6
MERCOSUR	14,7	85,3	13,3	86,7	13,1	86,9	12,7	87,309	12,2	87,8
WAEMU	12,6	87,4	13,6	86,4	13,2	86,8	13,0	87,013	12,0	88,0
CAN	7,9	92,1	8,0	92,0	7,9	92,1	7,2	92,787	7,4	92,6
COMESA	7,4	92,6	11,0	89,0	10,0	90,0	10,4	89,640	10,5	89,5
SADC	17,9	82,1	21,9	78,1	20,9	79,1	19,6	80,362	19,8	80,2
CEMAC	3,4	96,6	3,6	96,4	3,6	96,4	3,9	96,066	2,8	97,2
APTA	12,3	87,7	11,7	88,3	11,7	88,3	12,2	87,759	12,5	87,5

APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation), ASEAN (Association of Southeast Asian Nations), EU28 (European Union), NAFTA (North American Free Trade Agreement), MERCOSUR (Southern Common Market), WAEMU (West African Economic and Monetary Union), CAN (Andean Community), COMESA (Common Market for Eastern and Southern Africa), SADC (Southern African Development Community), CEMAC (Economic and Monetary Community of Central Africa), APTA (Asia-Pacific Trade Agreement)

Джерело: складено за [4]

Проте слід зазначити, що у жовтні 2018 р. країни – члени NAFTA домовилися про переукладання цієї Угоди (16 січня 2020 р. Сенат США схвалив оновлену торговельну угоду – USMCA). Відповідно, змінені положення можуть внести корективи до експортних напрямів країн – членів РТУ. По-перше, вимога місцевого вмісту для автомобілів, що імпортується безмитно, зросла з 62,5% до 75%. По-друге, 40% місцевого вмісту автомобілів повинні створювати працівники, які в середньому зароблятимуть 16 дол. США/год. після 2023 р. По-третє, Канада збільшила квоти на своєму молочному ринку, що дасть змогу США підвищити свою присутність на ньому. Також оновлено механізм захисту інтелектуальної власності.

Стосовно Асоціації держав Південно-Східної Азії, яка об'єднує 10 країн (ASEAN), хоча ступінь торговельної інтеграції в межах цього економічного блоку є на порядок нижчим порівняно з інтеграційними об'єднаннями, охарактеризованими вище, показники експорту вказують на досить стабільну і високу частку між членами РТУ (від 24,2% у 1995 р. до 23,6% у 2018 р.).

Значно нижчими є інтеграційні процеси в межах «Об'єднаного ринку країн Південного Конуса», що об'єднує низку країн Південної Америки й є четвертим найбільшим торговельним блоком у світі (MERCOSUR). Так, рівень експорту «інтра-РТУ» у 1995 р. становив 19,1% і поступово знижувався –

до 12,2% у 2018 р. Проте після 20 років переговорів ЄС та MERCOSUR на початку липня 2019 р. домовилися про підписання Угоди про вільну торгівлю (найбільш значну з тих, які колись укладав ЄС), за обсягами ця зона вільної торгівлі становитиме чверть світової економіки і буде найбільш масштабною з усіх зон вільної торгівлі. Взагалі Європейський Союз «бореться» за глобальний економічний порядок і вільну торгівлю, загрозу яким становить президент США Д. Трамп із його протекціонізмом America First. Саме тому трохи раніше, 1 лютого 2019 р., набула чинності торговельна угода між Європейським Союзом і Японією [5], якою до Угоди з MERCOSUR було оформлено найбільшу у світі зону вільної торгівлі, що об'єднала ринки з 635-мільйонним населенням і покликана поживати економічне зростання як у країнах ЄС, так і в Японії.

Україна в найближчій перспективі може зіштовхнутися з реальною небезпекою втрати обсягів аграрного експорту на європейський ринок (на який у 2018 р. припадало понад третини українського експорту сільгосппродукції) і надзвичайно потужною конкуренцією з боку постачальників продукції з Південної Америки.

Переважаюча більшість РТУ на Африканському континенті характеризується досить низьким рівнем торгівлі між країнами – членами РТУ, хоча в деяких із них спостерігаються тенденції

Таблиця 3

Зміни в експорті у межах країн – членів РТУ за групами країн, %

Групи країни (регіони)	1995	2009	2018	Зміни у структурі (+, -)	
				2018 р. до 2009 р.	2018 р. до 1995 р.
Країни, що розвиваються, у тому числі:	37,6	55,9	59,6	3,7	22,0
– Африки	10,8	14,4	13,3	-1,1	2,5
– Америки	19,0	20,8	16,2	-4,6	-2,8
– Азії	37,9	52,3	54,2	1,9	16,3
– Океанії	0,3	2,4	3,1	0,8	2,9
Транзитивні економіки	33,0	26,8	23,0	-3,8	-10,0
Розвинені країни	70,2	62,7	60,1	-2,6	-10,1
– Америки	27,6	20,5	18,4	-2,2	-9,2
– Азії	0,7	0,4	0,4	0,1	-0,3
– Європи	64,9	64,0	62,4	-1,6	-2,5
– Океанії	8,8	6,2	4,7	-1,5	-4,1

Джерело: складено за WTO-UNCTAD estimates [3; 6]

до зростання інтеграційної взаємодії. Зокрема, це характерно для Співтовариства розвитку Півдня Африки (SADS), в якому ступінь торговельної інтеграції підвищився з 14,7% у 1995 р. до 19,8% у 2018 р. Також збільшилася частка експорту в межах Економічного співтовариства країн Східної та Південної Африки (COMESA) – з 6,4% у 1995 р. до 10,5% у 2018 р. Однак досить невисокі значення є ілюстрацією того, що переважна більшість країн об'єднання і сьогодні залишаються економіками, які можуть покладатися лише на експорт різноманітних цінних природних ресурсів та малокваліфіковану працю, маючи високий рівень корупції та низькі показники соціально-економічного розвитку, передусім людського капіталу.

Загалом упродовж 1995–2018 рр. відбулися суттєві зрушення в розвитку регіональної торговельної інтеграції. Так, експорт у межах РТУ країн, що розвиваються, зріс із 37,6% у 1995 р. до 59,6% у 2018 р. (табл. 3), причому якщо інтеграційні тенденції в країнах Америки знизилися, то в країнах Африки і особливо у країнах Азії відбулася їх значна інтенсифікація.

У міру залучення транзитивних економік до світового економічного простору, виходу на нові ринки збуту, диверсифікації експорту знижується ступінь їх інтеграції в межах цієї групи країн. Також серед розвинених країн відносно сталістю інтеграційних торговельних інтересів характеризуються Європейський континент та країни Азії, деяке уповільнення взаємодії спостерігається серед розвинених країн Америки.

Висновки і пропозиції. Розвиток міжнародної торгівлі визначається взаємозалежними процесами глобалізації та регіоналізації. Глобалізація впливає навіть на найбідніші країни, не задіяні у процесах постіндустріалізації, інтеграції й транснаціоналізації, але значною мірою орієнтовані на світові ринки у вигляді переважно експорту (товарів, робочої сили), імпорту (знань, технологій) і допомоги (капіталів). Регіоналізація сприяє зближенню країн для вирішення спільних завдань і консолідації зусиль; може виступати в інституціональних формах угод про вільну торгівлю, митних та економічних союзів.

Участь у процесах регіоналізації не тільки значно впливає на розвиток України, а й відкриває перед нею нові можливості. Україні варто зробити всебічну та об'єктивну оцінку наслідків, які несе із собою регіональна торговельна інтеграція. Чим більше Україна інтегруватиметься у глобальні торговельні потоки та експортуватиме, тим більш конкурентоспроможною буде вітчизняна економіка, що підвищить її інвестиційну привабливість і сприятиме виходу країни на траєкторію стійкого економічного зростання. Саме тому наша держава має «підхопити» тенденцію до двосторонньої лібералізації торгівлі, ініціювати створення РТУ із взаємовигідними партнерами, оцінюючи наявні та потенційні плюси й мінуси різних опцій регіональної інтеграції. З огляду на те, що для України характерна множинність зовнішньоторговельних зв'язків за багатьма регіональними напрямками, важливо забезпечити їх збалансованість і визначити пріоритети.

Список використаних джерел:

- Хаустова М.Г. Феномен глобалізації та плюралізм її інтерпретації. *Форум права*. 2013. № 4. С. 430–440: URL : <http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/6291/1/Xaustova.pdf> (дата звернення: 19.11.2019).
- World Trade Statistical Review 2019. URL : https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts19_toc_e.htm (дата звернення: 22.11.2019).
- Regional trade agreements. URL : https://www.wto.org/english/tratop_e/region_e/region_e.htm (дата звернення: 21.11.2019).
- Статистична база ЮНКТАД. URL : https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en (дата звернення: 22.11.2019).
- Набула чинності найбільша в історії ЄС торговельна угода з Японією. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2631905-nabula-cinnosti-najbilsa-v-istorii-es-torgovelnja-ugoda-z-aponieu.html> (дата звернення: 25.11.2019).

References:

- Khaustova M.Gh.(2013). Fenomen ghlobalizaciji ta pljuralizm jiji interpretaciji [The phenomenon of globalization and the pluralism of its interpretation]. *Forum prava*. № 4. pp. 430-440: URL: <http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/6291/1/Xaustova.pdf> (accessed 19 November 2019).
- World Trade Statistical Review 2019. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts19_toc_e.htm (accessed 22 November 2019).

3. Regional trade agreements. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/region_e/region_e.htm (accessed 21 November 2019).
4. Статистична база ЮНКТАД. URL: https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en (accessed 22 November 2019).
5. Nabula chynnosti najbiljsiha v istoriji JeS torghoveljna ughoda z Japonijeju [The largest trade agreement in the EU's history with Japan entered into force]. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2631905-nabula-cinnosti-najbilisa-v-istorii-es-torghovelna-ugoda-z-aponieiu.html> (accessed: 25 November 2019) (in Ukrainian).

Гаврилук О. В.

Остафи И. Ю.

Черновицкий государственный университет имени Юрия Федьковича

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПРОЦЕССОВ РЕГИОНАЛИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Резюме

Статья посвящена исследованию влияния процессов глобализации и регионализации на развитие международной торговли. Определено, что стремительное увеличение количества региональных торговых соглашений закономерно обусловило рост их роли в международной торговле. На основе анализа экспорта отдельных региональных интеграционных объединений в течение 1995–2018 гг. выявлены особенности и сдвиги в развитии региональной торговой интеграции. Определено, что высшим уровнем торговой интеграции характеризуются Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество и Европейский Союз. Отмечено, что если внутрорегиональная торговая интеграция в странах Америки имела тенденцию к снижению, то в странах Африки и особенно в странах Азии наблюдалась интенсификация этих процессов. Участие в процессах региональной торговой интеграции не только имеет значительное влияние на экономическое развитие Украины, но и открывает перед страной новые возможности.

Ключевые слова: глобализация, регионализация, международная торговля, интеграционные объединения, региональные торговые соглашения.

Gavryliuk Oksana

Ostafi Ivan

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

ANALYSIS OF THE IMPACT OF REGIONALIZATION PROCESSES ON THE INTERNATIONAL TRADE DEVELOPMENT

Summary

In this article, we study the impact of globalization and regionalization processes on the international trade development. We have noted that in contrast to the growing processes of uncertainty in the global economy and world trade, there is an increase in participation of countries in regional integration processes. By the end of 2019, there were 480 Regional Trade Agreements in the world, the vast majority of which were bilateral nature and it is more than 10 times their quantity in 1980. Ukraine is a member of 17 Regional Trade Agreements, which is aimed to liberalizing bilateral and multilateral trade of goods and services. We have emphasized that the rapid increase quantity of Regional Trade Agreements naturally led to an increase in their role in international trade. The analysis of exports some of regional integration associations during 1995-2018 revealed the defining characteristics and structural changes in the development of regional trade integration. In particular, we have identified that Asia-Pacific Economic Cooperation and the European Union (EU-28) are characterized by the highest level of trade integration. For these integration associations, intra-trade during 1995-2018 was more important than trade with other countries in the world. Also, we have noted that intra-regional trade integration in the Americas tended to decline. At the same time, in Africa and Asia an intensification of these processes was observed. Trade integration processes in NAFTA were inferior to European ones, and intra-exports between countries, which are the members of this block, are almost equal to exports to the rest of the world (46.0% in 1995 and 49.4% in 2018). Finally, we have claimed that participation in the processes of regional trade integration not only has a significant impact on the economic development of Ukraine, but also opens up new opportunities for the country. Therefore, our country should «pick up» the tendency for bilateral trade liberalization, initiate the creation of a RTA with mutually beneficial partners, assessing the existing and potential pros and cons of different options of regional integration.

Keywords: globalization, regionalization, international trade, integration associations, regional trade agreements.

УДК 342.721

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-4>**Горбачова І. В.
Прокопчук О. А.**

Житомирський національний агроекологічний університет

**ТРАНСПОЗИЦІЯ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ
В КОНТЕКСТІ УКРАЇНИ**

У статті вивчено основні механізми регулювання міграційних потоків у країнах Європейського Союзу (а саме в країнах імміграції українських трудових ресурсів). Дослідження комплексу заходів, що регулюють міграційні потоки в ЄС, дало змогу виділити два основних механізми: регулювання нормативно-правового характеру і прийняття інтеграційних заходів. Представлено узагальнені спільні та водночас протилежні риси у методах урегулювання міграційних процесів у країнах Євросоюзу: безпосередній вплив на кількісні складники міграції, а саме чисельність та інтенсивність потоку мігрантів; інтегрування переселенців у корінний соціум. Окреслено основні принципи сучасної міграційної політики ЄС. Виявлено наслідки та запропоновано індикатори транспозиції міграційної політики Євросоюзу до умов України.

Ключові слова: транспозиція, Європейський Союз, міграційна політика, регулювання, міжнародна міграція, трудова міграція, індикатори.

Постановка проблеми. Переміщення значних потоків робочої сили у світовій системі господарювання значно впливає на глобальну геополітичну, соціально-економічну ситуацію, зокрема в тих країнах, які відчувають тиск імміграційних рухів, де міграційна сфера є одним зі складників національної політики. Міграційна інституційно регулятивна політика зарубіжних країн як елемент формування ринку робочої сили зумовлена їхніми економічними потребами. Починаючи із середини 80-х років ХХ ст. в ній усе чіткіше проявляються економічний та гуманітарний складники міграції, породжувані проблемами вимушених (нелегальних) мігрантів, возз'єднання їхніх сімей тощо.

Окрім того, глобалізація міграційних процесів, зростання масштабів трудової, незаконної і вимушеної міграції зумовлюють інтеграційну спрямованість міграційної політики зарубіжних країн. Це сприяє як позитивному, так і негативному розвитку міжнародного співробітництва країн імміграції та еміграції, виїзду, транзиту і в'їзду нелегальних мігрантів. У зв'язку із цим у зарубіжних країнах постійно виникають потреби в оптимізації системи управління міграційними процесами, в удосконаленні міграційного законодавства тощо.

Важливим та актуальним для України є вивчення процесів регулювання та управління міграційною сферою країн Європейського Союзу (ЄС) для вирішення і використання позитивного досвіду. Під час вирішення цього завдання безсумнівний практичний і теоретичний інтерес представляє дослідження правових та організаційних основ діяльності міграційних установ зарубіжних країн, міграційної політики, зокрема Польщі, Чеської Республіки та Італії (за даними Держкомстату України, саме ці країни приймають найбільшу кількість українських мігрантів) [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Першим з учених, який зробив спробу виявити певні закономірності в процесах переміщення населення, був англієць Ернст-Георг Равенштейн, який є основоположником класичних теорій із міграції. Слід відзначити дослідження Самуеля Стоффера та Джорджа К. Зіпфа, які стали однодумцями, сформувавши теорію «найменших зусиль». У результаті багаторічних напрацювань ученими була опублікована гравітаційна модель міграції.

Сучасна глобальна проблематика міжнародної міграції робочої сили стала об'єктом дослідження для багатьох зарубіжних (Зб. Бжезинський, Дж. Сорос, Дж. Стігліц, Х. Шуман, Г.-П. Мартін, У. Бек, Є. Примаков) та вітчизняних (О. Грішнова, Е. Лібанова, О. Малиновська, Н. Мамонтова, О. Овчинникова, Т. Петрова, О. Хомри, О. Позняк, Г. Харламова) вчених, праці яких сфокусовано на вивченні різних практичних аспектів та теоретичних закономірностей даного процесу.

Науковій спільноті широко відомими є публікації І. Валлерстайна, Д. Массея, В. Зелінського, А. Битокової, М. Адамсової, О. Царієвої, В. Штоля, З. Дадабаєвої, М. Авербуха, які присвячено вивченню особливостей міграційної політики країн Європейського Союзу (ЄС).

Сьогодні питання міграційної політики ЄС досліджено досить детально. Європейський Союз уживає широких законодавчих заходів із регулювання міграції, легалізації мігрантів, організації прийому біженців тощо. Міграційна політика ЄС не обмежується лише заборонними заходами і посиленням контролю в'їзду. Вона відрізняється рухливістю й адекватністю по відношенню до мінливої міграційної ситуації у світі. Уряди країн ЄС приділяють велику увагу питанням легалізації та соціально-культурної адаптації мігрантів, створюючи спеціальні програми для трудових мігрантів, організовуючи безкоштовні мовні курси, проводячи політику захисту прав людини по відношенню до мігрантів як легального, так і нелегального статусу.

Однак на практиці реалізація ідей мультикультуралізму як концепції різноманітності створила складності в імplementації такого роду ідеалізованих прагнень до гармонізації соціуму представників різних національностей. Країни – члени ЄС досі не змогли виробити спільний дієвий курс регулювання міжнародної міграції. Прояв та вагомий вплив наслідків міжнародної міграції в політичній, соціальній, економічній, культурно-психологічній та інших сферах життя України зумовлюють інтерес до даної проблеми. Багато питань, які стосуються саме транспозиції міграційної політики країн ЄС до умов України, залишаються невирішеними. Усе це визначило актуальність теми дослідження, його мету і завдання.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є виявлення особливостей і тенденцій сучасних мігра-

ційних процесів країн ЄС на основі аналізу їхньої міграційної політики та транспозиції до умов України. Для досягнення мети у статті необхідно вирішити такі завдання: виявити основні механізми регулювання міграційних потоків у країнах Європейського Союзу (а саме в країнах імміграції українських трудових ресурсів); узагальнити спільні та водночас протилежні риси у методах урегулювання міграційних процесів у країнах Євросоюзу; виявити наслідки та індикатори транспозиції міграційної політики ЄС до умов України.

Виклад основного матеріалу. Польща є країною еміграції та імміграції. Кількість мігрантів, що прибувають до Польщі, зростає. За даними Центру досліджень із питань міграції Варшавського університету, до 2050 р. у Польщі проживатиме 3,8 млн іноземців [2]. Найбільша група новоприбулих приїде з України та Азії, тому польський уряд уже розробляє рішення, які швидко інтегрують нових мешканців. Польща співпрацює з Міжнародною організацією з міграції (МОМ). Метою міграційної діяльності МОМ у Польщі є боротьба з міграційними наслідками для здоров'я мігрантів та приймаючих громад. МОМ разом зі своїми партнерами продовжує прикладати зусилля, спрямовані на зменшення нелегальної міграції та боротьбу з торгівлею людьми, а також на експлуатацію мігрантів. Основними напрямками діяльності у Польщі є: міграційне здоров'я; регулювання міграції; сприяння міграції; міграційна політика та дослідження [3].

Чеська земля історично характеризувалася як еміграційна країна, однак за останні десятиліття демократична Чехія перетворилася з країни-транзитера на країну імміграції. 2018 та 2019 рр. ознаменувалися різкими змінами припливу мігрантів до Чехії. Чехія є привабливою країною для іммігрантів через сильний ринок праці, тому іноземці легко можуть знайти роботу. З 2016 р. уряд почав активно розглядати питання щодо міграції. Внаслідок того, що Чехія є країною Європейського Союзу, національна міграційна політика значною мірою вирішується консенсусом із країнами-партнерами та застосуванням інструментів європейського права [4]. Міністерство внутрішніх справ активно працює над створенням абсолютно нового законодавства, що регулює в'їзд та перебування іноземних громадян у Чеській Республіці, зокрема: Закон про проживання іноземних громадян на території Чеської Республіки, Закон про вільне пересування громадян ЄС, членів їхніх сімей, Закон про охорону кордону. Міністерство внутрішніх справ Чехії має на меті посилити контроль над легітимністю перебування іноземців на території та їх зобов'язаннями перед державою, а також посилити інтеграційний аспект імміграції [5].

Чехія активно співпрацює з Міжнародною організацією з міграції. Основними напрямками діяльності в Чехії є: сприяння добровільному поверненню та реінтеграції; міграція та розвиток; трудова міграція; профілактика та боротьба з торгівлею людьми; обмін інформацією з питань міграції [6].

Італія була країною еміграції, звідки мільйони італійців мігрували до Америки та інших країн Європи з економічних та політичних причин. Але вже кілька років поспіль Італія сама приймала мігрантів з усього світу. Міграцію в Італії регулює Міністерство внутрішніх справ. Негуманний підхід нинішнього італійського уряду до біженців і мігрантів досяг нового рівня. Нещодавно

італійський уряд ухвалив указ, який полегшить депортацію мігрантів і позбавить їх італійського громадянства. Указ розширює перелік правопорушень, за які статус біженця може бути скасований, і дає змогу органам влади відхилити скаргу про надання притулку, якщо людині просто висунуто звинувачення в будь-якому із цих злочинів, навіть якщо вони не були засуджені. Агентство Організації Об'єднаних Націй (ООН) із питань біженців та Європейська Комісія пояснюють італійській владі, яким чином цей указ суперечить його зобов'язанням відповідно до міжнародного та регіонального законодавства. Італійський парламент на разі має час для вивчення та прийняття указу як закону, в якому необхідно усунути всі проблемні положення, щоб закон відповідав зобов'язанням Італії стосовно конвенції ЄС [7].

Місія Міжнародної організації з міграції в Італії виступає як координаційне бюро як в оперативному відношенні, так і з погляду розроблення стратегій управління міграційними потоками. Спільна діяльність охоплює такі сфери: технічне співробітництво; боротьба з торгівлею людьми та допомога жертвам; міграція та розвиток; сприяння добровільному поверненню; запобігання поширенню захворювань та сприяння інформуванню іммігрантів в Італії [8].

Стабільною на разі є частка української робочої сили у Франції, Австрії та Німеччині.

Франція є одним із прикладів країн ЄС, яка стала свідком масштабного соціального руху мігрантів за останні три десятиліття. Міграційну політику Франції регулює Міністерство внутрішніх справ і міністр імміграції. У Франції існує закон із приводу іммігрантів «Закон про іноземців» – це положення, що регулюють в'їзд, перебування та вихід на територію Франції. Він був кодифікований Кодексом в'їзду та перебування іноземців та законом про правопорушення (CESEDA французькою мовою) [9]. Франція продовжує дедалі більше залучатися до діяльності Міжнародної організації з міграції. Країна спільно з МОМ співпрацює з установами та асоціаціями, а також з іншими міжнародними організаціями, розвиваючись у таких сферах, як: оперативна підтримка регулярної міграції через програми возз'єднання сімей та переселення біженців; допомога мігрантам розробляти проекти та створювати робочі місця для себе та своєї громади; активна участь у різних транснаціональних проєктах, спрямованих на поліпшення знань органів влади з питань, пов'язаних із міграцією (торгівля, інтеграція, розміщення біженців тощо) з метою оприлюднення роботи різних учасників, які задіяні у цих сферах, та сприяння їх співпраці; тісна співпраця зі своїми національними та міжнародними партнерами: міжнародними організаціями, міністерствами, державними та приватними установами, консультативними органами, асоціаціями та ін. [10].

Особливості французької політичної системи полягають у тому, що велику увагу приділено саме імміграції. Французькі виборчі закони роблять акцент на імміграції. На відміну від багатопартійних партійних систем в інших країнах континентальної Європи, які заохочують складні коаліції в різних сферах політики, виборча система, яка виграє у Франції, призвела до перебільшення партійних розбіжностей. Політичні дебати з часом посилюються, щоб включити роль імміграції у такі питання, як національна ідентичність, мігрантська інтеграція, безпека та теро-

ризм. Мобілізація як проміграційних, так і анти-міграційних сил підживлює політичний вогонь та сприяє поліпшенню регулювання міграції [11].

Увагу аналітиків у галузі геополітики, зокрема в Україні, привернула позиція Австрії. За останні роки країна брала участь у різних формах міжнародної міграції, включаючи імміграцію, еміграцію та транзитну міграцію. Міграцію в Австрії регулює канцлер країни. Найважливішим чинником, уведеним законом, був принцип «последовного» закріплення місця проживання у 5, 8 і 10 років. Іммігрант із повністю «консолідованою резиденцією», тобто іммігрант, який постійно проживає в Австрії протягом 10 років, має правовий статус (окрім політичних прав), дуже схожий на статус австрійського громадянина. Тільки судимість за великі кримінальні правопорушення дасть змогу державі забрати право на проживання такого мігранта [12]. Австрійський уряд також сприяє підвищенню субсидіарності на європейському рівні. Відень здійснив суперечливу індексацію (здебільшого зменшення) пільг для сімей, чії діти живуть за кордоном, у січні 2019 р. Це стосувалося переважно східних європейців, які працюють в Австрії [13].

Австрія активно співпрацює з Міжнародною організацією з міграції. Основна відповідальність Представництва МОМ в Австрії полягає в аналізі національних питань міграції та нових тенденцій у розробленні та реалізації проєктів і програм для вирішення цих питань. Австрія спільно з МОМ працює у таких сферах, як розроблення проєктів, залучення коштів, надання допомоги мігрантам, урахування їхньої добробут, інтереси держав та їхніх суспільств [14].

Незважаючи на свою довгу історію щодо міграції, політика і суспільство довго чинили опір визначенню Німеччини як імміграційної країни. Сьогодні країна входить до числа держав із найбільшою часткою іммігрантів у своєму населенні. У Німеччині проживає близько 18,6 млн мігрантів [15]. Міграцію в Німеччині регулює міністр внутрішніх справ. У 2004 р. прийнято «Закон про імміграцію», який передбачав фундаментальне коригування існуючих законів про іноземців та притулок. Підтримка інтеграції іммігрантів та їхніх нащадків була вперше встановлена як урядове завдання. Цілі закону включають управління імміграцією з урахуванням економічних та ринкових інтересів. У листопаді 2014 р. був прийнятий закон про зміну Закону про свободу руху в ЄС. Він передбачає, що іммігранти – громадяни ЄС, які були визнані винними у зловживанні правом або шахрайством, можуть бути санкціоновані тимчасовими обмеженнями на повторне ввезення. Закон, прийнятий у грудні 2016 р., передбачає, що громадяни ЄС, які ніколи не працювали в Німеччині, мають право лише на базове забезпечення та соціальні виплати після п'яти років проживання [16].

За останні кілька років уряд Німеччини зробив багато кроків для поліпшення міграційної ситуації та інтеграційних процесів у країні шляхом запровадження правової бази на національному рівні. Було проведено реформи національної міграційної політики Німеччини. Нові парадигми характеризувалися спробою інтеграції негромадян, забезпечення узгодженості та вирішення соціальних проблем, пов'язаних, зокрема, з імміграцією. Таким чином, імміграція стала головною темою національних і громадських дебатів у Німеччині. Політики продовжують докладати

зусиль для подолання політичних прогалів у системі міграції та інтеграції, а також для створення більш всеосяжної та довгострокової політики, що стосується соціальної згуртованості [17]. Нині країна активно співпрацює з Міжнародною організацією з міграції. Основними напрямками діяльності в Німеччині є: проєкти з питань переселення; проєкти з питань воз'єднання сімей; сприяння добровільному поверненню до своєї країни; особлива підтримка реінтеграції; гуманітарна допомога; боротьба з торгівлею людьми тощо.

Таким чином, міграційна політика вказаних вище країн є динамічною системою спеціальних положень, норм і законів національних економік, а також міграційних домовленостей та угод із регулювання зовнішнього та внутрішнього руху робочої сили. Міжнародно-правове регулювання міграційних процесів у масштабному вимірі базується на деклараціях, прийнятих і ратифікованих конвенціях, пактах і протоколах, які утворюють загальну міжнародно-правову базу регулювання й управління міграційними процесами на міждержавному рівні.

Особливого статусу сьогодні набуває роль МОМ. Слід зазначити, що МОМ дотримується принципу, що гуманна впорядкована міграція приносить користь трудовим мігрантам і суспільству. Як міжурядова організація МОМ активно працює з країнами ЄС для надання допомоги у глибокому розумінні проблем міграції та їх розв'язання, стимулювання соціального й економічного розвитку за допомогою міграції, відстоювання людської гідності та добробуту трудових мігрантів.

Висновки і пропозиції. Отже, важливо відзначити основні принципи сучасної міграційної політики ЄС: вибіркова політика міграції, орієнтована на заохочення висококваліфікованих фахівців; інтеграція прибулих осіб у рамки загальноприйнятих суспільств; захист інтересів громадян за дотримання прав і свобод мігрантів; посилення санкцій за порушення міграційного законодавства.

Варто наголосити, що розуміння процесів міграції в різних країнах ЄС неоднотипне: для багатьох країн це неминучий процес, тим більше з огляду на природне скорочення населення Європейського регіону; інші ж ставлять питання про значне обмеження міграційних потоків. Однак важливо також розуміти, що мобільність населення в сучасному світі – це право кожної людини на свободу вибору його місця проживання. І на даному етапі міграційна політика ЄС повинна сконцентруватися навколо такого аспекту, як формування законодавств, що захищають як інтереси мігрантів, так і приймаючих країн.

Для України Європейський Союз – найбільш бажаний напрямок трудової міграції громадян, що є наслідком складної соціально-економічної ситуації в країні та свідчить про те, що для досягнення соціального розвитку й економічного піднесення потрібні відповідні рішення влади та увага всього українського суспільства до досягнення в країні міцного правопорядку і законності у сфері регулювання міграційних процесів. Транспозиція з регулювання міграційних процесів в Україні, урахування досвід країн ЄС, полягає у такому:

- необхідно забезпечити контроль над імміграційними процесами в Україні;
- розробити та створити єдину систему імміграційного контролю на території країни;
- вдосконалити діяльність державних органів виконавчої влади, які здійснюють імміграційний

контроль, координацію їх взаємодії з органами прикордонного та митного контролю;

– активізувати договірний процес з країнами – членами Євросоюзу та укласти двосторонні і багатосторонні угоди, які визначають відповідальність сторін за заохочення або протидію нелегальній трудовій міграції (у рамках прийнятого ООН Глобального договору про безпечну, впорядковану і регульовану міграцію);

– посилити відповідальність органів виконавчої влади за порушення міграційного законодавства України;

– підвищити відповідальність керівників організацій незалежно від їх організаційно-правової

форми за незаконне та нелегальне використання іноземних працівників;

– забезпечити права іммігрантам та контроль над дотриманням ними своїх обов'язків, сприяти добровільному поверненню біженців у місця їх колишнього проживання;

– розробити механізм залучення іммігрантів з урахуванням держави їх походження, професійних та інших характеристик;

– проводити активну економічну політику, створюючи нові робочі місця, включаючи розроблення і реалізацію інвестиційних програм; розвивати соціально-культурну, транспортну та ринкову інфраструктуру.

Список використаних джерел:

1. SSSU (2008-2019) Stat Statistics Service of Ukraine. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. The migrants are coming to Poland. Let's welcome them (2018). URL : <https://www.euractiv.com/section/justice-home-affairs/opinion/poland-the-migrants-are-coming/>.
3. EU Membership Highlights Poland's Migration Challenges (2010). URL : <https://www.migrationpolicy.org/article/eu-membership-highlights-polands-migration-challenges>.
4. Asylum, Migration, Integration. URL : <https://www.mvcr.cz/mvcren/article/migration.aspx>.
5. Migration Policy of the Czech Republic. URL : <https://www.mvcr.cz/mvcren/article/migration.aspx>.
6. IOM in the Czechia. URL : <https://www.iom.int/countries/czechia>.
7. Austria: A Country of Immigration? URL : <https://www.migrationpolicy.org/article/austria-country-immigration>.
8. Europe is moving towards the tough immigration policies of Sebastian Kurz. URL : <https://www.economist.com/europe/2018/07/05/europe-is-moving-towards-the-tough-immigration-policies-of-sebastian-kurz>.
9. European circulation rights. URL : <http://www.FrenchLawaboutImmigration>.
10. IOM and France. URL : <https://www.iom.int/countries/france/>.
11. Immigration Policy in France. URL : <https://www.brookings.edu/articles/immigration-policy-in-france/>.
12. Польовик С. Австрія та ЄС планують створити центри для приймання мігрантів-нелегалів. URL : http://bintel.com.ua/uk/article/06_20_migrants/.
13. IOM in Austria. URL : <https://www.iom.int/countries/austria>.
14. Germany's Migration Policies. URL : <http://www.bpb.de/gesellschaft/migration/laenderprofile/262811/germany-s-migration-policies>.
15. Migration. URL : <https://www.perfar.eu/policy/migration/germany>.
16. New Low for Italian Migration Policies. URL : <https://www.hrw.org/news/2018/09/26/new-low-italian-migration-policies>.
17. IOM in Italy. URL : <https://www.iom.int/countries/italy>.

References:

1. URL SSSU (2008-2019) Stat Statistics Service of Ukraine [Online]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 18 January 2020).
2. The migrants are coming to Poland. Let's welcome them (2018). [Online] Available at: <https://www.euractiv.com/section/justice-home-affairs/opinion/poland-the-migrants-are-coming/> (accessed 20 January 2020).
3. EU Membership Highlights Poland's Migration Challenges (2010). [Online] Available at: <https://www.migrationpolicy.org/article/eu-membership-highlights-polands-migration-challenges> (accessed 20 January 2020).
4. Asylum, Migration, Integration. [Online] Available at: <https://www.mvcr.cz/mvcren/article/migration.aspx> (accessed 25 January 2020).
5. Migration Policy of the Czech Republic. [Online] Available at: <https://www.mvcr.cz/mvcren/article/migration.aspx> (accessed 25 January 2020).
6. IOM in the Czechia. [Online] Available at: <https://www.iom.int/countries/czechia> (accessed 27 January 2020).
7. Austria: A Country of Immigration? [Online] Available at: <https://www.migrationpolicy.org/article/austria-country-immigration> (accessed 25 January 2020).
8. Europe is moving towards the tough immigration policies of Sebastian Kurz. [Online] Available at: <https://www.economist.com/europe/2018/07/05/europe-is-moving-towards-the-tough-immigration-policies-of-sebastian-kurz> (accessed 28 January 2020).
9. European circulation rights. [Online] Available at: Інформаційний портал: <http://www.FrenchLawaboutImmigration> (accessed 25 January 2020).
10. IOM and France. [Online] Available at: <https://www.iom.int/countries/france/> (accessed 29 January 2020).
11. Immigration Policy in France. [Online] Available at: <https://www.brookings.edu/articles/immigration-policy-in-france/> (accessed 29 January 2020).
12. Polevik S. Austria and the EU plan to set up centers for the reception of illegal migrants (2019). [Online] Available at: http://bintel.com.ua/uk/article/06_20_migrants/ (accessed 25 January 2020).
13. IOM in Austria. [Online] Available at: <https://www.iom.int/countries/austria>
14. Germany's Migration Policies. [Online] Available at: <http://www.bpb.de/gesellschaft/migration/laenderprofile/262811/germany-s-migration-policies> (accessed 25 January 2020).
15. Migration. [Online] Available at: <https://www.perfar.eu/policy/migration/germany> (accessed 25 January 2020).
16. New Low for Italian Migration Policies. [Online] Available at: <https://www.hrw.org/news/2018/09/26/new-low-italian-migration-policies> (accessed 22 January 2020).
17. IOM in Italy. [Online] Available at: <https://www.iom.int/countries/italy> (accessed 29 January 2020).

Горбачова І. В.

Прокопчук О. А.

Житомирський національний агроекологічний університет

ТРАНСПОЗИЦИИ МИГРАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ СТРАН ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА В КОНТЕКСТЕ УКРАИНЫ

Резюме

В статье изучены основные механизмы регулирования миграционных потоков в странах Европейского Союза (в частности, в странах иммиграции украинских трудовых ресурсов). Исследование комплекса мер, регулирующих миграционные потоки в ЕС, позволило выделить два основных механизма: регулирование нормативно-правового характера и принятие интеграционных мероприятий. Представлены обобщенные общие и одновременно противоположные черты в методах урегулирования миграционных процессов в странах Евросоюза: непосредственное влияние на количественные составляющие миграции, а именно численность и интенсивность потока мигрантов; интегрирование переселенцев в коренной социум. Обозначены основные принципы современной миграционной политики ЕС. Выявлены последствия и предложены индикаторы транспозиции миграционной политики Евросоюза к условиям Украины.

Ключевые слова: транспозиция, Европейский Союз, миграционная политика, регулирование, международная миграция, трудовая миграция, индикаторы.

Gorbachova Irina

Prokopchuk Oksana

Zhytomyr. National Agricultural Agroecology University

TRANSMISSION OF EUROPEAN UNION MIGRATION POLICY IN THE CONTEXT OF UKRAINE

Summary

The globalization of migration processes, the increasing scale of labor, illegal and forced migration, determine the integration orientation of migration policies of foreign countries. This contributes to both the positive and negative development of the international cooperation of the countries of immigration and emigration, departure, transit and entry of illegal migrants. In this regard, in foreign countries there is a constant need to optimize the system of management of migration processes, to improve migration legislation and so on. It is important and relevant for Ukraine to study the processes of regulation and management of the migration sphere of the European Union (EU) countries in order to resolve and use positive experience for Ukraine. In solving this problem, undoubted practical and theoretical interest is the study of legal and organizational bases of activity of migration institutions of foreign countries, migration policy, in particular: Poland, Czech Republic and Italy (according to the State Statistics Committee of Ukraine these countries accept the largest number of Ukrainian migrants). It is important to note the basic principles of modern EU migration policy: a selective migration policy aimed at encouraging highly qualified professionals; integration of the arrivals into the framework of conventional society; protection of citizens' interests, while respecting the rights and freedoms of migrants; strengthening sanctions for violation of migration law. It should be emphasized that the understanding of migration processes in different EU countries is not the same: in many countries it is an inevitable process, especially given the natural decline of the population of the European region; others raise the issue of significant restrictions on migration flows. It is also important to understand that the mobility of the population in the modern world is everyone's right to choose their place of residence. And at this stage, EU migration policy must concentrate on the aspect of drafting legislation that protects both migrants' and host countries' interests.

Keywords: transposition, European Union, migration policy, regulation, international migration, labor migration, indicators.

УДК 339.944

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-5>

Даниленко В. В.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАЇ

Узагальнено причини необхідності вдосконалення інструментів ризик-менеджменту ланцюгів постачань у контексті виходу їх функціональних компетенцій за межі однієї країни. Згруповано зазначені інструменти відповідно до рівня і сфери їх ефективного застосування. Досліджено результати проведених на Всесвітньому економічному форумі анкетувань менеджерів комерційних підприємств і організацій, представників державних та регулюючих органів, спеціалістів, журналістів із майже 110 країн за останні три роки. Спираючись на результати дослідження, здійснено порівняльний аналіз найменш ефективно керованих компонентів ланцюгів постачань. Згідно з результатами експертного ранжування пріоритетів розвитку глобальних ланцюгів постачань, визначено зв'язки даних пріоритетів із поглядом їхньої ролі в розробленні стратегії ризик-менеджменту.

Ключові слова: управління ланцюгами постачань, ризик-менеджмент, глобалізація, стратегічне управління, системні порушення, глобальні ланцюги постачань.

Постановка проблеми. Глобальні ланцюги постачань і транспортні мережі формують основу світової економіки, підживлюючи торгівлю, споживання та економічне зростання. Такі тенденції, як глобалізація, заощаджувані процеси і географічна концентрація виробництва, зробили мережі постачань більш ефективними, але також змінили й профіль їхнього ризику. Більшість підприємств використовує стратегії управління ризиками, які здатні на усунення локальних порушень. Проте світовий досвід управління ланцюгами постачань і стратегічного планування свідчить, що ризики, невідконтрольні окремим організаціям, можуть мати каскадні і непередбачувані наслідки, які не можуть бути пом'якшені зусиллями одного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні науковим дослідженням ризик-менеджменту ланцюгів постачань і логістики займалися такі науковці, як В.В. Вітлінський, А.Г. Хромих, М.М. Мамчин, Ю.С. Ремига, В.І. Скіцько, О.І. Баєва, М.О. Кизим, І.В. Кривов'язюк та ін. У своїх роботах вони підняли широкий спектр питань щодо формулювання понятійного апарату, об'єктів і суб'єктів, тактик та стратегій упровадження ризик-менеджменту ланцюгів постачань, питань визначення основних джерел ризику. Проте, на нашу думку, недостатньо уваги приділялося такому аспекту даної тематики, як дослідження тенденцій зміни профілів ризиків ланцюгів постачань для суб'єктів господарювання, питома вага трансконтинентальних бізнес-процесів яких є критичною для забезпечення їхньої конкурентоспроможності й постійно зростає.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Порушення в ланцюгах постачань і транспортних системах більше не розглядаються як сфера компетенції тільки керуючих операційними ризиками. Зміни в моделях управління, викликані глобальною діджиталізацією, змушують організації переглянути свої власні підходи до виявлення та зниження системних ризиків. Топ-менеджмент і корпоративні ради директорів усе більше розуміють необхідність актуалізації стратегій управління ризиками в контексті розширення зон відповідальності з переходом на трансконтинентальні засади ведення економічної діяльності. Урядам також усе частіше доводиться стикатися

з труднощами в розумінні й управлінні ризиками в рамках глобальних ланцюгів постачань і транспортних мереж. Політичні, економічні наслідки та наслідки для безпеки регулювання в складних умовах зумовили необхідність розроблення нових підходів до державно-приватного співробітництва у сфері ризик-менеджменту.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження пріоритетних напрямів удосконалення стратегій управління ризиками ланцюгів постачань суб'єктів економічних відносин у контексті глобалізації їхніх бізнес-процесів.

Виклад основного матеріалу. З огляду на необхідність підприємствам постійно узгоджувати свою роботу з мінливими потребами і вимогами партнерів, зростає усвідомлення важливості обмеження, вимірювання та управління ризиками. У відповідь на це розроблено низку інструментів, процесів і урядових та професійних ініціатив, спрямованих на зменшення наслідків порушень у ланцюгах постачань і транспортних мережах. У табл. 1 представлено існуючі інструменти та процеси для підтримки управління ризиками в ланцюгах постачань, які переважно зосереджені на операційному рівні.

Складність та ефективність використання цих інструментів у рамках тих чи інших систем розрізняються з таких причин:

- істотно різні рівні прийняття рішень в організаціях – використання ініціатив з управління ризиками залишається на розсуд окремого підприємства;
- інструменти та процеси пом'якшення наслідків часто розробляються та/або застосовуються на місцевих або регіональних засадах, що призводить до менш узгодженого глобального управління ризиками;
- даній галузі притаманна мінімальна офіційна стандартизація або сертифікація [5];
- закони та сертифікація, які існують, часто розробляються у відриві від аналізу галузі або не інтегровані в процеси організації.

Після обговорення проблем ризик-менеджменту на щорічному Міжнародному економічному форумі у Швейцарії в 2019 р. було залучено групу експертів для вивчення системних уразливостей. В їхньому звіті про ризики розглядаються зовнішні потрясіння, тенденції розвитку мереж і чинники уразливості, пропонуються підходи до

Таблиця 1

Існуючі засоби зменшення ризику

Внутрішньофірмові інструменти	Крос-корпоративні інструменти	Професійні асоціації	Державні органи та ініціативи
<ul style="list-style-type: none"> - інструменти відстеження і контролю; - визначення пріоритетів; - планування безперервності бізнесу; - планування сценаріїв; - інструменти івент-менеджменту; - централізований ризик-менеджмент; - стандарти оцінки постачальників; - кількісні показники; - ініціативи з навчання співробітників; - відображення ланцюгів постачань; - інструменти аналізу впливу бізнесу 	<ul style="list-style-type: none"> - спільний аудит постачальників; - стандартизовані сертифікати (ISO 22301, розроблення плану безперервності поставок BSI); - новинні стрічки стосовно значних системних порушень 	<ul style="list-style-type: none"> - галузеві асоціації, наприклад Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), Асоціація лідерів роздрібної торгівлі (RILA); - Інститут управління ризиками (IRS); - професійні асоціації, наприклад Дипломований інститут логістики і транспорту (CILT), Інститут безперервності бізнесу (BCI), Дипломований інститут закупівлі та постачання (CIPS). - SCOR model; - ISO 28000 	<ul style="list-style-type: none"> - митні органи; - рамкові стандарти Всесвітньої митної організації SAFE; - Міжнародна організація цивільної авіації (ICAO); - принципи глобального договору ООН; - ініціативи з безпеки, наприклад С-ТРАТ; - закони про захист конкуренції; - Світова продовольча програма; - Всесвітня організація охорони здоров'я; - природоохоронне законодавство

Джерело: сформовано автором на основі [1-4]

зниження ризиків для подальшого розроблення та вироблення рекомендацій щодо дій [6].

Група експертів визначила п'ять найбільш важливих аспектів ланцюгів постачань і транспортних мереж із погляду рівня їх керованості і схильності посилювати наслідки зовнішніх порушень (рис. 1). Чотири з п'яти основних сфер уразливості пов'язані з видимістю і контролем уздовж довгих та складних мереж постачань. Три з п'яти основних уразливостей пов'язані з управлінням діяльністю кількох операторів у системі.

Залежність від палива була визначена як найбільша вразливість, і негайна зміна доступності палива в результаті зовнішніх потрясінь, таких як громадянські заворушення, терористичні напади, страйки або експортні обмеження, може мати значний глобальний вплив на систему поставок і транспортні мережі. Ця вразливість є підмножиною більш широкого і довгострокового завдання вирішення проблеми залежності від нафти, якій уже приділяється велика увага в рамках ініціатив у галузі сталого розвитку та енергетики майбутнього, таких як Саміт ООН зі сталого розвитку 2015 р. Виявлені групою експертів уразливості мережі значною мірою залишаються під довгостроковим контролем учасників ланцюга постачань і транспортної мережі. Однак стратегічні та оперативні рішення, необхідні для підвищення стійкості, часто знаходяться поза прямим контролем будь-якого одного гравця і повинні бути у центрі спільної діяльності [7]. Це вимагає підтримки з боку вищого керівництва відповідних організацій.

Група експертів визначила низку пріоритетних сфер, в яких необхідні поліпшення для ефективного управління системними ланцюгами постачань і транспортними ризиками. Аналіз результатів дослідження, спрямований на виявлення відмінностей між методами управління ризиками, доступними сьогодні і найбільш важливими в майбутньому, дав змогу виявити п'ять конкретних методів пом'якшення наслідків, які вимагають подальшого розвитку (рис. 2).

Ми вважаємо, що представлені пріоритетні сфери управління ризиками не є взаємовиключними. Їх упровадження можна посилити, якщо розглядати дані інструменти як частину комплексу управлінських заходів (рис. 3). Першим кроком для підприємств і уряду буде виявлення й розвиток надійних мереж, які є невід'ємною частиною ефективного співпраці.

Об'єднання різних структур державного і приватного секторів дасть змогу розширити обмін даними та інформацією, що дасть організаціям можливість краще розуміти і кількісно оцінювати ризики, пов'язані з ланцюгами постачань. Це, своєю чергою, сприятиме залученню інвестицій державного та приватного секторів у вразливі райони та розвитку ініціативного та ефективного законодавства, а також співпраці ключових гравців із різних компаній, регіонів та секторів у процесі планування сценаріїв за участю багатьох зацікавлених сторін [8].

Надійні мережі між підприємствами і урядом. Ефективне виявлення і управління системними ризиками в рамках ланцюга постачань вимагає високого рівня співпраці між підприємствами, професійними організаціями, урядами, регулюючими органами, постачальниками, клієнтами і навіть конкурентами. Ретельно керований обмін інформацією, експертними знаннями і пріоритетами може сприяти розвитку співпраці та довірчих відносин, які мають вирішальне значення для підготовки до порушення і швидкого реагування після нього [9], а також для вдосконалення інших чотирьох методів управління ризиками, яким група експертів приділяє пріоритетну увагу.

Законодавство і регулювання. Спрощення, узгодження та впровадження ефективного законодавства на міжнародному рівні є одним із ключових завдань для всіх галузевих груп. Приведення законодавства і регулювання у відповідність із сучасними галузевими практиками має велике значення для вдосконалення управління ризиками. Однак погано орієнтоване законодавство і регулювання також можуть ненавмисно і невинно посилити наслідки порушень у ланцюгах постачань і транспортних мережах.

Обмін даними та інформацією. Доступ до точної та надійної інформації може забезпечити більш чітку глобальну картину вразливості мереж постачань та сприяти узгодженню резервних планів у разі порушення. Виявлення повторюваних ризиків на галузевому рівні також може допомогти підприємствам і урядам зосередити зусилля на підвищенні стійкості мереж [10].

Кількісні показники. Необхідно розробити загальноновизначений набір показників кількісної оцінки ризиків у ланцюгах поставок і на транспорті, щоб підприємства й уряди могли отримати точне уявлення про ризики для мереж, краще

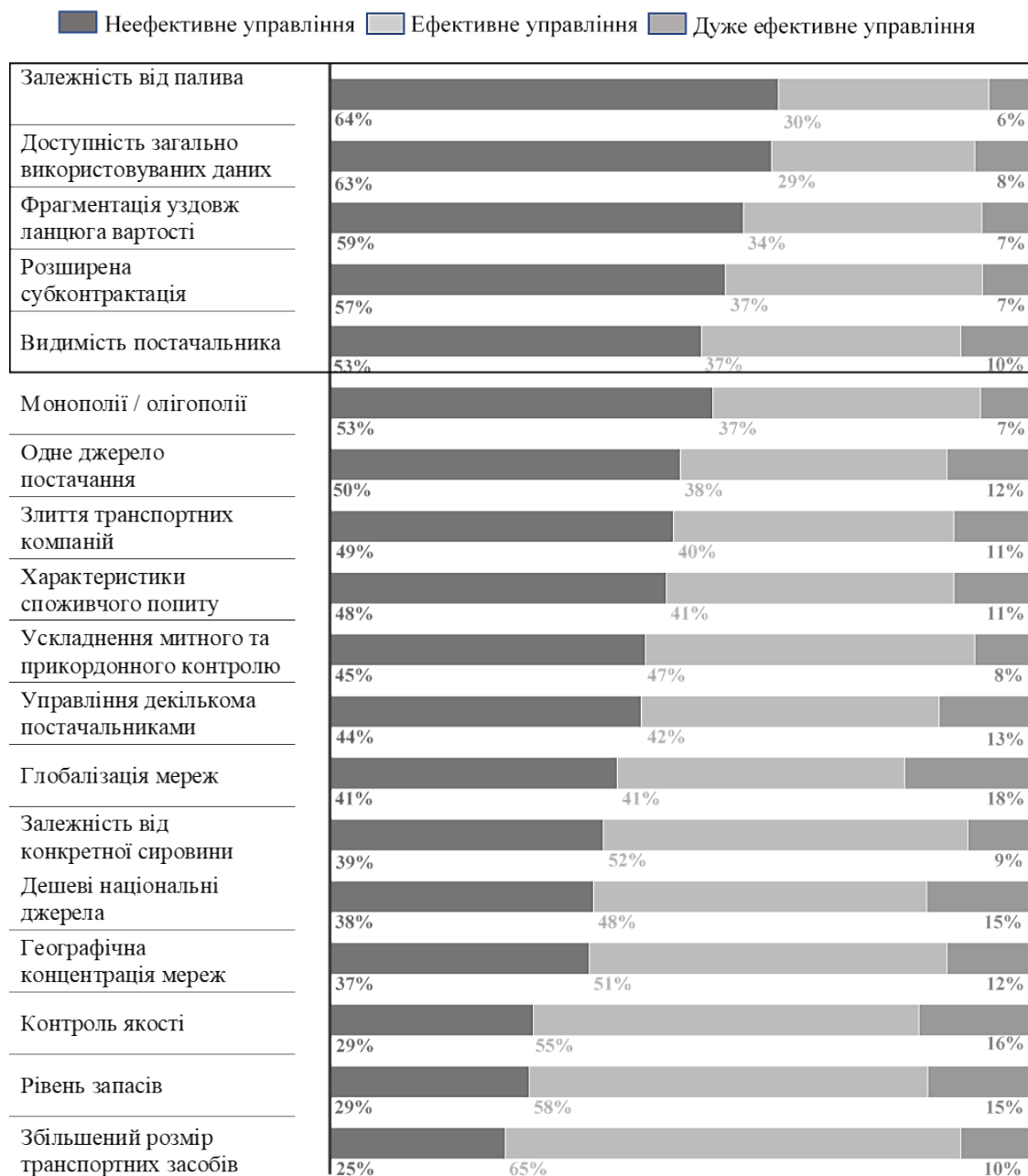


Рис. 1. Найменш ефективно керовані компоненти ланцюга постачань

Джерело: розраховано автором на основі [6]

розставити пріоритети в діяльності з управління ризиками та узгодити стимули, схильність до ризику. Наскільки це можливо, ці показники ризику повинні бути узгоджені між організаціями, щоб забезпечити можливість порівняння. У комерційному секторі дохід, або валовий прибуток, підданий ризику в результаті відмови постачальника, може бути показником, здатним допомогти вищому керівництву зрозуміти ступінь схильності до ризику [11].

Планування сценаріїв. Сценарне планування сьогодні ефективно використовується на оперативному рівні і потенційно може зіграти важливу роль у зниженні системного ризику в усіх мережах. Регулярне планування сценаріїв забезпечує безперервний аналіз зовнішніх ризиків і вразливостей мережі, а також ефективно оновлення відповідних заходів щодо пом'якшення наслідків.

Необхідно визначити, уточнити ролі та обов'язки державних і приватних суб'єктів господарювання перед обличчям серйозних глобальних потрясінь і, отже, підвищити оперативність та ефективність реагування. Стрес-тестування критичної інфраструктури дасть змогу краще зрозуміти державним і приватним секторам стійкість інфраструктури в разі порушення [12].

Висновки і пропозиції. Представлені в роботі пріоритети у сфері вдосконалення управління ризиками вимагають узгодженої співпраці державного і приватного секторів. Узгодження пріоритетів і координування зон фокусування має бути поступовим процесом і вимагатиме значного внеску керівників обох секторів. Проведення оцінки ризиків і міжкомпонентного сценарного планування дасть змогу представникам урядових органів і промислових кіл активно виявляти вразливості мереж і



Рис. 2. Пріоритети ризик-менеджменту

Джерело: сформовано автором на основі [6]



Рис. 3. Стратегії ризик-менеджменту

Джерело: розроблено автором

брати участь у розробленні нових законодавчих і нормативних актів. Поліпшення двостороннього потоку інформації між підприємствами й урядом у

зв'язку із цим набуває особливого пріоритету, враховуючи, що традиційні ЗМІ можуть швидко поширювати неточну або позаконтекстну інформацію.

Список використаних джерел:

1. Danylenko V. The implementation of agricultural insurance in developing economies priority directions. *World Science in 2016: Results* : proceedings of II International scientific conference, January 26, 2017. Morrisville, 2017. P. 85–88.
2. Paulson R. Risk management tools and techniques. *The Supply Chain Leadership Forum 2010*. URL : <https://www.supplychainconsortium.com/Leadership-Forum/2010/GetPresentation/E1-Risk-Management-Tools-and-Techniques> (дата звернення: 01.02.2020).

3. Rajabinasr A., Nourbakhshian M., Hooman A. The main tools in supply chain risk management. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 2013. Vol. 9. P. 968–974.
4. Wu T., Blackhurst J. *Managing Supply Chain Risk and Vulnerability: tools and methods for supply chain decision makers*. London : Springer-Verlag, 2009. 236 p.
5. Краснорудський О.О. Підвищення ефективності системи управління сільськогосподарським підприємством. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2014. № 4. С. 24–30.
6. The Global Risks Report 2019. *The World Economic Forum*. URL : <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2019> (дата звернення: 11.12.2019).
7. Даниленко В.В. Методичні особливості оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНТУСГ. Економічні науки*. 2016. № 172. С. 86–101.
8. Дубовик С.Г., Сигида Н.О., Спесивий Ю.Ю. Управління ланцюгами поставок підприємств, їхні сутність і структура. *Економіка і суспільство*. 2018. № 18. С. 402–410.
9. Пруненко Д.О. Управління ланцюгом поставок : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2012. 140 с.
10. Колодізева Т.О. Управління ланцюгами поставок : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 164 с.
11. Даниленко В.В. Детермінанти та пріоритети моніторингу конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2016. № 1. С. 78–83.
12. Lu D. *Fundamentals of Supply Chain Management*. Frederikesberg : Ventus Publishing Aps, 2011. 112 p.

References:

1. Danylenko V. (2017) The implementation of agricultural insurance in developing economies priority directions. *Proceedings of II International scientific conference World Science in 2016: Results (the USA, Morrisville, January 26, 2017)*, pp. 85-88.
2. Paulson R. (2010) Risk management tools and techniques. *The Supply Chain Leadership Forum 2010*. Available at: <https://www.supplychainconsortium.com/Leadership-Forum/2010/GetPresentation/E1-Risk-Management-Tools-and-Techniques> (accessed: 1 February 2020).
3. Rajabinasr A., Nourbakhshian M., Hooman A. (2013) The main tools in supply chain risk management. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. vol. 9. pp. 968-974.
4. Wu T., Blackhurst J. (2009) *Managing Supply Chain Risk and Vulnerability: tools and methods for supply chain decision makers*. London : Springer-Verlag.
5. Krasnorudskii O. O. (2014) Pidvyshchennya efektyvnosti systemy upravlinnya sil's'kohospodars'kym pidpryyemstvom [Improving the efficiency of the agricultural enterprise management system]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu im. V.V. Dokuchayeva. Ser.: Ekonomichni nauky*. vol. 4. pp. 24-30.
6. 2019 Global Risk Management Study. Defining the risk function's sphere of control. *Accenture: New Applied Now*. Available at: <https://www.accenture.com/us-en/insights/financial-services/global-risk-study> (accessed: 11 December 2019).
7. Danylenko V. V. (2016) Metodychni osoblyvosti otsinky konkurentospromozhnosti sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv [Methodological features of assessing the competitiveness of agricultural enterprises]. *Visnyk KhNTUS-H: Ekonomichni nauky*, no. 172, pp. 86-101.
8. Dubovyk S. H., Syhyda N. O., Spesyvyy Yu. Yu. (2018) Upravlinnya lantsyuhamy postavok pidpryyemstv, yikhni sutnist' i struktura [Enterprise supply chain management, their essence and structure]. *Ekonomika i suspil'stvo*. vol 18. pp. 402-410.
9. Prunencko D. O. (2012) Upravlinnya lantsyuhom postachan': konspekt lektsiy [Supply Chain Management: lecture notes]. Kharkiv : KhNUMH im. O.M. Beketova.
10. Kolodizyeva T. O. (2016) Upravlinnya lantsyuhamy postavok: navchal'nyy posibnyk [Supply chain management: tutorial]. Kharkiv : KhNEU im. S. Kuznetsya.
11. Danylenko V. V. (2016) Determinanty ta priorytety monitorynhu konkurentospromozhnosti ahrarnykh pidpryyemstv [Determinants and priorities of monitoring the competitiveness of agricultural enterprises.]. *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Seriya «Ekonomika i menedzhment»*, vol. 1, pp. 78-83.
12. Lu D. (2011) *Fundamentals of Supply Chain Management*. Frederikesberg : Ventus Publishing Aps.

Даниленко В. В.

Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства имени Петра Василенко

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ ОБЛАСТЕЙ УЛУЧШЕНИЯ СТРАТЕГИЙ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК

Резюме

Обобщены причины необходимости совершенствования инструментов риск-менеджмента цепей поставок в контексте выхода их функциональных компетенций за пределы одной страны. Сгруппированы указанные инструменты в соответствии с уровнем и сферой их эффективного применения. Исследованы результаты проведенного на Всемирном экономическом форуме анкетирования менеджеров коммерческих предприятий и организаций, представителей государственных и регулирующих органов, специалистов и журналистов из почти 110 стран за последние три года. Опираясь на результаты исследования, осуществлен сравнительный анализ наименее эффективно управляемых компонентов цепей поставок. Согласно результатам экспертного ранжирования приоритетов развития глобальных цепей поставок, определены связи данных приоритетов с точки зрения их роли в разработке стратегии риск-менеджмента.

Ключевые слова: управление цепями поставок, риск-менеджмент, глобализация, стратегическое управление, системные нарушения, глобальные цепи поставок.

Danylenko Valerii

Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

RESEARCH ON PRIORITY AREAS FOR IMPROVING GLOBAL SUPPLY CHAIN RISK MANAGEMENT STRATEGIES

Summary

The reasons for the need to improve risk management tools for supply chains in the context of their functional competencies going beyond the borders of one country are summarized. These tools are grouped according to the level and scope of their effective application. The reasons why the use of these tools may differ significantly depending on the systems in which they are used are presented. The authors studied the results of a survey conducted at the World Economic Forum. The survey was intended to gather the opinions of commercial enterprises' and organizations' managers, representatives of state and regulatory authorities, and specialists and journalists from almost 110 countries over the past 3 years. Based on the results of this survey, a comparative analysis of the least effectively managed components of supply chains was carried out. The main obstacles to improving the discussed components are identified and the probability of increasing the negative consequences of violations caused by external factors in the case of unsuccessful improvement measures is justified. Also, according to the results of expert ranking of priorities for the development of global supply chains, the relationships of these priorities were determined in terms of their role in developing a risk management strategy. Taking into account the nature of the discussed priorities, the need to consolidate the efforts of the public and private sectors in order to implement the theoretical groundwork in a practical format is proved. From this point of view, the primary strategic objective of risk management of global supply chains is to create reliable networks between the designated sectors. The significance of the second point of focus of joint efforts, legislation, presented through the prism of the possibility of harming the common goal of preventing violations in the supply chain as a result of poorly oriented laws and regulations. The importance of improving data exchange between stakeholders is considered through assumptions to ensure a clear global picture of risk management. The necessity of developing and coordinating quantitative indicators for risk assessment in supply chains is proved. The reasons for the high priority of scenario planning for the application of risk management measures are determined.

Keywords: supply chain management, risk management, globalization, strategic management, system violations, global supply chains.

УДК 339.56 (477:560)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-6>

Коваленко Р. С.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ТУРЕЦЬКОЮ РЕСПУБЛІКОЮ

Визначено основні перспективні сфери торговельно-економічного співробітництва між Україною та Турецькою Республікою. Установлено, що найбільш перспективними галузями співробітництва є: військово та безпекове співробітництво, зокрема спільне виробництво військової техніки, зброї, набойів та продукції подвійного призначення, сприяння безпеці в регіоні Чорного моря; аерокосмічне співробітництво, виготовлення літаків, безпілотних літальних апаратів, супутників; розвиток інвестиційного складника двосторонніх відносин; науково-технічна та освітня кооперація українських та турецьких освітніх закладів і науково-дослідницьких центрів; співробітництво в гуманітарній сфері. Акцентовано увагу на перспективах розвитку коопераційних зв'язків між суб'єктами господарської діяльності України та Турецької Республіки. Прیدілено увагу перспективам створення зони вільної торгівлі між країнами.

Ключові слова: співробітництво, євроінтеграція, торгівля, мито, інвестиції, інфраструктура.

Постановка проблеми. Турецька Республіка є важливим партнером України в Чорноморському регіоні, що зумовлено передусім членством Турецької Республіки в НАТО, Митному союзі з ЄС, широкими можливостями співробітництва в політичній та економічній сферах. Туреччина поділяє спільну позицію з ЄС та світовим співтовариством щодо відновлення територіальної цілісності України, засудження анексії Криму та необхідності продовження санкцій проти Російської Федерації до повного виконання Мінських угод, відновлення суверенітету України у Криму й досягнення миру на Донбасі. Регулярно відбуваються контакти на високому і найвищому рівнях. На сучасному етапі розвитку двосторонніх відносин країни недостатньо використовують нинішній потенціал двосторонньої взаємодії. Україна і Турецька Республіка повинні більш інтенсивно й

продуктивно використовувати потенціальні можливості розвитку двосторонніх торговельно-економічних відносин на різних рівнях стратегічної взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку торговельно-економічних відносин України та Турецької Республіки висвітлювалися в роботах вітчизняних науковців: О.Г. Белоруса, А.С. Філіпенко, С.І. Пірожкова, А.І. Шниркова, Н.А. Дудченко, Л.Л. Кістерського, О.І. Рогача, Г.Н. Клімко, В.П. Клочко, І.Ф. Чернікова, А.П. Румянцева, Ю.Н. Пахомова та ін.

У зарубіжній літературі питання економічного співробітництва України та Турецької Республіки розглядалися в роботах Л.І. Глухарьова, В.Н. Шенаєва, Ю.В. Шишкова, О.А. Муртазіна, С.М. Меньшикова, Ю.І. Юданова, Д.А. Коннелли, А.Й. Колат, Дж. Мзиір та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Деякі аспекти економічних відносин України та Турецької Республіки недостатньо розкриті й потребують подальшого дослідження та вдосконалення, зокрема відносини в умовах політичної та соціально-економічної нестабільності. Зважаючи на це, доцільно ідентифікувати перспективні сфери економічного співробітництва між Україною та Турецькою Республікою.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення стратегічних пріоритетів двосторонніх економічних відносин між Україною та Турецькою Республікою.

Виклад основного матеріалу. Після анексії Криму з боку Російської Федерації та збройної агресії на Сході України роль Турецької Республіки у забезпеченні національної безпеки України суттєво збільшилася. Про це свідчить активізація контактів, яка розпочалася у 2014 р. і посилилася у 2015–2019 рр. У цей період відбулася низка важливих зустрічей, зокрема перша офіційна зустріч Президента України Петра Порошенка та Президента Туреччини Реджепа Тайпа Ердогана у березні 2015 р. і наступна, у березні 2016 р., у межах засідання Стратегічної ради високого рівня між Турецькою Республікою та Україною у м. Києві. Під час заходів, окрім підтримки територіальної цілісності України, було підкреслено «значний потенціал Туреччини у сприянні стабілізації ситуації в Україні» та відзначено перспективність залучення турецьких будівельних компаній до реконструкції зруйнованих регіонів України. Туреччина підтримує механізм деокупації Криму через двосторонні консультації та формат «Женева плюс», а також підтримує українську економіку через виділення кредиту у розмірі 50 млн дол. США на фінансування загального фонду державного бюджету України. 13 травня 2016 р. під час зустрічі в Києві міністрів оборони України та Туреччини сторони домовилися розробити спільний план щодо дій у басейні Чорного моря, також було домовлено разом спланувати поглиблення співробітництва у сфері військово-технічної співпраці, логістичного забезпечення, підготовки особового складу, військово-промислового комплексу [6].

Керуючись прагненням сприяти відновленню миру та безпеки у регіоні Чорного моря та на Близькому Сході, за підсумками VI засідання Стратегічної ради високого рівня, яке відбулося під головуванням президентів двох держав у м. Анкара 9 березня 2016 р., сторони підписали Спільну декларацію та План дій щодо розвитку двосторонніх відносин між Україною та Туреччиною на 2017–2019 рр. у межах розвитку співробітництва у військовій та безпековій сферах і домовилися:

- посилити координацію, співробітництво та довірчу базу між Турецькою Республікою та Україною у сфері безпеки й оборони;
- поглиблювати співпрацю у питаннях реформування Ради Безпеки ООН та інших багатосторонніх механізмів із метою забезпечення міжнародного миру та безпеки;
- сприяти зміцненню механізмів регіональної безпеки в Чорному морі;
- нарощувати співпрацю в контексті спільних зусиль, спрямованих на забезпечення міжнародної безпеки, у т. ч. і в межах НАТО;
- працювати разом у межах міжнародного права з метою деокупації Криму, посилити співпрацю у межах ООН, РС та ОБСЄ з метою віднов-

лення суверенітету України над півостровом та захисту прав громадян України, зокрема кримських татар, на тимчасово окупованих територіях;

- об'єднати зусилля у боротьбі з тероризмом, екстремізмом та сепаратизмом у всіх їхніх проявах, у тому числі шляхом налагодження ефективної співпраці правоохоронних та розвідувальних органів двох країн;

- продовжувати співпрацю у сфері військової освіти;

- поглиблювати співпрацю у сфері модернізації оборонно-промислового комплексу з метою посилення обороноздатності обох країн [5].

3 лютого 2020 р. відбувся візит президента Туреччини Реджепа Тайпа Ердогана до України для участі у Восьмому засіданні Стратегічної ради високого рівня і в українсько-турецькому бізнес-форумі. Глави України та Туреччини підписали спільну заяву за підсумками засідання Стратегічної ради високого рівня. У заяві підтверджується незмінність підтримки Туреччиною суверенітету і територіальної цілісності України, а також визначено пріоритети двостороннього співробітництва в політичній, торговельно-економічній та військово-технічній сферах. Окрім того, сторони підписали цілу низку міжурядових угод і меморандумів про взаєморозуміння.

Одним із результатів візиту вважається підписання угоди про військово-технічне співробітництво. Згідно з ним, турецька сторона надасть для потреб Збройних сил України 200 млн турецьких лір (близько 36 млн доларів) на покупку турецьких товарів військового та подвійного призначення. За словами українських дипломатів, нині на різних етапах реалізації знаходиться близько 50 українсько-турецьких проєктів із військово-технічної співпраці. Іншою темою переговорів стало створення зони вільної торгівлі між Україною і Туреччиною. Після підписання відповідної угоди обсяг торгівлі між країнами має збільшитися з нинішніх 4-х до 10 млрд дол. США на рік, однак поки не повідомляється про якісь терміни створення такої зони [7].

Турецька Республіка є одним із потенційно важливих партнерів України через низку двосторонніх проєктів у військовій та безпековій галузях, які цікавлять і українську, і турецьку сторони. Серед конкретних сучасних та перспективних проєктів військового співробітництва України та Турецької Республіки слід виділити кооперацію в галузі виробництва військової техніки. Туреччина значно активізувала пошук партнерів у військовій співпраці після введення обмежень на торгівлю зброєю й передачу військових технологій із боку країн Європи та США у відповідь на зростання кількості порушень прав людини в Туреччині після невдалої спроби військового перевороту у липні 2016 р. [3].

На виставці IDEF-2017, яка проходила в травні в м. Стамбул, був підписаний меморандум про співпрацю між «Укроборонпром» і корпорацією Turkish Aerospace Industries. Документ стосується розроблення різних моделей безпілотників, у тому числі й ударних апаратів. Цей напрям є дуже актуальним, бо українським військовим бракує сучасних безпілотних літальних апаратів, потреби армії в дронах задоволені лише на 5–7%. Бойові дії на Донбасі дали поштовх до розвитку безпілотної авіації в Україні. Сьогодні цією тематикою займаються близько тридцяти фірм, і деякі з них уже представили повноцінні машини, які успішно пройшли відповідну сертифікацію та відомчі

випробування. Кооперація з турецькими компаніями допоможе прискорити створення тактичних і стратегічних безпілотних комплексів [9].

Державний концерн «Укроборонпром» і турецька компанія HAVELSAN підписали комерційну угоду про спільне виробництво радіолокаційної техніки за стандартами НАТО. Нині продовжуються роботи зі створення з турецькими партнерами з HAVELSAN консолідованого центру з кібербезпеки на території України. «Укроборонпром» підписав угоду про співпрацю з турецькою корпорацією МКЕК (Turkish Mechanical and Chemical Industry Company), яка є основним виробником вибухових речовин, боєприпасів для стрілецького, важкого озброєння, а також артилерійських систем, що стоять на озброєнні турецької армії. Сфера виготовлення боєприпасів, у якій передбачається співпраця, надзвичайно актуальна для України з огляду на потреби в артилерійських боєприпасах, певних видах підривачів і корпусах снарядів. Україна володіє певними можливостями з виробництва порохів та інших речей, які можуть бути інтегровані з турецькими пропозиціями щодо створення певних зразків, насамперед артилерійських боєприпасів із використанням вітчизняних нових оборонних потужностей [2].

Державний концерн «Укроборонпром» уже має досвід співробітництва з підприємствами військово-промислового комплексу Турецької Республіки. Так, у 2007–2010 рр. успішно реалізовано два проекти між ДКБ «Південне», підприємствами «Укроборонпрому» та турецькими компаніями ROKETSAN A.Ş. і DORMAK у сфері аналізу варіантів розроблення й запуску космічного апарату, а також створення ракетного комплексу на базі балістичної ракети. У 2011 р. було введено на орбіту супутник турецького виробництва RASAT (запуск здійснено компанією «Космотрас» із використанням ракети-носія «Дніпро»). Розвивалася співпраця на міжуніверситетському рівні (по лінії «Дніпропетровський національний університет – Середньосхідний технічний університет») у сфері розроблення ракетних двигунів [3].

4 листопада 2019 р. було підписано угоду про купівлю турецьких оперативно-тактичних безпілотних літальних апаратів Bayraktar TB2 виробництва компанії Baykar Makina. Діалог щодо купівлі цих БПЛА тривали близько двох років. За цей час представники Міністерства оборони України відвідували Туреччину та ознайомилися з різними етапами випробувань Bayraktar TB2. Також розглядається можливість локалізації частини виробництва оперативно-тактичних безпілотних літальних апаратів Bayraktar TB2 на потужностях ДП «Антонов», що входить до складу концерну «Укроборонпром».

Ще один важливий напрям співробітництва – взаємодія в галузі зв'язку. Між міністерствами оборони України та Туреччини існують непорозуміння через використання турецьких радіостанцій для оснащення вітчизняних механізованих і піхотних бригад. Турецька сторона пропонує доволі гарні фінансові умови кредитування таких проектів і готова передавати технології зі створення радіостанцій сучасного покоління [9].

Також за підсумками VI засідання Стратегічної ради високого рівня була підписана Угода між урядом України та урядом Турецької Республіки про внесення змін до Угоди про взаємне сприяння та захист інвестицій між урядом України й урядом Турецької Республіки. Документ визначає порядок сприяння залученню взаємних інвестицій

з Туреччини до України та з України до Туреччини, визначає механізм їх взаємного захисту на територіях обох держав, сприяє справедливому та рівноправному режиму інвестування. Крім того, був підписаний протокол між урядами України та Туреччини щодо внесення змін до Договору про уникнення подвійного оподаткування та запобігання ухиленню від податків на доходи та майно, а також міждержавний імплементаційний протокол про співробітництво в галузі географічної інформації [5].

У 2018 р. Турецька Республіка сумарно інвестувала в економіку України 337,9 млн дол. США. Найбільший обсяг турецьких інвестицій було спрямовано у сферу промисловості – 32%, інформації та телекомунікації – 17%, оптової та роздрібною торгівлі, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 16%, діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 7% та інші сфери (табл. 1, рис. 1) [4].

Таблиця 1
Динаміка прямих інвестицій із Турецької Республіки в економіку України, 2010–2018 рр., млн дол. США

	Обсяг ІІ	% до попереднього року
2010	134,0	
2011	148,6	+10%
2012	164,0	+10,3%
2013	186,9	+13,9%
2014	212,1	+13,4%
2015	198,4	-6,7%
2016	191,0	-3,8%
2017	312,2	+63%
2018	337,9	+7,5%

Джерело: сформовано автором на основі [4]

Офіційної інформації державних органів України щодо обсягів інвестицій з України до Турецької Республіки у публічному доступі немає з посиланням: «Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності інформації». Водночас, за даними Міністерства економіки ТР, станом на 30 червня 2016 р. у Турецькій Республіці було зареєстровано 357 компаній, співвласниками та/або співзасновниками яких є громадяни України. За експертними оцінками, загальний обсяг турецьких інвестицій до України з урахуванням фінансових ресурсів, залучених через банківські структури та спільні підприємства, розташовані в третій країнах, становить близько 3 млрд дол. США [8].

У 2018 р. Україна та Турецька Республіка підписали двосторонню міжурядову угоду про взаємне сприяння та захист інвестицій. Відповідні документи були підписані сторонами у Києві після шостого засідання Стратегічної ради високого рівня під головуванням президентів України та Туреччини. На переговорах, окрім інвестиційної сфери, було акцентовано увагу на розвитку співробітництва в галузях транспорту, туризму, енергетики, у військовій сфері, оборонній промисловості, освіті та культурі.

Ще одним із пріоритетних напрямів взаємодії та ключовим елементом формування стратегічного партнерства між двома країнами є співробітництво України з Турецькою Республікою у сфері енергетики. На жаль, сучасний етап розвитку цього співробітництва має конкурентний харак-

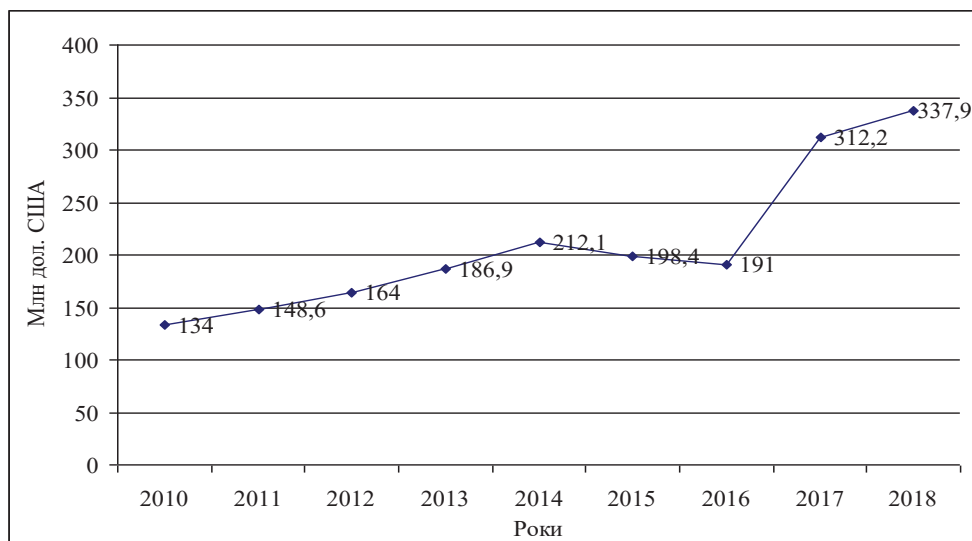


Рис. 1. Динаміка надходжень прямих іноземних інвестицій із Турецької Республіки в економіку України, млн дол. США

Джерело: сформовано автором на основі [4]

тер і відзначається недостатньою взаємодією партнерів щодо виокремлення спільних інтересів у питаннях забезпечення енергетичної безпеки, розвитку та модернізації нафто- і газотранспортної системи, диверсифікації джерел і шляхів постачання енергоносіїв, пошуку та розроблення родовищ енергоресурсів на території наших держав та розвитку співробітництва щодо їх реалізації. Сьогодні однією з перспективних сфер стає сфера атомної енергетики. Однак якщо враховувати розташування Турецької Республіки у сейсмонезбезпечній зоні, то розвиток на її території атомної енергетики є ризикованим, а тому найперспективнішим є розвиток альтернативних джерел енергії. Пошук альтернативних джерел енергії є одним зі складників концепцій турецької енергетичної політики [10].

Енергетична безпека України у багатьох аспектах залежить від Туреччини. Нині стратегічним завданням є забезпечення дозволу турецької сторони на проходження танкерів зі скрапленням природним газом (СПГ) через протоки до Чорного моря. Від реалізації оголошеного РФ «Турецького потоку», що має переорієнтувати транзит російського газу до Європи з території України до Туреччини, значною мірою залежить нормальне функціонування української ГТС і, як наслідок, обсяги фінансових надходжень до державного бюджету України [8].

Розвиток співпраці у науково-технологічній сфері є одним із важливих елементів взаємин між Україною і Турецькою Республікою в контексті наповнення практичним змістом торговельно-економічних відносин у форматі стратегічного партнерства. Висока динаміка інноваційного розвитку Турецької Республіки, забезпечена завдяки суттєвому збільшенню обсягів фінансування та реалізації масштабних міжнародних проєктів, може стати вагомим механізмом підтримки сектору досліджень і розвитку нашої держави. Для цього створено відповідні передумови, зокрема сформовано розвинуту договірно-правову базу двостороннього науково-технічного співробітництва (у 2007 р. набула чинності рамкова Угода про співробітництво у сфері дослідження та використання космічного простору, а в 2009 р. – Угода

між Урядом України та Урядом ТР про співробітництво у галузі науки та технологій) [7].

Взаємодія між Україною та Турецькою Республікою в науково-технічній сфері здійснюється у межах українсько-турецького комітету з питань науково-технічного співробітництва, шосте засідання якого відбулося 26 грудня 2012 р. у м. Києві. Між установами України та Турецької Республіки на двосторонній основі спільні наукові дослідження виконуються у сфері інформаційних технологій, мікроелектроніки, фізики напівпровідників, матеріалознавства, енергетики та екології Чорного моря. Окремі спільні проєкти реалізуються на багатосторонній основі – у межах Сьомої програми ЄС, а також за лінією ОЧЕС. Поряд із космічною авіаційною галузю України є найбільш високотехнологічною і створює найбільшу додану вартість кінцевого продукту. На нашу думку, поглиблення кооперації у сфері літакобудування також є перспективним напрямом розвитку двосторонніх торговельно-економічних відносин між країнами у форматі стратегічного партнерства. На разі турецька сторона вивчає можливі формати співробітництва турецьких компаній із ДП «Антонов» у межах турецької програми створення середньомагістрального регіонального літака. Турецьким партнерам запропоновано концепцію проєктування і виробництва (із залученням виробничих потужностей українських підприємств) турбореактивних пасажирських регіональних літаків на базі Ан-158/Ан-178. Також передбачається співпраця ДП «Антонов» із турецьким концерном Turkish Aerospace Industries (TAI) щодо розроблення безпілотних систем, які сьогодні вкрай потрібні Україні з огляду на певне технологічне відставання [9].

Низка установ НАН України продовжує активну науково-технічну співпрацю з турецькими партнерами в межах міжінститутських угод. Щодо розвитку двосторонніх відносин у сфері освіти, то за підсумками засідання Стратегічної ради було підписано Меморандум про співробітництво між Дипломатичною академією України при МЗС та Дипломатичною академією Турецької Республіки про готовність двох навчальних закладів до розвитку співробітництва в освітній сфері,

обміну науковим досвідом та розвитку навчальних програм. Інтенсивно розвивається співробітництво між ВНЗ двох країн, основу якого становлять двосторонні угоди між університетами. Сьогодні вже понад 15 ВНЗ України і Туреччини налагодили співробітництво й підписали відповідні угоди [10].

Плідно співпрацює з установами Турецької Республіки Відділення морської геології та осадчого рудоутворення Національного науково-природничого музею НАН України. Тісному співробітництву сприяє взаємна зацікавленість у проведенні спільних геологічних і геофізичних досліджень Чорного моря з одержанням практичних результатів у галузі вивчення грязьового і газового вулканізму в Азовсько-Чорноморському регіоні в аспекті екологічних проблем та проблем безпеки міжнародного мореплавства, підводних транспортних систем (нафто- та газопроводи, кабельні оптико-волоконні системи передачі інформації тощо). Ведеться активний пошук і вивчення джерел енергоносіїв глибинних районів моря (у межах дослідження газового вулканізму), чому сприяють цінний досвід та налагоджені міжнародні зв'язки щодо організації морських досліджень турецькими вченими як на білатеральній, так і на полілатеральній основі в межах виконання проектів Європейського Союзу, ЄБРР, ОЧЕС тощо [10].

Після анексії Криму дедалі більшої актуальності набуває взаємодія між Україною та Туреччиною в гуманітарній сфері. Турецька Республіка завжди мала тісні зв'язки із тюркськими етносами, що проживають в Україні і, проводячи

політику пантюркізму, активно використовувала тюркські народи в досягненні своїх інтересів у країнах-партнерах. Саме цим викликаний інтерес Туреччини до кримських татар, турків-месхетинців, гагаузів, що проживають в Україні. Саме кримських татар, які проживають в Україні, на всіх офіційних зустрічах називають «містком дружби» між країнами.

У звіті Кабінету Міністрів України серед найважливіших візитів та зустрічей відзначений візит міністра закордонних справ України до Туреччини для участі у II сесії Всесвітнього конгресу кримських татар 1 серпня 2015 р. Задля залучення донорської допомоги для тимчасово переміщених осіб, українських громадян на Донбасі та в Криму, зокрема кримських татар, ще у січні 2015 р. Мінсоцполітики та Координаційний офіс в Україні урядової організації Турецького агентства зі співробітництва та координації підписали протокол про наміри. Так, за підтримки Туреччини у Херсонській області вже розпочалося будівництво будинків для кримських татар – вимушених переселенців із Криму [5].

Висновки і пропозиції. Турецька Республіка сьогодні є одним із найважливіших стратегічних партнерів України, і через низку двосторонніх проектів у військово-технічній, інвестиційній, енергетичній, науково-технічній, гуманітарній та інших пріоритетних сферах двостороннього співробітництва закладено основи подальшого нарощення темпів розвитку торговельно-економічних відносин між ними та поглиблення взаємозалежності економік країн.

Список використаних джерел:

1. Ministry of Economics of Turkey. URL : <http://www.economy.gov.tr/index> (дата звернення: 12.11.2019).
2. Turkey and Ukraine Sign Joint Plane Manufacturing Project. *Daily Sabah*. May 15, 2016. URL : <http://www.dailysabah.com/money/2016/05/16/turkey-and-ukraine-sign-joint-plane-manufacturing-project#16/> (дата звернення: 22.09.2019).
3. Ukraine and Turkey Ink Military Cooperation Road Map. 17 May 2016. URL : <http://24today.net/open/663932> (дата звернення: 18.11.2019).
4. Державна служба статистики України. URL : www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 20.10.2019).
5. Декларація «Про створення Стратегічної ради високого рівня між Україною та ТР» від 25.01.11. URL : <http://www.zakon2.rada.gov.ua/laws/show/9/2012#n9> (дата звернення: 12.11.2019).
6. Договірні-правова база між Україною та Турецькою Республікою (довідка). URL : <http://turkey.mfa.gov.ua/ua/ukraine-tr/diplomacy> (дата звернення: 12.09.2019).
7. Міністерство закордонних справ Турецької Республіки. URL : <http://www.mfa.gov.tr> (дата звернення: 12.10.2019).
8. Міністерство закордонних справ України. URL : <http://www.mfa.gov.ua> (дата звернення: 12.11.2019).
9. Міністерство інфраструктури України. URL : <http://www.mtu.gov.ua> (дата звернення: 15.12.2019).
10. Національний інститут стратегічних досліджень України. URL : <http://www.niss.gov.ua> (дата звернення: 12.10.2019).
11. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини: теорія : підручник. Київ : Либідь. 2008. 408 с.

References:

1. Ministry of Economics of Turkey. Available at: <http://www.economy.gov.tr/index>. (accessed 12 November 2019).
2. Daily Sabah (2016). Turkey and Ukraine Sign Joint Plane Manufacturing Project. Daily Sabah, May 15. Available at: <http://www.dailysabah.com/money/2016/05/16/turkey-and-ukraine-sign-joint-plane-manufacturing-project#16/> (accessed 22 September 2019).
3. Ukraine and Turkey Ink Military Cooperation Road Map, 17 May 2016. Available at: <http://24today.net/open/663932> (accessed 18 November 2019).
4. Depzhavna sluzhba statystyky Ukpajiny (2019). URL: www.ukrstat.gov.ua. (accessed 20 October 2019).
5. Deklaracija «Pro stvorennja Strategichnoji rady vysokogho rivnja mizh Ukrajinoju ta TR». 25.01.11. Available at: <http://www.zakon2.rada.gov.ua/laws/show/9/2012#n9> (accessed 12 November 2019).
6. Doghovirno-pravova baza mizh Ukrajinoju ta Turecjkoju Respublikoju (dovidka). Available at: <http://turkey.mfa.gov.ua/ua/ukraine-tr/diplomacy> (accessed 12 September 2019).
7. Ministerstvo zakordonykh sprav Turecjkoji Respubliki. Available at: <http://www.mfa.gov.tr> (accessed 12 October 2019).
8. Ministerstvo zakordonykh sprav Ukrajiny. Available at: <http://www.mfa.gov.ua> (accessed 12 November 2019).
9. Ministerstvo infrastruktury Ukrajiny. Available at: <http://www.mtu.gov.ua> (accessed 15 December 2019).
10. Nacionalnyj instytut strategichnykh doslidzhenj Ukrajiny. Available at: <http://www.niss.gov.ua> (accessed 12 October 2019).
11. Filipenko A. S. (2018). Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny: teoriya: pidruch. Dlja stud. Ekon. Spec. Vyshh. Navch. zakl. K. : Lybidj.

Коваленко Р. С.

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ УКРАИНОЙ И ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКОЙ

Резюме

Определены основные перспективные сферы торгово-экономического сотрудничества между Украиной и Турецкой Республикой. Установлено, что наиболее перспективными отраслями сотрудничества являются: военное и сотрудничество в сфере безопасности, в частности совместное производство военной техники, оружия, боеприпасов и продукции двойного назначения, содействие безопасности в регионе Черного моря; аэрокосмическое сотрудничество, изготовление самолетов, беспилотных летательных аппаратов, спутников; развитие инвестиционной составляющей двусторонних отношений; научно-техническая и образовательная кооперация украинских и турецких образовательных учреждений и научно-исследовательских центров; сотрудничество в гуманитарной сфере. Акцентировано внимание на перспективах развития кооперационных связей между субъектами хозяйственной деятельности Украины и Турецкой Республики. Уделено внимание перспективам создания зоны свободной торговли между странами.

Ключевые слова: сотрудничество, евроинтеграция, торговля, пошлина, инвестиции, инфраструктура.

Kovalenko Roman

V. N. Karazin Kharkiv National University

PRIORITY AREAS OF DEVELOPMENT OF ECONOMIC RELATIONS BETWEEN UKRAINE AND THE TURKISH REPUBLIC

Summary

The attention is paid to the prospects of development of cooperative relations between the subjects of economic activity of Ukraine and the Turkish Republic, in particular in strategic spheres of economic interaction. Possibilities of creating a free trade area between Ukraine and Turkey as a mechanism for increasing trade between countries were discussed. The main priorities for trade in services between countries are identified. During the occupation of the Crimea, major principals of humanitarian cooperation and assistance to the Crimean Tatars were determined. The regulatory and legal aspects of ensuring the development of bilateral trade and economic relations between Ukraine and the Turkish Republic were identified. The issues of development of investment cooperation between the countries in the context of strategic partnership are considered. The basic directions of cooperation in scientific and educational spheres are defined such as: cooperation of higher educational establishments, research institutes, provision of educational services, joint scientific activity. The main directions of cooperation of the countries in the energy sphere are outlined, in particular the supply and transit of energy resources. The main perspective areas of trade and economic cooperation between Ukraine and the Turkish Republic have been identified. The most promising areas of cooperation were found to be: military and security cooperation, in particular, joint production of military equipment, weapons, ammunition and dual-use products, and promotion of security in the Black Sea region; aerospace cooperation, aircraft manufacturing, drones, satellites; development of the investment component of bilateral relations; scientific, technical and educational cooperation of Ukrainian and Turkish educational institutions and research centers; cooperation in the humanitarian field. The article highlights main trends in bilateral trade and economic relations between Ukraine and the Turkish Republic in recessionary tendencies prevailing in socio-economic and political life of Ukraine and possible methods of solution in the short and long terms.

Keywords: cooperation, European integration, trade, customs, investment, infrastructure.

УДК 339.9

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-7>**Мовсесян А. С.**Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана**МОДЕРНІЗАЦІЯ РИНКУ МЕДИЧНИХ ВИРОБІВ В ЄС**

Процес формування та розвитку ринку медичних виробів Європейського Союзу бере свій початок не з дати фактичного утворення Союзу, а з часів появи національних ринків кожної країни – члена майбутнього об'єднання. Тоді медичне обладнання у Європі було представлено електрокардіографами, рентгенівськими апаратами, кардіостимуляторами, магнітно-резонансними і комп'ютерними томографами та багатьма іншими технологічними пристроями. Поступове усунення митних бар'єрів було розпочате ще в 1986 р. після підписання Єдиного європейського акта, серед іншого, це полегшило фізичне переміщення медичних товарів та підвищило їх доступність, що в сукупності сприяло їх подальшому розвитку. Перехід до моделі політичного та економічного альянсу 1993 р. (Маастрихтський договір) став черговим етапом еволюції ринку медичних інструментів у сфері запровадження уніфікованого регулювання та прийняття єдиного підходу до класифікації таких виробів. Відтепер функціонування європейського ринку медичних виробів відбувалося не лише в межах окремих країн, а й в умовах великого економічного простору ЄС з усіма його перевагами та недоліками.

Ключові слова: ринок медичних виробів, Європейський Союз, еволюція, модернізація, регулювання, розвиток.

Постановка проблеми. Ринок медичних виробів в Європейському Союзі є надзвичайно емним як за обсягами купівлі-продажу, так і за технологіями, що використовуються у виробничих процесах. Це стало можливим завдяки створеним додатковим умовам для його розвитку ще до утворення Союзу. Заходи підтримки були запроваджені в кожній окремій країні, а згодом розширені і перенесені в реалії об'єднання. Системне дослідження хронології еволюції цієї галузі економіки дає змогу об'єктивно оцінити й обґрунтувати етапи модернізації, які й зумовили існуючу зараз архітектуру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню даної теми присвячено роботи багатьох зарубіжних науковців, а саме F. Rammolli, M. Riccaboni, C. Oglialoro, I. Magazzini, G. Baio, N. Salerno [1], A. Kirisits, W. Redekop [2] та ін. Вплив низки медичних винаходів на глобальний ринок ретельно досліджувався O. Aquilina [3], C. Lee Ventola [4] та деякими іншими науковцями. Серед іншого, тема медичних виробів є пріоритетною й у дослідженнях Всесвітньої організації охорони здоров'я.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є встановлення й обґрунтування основних етапів розвитку ринку медичних виробів в Європейському Союзі. Аналіз контексту кожного етапу дасть змогу виділити чинники успішного функціонування даного сектору економіки. Визначення передумов лідерства європейських країн дасть схематичне розуміння щодо побудови ефективної галузі виробництва.

Виклад основного матеріалу. Хоча фактичне становлення єдиного європейського ринку було зафіксовано в кількох документах після 1957 р., не можна оминати увагою доінтеграційний період, який характеризувався ґрунтовною працею як науковців, так і практиків над розробленням і запровадженням нових медичних виробів.

У 1887 р. британський фізіолог Огастус Уоллер опублікував першу людську електрокардіограму, використовуючи при цьому капілярний електрометр та електроди, розміщені на грудній клітині та спині людини. У 1901 р. Віллем Ейнтховен, нідерландський фізіолог, успішно розробив новий струнний гальванометр із високою чутливістю, що був використаний в електрокардіографії, а згодом

у 1924 р. Ейнтховену була присуджена Нобелівська нагорода у сфері фізіології та медицини за винахід електрокардіографа.

У 1895 р. професор Вюрцбурзького університету (Німеччина) Вільгельм Конрад Рентген прийшов до відкриття рентгенівських променів, а вже у 1896 р. берлінська компанія Siemens & Halske випустила на ринок першу рентгенівську систему. Цей винахід дав поштовх іншим інноваціям, наприклад комп'ютерному томографу, перший екземпляр якого був представлений світу через майже 80 років.

Починаючи з 1957 р. функціонування європейського економічного простору стало постійним об'єктом декількох фундаментальних міждержавних угод. Ними встановлювалися умови інтенсифікації економічного співробітництва та політичного зближення, пріоритетні напрями розвитку господарської діяльності, засади для переходу до єдиної митної політики тощо. Ось чому одним із перших концептуальних договорів стала Римська угода 1957 р., яка, з-поміж іншого, чітко виокремлювала:

- запровадження механізмів вільного переміщення товарів через державні кордони (статті 9–11);
- створення митного союзу, а разом із ним: уведення єдиного митного тарифу на операції з третіми країнами, поступову відміну мит, імплементацію уніфікованої системи митних ставок, усунення кількісних обмежень на товари, що імпортуються та експортуються між країнами-учасницями (статті 12–37);
- застосування єдиних норм і правил конкуренції (статті 85–90) [5].

Попри те, що Римська угода і подальші подібні договори не містили у своїй основі окремих положень щодо медичних виробів, регламентування умов господарської діяльності безпосередньо вплинуло й на них як на продукцію виробництва та споживання.

У цей час світові винахідники працювали над медичним пристроєм, модифіковані версії якого підтримують чимало людських життів сьогодні. Протягом 1940-х та 1950-х років основним засобом для генерування електричних імпульсів, потенційно здатних стимулювати серце, був фізіологічний стимулятор, вироблений американською

компанією Grass Manufacturing Co. для клінічного та фізіологічного застосування. У 1956 р. британська компанія Firth-Cleveland виготовляла на продаж дровотий пристрій, що стимулював серце через грудну клітину, використовуючи при цьому заряд у 150 вольт. Період кінця 1950-х та початку 1960-х років отримав назву «золотої» через розроблення і запровадження цілої низки значних досягнень у сфері кардіостимуляції. 8 жовтня 1958 р. у Швеції була проведена перша імплантація кардіостимулятора. Існуюча до того система була радикально вдосконалена шведськими хірургом Аке Сеннінгом та винахідником Руне Елмквістом. Тісна співпраця між інженерами, лікарями та пацієнтами слугувала надійним фундаментом для зростання глобальної індустрії.

Згадуване вище підписання Єдиного європейського акта [6] у 1986 р. дало змогу узгодити перелік заходів необхідних для поступового впровадження єдиного внутрішнього ринку до 31 грудня 1992 р. На думку його розробників, він повинен охоплювати територію без кордонів, на якій забезпечено вільний обіг товарів, людей, послуг та капіталу. Разом із цим одними із завдань Європейської Спільноти визначалися зміцнення наукової та технологічної бази промисловості, а також посилення конкурентних переваг на міжнародному рівні. Для їх виконання передбачалося залучення до дослідницького та технологічного розвитку малих, середніх підприємств та університетів шляхом використання потенціалу внутрішнього ринку через механізм державних контрактів, визначення спільних стандартів та усунення законодавчих і фіскальних бар'єрів. На додаток до цього були також виокремлені такі напрями діяльності, що сприяли б досягненню поставлених цілей:

- реалізація дослідницького прогресу та демонстрування власних технологічних програм через просування ідеї взаємодії з дослідницькими центрами й університетами;
- сприяння співпраці з третіми країнами та міжнародними організаціями у сфері досліджень та технологій;
- розповсюдження та оптимізація результатів вищезазначеної діяльності;
- стимулювання підготовки та мобільності європейських дослідників [6].

Таким чином, медичні виробниці стали одним із продуктів науково-технічного прогресу, а тому запровадження будь-якого плану дій щодо технологічного розвитку держави прямо або ж опосередковано впливало на масштаби виробництва.

Серед винахідників другої половини ХХ ст. була команда спеціалістів під головуванням Джона Малларда, яка протягом 1970-х років на базі шотландського університету Абердіна побудувала перший магнітно-резонансний сканер усього тіла. 28 серпня 1980 р. вони використали цей апарат для отримання перших клінічних зображень внутрішніх тканин пацієнта. Цей томограф згодом використовувався в лондонській лікарні святого Варфоломея з 1983 по 1993 р.

У 1972 р. британці Годфрі Хаунсфілд та Джеймс Амброс представили КТ-сканер, що за допомогою поперечних рентгєнівських променів обстежував поживний орган та тканину пацієнта. Із плином часу розвиток комп'ютерної томографії дав змогу отримувати більш швидкі та чіткі зображення завдяки фінансовим та науковим ресурсам європейських виробників, серед яких значущу роль відігравали всесвітньо відомі ком-

панії Philips та Siemens. У 1979 р. Годфрі Хаунсфілд отримав Нобелівську премію у сфері фізіології та медицини разом із південно-африканським фізиком Алланом Кормеком за розвиток променевої діагностики в комп'ютерній томографії.

12 країн засновників ЄС (Бельгія, Греція, Данія, Ірландія, Іспанія, Італія, Нідерланди, Німеччина, Люксембург, Португалія, Сполучене Королівство та Франція) узгодили між собою мету, завдання та процедуру заснування Європейського Союзу, що стало предметом Маастрихтського договору, який набрав чинності 1 січня 1993 р. [7]. Серед головних пріоритетів цього угруповання стали: збалансований та стійкий економічний і соціальний розвиток шляхом створення зони без внутрішніх кордонів; економічна та соціальна конвергенція країн; формування монетарного союзу, кінцевою метою чого мало б стати запровадження єдиної валюти. Зауважимо, що деякі з принципів нового утворення залишалися незмінними:

- усунення мит і кількісних обмежень на імпорт та експорт товарів, а також інших бар'єрів, що мають еквівалентну сутність;
- прийняття спільної торгової політики;
- формування ринку без перешкод для руху товарів, людей, послуг та капіталу між країнами-членами (вільний рух чинників виробництва);
- просування наукових досліджень та технологічного прогресу.

Ринок медичних виробів як інноваційна галузь економіки почав регулюватися в рамках політики у сфері охорони здоров'я ще у 1960-х роках відповідно до вищезазначених положень, проте вже у 1990-х роках він набув реальних нормотворчих правил у вигляді таких директив:

- 90/385/ЄЕС щодо активних медичних виробів, які імплантують (1990 р.) [8];
- 93/42/ЄЕС щодо медичних виробів (1993 р.) [9];
- 98/79/ЄС щодо медичних виробів *in vitro* (1998 р.) [10].

Одним із винаходів, що має чи не найбільший вплив на сучасний та майбутній стан медицини загалом, є тривимірний друк. Цій технології поклав початок американець Чарльз Халл розробкою 1980-х років, яку він назвав стереолітографом. Вона набула застосування в медицині на початку 2000-х років у вигляді зубних імплантів та нестандартних протезів. Із тих часів розвинувся характеризувався стрімкими темпами: тепер на 3D-принтерах друкуються кістки, вуха, екзоскелети, трахеї, щелепи, окуляри, клітинні культури, стовбурові клітини, кровоносні судини, тканини та органи.

MedTech Europe, європейська торгова асоціація, що представляє інтереси індустрії медичних технологій, провела розрахунки витрат країн-членів на медичні технології на основі даних Всесвітньої організації охорони здоров'я, статистичної організації Євростата та дослідницької компанії BMI Research, за якими виявилось, що вони коливаються в межах від 5% до 10% їх загального бюджету на охорону здоров'я. Для кращого розуміння динаміки таких витрат доцільно провести країновий компаративний аналіз цього періоду (табл. 1).

Як випливає з таблиці, найнижчий показник витрат на охорону здоров'я (у відсотках ВВП) – 2,5% має Латвія, проте в абсолютних показниках найменше коштів на охорону здоров'я спрямовувала Естонія – лише 145,3 млн євро, що пов'язано з невеликою чисельністю населення. Водночас найвищий відносний показник належить Хорватії –

Таблиця 1

Витрати на охорону здоров'я дійсних і майбутніх членів ЄС у 1990 р.

Країна	Витрати на охорону здоров'я, % ВВП	Загальні витрати на охорону здоров'я, млн євро	Витрати на сферу медичних виробів (оцінка), млн євро
Австрія	7,7	9 655,1	724,2
Бельгія	7,1	11 151,4	836,4
Болгарія	5,2	899,4	67,5
Греція	6,1	6 944,4	520,8
Данія	8,0	6 292,9	472,0
Естонія, станом на 1992 р. [11, с. 1]	4,5	145,3	10,9
Ірландія	5,6	5 524,0	414,3
Іспанія	6,1	27 139,7	2 035,5
Італія	7,0	61 857,3	4 639,1
Кіпр [12]	4,5	197,7	14,9
Латвія	2,5	153,3	11,5
Литва	3,3	291,3	21,9
Люксембург	5,1	485,2	36,4
Мальта, станом на 1999 р.	8,3	294,6	22,1
Нідерланди	7,0	16 831,7	1 262,4
Німеччина	8,0	103 678,2	7 775,9
Польща	4,3	8 501,1	637,6
Португалія	5,5	5 425,3	406,9
Румунія	2,9	944,2	70,8
Словаччина, станом на 1997 р.	5,8	1 269,2	95,2
Словенія, станом на 1995 р.	7,5	1 276,2	95,7
Сполучене Королівство	5,1	40 952,5	3 071,5
Угорщина, станом на 1991 р.	7,1	1 825,7	137,0
Фінляндія	7,2	5 473,5	410,6
Франція	8,0	68 971,4	5 172,9
Хорватія	10,5	2 185,8	164,0
Чеська Республіка	3,7	4 065,9	305,0
Швеція	7,2	10 415,1	781,2

Джерело: складено автором на основі [13–15]

10,5%, а абсолютний – Німеччині з 103,7 млрд євро. Очевидно, що високі витрати на охорону здоров'я у цій країні і, відповідно, значні відшкодування на медичні технології є важливою, проте не є єдиною причиною лідерства країни в Європі. Перехід до наступної моделі інтеграції, тобто створення ЄС, дав змогу частково гармонізувати підходи до функціонування та фінансування сфери охорони здоров'я, однак наскільки це позитивно вплинуло на динаміку витрат, можна наочно прослідкувати в табл. 2.

Слід зауважити, що загальні витрати у 2018 р. перевищують показник 1990 р. у 4,6 рази, тому навіть якби видатки у відсотках до ВВП кожної країни залишалися незмінними, все одно їх абсолютний сукупний обсяг значно б збільшився. Однак у реальності тільки три країни, серед яких – Болгарія, Угорщина та Хорватія, продемонстрували від'ємну динаміку витрат щодо відсотка валового внутрішнього продукту, проте, незважаючи на це, інвестиції у розроблення нових медичних технологій та вдосконалення вже існуючих зросли. Лідером із фінансування охорони здоров'я залишається Німеччина з показником в майже пів трильйона євро – 434 207,4 млрд, або 11,2% ВВП. Загалом п'ятірка країн – лідерів ЄС (Німеччина, Франція, Сполучене Королівство, Італія та Іспанія) разом щорічно витрачають 1,3 трлн євро на соціальний захист своїх громадян.

Значне фінансування з боку урядів країн створює умови не тільки для функціонування ринку якісних медичних виробів, а й сприяє винаходам, що тягнуть за собою продукування принци-

пово нового обладнання. Логічним також є те, що Німеччина і Франція є одними з лідерів за кількістю поданих заявок на отримання патентів за напрямом медичних технологій до Європейського офісу з патентування у 2017 р. [16, с. 114].

Хронологію розвитку ринку медичних виробів у ЄС можна умовно розділити на етапи, кожний з яких представлений медичним винаходом світового масштабу, що наочно продемонстровано в табл. 3.

З огляду на вищенаведену таблицю та історію винаходів, можна стверджувати, що країни Західної Європи стали не лише виробничим майданчиком для розроблення нових медичних пристроїв, а й технологічною базою розвитку, оскільки саме європейські науковці здійснили вирішальний крок у їх застосуванні, у тому числі завдяки поступовому запровадженню регулювання випуску і продажу виробів в окремих країнах Європейської Спільноти, втіленню комплексних союзних директив, підвищенню фінансування сфери охорони здоров'я, збільшенню інвестицій та поліпшенню якості медичного обладнання.

Висновки і пропозиції. Розвиток ринку медичних виробів в Європі розпочався задовго до часів, що передували створенню економічного союзу, оскільки суттєвий вплив на нього спричинили системи національного регулювання, а також фінансові умови окремих країн континенту. Ці обставини значною мірою зумовили унікальність багатьох галузей ЄС, які з плином часу були фактично зведені до єдиної архітектури функціонування.

Таблиця 2

Витрати на охорону здоров'я країн – членів ЄС у 2018 р.

Країна	Витрати на охорону здоров'я, % ВВП	Загальні витрати на охорону здоров'я, млн євро	Витрати на сферу медичних виробів (оцінка), млн євро
Австрія	10,3 (+2,6)	44 007,0	3 300,6
Бельгія	10,4 (+3,3)	52 052,4	3 903,9
Болгарія	4,3 (-0,9)	5 770,7	432,8
Греція	7,8 (+1,7)	21 542,5	1 615,7
Данія	10,5 (+2,5)	29 183,5	2 188,8
Естонія	6,4 (+1,9)	2 607,3	195,6
Ірландія	7,0 (+1,4)	24 593,1	1 844,5
Іспанія	8,9 (+2,8)	144 407,1	10 830,6
Італія	8,8 (+1,8)	192 608,2	14 445,6
Кіпр, станом на 2016 р.	6,9 (+2,4)	1 282,7	96,2
Латвія	5,9 (+3,4)	3 035,1	227,7
Литва	6,8 (+3,5)	5 832,7	437,5
Люксембург	5,4 (+0,3)	3 172,1	237,9
Мальта, станом на 2015 р.	9,1 (+0,8)	1 333,8	100,1
Нідерланди	9,9 (+2,9)	83 598,1	6 269,9
Німеччина	11,2 (+3,2)	434 207,4	32 565,6
Польща	6,3 (+2,0)	65 243,7	4 893,3
Португалія	9,1 (+3,6)	26 895,7	2 017,2
Румунія, станом на 2016 р.	5,8 (+2,9)	26 184,0	1 963,8
Словаччина	6,7 (+0,9)	10 769,0	807,7
Словенія	7,9 (+0,4)	5 429,1	407,2
Сполучене Королівство	9,8 (+4,7)	257 871,0	19 340,4
Угорщина	6,6 (-0,5)	17 205,3	1 290,4
Фінляндія	9,1 (+1,9)	21 070,6	1 580,3
Франція	11,2 (+3,2)	295 960,4	22 197,0
Хорватія, станом на 2014 р.	6,9 (-3,6)	6 441,6	483,2
Чеська Республіка	7,5 (+3,8)	27 555,3	2 066,7
Швеція	11,0 (+3,8)	51 382,3	3 853,7

Примітка: у дужках показаний приріст до років, указаних у табл. 1.

Джерело: складено автором на основі [13–15]

Таблиця 3

Етапи модернізації ринку медичних виробів у ЄС

Назва етапу	Роки	Основні відкриття	Заходи запровадження та комерціалізація
1	2	3	4
Доінтеграційний	Поч. XIX ст. – 1956 р.	Електрокардіограф, рентген	У 1911 р. рання комерційна модель ЕКГ була представлена британською Cambridge Scientific Instrument Company. В 1968 р. компанія була придбана George Kent Group та стала частиною найбільшого в Британії незалежного виробника промислових інструментів. Між іншим, у 1965 р. дана група випустила перший скануючий електронний мікроскоп [17]. У 1919 р. компанія Philips почала виробництво рентгенівських трубок, які у 1946 р. були вдосконалені шляхом додавання обертового аноду до конструкції. Разом із підвищенням якості зображень та зменшенням часу на їх отримання, компанія була зацікавлена у розробленні такого рентгенівського пристрою, який давав би змогу змінювати напрямки випромінювання. У 1955 р. була представлена система під назвою C-arm, що мала форму півмісяця та вирізнялася високою гнучкістю [19].
Становлення європейського ринку медичних виробів	1957 р. – 1986 р.	Магнітно-резонансний томограф, комп'ютерний томограф, кардіостимулятор	Сьогодні світовий ринок магнітно-резонансної томографії представлений такими європейськими компаніями, як Siemens Medical Solutions (Німеччина), Philips Healthcare (Нідерланди), GE Healthcare (Великобританія), Esaote Spa (Італія) та ін. [18]. З моменту винаходу комп'ютерний томограф удосконалювався численну кількість разів, у результаті чого він став компактнішим, швидшим у роботі та зручнішим для користувачів. У 1989 р. Siemens випустив на ринок модель SOMATOM Plus-S – перший у світі спіральний сканер. Ця технологія дала змогу отримувати тривимірне зображення цілої ділянки тіла людини, наприклад окремого її органу. Через шість років нова модель SOMATOM Plus4 стала найшвидшим томографом у світі. Подальші вдосконалення, з-поміж іншого, зосереджувалися на зменшенні радіоактивного викиду під час проведення процедур [19]. Компанія Siemens разом з Elena Schonander, в якій працював Руне Елмквіст, була також причетна до продажу кардіостимуляторів. Обидві компанії пройшли через процедуру злиття у 1974 р., унаслідок якої було утворено Siemens-Elena. Вже у 1985 р. Siemens придбав Pacemaker Inc., сформувавши Siemens-Pacemaker. Серед інших європейських виробників кардіостимуляторів варто також назвати британську фабрику Lucas, яка з часом перейшла під контроль німецької Bosch [3].

Продовження табл. 3

1	2	3	4
Регуляторний	1987 р. – 1993 р.	Застосування лазера в медицині	Цей період характеризувався активною працею науковців усього світу над опануванням технології лазера, що розповсюдило його застосування й на сферу медицини. Сьогодні він широко використовується для корекції зору, під час хірургічних та косметичних операцій. Лідером європейського ринку лазерного медичного обладнання є німецька компанія Carl Zeiss Meditec Group, яка у фінансовому 2018 р. заробила 1 280,9 млн євро [22].
Диверсифікаційний	1994 р. – 2000 р.	Біонічні протези, роботизовані системи	У 1997 р. німецька компанія Ottobock розробила перший у світі протез нижньої кінцівки з мікропроцесором, яких на сьогодні вже продано понад 40 тис екземплярів [9]. У 1999 р. лідер сучасного ринку роботизованих операцій – компанія Intuitive Surgical Inc. розробила одну з перших роботизованих систем для допомоги в проведенні хірургічних операцій. Дана компанія не має серйозних конкурентів у світі й до сьогодні. Станом на кінець 2017 р. було продано 4 271 систему, зокрема через європейське відділення компанії – 719 [11].
Експансивний	2001 р. – 2007 р.	Принтери з технологією тривимірного друку	Серед європейських операторів у цій сфері можна згадати бельгійську компанію LayerWise, яка до продажу американській 3D Systems у 2014 р., виробляла титанові ортопедичні, щелепно-лицьові, спинні та дентальні імплантати [20].
Інноваційний	Розпочався у 2008 р. і триває зараз	Освоєння тривимірного друку та вирощування людських органів	Сучасні випробування тривимірного друку повинні зосереджуватися не стільки на точності друкованих моделей, скільки на оцінці впливу даної технології на клінічні рішення і продукцію для пацієнтів, – бажано на базі низки дослідницьких центрів. Подальший технічний прогрес, зниження вартості друку та пришвидшення пост-обробки зображень перетворить тривимірний друк на елемент звичайної клінічної діагностики найближчим часом [26].

Джерело: складено автором

Разом із розвитком нормотворчих правил відбувалося й економічне зростання, яке вивільнювало ресурси для охорони здоров'я та розвитку відповідних технологій. Фінансово спроможні країни спрямовували кошти на ефективне функціонування внутрішніх ринків, завдяки чому сьогодні вони є резиденціями глобальних виробників, продукція яких користується попитом у всьому світі. ЄС є лідером й у сфері медичних інновацій, про що свідчить постійно зростаюча кількість поданих заявок на отримання патентів.

Передумовами для успіху європейських країн на глобальному ринку медичних виробів стали створені додаткові можливості для винахідників,

які своїми відкриттями та розробками привернули увагу численних підприємців щодо комерціалізації технологій, їхнього трансферу та поширенню, що зумовило корпоративне, соціальне та інституційне лідерство ЄС.

Важливі регуляторні заходи ЄС щодо ринку медичних виробів суттєво вплинули на його структуру, прийняття рішень, розвиток колаборації та експансії цілої низки технологій в інші регіони світу за рахунок активного впровадження результатів наукових досліджень, стимулювання співробітництва між підприємствами, дослідницькими центрами й університетами, розвитку мобільності науковців.

Список використаних джерел:

1. Medical Devices Competitiveness and Impact on Public Health Expenditure / F. Pammolli et al. Enterprise Directorate-General, European Commission. 2005. P. 1–211.
2. Kirisits A., Redekop W. The Economic Evaluation of Medical Devices. *Applied Health Economics and Health Policy*. 2013. Vol. 11. P. 15–26.
3. Aquilina O. A brief history of cardiac pacing. *Images in Paediatric Cardiology*. 2006. Vol. 8(2). P. 17–81.
4. Lee Ventola C. Medical Applications for 3D Printing: Current and Projected Uses. *Pharmacy and Therapeutics*. 2014. Vol. 39. P. 704–711.
5. Treaty of Rome (1957). URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:11957E/TXT> (дата звернення: 29.07.2019).
6. Single European Act (1986). URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:11986U/TXT> (дата звернення: 29.07.2019).
7. Maastricht Treaty (1992). URL : https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_en.pdf (дата звернення: 30.07.2019).
8. Council Directive 90/385/EEC on the approximation of the laws of the Member States relating to active implantable medical devices (1990). URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A31990L0385> (дата звернення: 30.07.2019).
9. Council Directive 93/42/EEC concerning medical devices (1993). URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31993L0042> (дата звернення: 30.07.2019).
10. Directive 98/79/EC of the European Parliament and of the Council on in vitro diagnostic medical devices (1998). URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A31998L0079> (дата звернення: 30.07.2019).
11. MedTech Europe, The European Medical Technology Industry – in figures. 2018. URL : https://www.medtecheurope.org/wp-content/uploads/2018/06/MedTech-Europe_FactsFigures2018_FINAL_1.pdf (дата звернення: 18.10.2019).
12. Hsiao W., Done N. Implementation of Social Health Insurance in Estonia, a case study for the World Bank. *Program in Health Care Financing*. 2009. P. 1–22.
13. Statistical Service, Population and Social Conditions, Health Indicators, 1990–2017. URL : https://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/populationcondition_23main_en/populationcondition_23main_en?OpenForm&sub=1&sel=2 (дата звернення: 30.07.2019).
14. World Health Organization, European Health Information Gateway, Total health expenditure as % of GDP (1990–1999). URL : https://gateway.euro.who.int/en/indicators/hfa_566-6711-total-health-expenditure-as-of-gdp/visualizations/#id=19661 (дата звернення: 31.07.2019).

15. Health Spending, OECD Data (1990). URL : <https://data.oecd.org/healthres/health-spending.htm> (дата звернення: 30.07.2019).
16. Gross domestic product (GDP), OECD Data (1990). URL : <https://data.oecd.org/gdp/gross-domestic-product-gdp.htm> (дата звернення: 30.07.2019).
17. Movsesyan A. Structural Dynamics of Development of the Medical Device Market in the European Union. *Economics and State*. 2018. Vol. 12. P. 112–118.
18. AlGhatrif M., Lindsay J. A Brief Review: History to Understand Fundamentals of Electrocardiography. *Journal of Community Hospital Internal Medicine Perspectives*. 2012. Vol. 2. P. 1–5.
19. Philips History of X-ray. URL : https://www.philips.com/consumerfiles/newscenter/main/shared/assets/Downloadablefile/FACT_SHEET_X-ray_history.pdf (дата звернення: 16.10.2019).
20. Edelman R. The History of MR Imaging as Seen Through the Pages of Radiology. *Radiology*. 2014. Vol. 273. P. 181–200.
21. The History of Computed Tomography at Siemens, a Retrospective (2015). URL : <https://www.siemens.com/press/pool/de/feature/2015/healthcare/2015-07-ct-40/background-history-ct-siemens-e.pdf> (дата звернення: 13.08.2019).
22. Fiscal Year 2017/18 Carl Zeiss Meditec Group, Financial Highlights. URL : [https://applications.zeiss.com/C1257A290053AE30/0/B2309148F1082E61C12583530048B6D7/\\$FILE/FinancialResults_2017-2018.pdf](https://applications.zeiss.com/C1257A290053AE30/0/B2309148F1082E61C12583530048B6D7/$FILE/FinancialResults_2017-2018.pdf) (дата звернення: 17.10.2019).
23. Knee Joint C-Leg. URL : <https://www.ottobock.com/en/paralympics/technology/knee-joint-c-leg/> (дата звернення: 09.10.2019).
24. Investor FAQs. URL : <https://isrg.gcs-web.com/investor-faqs> (дата звернення: 09.10.2019).
25. Ventola C. Medical Applications for 3D Printing: Current and Projected Uses. *Pharmacy and Therapeutics*. 2014. Vol. 39. P. 704–711.
26. Sun Z. 3D Printing in Medicine: Current Applications and Future Directions. *Quantitative Imaging in Medicine and Surgery*. 2018. Vol. 8(11). P. 1069–1077.

References:

1. F. Pammolli, M. Riccaboni, C. Ogliarolo, L. Magazzini, G. Baio and N. Salerno (2005) Medical Devices Competitiveness and Impact on Public Health Expenditure. *Enterprise Directorate-General, European Commission*, p. 1-211.
2. A. Kirisits, W. Redekop (2006) The Economic Evaluation of Medical Devices. *Applied Health Economics and Health Policy*, vol. 11, pp. 15-26.
3. O. Aquilina A brief history of cardiac pacing (2006) *Images in Paediatric Cardiology*, vol. 8 (2), pp. 17-81.
4. C. Lee Ventola Medical Applications for 3D Printing: Current and Projected Uses (2014) *Pharmacy and Therapeutics*, vol. 39, pp. 704-711.
5. Treaty of Rome (1957), available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:11957E/TXT> (accessed 29 July 2019).
6. Single European Act (1986), available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:11986U/TXT> (accessed: 29 July 2019).
7. Maastricht Treaty (1992), available at: https://europa.eu/european-union/sites/europaen/files/docs/body/treaty_on_european_union_en.pdf (accessed 30 July 2019).
8. Council Directive 90/385/EEC on the approximation of the laws of the Member States relating to active implantable medical devices (1990), available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A31990L0385> (accessed 30 July 2019).
9. Council Directive 93/42/EEC concerning medical devices (1993), available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31993L0042> (accessed 30 July 2019).
10. Directive 98/79/EC of the European Parliament and of the Council on in vitro diagnostic medical devices (1998), available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A31998L0079> (accessed 30 July 2019).
11. MedTech Europe, The European Medical Technology Industry – in figures / 2018, available at: https://www.medtecheurope.org/wp-content/uploads/2018/06/MedTech-Europe_FactsFigures2018_FINAL_1.pdf (accessed 18 October 2019).
12. W. C. Hsiao, N. Done Implementation of Social Health Insurance in Estonia, a case study for the World Bank (2009) *Program in Health Care Financing*, pp. 1-22.
13. Statistical Service, Population and Social Conditions, Health Indicators, 1990-2017, available at: https://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/populationcondition_23main_en/populationcondition_23main_en?OpenForm&sub=1&sel=2 (accessed 30 July 2019).
14. World Health Organization, European Health Information Gateway, Total health expenditure as % of GDP (1990 – 1999), available at: https://gateway.euro.who.int/en/indicators/hfa_566-6711-total-health-expenditure-as-of-gdp/visualizations/#id=19661 (accessed 31 July 2019).
15. Health Spending, OECD Data (1990), available at: <https://data.oecd.org/healthres/health-spending.htm> (accessed 30 July 2019).
16. Gross domestic product (GDP), OECD Data (1990), available at: <https://data.oecd.org/gdp/gross-domestic-product-gdp.htm> (accessed 30 July 2019).
17. A. Movsesyan Structural Dynamics of Development of the Medical Device Market in the European Union (2018) *Economics and State*, vol. 12, pp. 112-118.
18. M. AlGhatrif, J. Lindsay A Brief Review: History to Understand Fundamentals of Electrocardiography (2012) *Journal of Community Hospital Internal Medicine Perspectives*, vol. 2, pp. 1-5.
19. Philips History of X-ray, available at: https://www.philips.com/consumerfiles/newscenter/main/shared/assets/Downloadablefile/FACT_SHEET_X-ray_history.pdf (accessed 16 October 2019).
20. R. Edelman The History of MR Imaging as Seen Through the Pages of Radiology (2014) *Radiology*, vol. 273, pp. 181-200.
21. The History of Computed Tomography at Siemens, a Retrospective (2015), available at: <https://www.siemens.com/press/pool/de/feature/2015/healthcare/2015-07-ct-40/background-history-ct-siemens-e.pdf> (accessed 13 August 2019).
22. Fiscal Year 2017/18 Carl Zeiss Meditec Group, Financial Highlights, available at: [https://applications.zeiss.com/C1257A290053AE30/0/B2309148F1082E61C12583530048B6D7/\\$FILE/FinancialResults_2017-2018.pdf](https://applications.zeiss.com/C1257A290053AE30/0/B2309148F1082E61C12583530048B6D7/$FILE/FinancialResults_2017-2018.pdf) (accessed 17 October 2019).
23. Knee Joint C-Leg, available at: <https://www.ottobock.com/en/paralympics/technology/knee-joint-c-leg/> (accessed 9 October 2019).
24. Investor FAQs, available at: <https://isrg.gcs-web.com/investor-faqs> (accessed 9 October 2019).
25. C. Lee Ventola Medical Applications for 3D Printing: Current and Projected Uses (2014) *Pharmacy and Therapeutics*, vol. 39, pp. 704-711.
26. Z. Sun 3D Printing in Medicine: Current Applications and Future Directions (2018) *Quantitative Imaging in Medicine and Surgery*, vol. 8 (11), pp. 1069-1077.

Мовсесян А. С.

Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

МОДЕРНИЗАЦІЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ В ЕС

Резюме

Процесс формирования и развития рынка медицинских изделий Европейского Союза берет свое начало не с даты фактического создания Союза, а со времен появления национальных рынков каждой страны – члена будущего объединения. Тогда медицинское оборудование в Европе было представлено электрокардиографами, рентгеновскими аппаратами, кардиостимуляторами, магнитно-резонансными и компьютерными томографами и многими другими технологическими устройствами. Постепенное устранение таможенных барьеров началось еще в 1986 г. после подписания Единого европейского акта, среди прочего, это облегчило физическое перемещение медицинских товаров и повысило их доступность, что в целом способствовало дальнейшему развитию. Переход к модели политического и экономического альянса 1993 г. (Маастрихтский договор) стал очередным этапом эволюции рынка медицинских инструментов в сфере внедрения унифицированного регулирования и принятия единого подхода к классификации таких изделий. С этих пор функционирование европейского рынка медицинских изделий осуществлялось не только в границах отдельных стран, но и в условиях большого экономического пространства ЕС со всеми его преимуществами и недостатками.

Ключевые слова: рынок медицинских изделий, Европейский Союз, эволюция, модернизация, регулирование, развитие.

Movsesyan Areg

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

MODERNISATION OF THE MEDICAL DEVICE MARKET IN THE EU

Summary

The process of formation and development of the European Union medical device market did not begin from the date the union was actually created, but from the time the national markets of each member country of the future association appeared. Then medical equipment in Europe was represented by electrocardiographs, x-ray machines, pacemakers, magnetic resonance and computed tomographs and many other high-technological devices at that time. The gradual elimination of customs barriers began in 1986 after signing of the Single European Act that among other things facilitated the physical movement of medical goods and increased their accessibility, which together contributed to further development of the medical equipment and technologies. The transition to the model of the political and economic alliance in 1993 (the Maastricht Treaty) became the next stage in the evolution of the medical instrument market by introducing unified regulation and adopting a single approach to the classification of such products. Since then, the functioning of the European market of medical devices has been carried out not only within the borders of individual countries, but also in the context of a large economic space of the EU with all its advantages and disadvantages. The article is focused on the factors that contributed to the leading role of the EU medical device market in the world, listing regulation, economic and research circumstances, collaboration between scientists and business. The latter is one of the main reasons of commercialization of medical inventions, bringing them from laboratory environment onto market and making available for customers and patients. Appropriate legislative framework and market rules only forged further success of the European companies which are now among the leading world business corporations. Research of the current EU market architecture, which has proven to be effective and sound, is of high value in literal and figurative meaning for developing countries of the world that can utilize this experience for building and/or enhancing medical device sectors of their economies.

Keywords: medical device market, European Union, evolution, modernization, regulation, development.

UDC 339

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-8>

**Pidchosa Oleksandr
Buz Andrii**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

RESHORING POLICY: CURRENT STATE AND APPROACHES OF G7 MEMBER COUNTRIES

The G7 countries have clearly manifested tendencies in their national policy to implement reshoring in the context of the global trend towards economic disintegration. The degree and intensity of the return of production capacities to the national economies, the motives of the G7 countries for creating peculiarly favourable business conditions in the home country, the common and distinctive features in promoting reshoring for businesses are revealed. Specific cases of large companies (in particular MNCs) which are planning or already re-arranging their production facilities in the near future and, accordingly, are realigning global value chains are discussed. The current implications and future prospects for the G7 countries in their pursuit of reshoring policies are identified. A working hypothesis of reindustrialization is proposed as an explanation of the reshoring trend and the weakening propensity to offshoring.

Keywords: reshoring, competitiveness, strategy, reindustrialization, economic disintegration.

Introduction and problem statement. The current stage of development of the world economy is characterized by significant structural changes caused by the altering geopolitical status quo and the emergence of a new stage of technical and economic development based on a new resource in a form of high technology providing higher added value. Given the fact that each industrial revolution has led to mass replacement of one set of technologies by another by direct replacement or by modernizing the existing technologies and processes; each economy has a different potential for quick replacement of obsolete technologies with the new ones forming a large added value. That is, the potential for mastering the technologies of the new industrial revolution is one of the main factors in the formation of such an economic structure that remains competitive in the world market for a long period of time.

If institutional regulation is successful during formation of a new stage of technical and economic development, then a period of economic prosperity based on new technologies and innovations is possible in the future. This period can be a period of full employment and ubiquitous profitable investments, a time when production is at its peak ensuring progress and socio-economic stability. The desire of each state to secure leadership at a new stage of technical and economic development leads to the fact that the potential for economic development based on new technologies is provided not only through economic, but also political mechanisms of the industrial development. Reshoring, which has manifested itself as a trend in the past few years, is one of these methods of increasing the country's own industrial capital and restraining the growth of other countries.

In recent years, a policy of so-called reshoring has been emerging in industrialized countries. It consists of repatriation of production, that is, the return of industrial enterprises to their country of origin. Such enterprises include not only industrial giants, but also many medium and small enterprises. Production repatriation cases are increasingly becoming popular in economic sources, but UNCTAD reports indicate that the geography of production movement among countries is very heterogeneous in the number of moving organizations and the number of newly created jobs, which, however, does not reduce the relevance of the resolution strategy in international trade politics [29].

Analysts in the world economy note that the return of industrial enterprises back to the United

States from developing countries accelerates the process of creating new jobs. With the return of industrial enterprises to the United States, it is planned to create about 5 million jobs, which will reduce unemployment by 2-3 %. Thus, developed countries see reshoring as a means to solve the problems associated with a shortage of jobs in the context of a surplus of labour. Despite the fact that the main declared goal of resolving industrial production is to create new jobs in conditions of high unemployment, an important factor in implementation of this type of policy is to restrain economic growth in rapidly developing countries.

It is expected that the return of production capacities will restore the competitiveness of industry in countries with high wages after reindustrialization of the economy in Europe and the United States. Thus, reshoring strategy is one of the promising areas of application of methods of territorial-sectoral planning focused on building the capacity of industrial production within the country by returning production capacities from developing countries.

Analysis of recent research and publications. Various aspects of the phenomenon per se and the process of implementation of reshoring have been reflected in the works of many domestic and foreign scientists. A significant contribution to the research of this problem has been made by H. Kazuyoshi, S. Wilkinson, M. Gregory, P. Arnold, D. Bailey, L. De Propriis, D. McCann, G. Talamo, M. Sabatino, S. Kinkel, J. Gott, P. Bossche, B. Levering, Y. Castaco, V. Namoniuk, O. Rogach, O. Shnyrkov, R. Zablotska and others.

Highlighting previously unresolved parts of the common problem. Reshoring, as well as offshoring, is not a universal solution to all economic problems, but rather a response of mainly developed countries that have begun to lose competitive advantage to modifying economic conjuncture and is a result of their awareness of the necessity to maintain leadership in the long run. Moreover, the G7 countries' reshoring initiatives are not coincidental; their totality forms a coherent pattern. They are trying to curb the economic growth of developing countries and, in the meantime, to reindustrialize in order to implement a new wave of trade expansion in the future.

Purpose of the article. The article aims to reflect the G7 countries' concepts of reshoring, to keep track of related global regularities, to distinguish the current implications and perspectives in long-range outlook.

Research results. Progressively, unstable factors of the world market and corresponding conditions of the domestic market direct firms from the developed countries to seek after reshoring strategy, gradually relinquishing offshoring. It is also noteworthy that the offshoring/reshoring parity in the USA was first-time achieved in 2014/2015 [1]. Rising labour cost, unreliable quality performance of suppliers in emerging economies and the added burden of logistics cost have contributed to this changing emphasis. Thence, analyzing the reshoring trends of the G7 countries is crucial in the context of an all-encompassing and in-depth comprehension of world economic processes and the possibility of predicting further shifts.

As the first consideration, the President’s Trump Administration has consistently urged American global firms to return to the *United States* through visible media coverage and providing respective economic stimuli. Fig. 1 graphically illustrates the dynamics of the effects of reshoring and foreign direct investment on announced jobs.

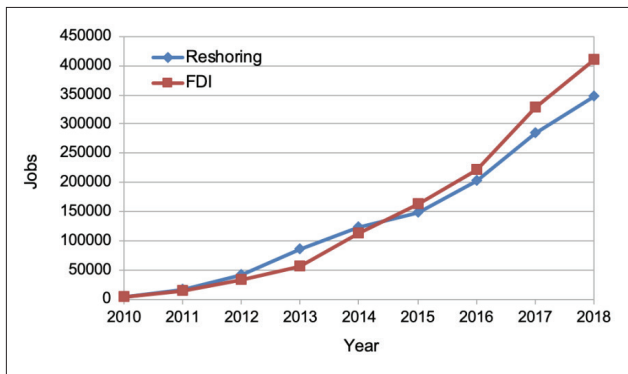


Fig. 1. Jobs Announced, Reshoring vs. FDI, Cumulative 2010-2018

Source: [2]

As for the *Reshoring Initiative 2018 Data Report*, the combined reshoring and related foreign direct investment (FDI) announcements remained robust, augmenting the number of jobs by more than 145,000, with an additional 36,000 in revisions to the years 2010 through 2017. This brings the total number of announced manufacturing jobs brought to the US from offshore to over 757,000 since the employment low in manufacturing of 2010. Furthermore, the number of companies reporting new reshoring and FDI was at the most elevated level ever, up to 38% to 1389 businesses from 2017. The continued strength in occupations and the number of organizations show an unmistakable move in corporate decision making that is probably going to proliferate the pattern of reshoring and more prominent localization into the future [2].

The analysis of US reshoring cases from some countries sets a new vector for reflection. Table 1 indicates the main countries which are the objects of reshoring US enterprises. The total reshoring share is 59% from China, which is widely distributed by industry categories. FDI mainly comes from Germany (18%) and Japan (15%), both due to transport equipment, and more recently from China (19%) to a wide range of industries. Most of the reshoring statements are from Asia. Western Europe used to be a major source of FDI, but now it is approximately equal from Asia, mainly due to an increment in Chinese investment.

However, noteworthy changes to US trade policy, planned for taking manufacturing back to America, are not having the expected effect. US manufactured merchandise imports from 14 largest low-cost-country (LCC) trading partners in Asia really rose by \$66 billion a year ago. That represented a 9% increase, the largest annual spike since the start of the economic recuperation 10 years prior. By comparison, US gross manufacturing output grew only 6% year over year in 2018.

Manufacturers continue to consider LCCs as a more alluring area than the US to deliver or buy a wide assortment of merchandise, despite the trade measures exuding from Washington, D.C. First of all, the crucial financial advantages of manufacturing in LCCs have not altogether altered, and the FDI tax profits have not exceeded the essentially lower unit expenses to fabricate offshored items [3].

Undoubtedly, manufacturing in China is increasingly costly due to the tariffs, but it has already been heading in that direction as labour costs have kept on crawling upward in the course of recent years. Also, that has lately driven manufacturers to move their activities to LCCs, for example, Vietnam and India. So, instead of boosting manufacturers to reshore, the trade spat with China has just quickened this progressing shift towards those nations.

While China has remained the biggest source of US imports, from the earliest starting point of 2018 through the first quarter of the 2019 that share has tumbled from 67% to 60%, as indicated by the US International Trade Commission [20]. The volume lost by China was worth \$72 billion, precisely 50% of which was caught by Vietnam.

At the point when manufacturers do think about taking production back to North America, they fairly often pick to nearshore. The decision to nearshore to Mexico or Canada is way better for the US than work remaining onward offshore like Asia. For example, exports from Mexico to the US have 40% US content while trades from China have as it were 5% US content. Transportation facilities and apparatuses nearshore the foremost. More businesses nearshore to Mexico (90% of nearshored jobs) than to Canada by virtue of greater cost-competitiveness.

Table 1

Top 5 Countries US Reshored from, 2010-2018

№	Reshoring				№	FDI			
	Country	Jobs	Companies	%		Country	Jobs	Companies	%
1	China	64,252	791	59	1	China	80,048	251	19
2	Mexico	19,651	108	18	2	Germany	76,457	312	18
3	Japan	6,615	35	6	3	Japan	64,349	282	15
4	Canada	5,900	62	5	4	Canada	23,676	167	6
5	Singapore	4,320	5	4	5	Korea	22,179	66	5
Total		100,738	1,001	92	Total		266,709	1,078	63

Source: developed by authors based on [2]

This pattern got extensive force in the previous year, partly due to the US-China tensions, yet in addition to the progress on the United States-Mexico-Canada Agreement (USMCA).

Environmental regulation amendments, oil prices fluctuations, levied tariffs, further trade negotiations with China and possible (either favourable or disruptive) actions on USMCA are also able to make their adjustments to reshoring tendencies. An additional ambiguity is introduced by a higher level of interest rates, which, as a rule, increases the value of the US dollar, but will definitely increment the inventory carrying costs, which are expanded by offshoring.

In *Canada*, reshoring is less articulated – to be specific since not many Canadian organizations have exploited worldwide supply chains – though a move in manufacturing is as yet clear. The *Take Back Manufacturing* initiative was begun by the Society of Manufacturing Engineers (SME) in Toronto but is currently bolstered by many other management organizations, technical societies and trade associations in Ontario.

The Canadian initiative takes a more extensive point of view on reshoring than its American partners. It looks beyond the costing philosophy at government projects, instruction and preparing. It takes the view that Canada needs a fair economy with solid assets, service industries and strong manufacturing. Reshoring is especially significant in Ontario since this is the region that has endured the biggest loss of manufacturing employments.

Pursuant to the KPMG Report “Canadian Manufacturing Outlook 2014», just 14% of manufacturers in Canada planned to source from China, compared to 31% a year before [21]. Canadian unit labour costs (ULC), or the average cost of labour per unit of output, rose 75% between 2000 and 2014 compared to the US, a factor which may be hindering Canadian companies from reshoring to the country [4].

According to the Financial Post, Canadian manufacturers could lose out on this drive in innovation within North American manufacturing if they do not migrate back to North America from Asia [22]. Absolutely, the Canadian government has been centered on supporting improvement of Western Canada oil and gas industries. It is contended that administration strategy and impetus which help local manufacturing, combined with education projects and apprenticeship training programmes to

assist individuals with performing trades, jobs in the manufacturing segment would take the reshoring development to an unheard-of level and add to expanded thriving and higher employment levels.

The hazard, based on the vulnerability of Canada-US trade relations, has increased with the amplified emphasis from the US government on boosting household production. The “America First” campaign highlights tax decreases for businesses and empowers the reshoring of fabrication and investments back to the US. These measures may conceivably diminish the US’s dependence on Canada’s imports, and displace openings for Canadian producers. To moderate the potential dangers that the Canadian industry is uncovered to, it is imperative to investigate complementary market openings and to diversify its trade portfolio [5]. In this context, reshoring is to a large degree regarded as one of the levers for solving the problem.

In case of *Japan*, Abe’s new economic policy (i.e. *Abenomics*) is based upon ‘three arrows’ of fiscal stimulus, monetary easing and structural reforms. In response, Japanese firms overseas have considered reshoring as an attractive strategic option. The exporters confront rising labour costs crosswise over Asia, invalidating the advantages of manufacturing offshore. Simultaneously, they are finding that computerization can make domestic operations cost-competitive. Household production enables them to exhibit the “Made in Japan” label which still carries cachet.

Numerous Japanese businesses initially moved production abroad to counter a strong yen that constrained them to charge more in foreign markets, disrupting their competitiveness. Presently, the yen has returned to around 108 to the US dollar giving some relief to Japanese exporters.

Figure 2 depicts the reshoring dynamics of Japanese companies by sector of activity, providing additional evidence of an upswing in reshoring. The most recent reshoring example is Casio Computer, whose output is shared roughly equally among four plants: the Japanese site in Yamagata Prefecture, one in Thailand and two in China [6]. Casio figures that it will require under a fifth of the plant’s present workforce after the investments, which, the company says, will align manufacturing costs in line with Thailand, where they are currently a fourth of those in Japan. They will likewise be lower than in China, where labour has got especially expensive by Asian standards.

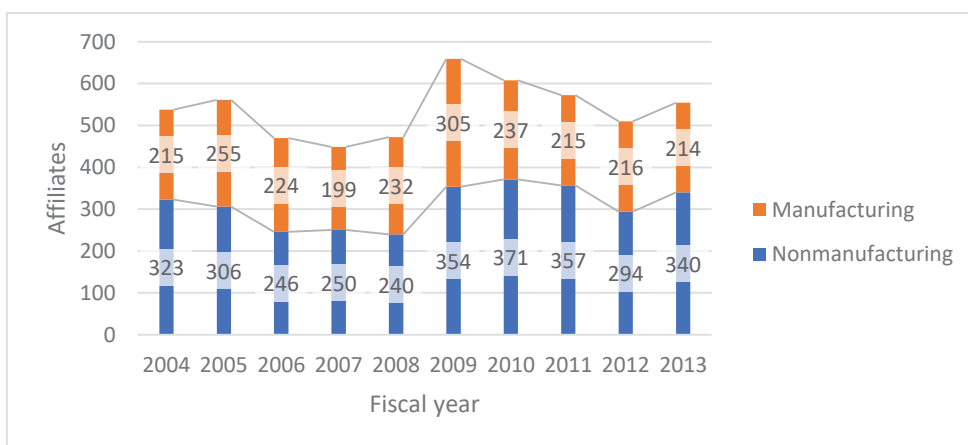


Fig. 2. Japanese Pullouts from Overseas Markets by Sector

Source: developed by authors based on [23]

The decision is not only a proxy of rising wages in China but a necessity to create cutting-edge models corresponding to the undeniably tight eco-friendly guidelines of Asian markets. Casio's move is simply one more organization opting to put resources into Japan as opposed to overseas.

Honda's repatriation of the Super Cub comes only five years in the wake of moving production to China as an approach to cut expenses. Canon's new production line in Miyazaki is planned for using the "Made in Japan" brand by investing 23 billion yen (\$210 million) to build a facility which will be automatized with artificial intelligence and robots to a great extent [7].

Although, not every industry can reshore production so effortlessly. Items where labour represents a low level of the expense are generally easy to repatriate, however, not apparel, which is work-concentrated to manufacture and quite affordable to ship. Most Japanese attire makers are moving production out of China – but to spots like Southeast Asia instead of Japan.

Reshoring can really contribute to solving the structural problems of the Japanese economy. However, as in other countries where a powerful manufacturing sector once existed, there has been a decline in recent decades, there are many unused production capacities in Japan. Companies such as Sharp and Panasonic plan to use these existing facilities when they reshore production. This will be a very good policy choice to government representatives working to stimulate economic accretion outward Tokyo [8].

In addition, Japan maintains a low unemployment rate of 2.4 %, albeit reshoring allows companies to engage their employees in more efficient performance work maximizing its usage. Consolidated with the predictable need to hire extra labour, as the new recruitment is gaining momentum, it can render assistance in lifting wages and ultimately putting the end to deflation.

Besides, reshoring can perchance improve government outcomes. The Abe government lately cut corporate taxes in order to make Japan an attractive spot to run business. The efforts to reshore are expected to increase revenue and taxes on the domestic activities of Japanese multinationals and provide an opportunity to magnify tax revenues.

The reshoring discussion is less prominent in Europe than in the United States. One of the

underlying reasons is that European manufacturing, unlike the US, is generally less prone to off-shore activities, especially in China.

In *Germany*, the government has developed the "Industry 4.0» Programme and offered financial incentives in order to strengthen manufacturing sectors, which indirectly facilitates reshoring. German "Industry 4.0» ensures that unit labour costs remain profitable and "Made in Germany" becomes attractive again for companies. Production in the factory is now digitally networked with technical helpers who work precisely and independently. Until recently this was expensive manual work. Even Adidas and Gigaset manufacture here again, after two decades exclusively in the Far East. Since 2008, smart phones have been produced in Germany for the first time [9].

Longitudinal information for German organizations from the German Manufacturing Survey (Erhebung 'Modernisierung der Produktion') (between 1 450 and 1 650 observations in the distinct studies waves between 1997 and 2012) enables us to presume that, by extrapolation, around 400 to 700 German businesses for every year have reshored their working. Cases of reshoring incorporate a German organization moving creation of intermediates by substantive suppliers in the Czech Republic back to Germany and another German organization moving fabrication once more from its Czech subsidiary.

As for the latest information from the German Manufacturing Survey of 2015, backshoring of production capacities slightly rose compared to the 2012 survey results [24; 25]. From 2013 to mid-2015, about 3% of German manufacturing companies shored parts of their foreign production capacities back to Germany (in contrast to about 2 % in the previous survey).

Figure 3 outlines the distribution of German companies' reshoring decisions according to geographical principle. Less and less German companies reduce domestic production capacities in favour of foreign locations.

The foremost critical reasons for reshoring practice of German fabricating companies are the need of adaptability and delivery problems (56%) at the offshoring area or at the end of supply chain and poor quality (52%) of the merchandise produced. Hence, there is currently one backshoring company versus every three offshoring companies.

A share of about 3 per cent of backshoring companies is certainly not a big trend. However, it is a relevant phenomenon. When extrapolated to the entire German manufacturing sector, absolute numbers account actually for around 500 to 550 German companies performing backshoring activities per year [10]. Approximately 20% of German companies' reshoring decisions can be described as mid-term to long-term reactions to changing local environments, whereas 80% can still be designated as short- to mid-term corrections of prior location misjudgement.

Reshoring obtains increasing importance in *France*. France's Ministry for Industrial Renewal has developed the

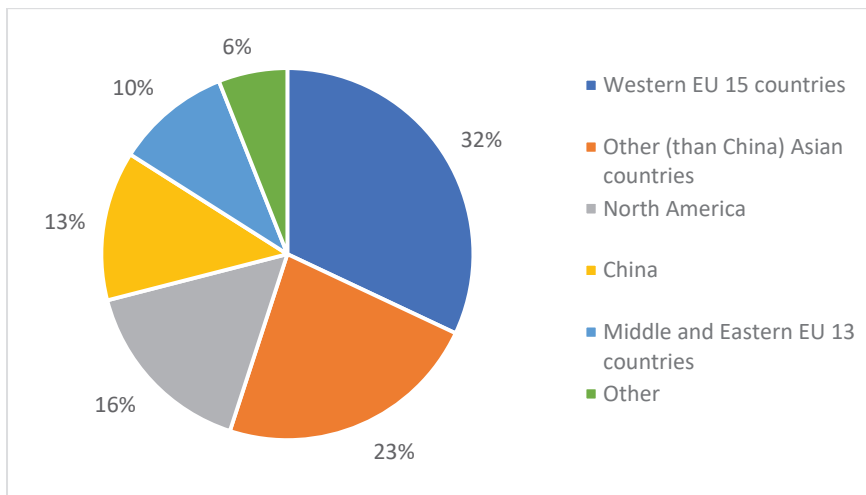


Fig. 3. The source countries of German reshoring activities

Source: developed by authors based on [10]

Colbert 2.0 tool, which has been available since July 2013. This tool draws its inspiration from the American Reshoring Initiative and enables companies to examine the wisdom of bringing some of their operations back to France. However, it applies a qualitative rationale, in contrast to the Reshoring Initiative’s focus on cost comparisons.

Colbert 2.0 is based on an in-depth analysis of thirty recent reshoring cases conducted by the Ministry for Industrial Renewal in 2013. The cost of the reshoring operations conducted by the companies surveyed varied widely: the average reshoring cost stood at €7.5m, but individual reshoring project costs ranged from €30,000 to €40m. Sixty percent of these companies reported that they received central government support (business development loans, aid from local authorities, etc.) [11].

But for now, the phenomenon remains marginal. Over the period from May 2014 to September 2018, the General Directorate of Enterprises (la Direction générale des entreprises, DGE) identified only 98 reshoring cases. These would have led to creation of 2990 jobs and generated 430 million euros of investment. A brief summary is presented in Figure 4.

In detail, these relocations mainly concern metallurgy and metal product manufacturing (24%), agro-food industries (12%), computer, electronic and optical product manufacturing (13%), textiles, textile clothing and footwear (11%), and machinery and equipment manufacturing (8%). In consonance with data from the DGE, the reshoring cases mainly concern sites relocated in Asia (52%) and for 26.5% sites relocated in Europe, mainly from Eastern European countries. The Central region hosts the largest number of relocation cases (13%), followed by the Hauts de France and Normandy regions, each with 10% of identified reshoring [12].

No comprehensive approach seems to be presently on the political agenda. Only sectoral interventions are envisaged, as in the case of pharmaceutical production. A Senatorial Report of September 2018 underlines that the relocation of pharmaceutical production sites, mainly concentrated in India, China and South-East Asia, threatens “the health independence” of France, and more broadly of Europe [26]. In order to promote the relocation of certain strategic productions, the Report suggests two types of measures: five-year experimentation with tax exemptions for companies planning to set

up production sites in France, as well as payment of subsidies.

The reshoring phenomenon is likewise important to the manufacturing framework in *Italy*, described more as a rule by noteworthy reexaminations of the production models and internationalisation methodologies additionally as a response to the recent crisis. Recent studies on reshoring have focused on companies operating in Textile, Clothing, Leather and Footwear Industry (TCLF), whose items are often delicate to the “Made In” effect, demonstrate a common incentive which pushes companies working in these areas to return.

Figure 5 delineates that in connection to repatriation in Italy, the logistic expenses and production costs appear to be minor (13%), in contrast to what occurs at worldwide level, and specifically in the USA. This can clarify the raised gap in terms of labour costs of Italia in comparison to those of customary outsourcing. Given the geographical location, reshoring strategy in Italy mainly occurs in the northern regions (97 decisions on 123), first of all, Veneto (36), Emilia-Romagna (22) and Lombardy (18) [14].

Taking into consideration these recent data and some new projects, we can presume that little has been done in Italy to encourage reshoring. Nonetheless, it is intriguing to examine the “Project reshoring” occurring from coordinated efforts between “Sistema Moda Italia” (SMI) and PwC Advisory arranged to provide vital conditions to backshore the production and to increase the profitability in two pilot areas, Veneto and Apulia. The programme plans to elevate help to organization, requalification and instruction through an Academy yet, in addition, to gather acknowledgements by those businesses, and fundamentally by PMI, that means to conduct back-shoring. SMI has made new contacts with the production firms and it controls the condition of the initiative so as to extend it to different Italian regions [15].

Therefore, considering reshoring by the way of a further appearance to companion with the explicit national course with regards to a progressively all-around recovery of the nation’s competitiveness is surely an unprecedented test both in hypothetical and more realistic parlance and in regional and territorial improvement approaches. Concentrating on Italy, it becomes clear that higher coordination between the national government and regional

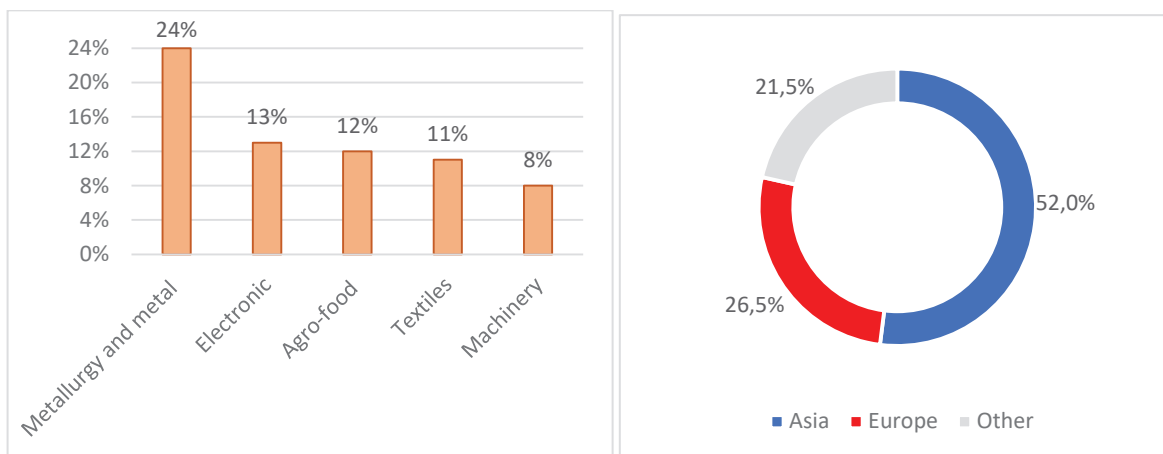


Fig. 4. France’s Reshoring Cases (by industry and geographical direction)

Source: designed by authors from [13]

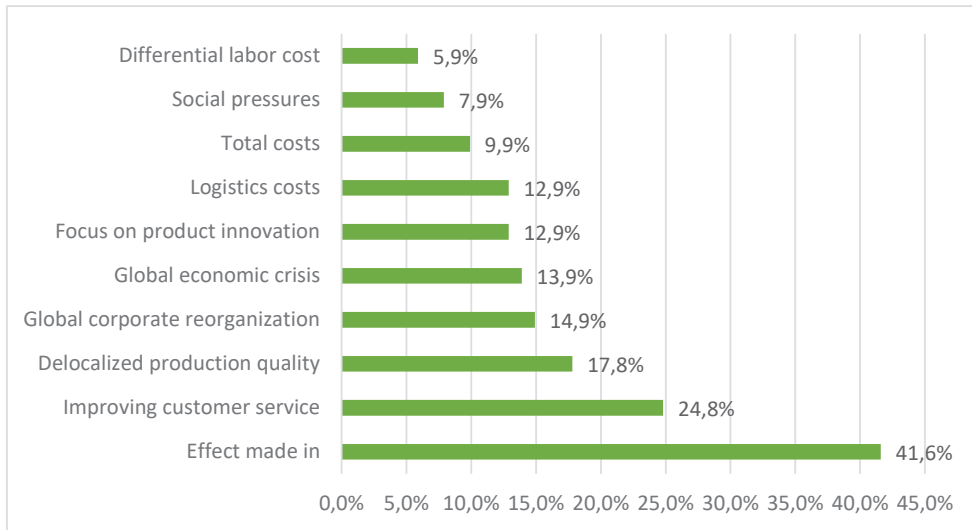


Fig. 5. Italian reshoring motivations (2016)

Source: [12]

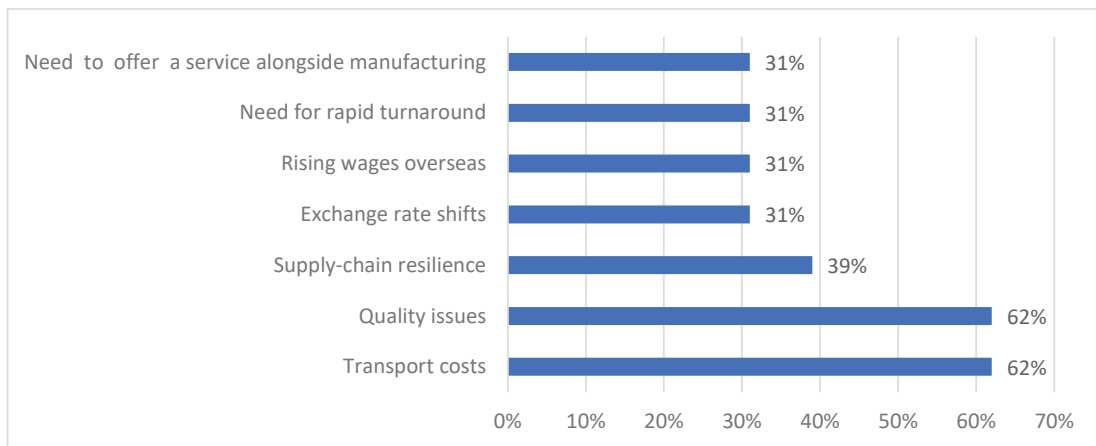


Fig. 6. The most significant drivers for UK reshoring (2013)

Source: [27]

authorities and the private sector to advance 'Made in Italy' is essential, offering proficient frameworks, area openings, workers and skills, appropriations in aid and tax alleviation.

When considering *the United Kingdom*, as stated in 2013 Bailey and De Propriis/SGH Martineau's Manufacturing Firms' Survey in the Midlands of the UK, it was shown that around 16% of the 80 answering organizations were really embracing reshoring and 5% actively thinking about it [27]. Figure 6 represents the main reshoring stimulation incentives for British entrepreneurs in 2013. By the same token, half of the organizations have brought back tasks from BRICS nations, 33% from Asia, and more than one fifth from Europe. Nonetheless, it likewise distinguished the key boundaries for further reshoring to the UK like energy costs, regulation guidelines, access to funding, abilities gaps, and so on. Thus, we can assume that the vision of these problems (e.g., excessive regulation) may have become one with the harbinger of rationalizing the position about Brexit as a way to bridge the weaknesses of the UK economy.

Mentioning technical skills and gaps in abilities, it is also worth noting that Britain aims to survive Brexit by becoming global 3D printing leader. For

example, the leading trade association for flexographic industry, the European Flexographic Industry Association (EFIA), expressed that vulnerability over Brexit dealings is seeing an ascent in reshoring – the way toward reintroducing household manufacturing to the UK. The EFIA states that this offers considerable chances to the print and packaging industry. However, just if companies are set up to put resources in employee training to counter the across-the-board aptitudes deficiency collided by British manufacturers [16].

In the UK, the government agency UK Trade & Investment and the Manufacturing Advisory Service (MAS) have propelled a project called "Reshore UK" which plans to help companies to bring production back home and distinguishes reshoring as a phenomenon that may be useful to rebalance the UK economy.

Besides, the Brexit vote has fuelled the reshoring tendency, with a slump in the pound since then making imported merchandise, ingredients and parts cost much more. The outcome is that the UK manufacturers are having their busiest spell for 29 years, with exports booming and UK workers more competitive. As indicated by the report by Ernst and Young in 2015, bringing manufacturing back to the UK was a "once in a generation" opportunity that

Table 2

G7 Members' Reshoring Trends

G7 Member	Case	Specification
US	Apple	Has reshored 22,200 jobs (Texas is benefiting) and plans to spend more than \$30 billion in capital expenditures in the United States within the next five years.
	General Motors	Has brought back nearly 13,000 jobs to the states (Michigan, New York, Tennessee, Texas) and is expanding several of its factories in a move that would create up to 7,000 new jobs (globally, has around 180,000 workers many of whom work and reside in the US).
	Boeing	Has reshored some 7,725 jobs to Missouri, Montana, South Carolina as a part of the company's Reshoring Initiative.
	Ford	Has reshored about 4,200 jobs back to the United States and is investing \$700 million to create around 700 new jobs in a facility expansion project.
	Intel	Has brought back 4,000 jobs and announced plans to open the facility with a total investment of \$7 billion and the direct hiring of 3,000 high-tech, high-wage workers (will indirectly lead to creation of roughly 10,000 jobs throughout Arizona).
	Dow Chemical	Has reshored 2,900 jobs and plans to invest \$6 billion in its manufacturing plants in Texas and Louisiana in an effort to capitalize on lower domestic natural gas prices.
	General Electric	Has reshored 2,656 jobs and is shifting its production of bottom-mounted refrigerators and front-load washing machines from China and Mexico to the US due to lower transportation costs, a more qualified workforce, and significant tax incentives by national and local governments.
Canada	Korhane Home	makes products with on-trend designs and colours with a short lead time, now manufacturing 40 % of products in Canada.
Japan	Canon	aims to boost domestic production from 40% to 60% of total output by value; will open new digital camera plant in Miyazaki Prefecture in 2019, its first in nine years.
	Pioneer	moved car navigation production to Aomori Prefecture from Thailand.
	Honda Motor	moved production to mainstay Super Cub to Kumamoto Prefecture from China.
	Shiseido	building a cosmetics factory in Tochigi Prefecture, the first domestic plant in 36 years.
	Panasonic	performs a gradual shift in production of home appliances for the Japanese market (about 40 products, including air conditioners, washers, and microwave ovens).
	Sharp	launched trial production of home air purifiers, refrigerators, etc. in December 2014 in preparation for partial production shift from China to Yao Factory in Osaka Prefecture.
	Daikin Industries	shifting production of some home air conditioners from China to Shiga Plant in Shiga Prefecture.
	TDK	plans incremental reshoring of about 30% of Chinese affiliate's production of electronic components for smartphones and automobiles using idle company facilities in Akita and Yamanashi Prefectures.
	Honda	shifted production of some mini-bikes for the Japanese market from Vietnam to Otsu Factory in Kumamoto Prefecture.
	Nissan	hopes to boost the share of export vehicles produced in Japan in response to weak yen.
	Casio Computer	automating operations at a factory in Yamagata Prefecture, with plans to more than double its capacity from the current 100,000 units a month; within the next three years, will transfer certain production lines to Yamagata from elsewhere in Asia
Germany	Deutsche Bank	Has reshored some of its financial service activities from the United Kingdom in 2018 (the main motivation is Brexit since the booking of trades might not be allowed outside of the European Union).
	Siemens	Has moved in 2017 from its factory in Brande, Denmark, to a factory in Cuxhaven, Germany (Danish knowledge and experience about wind turbines was not enough to saturate the fast-growing industry) and returned 1,000 jobs.
	Adidas	Has produced its pilot batch of shoes using robots in 2016 (because Nike recently decided to produce shoes through a robotised system) after two decades exclusively in the Far East and took back 160 jobs.
France	Arkopharma	decided in 2017 to close its manufacturing pharmaceutical sites in Italy and Ireland and centralize the production activities in Carros (France) and returned 160 jobs.
	Famoco	reshoring in the sector of computer, electronic and optical products from China in 2018 (experienced criticalities in managing the relationship with Chinese contractors).
Italy	Steelco Spa	reshored in the sector of electrical equipment from Germany and Austria in 2018 and hiring 60 people.
	Bomboogie	decided in 2015 to make two kinds of products (T-shirts and pants) under the brand of Bomboogie in Italy as it is no longer suitable to produce them in Bangladesh and China.
	Natuzzi	aims to backshore 50% of production currently in China and Romania.
UK	McLaren	opening a J50m hi-tech factory in Sheffield – the supercar company's second plant in the UK – and creating 200 jobs (at the moment, its carbon chassis parts are made in Austria).
	Cadbury	bringing back production of Dairy Milk bars to the UK after making some in Poland plans to invest J75million into the plant; will also move the production of Cadbury Dairy Milk Oreo and Cadbury Dairy Milk Tiffin from Germany to Bournville.
	Boohoo	manufactures more than half its clothes in Britain.
	ASOS	expects to double its UK production.
	EE	all customer calls are now to be handled in the UK or Ireland (created 1,000 new jobs at its sites in North Tyneside, Darlington, Plymouth and Merthyr Tydfil).
	Vodafone	announced plans to bring 2,100 customer service jobs back from South Africa, India and Egypt (in response to complaints on unsatisfactory service) to Midlands, Scotland and Wales.
	Northern Flags	re-established its printing and finishing arm here after eight years when the work was outsourced to Poland and Thailand.

Sources: developed by authors based on [2; 4; 7; 17; 18]

could give a J15billion lift to the economy and make 315,000 jobs [28].

For instance, conforming to the Automotive Council, 44% of all parts used in autos produced in the UK are presently from British suppliers; that is up from 41% in 2016. UK textile firms can react quickly to items demonstrating an unexpected hit, with shops restocked in days, instead of having to wait weeks for orders to land from Asia. According to the recent industry report estimation, more than 10,000 jobs could be created in Britain's textile trade throughout the following three years.

Following quite a while of decay, the segment is developing again, with textile manufacturing worth J9.1billion in 2017 [17]. In answer to complaints, various firms have brought call centre work back to the UK. Nevertheless, while the referendum outcome brought benefits for manufacturers, quitting the EU additionally represents a major risk to UK companies. The UK places a comparatively greater emphasis on reshoring in terms of the necessity to strengthen economic self-sufficiency outside the EU.

Representative reshoring cases by every G7 country are listed in the Table 2.

Conclusions and proposals. All things considered, the increasing tendency of reshoring can be viewed

through the prism of global disintegration economic trends. The geopolitical 'reshaping' of the world by hegemony causes transformation processes realized through disintegration of structures that were the cornerstone of the former world order. Accordingly, after the restructuring of ties that currently do not reflect existing economic realities, a decrease in disintegration forces can be expected.

In turn, at the microeconomic level, decision-makers involved in reshoring might be guided by understanding different types of reshoring and how they relate to various drivers of these decisions.

Furthermore, both offshoring and reshoring are important location decisions of major business functions and facilities in response to changing market dynamics. Just as offshoring was never meant to be a permanent business solution, so is reshoring in the current circumstances. Reshoring makes sense due to shifts in labour cost differentials and because AI-empowered automation would offset labour cost pressure for tomorrow's manufacturing firms. However, given the enormous growth potential in emerging economies, it is reasonable that many global reindustrialized firms may soon make a legitimate business case for offshoring their vital business processes again – primarily for market proximity.

References:

- Pidchosa, O., & Namoniuk, V. (2018). Reshoring: Problems and Prospects. In *Processes of Economic Disintegration in the Modern World Economy*. Kyiv: PC "Kyiv University".
- Reshoring Initiative (2019). *Reshoring Initiative 2018 Data Report: A Record 1389 Companies Announce the return of 145,000 Jobs*. Available at: http://reshorenw.org/content/pdf/Reshoring_Initiative_2018_Data_Report.pdf (accessed 19 October 2019).
- Gott, J., van den Bossche, P., Levering, B. and Castaco, Y. (2019). *US Trade Policy and Reshoring: The Real Impact of America's New Trade Policies*. Atkearney.com. Available at: <https://www.atkearney.com/operations-performance-transformation/us-reshoring-index> (accessed 19 October 2019).
- Peters, D. (2018). *Why More Small Manufacturers are Choosing to Stay in Canada*. The Globe and Mail. Available at: <https://www.theglobeandmail.com/report-on-business/small-business/going-global/why-more-small-business-manufacturers-are-staying-in-canada/article23823026/> (accessed 18 October 2019).
- GMISummit.com. (2018). *The Future of Manufacturing – Canada*. Available at: https://www.gmisummit.com/wp-content/uploads/2018/06/20190416_GMIS-Canada_v4.1.pdf (accessed 1 November 2019).
- Ikeshita, Y. (2018). *Robots Persuade Japanese Manufacturers to Bring Production Home*. Nikkei Asian Review. Available at: <https://asia.nikkei.com/Business/Trends/Robots-persuade-Japanese-manufacturers-to-bring-production-home> (accessed 14 October 2019).
- Kazuyoshi, H. (2016). *Putting "Reshoring" into Perspective*. Available at: https://www.nippon.com/en/behind/100100/putting-reshoring-into-perspective.html?cx_recs_click=true (accessed 14 October 2019).
- Allan, J. (2019). *Japanese Companies' Reshoring Plans Take Shape*. Investment in Japan. Available at: <https://investmentinjapan.com/focus/japanese-companies-reshoring-plans-take-shape/> (accessed 3 November 2019).
- Clement, S. (2019). *"Reshoring" – Wieso Arbeitsplätze nach Deutschland zurückkommen*. Erstes Deutsches Fernsehen (ARD). Available at: <https://www.daserste.de/information/wirtschaft-boerse/plusminus/sendung/hr/industrie-vier-null-100.html> (accessed 16 October 2019).
- Kinkel, S. (2018). *Measuring Reshoring Trends in the EU and the US*. Research Gate. Available at: https://www.researchgate.net/publication/324017487_Measuring_reshoring_trends_in_the_EU_and_the_US (accessed 16 October 2019).
- Bellanger, E. (2018). *Relocalisation en France: Encore un Effort!*. EcoRiseau Business. Available at: <https://www.ecoreseau.fr/entreprendre/enquete-entrepreneuriale/2018/12/18/relocalisation-en-france-encore-un-effort/> (accessed 16 October 2019).
- De Backer, K. et al. (2016). Reshoring: Myth or Reality? *OECD Science, Technology and Industry Policy Papers*, No. 27, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/5jm56frbm38s-en> (accessed 16 October 2019).
- Direction Générale des Entreprises (DGE). (2019). * tudes et statistiques – Accueil*. Available at: <https://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques> (accessed 6 November 2019).
- Talamo, G. and Sabatino, M. (2018). Reshoring in Italy: A Recent Analysis. *Contemporary Economics*, vol. 12, no. 4 (special issue), pp. 381-398. Available at: <https://ssrn.com/abstract=3377315> (accessed 3 November 2019).
- Giuseppina, T. and Michele, S. (2019). Re-Shoring and Resilience in Italy during and after the Crisis. SCIRP. Available at: <https://www.scirp.org/journal/PaperInformation.aspx?paperID=84536&> (accessed 9 November 2019).
- Williamson, J. (2018). *Brexit Reshoring Drive Reveals UK Skills Shortage*. The Manufacturer. Available at: <https://www.themanufacturer.com/articles/brexit-reshoring-drive-reveals-uk-skills-shortage/> (accessed 15 October 2019).
- Hiscott, G. (2017). *Britain is Back in Business as Firms Start 'Reshoring' Manufacturing to the UK*. Mirror. Available at: <https://www.mirror.co.uk/news/business/britain-back-business-firms-start-10738604> (accessed 15 October 2019).
- European Reshoring Monitor. (2019). *Reshoring Cases*. Available at: <https://reshoring.eurofound.europa.eu/reshoring-cases> (accessed 17 October 2019).
- Pidchosa, O., & Buz, A. (2019). Reshoring Policy: Approaches of G7 Member Countries. In *Geo-economic Challenges for G7 Countries: Proceedings of International Scientific Conference*. Kyiv, Ukraine: Institute of Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine. Access mode: <http://ief.org.ua/docs/scc/14.pdf> (accessed 15 October 2019).
- McCann, D. (2019). *U.S. Trade Policy Fails to Reshore Production*. CFO. Available at: <https://www.cfo.com/global-business/2019/07/u-s-trade-policy-fails-to-reshore-manufacturing/> (accessed 5 November 2019).

21. Canadian Manufacturing Outlook 2014 (2014). Available at: <https://www.manufacturingbc.org/wp-content/uploads/Canadian-Manufacturing-Outlook-2014.pdf> (accessed 5 November 2019).
22. Ovsey, D. (2013). How U.S. Reshoring will Force Canadian Manufacturers to innovate – and Change the Very Nature of the Sector. Financial Post. Available at: <https://business.financialpost.com/executive/smart-shift/how-u-s-reshoring-will-force-canadian-manufacturers-to-innovate-and-change-the-very-nature-of-the-sector> (accessed 11 November 2019).
23. Kazuyoshi, H. (2015). Putting “Reshoring” into Perspective. Available at: <https://www.nippon.com/en/behind/100100/putting-reshoring-into-perspective.html> (accessed 19 November 2019).
24. Jдger, A. and Maloca, S. (2016). *Dokumentation der Umfrage Modernisierung der Produktion* 2015. Karlsruhe: Fraunhofer ISI.
25. Jдger, A. and Maloca, S. (2013). *Dokumentation der Umfrage Modernisierung der Produktion* 2012. Karlsruhe: Fraunhofer ISI.
26. Decool, J. (2018). Rapport d'information fait au nom de la mission d'information sur la p̃anurie de m̃dicaments et de vaccins. Senat.fr. Available at: <https://www.senat.fr/rap/r17-737/r17-7371.pdf> (accessed 27 November 2019).
27. Bailey, D. and De Propriis, L. (2015). Manufacturing Reshoring and its Limits: the UK Automotive Case. Pure.aston.ac.uk. Available at: https://pure.aston.ac.uk/ws/portalfiles/portal/17934640/Bailey_De_Propriis_final_paper_for_CJRES.pdf (accessed 11 December 2019).
28. Wilkinson, S., Gregory, M. and Arnold, P. (2015). Reshoring Manufacturing – time to Seize the Opportunity. Criticaleye.com. Available at: <https://www.criticaleye.com/inspiring/insights-servfile.cfm?id=4282> (accessed 20 December 2019).
29. UNCTAD (2019). World Investment Report 2019: Annex Tables. Available at: <https://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Annex-Tables.aspx> (accessed 29 October 2019).
30. Rogach, O. *The Theory of Multinational Enterprise and Contemporary Trends in International Production / Stratehiia Rozvytku Ukrainy*, № 2, 2017, pp. 14-20.

Подчеса А. В.

Буз А. А.

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

ПОЛИТИКА РЕШОРИНГА: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПОДХОДЫ СТРАН-ЧЛЕНОВ G7

Резюме

В статье были определены четкие проявления тенденций в национальной политике стран «Большой семерки» (G7) к поддержке внедрения решоринга в контексте мирового тренда экономической дезинтеграции. Раскрыто степень и интенсивность возвращения производственных мощностей в национальные экономики, отслежены общие и отличительные черты в продвижении моделей решоринга для предприятий в соответствующих государствах. В частности, страны G7 создают особо благоприятные условия для ведения бизнеса на своей территории. Приведены примеры, когда крупные компании (в частности, МНК), которые в ближайшем будущем планируют или уже перемещают свои производственные мощности и, соответственно, переориентируют цепи создания стоимости. Были определены текущее состояние и будущие перспективы для стран G7 от проведения политики решоринга. Рабочая гипотеза о реиндустриализации была предложена в рамках объяснения тенденции к решорингу и ослабления склонности к офшорингу.

Ключевые слова: решоринг, конкурентоспособность, стратегия, реиндустриализация, экономическая дезинтеграция.

Підчеса О. В.

Буз А. О.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПОЛІТИКА РЕШОРИНГУ: ПОТОЧНИЙ СТАН ТА ПІДХОДИ КРАЇН-ЧЛЕНІВ G7

Стаття присвячена дослідженню поточного стану та підходів до реалізації політики решорингу країн «Великої сімки» (G7). У роботі визначено чіткі прояви тенденцій у національній політиці країн G7 до підтримки решорингу в контексті глобального тренду до економічної дезинтеграції. Розкрито ступінь та інтенсивність повернення виробничих потужностей до національних економік, досліджено спільні та відмінні риси у просуванні моделей решорингу для підприємств країн G7. У статті наводяться результати дослідження ефектів економічної політики США, яка мала на меті створити стимули для повернення виробництв до країни, – і здійснюється їх оцінка. Також розглядаються основні засади процесу решорингу Канади. Аналізуються особливості урядової політики Японії націлені на активізацію решорингу та підвищення привабливості країни для ведення бізнесу ВНП. Вивчається підхід уряду Німеччини до решорингу в рамках програми «Індустрія 4.0» і запропоновані фінансові стимули для зміцнення виробничого сектору. Розглядається політика решорингу Франції, яка на даний момент носить характер секторального втручання та стимулювання повернення окремих виробництв. Здійснюється оцінка впливу та результатів решорингу на структуру виробництва Італії, що, характеризуються змінами моделей виробництва та підходами до інтернаціоналізації. У ході дослідження робиться висновок про те, що Велика Британія приділяє відносно більшу увагу політиці решорингу порівняно з іншими європейськими країнами з огляду на об'єктивну необхідність зміцнити економічну самозабезпеченість після виходу з ЄС. У статті наведено емпіричні приклади решорингу для кожної з країн G7 та здійснено їх специфікацію. Для пояснення тенденції до решорингу та послаблення схильності до офшорингу компаній зазначених країн була запропонована робоча гіпотеза про необхідність реіндустріалізації, що була підтверджена у ході дослідження. Наведені приклади, коли великі компанії, зокрема, багатонаціональні компанії, в межах решорингу в найближчому майбутньому планують або вже переміщують свої виробничі потужності і, відповідно, переорієнтують ланцюги створення вартості.

Ключові слова: решоринг, конкурентоспроможність, стратегія, реіндустріалізація, економічна дезинтеграція.

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 65.011.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-9>

Ненно І. М.

Грінченко Ю. Л.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНІХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР, ЩО ОРІЄНТОВАНІ НА СТВОРЕННЯ ДОДАНОЇ ЦІННОСТІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА

У статті розглянуто методичні підходи до створення доданої цінності для споживача послуг авіаційної галузі. Визначено ключові аспекти діяльності аеропорту, а саме аспекти фінансової ефективності у вигляді досягнення цільових показників рентабельності, аспекти виробничої ефективності у вигляді показників діяльності в розрахунку на одиницю активів, аспекти ефективного управління витратами у вигляді забезпечення цільового рівня витрат на одного пасажира та аспекти якості послуг у вигляді задоволення потреб споживача під час користування послугами аеропорту, в контексті внеску кожного виду діяльності у створення клієнтської цінності. Окреслено десять ключових змінних, які характеризують ці види діяльності, та обґрунтовано використання бенчмаркінгу як методичної основи дослідження. Обґрунтовано концепцію створення цінності в умовах інституціонального дизайну регулювання авіаційної галузі. Досліджено найкращі практики структурного об'єднання для створення клієнтської цінності за виробничим, витратним, фінансовим та сервісним складниками.

Ключові слова: інтеграція, корпоративні структури управління, споживач, додана цінність, клієнтська цінність, авіаційна галузь, аеропорт.

Постановка проблеми. Створення доданої вартості для споживача є головною передумовою сталого розвитку галузі. Виконання цього завдання неможливе без організації внутрішньогалузевих міжкорпоративних відносин, що приймають форму інтегрованих корпоративних структур. Необхідно визначити можливі форми таких структур та їхній вплив на формування доданої споживчої вартості для споживачів. Авіаційна галузь є сферою застосування високих технологій, спроможною для генерації високої доданої вартості завдяки наявності комплексного та розгалуженого технологічного ланцюга всередині. Авіація є прикладом високотехнологічної галузі, що об'єднує у себе послідовний виробничий ланцюг кінцевого продукту, але різні ланки цього ланцюга мають різний рівень підпорядкування державному регулюванню.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку галузевих корпоративних структур, зокрема в авіаційній галузі, розглядаються в роботах Г.С. Діброва, Є.П. Лісіна, А.Н. Хижняк [1], Ю.Ф. Кулаєва [2], А.С. Назаренко [3]. Їхні дослідницькі підходи базувалися на цільовому плануванні роботи, у тому числі на забезпеченні фінансово-економічного потенціалу. Аналіз зарубіжної наукової літератури свідчить про наявність прикладних досліджень із метою вдосконалення системи менеджменту в галузі у цілому. О.В. Андреев та А.І. Козлов [4] досліджують таку організаційну форму управління, як хаб. Д. Гілен та Х.М. Німайер [5] розглядають економічну структуру, політику регулювання та менеджмент аеропортів. А. Грехем [6] аналізує моделі менеджменту аеропортів у контексті регулювання та дерегулювання галузі. Світовий банк формує звіти з економіки аеропортів окремих країн [7]. У таких звітах окреслюються інвестиційні процеси, інституційна структура, державне регулювання діяль-

ності аеропортів. Д. Біггар [8] обґрунтовує економічні засади регулювання діяльності аеропортів.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Окрема увага до теми економіки й управління аеропортами потребує додаткових досліджень самої методології та методів оцінювання розвитку аеропортів. Одним з індикаторів визначення попиту на послуги аеропортів є саме наявність клієнтської цінності, яку він створює.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є формування методичного підходу до створення доданої цінності для однієї з груп стейкхолдерів – споживачів послуг аеропорту. Мета дослідження зумовила низку виконаних у ньому завдань: визначити ключові аспекти діяльності аеропорту в контексті внеску кожного виду діяльності у створення клієнтської цінності; окреслити ключові змінні, які характеризують ці види діяльності; алгоритмізувати створення цінності в умовах інституціонального дизайну регулювання авіаційної галузі; дослідити найкращі практики структурного об'єднання для створення клієнтської цінності.

Виклад основного матеріалу. Сучасні зміни, які відбуваються в умовах глобалізації економіки, спричиняють ключові виклики, які приймають аеропорти, що прагнуть займати провідні конкурентні позиції на світовому ринку логістичних послуг. До них відносяться [6, с. 23]:

1. Комерціалізація аеропортів, яка являє собою зміну ролі аеропорту від транспортного сервісу до комерційного підприємства, яке спирається на бізнес-філософію в управлінні.

2. Приватизація аеропортів. Здебільшого приватизація є умовною, бо здійснюється лише передача прав на управління активами. Це включає котирування акцій, упровадження стратегічних партнерств та підписання угод на менеджмент певних структур із компаніями з управління активами.

3. Диверсифікація власності аеропорту. Залучення фінансових та інфраструктурних інвесторів, які мають права власності в різних об'єктах світової транспортної інфраструктури.

До споживачів послуг аеропорту А.С. Назаренко відносить дві групи стейкхолдерів [3, с. 320]: це авіакомпанії та пасажирів. Стейкхолдери авіаційної галузі, які не є безпосередніми споживачами, – це підприємства та організації, котрі знаходяться під впливом зовнішніх екстерналій та є наслідком працевлаштування, розвитку туризму та торгівлі. Е. Хіменез, Дж. Кларо та Дж. Де Суза [9, с. 948–949] вважають, що аеропорти стикаються з конкуренцією за споживача у таких сферах діяльності:

1) Послуги для авіакомпаній, які забезпечують авіаційні доходи, перевезення вантажів та пасажирів. Специфіка співробітництва полягає у тому, що авіакомпанії є впливовішими споживачами, які співпрацюють тільки у разі відповідності вимогам для проведення певного типу операцій. Це обсяг потужності аеропорту, тарифні ставки, ефективність та швидкість обслуговування.

2) Зона охоплення аеропорту, комерційний потенціал та попит на послуги аеропортів у даному разі визначаються такими чинниками, як мережа напрямків польотів, особливо мережа прямих перевезень, ефективні комунікації, які гарантують легке підключення та доступ до самого аеропорту; зручність розташування та наявність послуг транспортної логістики.

3) Можливість прийому трансферних рейсів. Зазвичай вона забезпечується аеропортами-хабами. Трансферні рейси – це продукт авіакомпаній із розгалуженою мережею рейсів із високою концентрацією польотів. Прийом трансферних пасажирів потребує особливого сервісу, зокрема забезпечення просторового комфорту, ефективної конструкції самої будівлі аеропорту з погляду можливості забезпечення розваг, здійснення купівель товарів широкого споживання та сувенірної продукції, у тому числі безмитне.

4) Пункти призначення. Такий формат створення клієнтської цінності можливий у разі локації аеропорту в привабливій туристичній місцевості. Навіть сам аеропорт може стати пунктом призначення. Аеропорти для цього пропонують спеціальні послуги, до яких відносяться: готельні, конференц-сервіс, організація та проведення спортивних і розважальних заходів, співпраця для забудови земель, які знаходяться поряд з аеропортом.

5) Злиття та поглинання у результаті розвитку ключових компетенцій у сфері управління аеропортом. Аеропорти нині не тільки створюють цінність шляхом конкурентної боротьби за споживача, а й здійснюють операції з придбання самих активів конкурентів, засобів виробництва, точок

доступу до управлінських та консалтингових послуг, навіть безпосередньої купівлі аеропортів-конкурентів.

6) Змагання за фінансування. Модернізація та розбудова аеропортів через співпрацю з потенційними інвесторами та грантодавцями.

Визначення внеску кожного аспекту діяльності аеропорту можна провести за допомогою аналізу взаємодії та зв'язків його стейкхолдерів. Зокрема, виділити три групи кінцевих споживачів, а саме індивідуальні особи, представники комерційної торгівлі та представники авіаційної торгівлі [9, с. 952], для яких визначено такі види послуг: інфраструктурі послуги та аеронавігація, транспортно-логістичні, роздрібні послуги, організація заходів, розвиток територій та нерухомості, консультативні та управлінські послуги. Сама мережа включає: стейкхолдерів, які не є споживачами, авіалінії, аеронавігаційні організації та підприємства, що надають комерційні послуги.

Особливості взаємодії аеропортів та стейкхолдерів, у тому числі такими, що не є споживачами послуг, можна узагальнити так.

Першою особливістю є те, що взаємодія відбувається у рамках маркетингової концепції Business to Business. Відобразимо процес співробітництва через матрицю B2B (табл. 1).

Із погляду споживання послуг саме така матриця й є інструментом формування цінності для кінцевого споживача шляхом уникнення дублювання витрат, пов'язаних з організаційними структурами та формуванням доданої вартості. Аеропорти і стейкхолдери, зокрема авіакомпанії, інвестори, комерсанти, взаємодіють на періодичній чи системній основі, що створює організаційні та юридичні передумови спільної роботи, які можуть бути легалізовані шляхом укладання угод на отримання пільгових умов, формування партнерства у вигляді спільного підприємства, стратегічного альянсу, консорціуму.

Державний класифікатор ДК002:2004 «Класифікація організаційно-правових форм господарювання» встановлює, що об'єднання підприємств (юридичних осіб) – господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств (юридичних осіб) із метою координації їхньої виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань. Об'єднання підприємств утворюються підприємствами на добровільних засадах або за рішенням органів, мають право утворювати об'єднання підприємств. В об'єднання підприємств можуть входити підприємства, утворені за законодавством інших держав, а підприємства України можуть входити в об'єднання підприємств, утворені на території інших держав.

Асоціація – договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської

Таблиця 1

Застосування матриці B2B для аналізу взаємодії аеропортів та стейкхолдерів

	Операційний капітал	Інтелектуальний капітал
Системна взаємодія	<p><i>Квадрант 3</i> Формування спільного підприємства</p> <p><i>Наслідки</i> Створюється нова юридична особа</p>	<p><i>Квадрант 4</i> Формування стратегічного альянсу</p> <p><i>Наслідки</i> Підписується угода про кооперацію</p>
Періодична взаємодія	<p><i>Квадрант 1</i> Укладання угоди на отримання преференції, аутсорсинг</p> <p><i>Наслідки</i> Підписується угода про пільгові умови</p>	<p><i>Квадрант 2</i> Формування консорціуму</p> <p><i>Наслідки</i> Підписується угода про створення консорціуму</p>

Джерело: розроблено авторами

діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації. У статуті асоціації повинно бути зазначено, що вона є господарською асоціацією. Асоціація не має права втручатися у господарську діяльність підприємств – учасників асоціації. За рішенням учасників асоціації може бути уповноважена представляти їхні інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

Корпорація – договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації.

Консорціум – тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проєктів тощо). Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з інших джерел, у порядку, визначеному його статутом. У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність.

Концерн – статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання із централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності. Учасники концерну наділяють його частиною своїх повноважень, у тому числі правом представляти їхні інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями. Учасники концерну не можуть бути одночасно учасниками іншого концерну.

Холдингова компанія – господарюючий суб'єкт, який володіє контрольними пакетами акцій дочірнього підприємства (підприємств). Між холдинговою компанією та її дочірніми підприємствами встановлюються відносини контролю-підпорядкування.

Консорціумна форма стає управлінським механізмом взаємодії аеропортів та підприємства, що забезпечують розширення простору спільної діяльності. Консорціум діє без створення юридичної особи з повним збереженням юридичної незалежності його членів. Консорціуми можуть створюватися авіакомпаніями з метою участі в модернізації аеропортів. При цьому авіакомпанії зацікавлені в колективній участі, у рамках якої вони не носять фінансові ресурси, а забезпечують саме пасажиропотік. Концесійний збір пропонується визначати залежно від валового доходу аеропорту. Це буде стимулювати розвиток інфраструктури без підвищення тарифів. Співробітництво у форматі консорціуму дає змогу залучати й інвестиційні фонди. Прикладом такої роботи є консорціум Texas Pacific Group Capital LLP (TPG), який очолює американський інвестиційний фонд, та іспанські фонди Inversiones Ibersuizas SA, Quercus Equity SL и Vista Capital de Expansion SA. До його складу також входить британська авіакомпанія British Airways. Іншим прикладом є спів-

робітництво з інвестором Atlantia, який направив інвестиційному банку Mediobanca, Італія, пропозицію про формування консорціуму інвесторів для авіаперевізника Alitalia. Забезпечення пільгових умов функціонування авіаперевізника надає можливість використання виробничих потужностей аеропорту в умовах збитковості авіаперевізника на тимчасових засадах.

Інтегрована корпоративна структура альянс – це ефективна форма взаємодії об'єднань авіакомпаній із метою спільного використання операційного капіталу, планування завантаження, продажі квитків та програм лояльності, у тому числі спільного використання терміналів аеропортів.

Впливовими альянсами авіакомпаній є Star Alliance, Sky Team та One World. Одним із напрямів роботи Star Alliance є можливість для споживачів заощаджувати на мільях партнерських авіакомпаній – членів альянсу. Нині він налічує двадцять шість авіакомпаній. Усередині альянсу існують широкі можливості використання флоту завдяки комбінації активів членів альянсу. Альянс Sky team – це об'єднання дев'ятнадцяти компаній, які заявляють своєю метою максимізацію комфорту пасажирів через упровадження програм заохочення. Об'єднання One world упроваджує централізоване управління в альянсі. Головним органом менеджменту є правління, перед яким звітують комерційний підрозділ, підрозділ інформаційних технологій, зв'язків із громадськістю, відділ аеропортів та відділ із роботи зі споживачами. Альянс використовує єдині принципи роботи, єдині технологічні процедури. Завдяки такому підходу виникає можливість заощаджувати через єдині закупівлі.

Оцінка ефективності аеропортів може відбуватися у фінансовому, виробничому, витратному та сервісному напрямках (табл. 2).

Для порівняння: Національний комітет статистики України здійснює аналіз роботи авіаційної галузі за такими показниками:

1. Діяльність аеропортів: відправлено (прибуло) транспортною авіацією з аеропортів України: пасажирів; пошти; вантажів.

2. Діяльність авіакомпаній (комерційні польоти, виконані експлуатаційним парком повітряних суден (власних і орендованих)) – перевезено: пасажирів; вантажів. Виконані пасажирокілометри та пошто-вантажокілометри.

Статистичні дані про діяльність авіаційної галузі у 2018 р. свідчать про її стабільний розвиток. Так, упродовж звітнього року перевезення пасажирів, вантажів та пошти здійснювали 34 вітчизняні авіакомпанії, якими виконано 100,3 тис комерційних рейсів (за 2017 р. – 93 тис рейсів). При цьому кількість перевезених пасажирів збільшилася порівняно з 2017 р. на 18,7% та становила 12 529 тис осіб. Обсяги перевезень вантажів та пошти авіаційним транспортом України збільшилася на 19,7% та становили 99,1 тис т (табл. 3).

Важливо підкреслити необхідність залучення інвестицій до авіаційної галузі. Залучення інвестицій є наріжним питанням щодо стандартної світової практики галузевого розвитку. Бюджет залучених інвестицій з юридичного погляду формується у вигляді певної інтегрованої корпоративної структури. Світова практика містить низку прикладів, коли забудова, управління та використання інфраструктури містить як варіанти залучення єдиного оператора для концесії на активи, так і проєктний підхід, так званий кейс-підхід, за яким управління передається окремій

Таблиця 2

Оцінка ефективності роботи аеропорту

№	Напрямок	Ключові показники	Методика вимірювання
1.	Фінансовий	Диверсифікація доходу	Частка доходу від авіаційних послуг у загальному обсязі доходу
2.		Частка амортизації	Частка витрат на амортизацію у загальному обсязі витрат
3.		Рентабельність капіталу	Відображає прибутковість використання капіталу
4.		Операційний прибуток	Доля операційної маржі у загальному обсязі доходу
5.	Економічний напрям – Виробництво	Продуктивність персоналу з управління повітряним рухом	Кількість відльотів у розрахунку на одного співробітника
		Продуктивність обслуговуючого персоналу	Пропускна спроможність у розрахунку на одного співробітника
		Продуктивність капіталу, задіяного для персоналу з управління повітряним рухом	Кількість відльотів у розрахунку на задіяний капітал для оплати праці персоналу
		Продуктивність капіталу, задіяного для обслуговуючого персоналу	Пропускна спроможність у розрахунку на задіяний капітал для оплати праці персоналу
6.	Економічний напрям – Ефективність витрат		Загальний дохід на один відліг Загальний дохід на одного пасажирів Загальні витрати на персонал на одного пасажирів Загальні експлуатаційні витрати в розрахунку на одного пасажирів
7.	Якість послуг	Доступність посадки Достатність пропускної спроможності Задоволеність пасажирів Робота багажної системи	Середня пропускна спроможність проти максимальної потужності Сукупний вихід пасажирів Опитування задоволеності Сукупні години безперебійної роботи багажної системи у порівнянні з плановими

Джерело: складено за [7, с. 57]

Таблиця 3

Стан розвитку авіаційної галузі України, 2017–2018 рр.

	Одиниці виміру	Всього			у т. ч. міжнародні		
		2017	2018	% 2018/2017	2017	2018	% 2018/2017
Діяльність авіакомпаній							
Перевезено пасажирів	тис осіб	10556	12529	118,7	9614,9	11446	119,0
в т. ч. на регулярних лініях	тис осіб	6768,2	7867,6	116,2	5837,2	6796,2	116,4
Виконані пасажиро-кілометри	млрд пас./км	20,3	25,9	127,6	19,9	25,4	127,6
у т. ч. на регулярних лініях	млрд пас./км	12,6	15,6	123,8	12,1	15,1	124,8
Перевезено вантажів та пошти	тис т	82,8	99,1	119,7	82,6	98,8	119,6
у т. ч. на регулярних лініях	тис т	19,2	21,1	109,9	18,9	20,8	110,1
Виконані тонно-кілометри (вантажі+пошта)	млн ткм	275,3	339,7	123,4	275,2	339,6	123,4
у т. ч. на регулярних рейсах	млн ткм	70,5	92,0	130,5	70,4	91,9	130,5
Виконано комерційних рейсів	тис од.	93,0	100,3	107,8	78,1	84,1	107,7
у т. ч. регулярних	тис од.	63,3	67,0	105,8	49,9	52,3	104,8
Діяльність аеропортів							
Відправлено та прибуло ПС	тис од.	159,9	182,8	114,3	125,6	145,6	115,9
у т. ч. на регулярних рейсах	тис од.	121,4	140,3	115,6	95,0	111,5	117,4
Пасажиропотоки	тис осіб	16498,9	20545,4	124,5	14591,1	18357,5	125,8
у т. ч. на регулярних рейсах	тис осіб	12646,1	15811,1	125,0	10770,3	13658,7	126,8
Поштовантажопотоки	тис т	52,3	56,4	107,8	51,1	55,2	108,0
у т. ч. на регулярних рейсах	тис т	47,3	51,3	108,5	46,0	50,1	108,9

Джерело: складено за [10]

групі. При цьому на кінцевий результат такої інтеграції впливає не тільки її форма, а й умови державного регулювання авіаційної діяльності. Питання інституціонального дизайну управління проявляються у способі організації галузевого управління. Базовою формою регулювання є саме тарифна політика. Однак нормативи побудови вертикально інтегрованих структур у наданні послуг галузі встановлюються та контролюються саме спеціалізованими комітетами, незалежними комісіями та державними департаментами. В Україні до такого департаменту можна віднести Державну авіаційну службу. В її організа-

ційну структуру входять департамент авіаційних перевезень, аеропортів та міжнародного співробітництва, департамент аеронавігації та департамент льотної придатності, департамент льотної експлуатації та управління системою авіаційної безпеки, управління бухгалтерського обліку та звітності, бюджетного фінансування, управління стратегічного розвитку, управління персоналу, юридичне управління, управління справами. Структура управління є централізованою та лінійною, що природно для інституту, який займається передусім забезпеченням безпеки льотного простору. Проте лінійно-функціональний зв'язок

між усіма переліченими підрозділами та підпорядкування безпосередньо голові Державної авіаційної служби містить невикористаний потенціал щодо впливу управління стратегічного розвитку на саму галузь. Досвід організації регулювання галузі США свідчить про наявність окремого департаменту щодо захисту споживачів авіаційних послуг – пасажирів (Consumer Protection for Airline Passengers) та захисту навколишнього середовища (Environmental Impact of Aircraft Operations). Інституціональний дизайн такого типу на державному рівні регулювання галузі вже свідчить про пріоритетність створення цінності саме для споживача. Клієнтоорієнтованість проголошено як окремий напрям державного регулювання. Основні операції, які здійснюються таким підрозділом, – не тільки врегулювання відносин, пов'язаних із затримкою рейсів та втратою багажу, це й організація можливостей термінової медичної допомоги з використанням гелікоптерів та засобів малої авіації, заборона дискримінації, відділ скарг тощо. Тобто з погляду оцінки ефективності роботи за фінансовим, виробничим, витратним та сервісним напрямками наявність у США окремого департаменту щодо захисту споживачів авіаційних послуг свідчить про урахування сервісного складника як окремого показника роботи галузі, тому є більш прозорою та зручною з точки зору саме споживача авіаційних послуг.

У нашій статті ми розглядаємо можливі форми створення споживачької цінності через макроекономічну інтеграцію суб'єктів галузі в умовах інституційного дизайну, що формується. Тобто аналіз не стосується державного планування галузі, управління безпекою, ліцензування, а стосується саме управлінських, організаційних та економічних аспектів діяльності суб'єктів галузі. Основною формою дослідження та розвитку інтеграції в рамках галузі вибрано бенчмаркінг. Використання бенчмаркінгу в державному регулюванні й стратегічному аналізі дає змогу сформулювати рекомендації щодо розвитку галузі та її суб'єктів, засновуючи найкращі практики, з одного боку, й багатofакторні комплексні показники оцінки системи управління галуззю за фінансовим, виробничим, витратним та сервісним напрямками, з іншого – еталонне тестування надає можливість співставлення еталонних показників під час проведення функціонального та процесного бенчмаркінгу. При цьому саме конкурентний бенчмаркінг – це джерело вибору базових показників роботи для адаптації наявних прикладів, урахування проблем та помилок й удосконалення і реалізації власного національного потенціалу авіаційної галузі.

Інтеграція та створення альянсів, мереж, кластерів, державно-приватного партнерства є формами таких механізмів. Створення цінності для споживача не може бути пов'язане тільки з управлінням та оптимізацією витрат виробництва, яка відбувається в процесі інтеграції по ланцюгу створення вартості та притаманна транснаціональним корпораціям. Інший підхід до створення споживачької цінності відбувається через реалізацію

сервісного напрямку, тобто пропонуються ті продукти та послуги, які максимально якісно задовольняють вимоги споживача. При цьому кінцева цінність формується протягом усіх етапів формування ланцюга цінності. Тобто сам процес формування споживачької цінності розподілений по етапах циклу відтворення, який містить виробництво, розподілення, обмін та споживання. Відтворення виробничих відносин між виробниками і споживачем якраз і виражається в їх зближенні з кожним новим циклом відтворювального процесу і в необхідності фірм отримувати стійкі конкурентні переваги. За таких умов створення споживачької цінності вимагає не тільки завоювання клієнтів у конкурентній боротьбі, а й сталого підтримання конкурентних переваг.

Сталі конкурентні переваги в авіаційних компаніях досягаються за рахунок формування системи лояльності клієнтів, але в аеропортах проявляються у тарифному регулюванні для авіакомпаній та формуванні комфортної інфраструктури для споживачів. Забезпечення сталості конкурентної позиції має відбуватися з урахуванням глобалізації світової торгівлі та логістики. Особливості та сутність конкурентних переваг проявлятимуться саме через створення системної взаємодії зі споживачем, що відображає сучасний етап розвитку економіки. Еволюційний характер конкуренції відбувається завдяки зміні вимог самих споживачів, з одного боку, та виробників які прагнуть сталого розвитку, – з іншого. Докапіталістичні форми конкуренції носили стихійний характер, капіталістичні форми виникають в умовах вільного вибору споживача. Під час аналізу інфраструктурної галузі економіки, до якої відноситься авіаційна галузь, конкурентні стосунки є умовними, бо конкуренція відбувається як за умови приватної власності, так і за умови державно-приватного партнерства й обмеженого державного регулювання.

Висновки і пропозиції. Важливим напрямом поєднання інтересів виробників та споживачів є спільне створення цінності. Воно можливе за умови персоналізації продуктів та послуг, оскільки безпосередній споживач приймає участь у створенні потужної маркетингової стратегії. Залучення споживача дає можливість виведення цінності продукту на новий, більш високий рівень. У результаті формується клієнтоорієнтований підхід в економіці. Для створення клієнтської цінності найбільшою мірою інтегровані корпоративні структури у формі альянсів та консорціумів. Вони функціонують в умовах інституційного дизайну галузі, метою якого є клієнтоорієнтованість та спільне зі споживачем створення цінності.

Зміна інституціонального дизайну державного регулювання авіаційної галузі в Україні може стати важливим напрямом майбутніх досліджень, що потребує відповідності функцій управління існуючим операціям та посадовим спеціалізації. Окрім того, першочерговим є встановлення пріоритетності безпеки авіаційного простору в умовах створення цінності для споживача послуг авіаційної галузі в Україні.

Список використаних джерел:

1. Диброва Г.С., Лисин Е.П., Хижняк А.Н. Экономика, организация и планирование гражданской авиации : учебник / под ред. Г.С. Дибровы. Москва : Транспорт, 1989. 263 с.
2. Кулаев Ю.Ф. Экономика гражданской авиации Украины : монография. Киев : Феникс, 2004. 666 с.
3. Назаренко А.С. Модель оцінки фінансово-економічного потенціалу аеропортів. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2011. Вип. 30. С. 315–321.

4. Андреев А.В., Козлов А.И. Организация «хабов» как инструмент достижения синергетического эффекта во взаимодействии авиакомпании и аэропорта. *Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации*. 2007. № 118. С. 74–79.
5. Gillen D., Niemeier H.-M. Airport Economics, Policy and Management: The European Union. *Comparative Political Economy and Infrastructure Performance: The Case of Airports*, Madrid, September 18th – 19th 2006. Madrid : Rafael del Pino Foundation, 2006. 53 p.
6. Graham A. Managing Airports: An International Perspective. 5th ed. Abingdon, Oxon : Routledge, 2018. 428 p.
7. Serebrisky T. Airport Economics in Latin America and the Caribbean: Benchmarking, Regulation, and Pricing. Washington DC : The World Bank, 2012. 278 p. DOI : <https://doi.org/10.1596/978-0-8213-8977-5>.
8. Biggar D. Why regulate airports? A Re-examination of the rationale for airport regulation. *Journal of Transport Economics and Policy (JTEP)*. 2012. Vol. 46. № 3. P. 367–380.
9. Jimenez E., Claro J., de Sousa J.P. The airport business in a competitive environment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2014. Vol. 111. P. 947–954.
10. Офіційний сайт Державної авіаційної служби України. URL: <https://avia.gov.ua/pro-nas/statistika/periodychna-informatsiya/> (дата звернення: 20.12.2019).

References:

1. Dibrova G. S., Lisin E. P., Khizhnyak A. N. (1989) *Ekonomika, organizatsiya i planirovanie grazhdanskoj aviatsii* [Economics, organization and planning of civil aviation]. Moscow: Transport. (in Russian)
2. Kulaev Yu. F. (2004) *Ekonomika grazhdanskoj aviatsii Ukrainy* [Economics of the Civil Aviation of Ukraine]. Kyiv: Phoenix. (in Russian)
3. Nazarenko A. S. (2011) Modelj ocinky finansovo-ekonomichnogho potencialu aeroportiv [A model for assessing the financial and economic potential of airports]. *Infrastructure Efficiency Issues: collection of scientific articles*. Kyiv: NAU, issue 30, pp. 315-321.
4. Andreev A. V., Kozlov A. I. (2007) Organizatsiya «khabov» kak instrument dostizheniya sinergeticheskogo effekta vo vzaimodeystvii aviakompanii i aeroporta [Organization of «hubs» as a tool for achieving synergies in the interaction of the airline and the airport]. *Scientific Bulletin of the Moscow State Technical University of Civil Aviation*, no. 118, pp. 74-79.
5. Gillen D., Niemeier H.-M. (2006) Airport Economics, Policy and Management: The European Union. *Comparative Political Economy and Infrastructure Performance: The Case of Airports*, Madrid, September 18th – 19th, 2006. Madrid : Rafael del Pino Foundation.
6. Graham A. (2018) Managing Airports: An International Perspective. 5th ed. Abingdon, Oxon: Routledge.
7. Serebrisky T. (2012) Airport Economics in Latin America and the Caribbean: Benchmarking, Regulation, and Pricing. Washington DC : The World Bank. DOI: <https://doi.org/10.1596/978-0-8213-8977-5>.
8. Biggar D. (2012) Why regulate airports? A Re-examination of the rationale for airport regulation. *Journal of Transport Economics and Policy (JTEP)*, vol. 46, no. 3, pp. 367-380.
9. Jimenez E., Claro J., de Sousa J. P. (2014) The airport business in a competitive environment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, vol. 111, pp. 947-954.
10. Ofitsiyni sait Derzhavnoi aviatsiinoi sluzhby Ukrainy [Official Site of the State Aviation Service of Ukraine]. Available at: <https://avia.gov.ua/pro-nas/statistika/periodychna-informatsiya/> (accessed 20 December 2019).

Ненно И. М.

Гринченко Ю. Л.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА СОЗДАНИЕ ДОБАВЛЕННОЙ ЦЕННОСТИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Резюме

В статье рассмотрены методические подходы к созданию добавочной ценности для потребителей услуг авиационной отрасли. Определены ключевые аспекты деятельности аэропорта, а именно аспекты финансовой эффективности в виде достижения целевых значений показателей рентабельности, аспекты производственной эффективности в виде показателей деятельности в расчёте на единицу активов, аспекты эффективного управления затратами в виде обеспечения целевого уровня затрат на одного пассажира и аспекты качества услуг в виде удовлетворения потребностей потребителя при пользовании услугами аэропорта, в контексте вклада каждого вида деятельности в создание клиентской ценности. Очерчены ключевые переменные, которые характеризуют эти виды деятельности, и обосновано использование бенчмаркинга в качестве методической основы исследования. Обоснована концепция создания ценности в условиях институционального дизайна регулирования авиационной отрасли. Исследованы наилучшие практики структурного объединения для создания клиентской ценности по производственной, затратной, финансовой и сервисной составляющих.

Ключевые слова: интеграция, управление, корпоративные структуры, потребитель, добавленная ценность, клиентская ценность, авиационная отрасль, аэропорт.

Nyenko Iryna
Hrinchenko Yuriy
 Odesa I. I. Mechnikov National University

FORMING OF INTEGRATED CORPORATE STRUCTURES ORIENTED TO CUSTOMER ADDED VALUE CREATION

Summary

The article describes the methodological approaches to the consumer value creation process within the aviation industry. The key aspects of airport activity were defined in a context of each type of activity contribution to a consumer value creation process. These aspects include financial performance regarded as achieving the target levels of profitability, operational effectiveness measured by output figures per a unit of assets, cost efficiency measured as costs per a passenger and quality of services assessed by a passenger experience of using all range of airport services. The article identifies the key variables, which shape these types of activity, and justifies the implication of benchmarking as a methodological ground for the research. These variables include diversification possibilities, amortization expenses ratio to total expenses amount, return on equity, operational profit, output figures per an employee and a capital both in service and maintenance areas, revenue and cost ratios per a flight and passenger or airport unit, a survey of passenger satisfaction while using main airport facilities. The concept of value creation under conditions of institutional design for aviation industry regulation process was proposed. According to the matrix B2B relations within an industry plotting systematic vs periodical relationships and financial vs intellectual capital four institutional designs for airport-stakeholder partnership appear: the most-preferred regime deal, a joint-venture, a strategic alliance and a consortium. The research focuses on the best practices of structural integration for the goals of consumer value creation within production, cost, finance and service components. The corporate structures built along a value chain increase the consumer value received by a customer, boosting the industry performance. The most appropriate corporate structures for this purpose as the research reveals are alliances and consortiums. These types of corporate structures build institutional design of an industry oriented towards consumer needs and consumer value creation.

Keywords: integration, management, corporate structures, customer, value added, clients value, aviation industry, airport.

УДК 001:62-057.4(477):331.2]:303.7](045)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-10>

Ніколенко С. С.

Київський інститут бізнесу і технологій

Белов О. В.

Полтавський університет економіки і торгівлі

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РІВНЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ КАДРІВ У РОЗРІЗІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Актуальність проблем розвитку науково-технічного потенціалу полягає у неможливості виходу з кризового стану економіки України без активного використання її науково-технічного та інноваційного складників. Розглянуто показник «прискорення» розвитку. Визначено його економічний зміст та особливості розрахунку. Рекомендовано використання його для аналізу динаміки рівня оплати праці науково-технічних кадрів у розрізі регіонів України. Виявлено негативні тенденції динаміки рівня оплати праці в довгостроковому періоді і різнопланові тенденції в короткостроковому періоді. Встановлено відмінності в характері динаміки рівня оплати праці науково-технічних працівників у короткостроковому і довгостроковому періодах. Запропоновано заходи щодо поліпшення ситуації. Зазначено перспективні напрями подальших досліджень на основі запропонованого авторського підходу.

Ключові слова: науково-технічний розвиток, фінансування науки, науково-дослідна робота, рівень оплати, науково-технічні кадри, регіони України, метод аналізу швидкості-прискорення.

Постановка проблеми. Вихід економіки з кризового стану можливий за активного задіяння і реалізації власного науково-технічного потенціалу. Ефективність роботи вчених певною мірою визначається рівнем оплати їхньої праці. Явища, котрі спостерігаються в науково-технічному секторі України, також мають кризовий характер. Отже, вирішення проблеми забезпечення високого рівня оплати праці наукової праці є одним із важливих чинників підвищення ефективності реалізації науково-технічного потенціалу країни і, як результат, забезпечення конкурентоспроможної економіки країни у цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування і розвитку науково-тех-

нічного потенціалу приділяли увагу такі вчені, як О. Анчишкин, О. Варшавський, Г. Добров. Серед сучасних публікацій можна виділити дослідження А. Мазура, І. Булкіна та ін. Але питання детального аналізу динаміки основних складників науково-технічного потенціалу потребують дослідження.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження динаміки показника «рівень оплати праці» науково-технічних кадрів, які були задіяні у виконанні науково-дослідних робіт, і виявлення її особливостей, критичних точок, характеристик.

Як основний метод дослідження динаміки чисельності науково-технічних кадрів, які були задіяні у виконанні науково-дослідних робіт,

застосовано авторський метод аналізу швидкості-прискорення, розроблений у попередніх публікаціях [6; 7].

Виклад основного матеріалу. Коротко визначимо сутність розрахунку за методом аналізу швидкості-прискорення, за яким далі проведемо дослідження динаміки кадрового складника науково-технічного потенціалу України: під швидкістю розуміється абсолютний приріст, а під прискоренням – абсолютний приріст абсолютного приросту. Іншими словами, можна сказати, що абсолютний приріст – це чисельне визначення (чисельний розрахунок) першої похідної показника, що досліджується, а прискорення – другої. Важливим етапом в аналізі є співвідношення індикаторів приросту (швидкості зміни показника) та його прискорення. Основні ситуації, що можуть виникати за різних їх значень, та їх економічний зміст наведено в табл. 1.

Так, якщо приймати, що зростання показника, що досліджується, – це позитивна ситуація, а його зменшення – негативна, то отримаємо дві протилежні групи 1 і 4. Якщо показник прискорено збільшується, то регіон, що досліджується, попадає у 1-шу групу, якщо показник прискорено зменшується, – то в 4-ту. Це дві полюсні групи. Між ними знаходяться групи 2 і 3.

У дослідженні приймається, що у разі коли регіон уживає заходів для змін у ситуації, в першу чергу відбувається спочатку зміна знаку прискорення (переходить до другої групи), а вже потім і швидкості розвитку на позитивну (переходить чи повертається до першої групи).

У збірниках «Наука та інновації в Україні» наводяться дані з валових витрат на виконання наукових досліджень і розробок за видами витрат за регіонами по роках, які складаються з: 1) внутрішніх витрат, які, своєю чергою, складаються з внутрішніх поточних витрат, з котрих виділяють окремо витрати на оплату праці та інші поточні витрати, і капітальних витрат, з яких виділяють окремо витрати на устаткування; 2) витрат на наукові дослідження і розробки, виконані співвиконавцями, які відносяться до зовнішніх витрат.

У нашому дослідженні будемо використовувати показник витрат на оплату праці у внутрішніх витратах, оскільки це оплата праці штатних дослідників. Щодо витрат на наукові дослідження і розробки, які виконані співвиконавцями, ці витрати можна вважати, по-перше, як аутсорсингові послуги; по-друге, на даному етапі дослідження неможливо визначити точно, звідки і хто були ці співвиконавці (з яких країн, галузей, регіонів тощо); по-третє, навіть якщо співвиконавцями виступали науковці з інших наукових установ даного регіону, для них ці витрати будуть

додатковим доходом, а не основним, що означає недостатність основного доходу, оскільки їм доводиться виконувати додаткові роботи, які відволікають від основних завдань і досліджень, що зменшує ефективність їхньої роботи взагалі.

Розраховуємо рівень оплати праці науковців відносно середньої заробітної плати по регіонах за формулою:

$$Pon_{ij} = \frac{On_{ij}}{3П_{ij}}, \quad (1)$$

де Pon_{ij} – рівень оплати праці науковців, які виконували НДР у i -му регіоні у j -му році;

On_{ij} – оплата праці науковців, які виконували НДР у i -му регіоні у j -му році;

$3П_{ij}$ – середня заробітна плата у i -му регіоні у j -му році.

Результати розрахунку даного показника та ранжування регіонів у порядку його (рівня) зменшення наведено в табл. 2.

Здійснимо розрахунки за алгоритмом, який складається з таких етапів:

1. Аналіз і ранжування вихідних даних, а саме показника «рівень оплати праці» науковців, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок, за 2004–2017 рр. 2. Розрахунок показників «швидкості» зміни досліджуваного показника і «прискорення» зміни досліджуваного показника у короткостроковому періоді. 3. Групування регіонів за співвідношенням «швидкість/прискорення» за критеріями, що наведені вище у табл. 1, у короткостроковому періоді. 4. Пункти 2–3 для довгострокового періоду. 5. Висновки і пропозиції.

Етап 1. Ранжування регіонів за рівнем розподілу показника «рівень оплати праці» науковців, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок, за 2004–2017 роки проведено в табл. 2. Аналіз даної таблиці дає змогу визначити дві головні тенденції: по-перше, неухильне зменшення рівня оплати праці науковців, які здійснювали НДР протягом усього досліджуваного періоду, зі 136% до 89%, що означає, що праця науковців ціниться все менше і менше в економіці України; по-друге, погіршення ситуації у більшості регіонів: їхня кількість, де цей показник нижче за середню заробітну плату по країні (тобто нижче 100%), зменшилася з 24 регіонів до 5.

Кінцеві результати етапів 2–5 наведено в табл. 3–4, що дає змогу виявити такі тенденції:

1. У довгостроковому періоді переважна більшість регіонів знаходилася у 4-й групі весь досліджуваний період за винятком двох областей. Це означає, що відбуваються процеси зменшення показника рівня оплати праці науково-технічних кадрів як у більшості регіонах України, так і по країні у цілому *прискореними* темпами (авторський курсив). Виняток становлять Дніпропетров-

Таблиця 1

Економічний зміст основних видів співвідношень прискорення та абсолютного приросту досліджуваних показників

№ групи	Значення приросту	Значення прискорення	Співвідношення прискорення та приросту	Економічний зміст
1	$v > 0$	$a > 0$	$a/v > 0$	Прискорення позитивної тенденції показника. Найкраща ситуація для країни.
2	$v < 0$	$a > 0$	$a/v < 0$	Уповільнення негативних змін показника: результат правильного управління використанням потенціалу країни.
3	$v > 0$	$a < 0$	$a/v < 0$	Уповільнення позитивної зміни показника.
4	$v < 0$	$a < 0$	$a/v > 0$	Прискорення негативної зміни показника – необхідно приймати заходи щодо зміни ситуації. Зміни у управлінні повинні бути якісними

Джерело: авторська розробка

Таблиця 2

Динаміка показника «рівень оплати праці» науковців, задіяних у виконанні НДР у 2004–2017 рр.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Україна	134%	130%	123%	122%	125%	121%	122%	113%	113%	112%	109%	107%	94%	89%
Кіровоградська	128%	147%	141%	152%	173%	173%	138%	151%	127%	131%	143%	186%	186%	168%
Дніпропетровська	118%	114%	118%	122%	118%	118%	119%	116%	117%	118%	128%	136%	143%	143%
Запорізька	142%	145%	129%	134%	148%	165%	152%	131%	131%	124%	118%	116%	143%	132%
Київська	111%	114%	116%	112%	116%	121%	126%	143%	137%	107%	104%	106%	118%	111%
Харківська	130%	131%	124%	125%	127%	124%	126%	120%	120%	121%	122%	119%	107%	106%
Миколаївська	134%	135%	121%	118%	122%	103%	90%	108%	97%	156%	105%	107%	104%	82%
Херсонська	112%	108%	111%	115%	121%	107%	109%	126%	106%	112%	102%	87%	77%	76%
Закарпатська	111%	113%	103%	84%	91%	82%	93%	105%	101%	105%	94%	92%	78%	75%
Одеська	109%	107%	107%	110%	112%	106%	103%	104%	103%	105%	97%	87%	65%	74%
Черкаська	115%	117%	107%	99%	109%	94%	80%	81%	89%	93%	81%	82%	79%	72%
Сумська	88%	101%	113%	109%	132%	127%	119%	94%	119%	117%	112%	99%	62%	70%
Вінницька	156%	141%	107%	121%	115%	105%	101%	102%	111%	109%	106%	105%	66%	62%
Львівська	123%	125%	119%	125%	124%	112%	110%	108%	100%	105%	103%	94%	66%	61%
Чернівецька	131%	121%	78%	87%	75%	74%	68%	83%	96%	106%	102%	95%	61%	61%
Тернопільська	111%	162%	133%	123%	115%	108%	112%	115%	108%	102%	99%	96%	55%	59%
м. Київ	93%	88%	83%	80%	82%	80%	84%	79%	80%	76%	72%	68%	58%	55%
Луганська	100%	103%	92%	80%	103%	92%	87%	96%	100%	103%	68%	101%	61%	53%
Чернігівська	151%	151%	130%	135%	150%	149%	120%	109%	100%	128%	76%	80%	59%	53%
Житомирська	137%	139%	124%	120%	132%	112%	109%	121%	114%	121%	104%	88%	67%	52%
Полтавська	138%	132%	134%	120%	117%	105%	101%	109%	113%	107%	96%	80%	51%	51%
Волинська	118%	126%	112%	153%	169%	153%	134%	148%	132%	130%	140%	127%	59%	47%
Івано-Франківська	172%	162%	148%	133%	167%	177%	164%	162%	137%	155%	159%	139%	57%	47%
Донецька	133%	127%	118%	106%	111%	101%	158%	96%	96%	95%	113%	110%	73%	39%
Хмельницька	154%	195%	184%	187%	195%	145%	127%	152%	189%	153%	130%	121%	44%	37%
Рівненська	87%	100%	121%	122%	122%	106%	95%	105%	94%	99%	87%	83%	39%	33%
АР Крим	121%	119%	104%	109%	106%	104%	99%	102%	105%	91%				
м. Севастополь	141%	156%	164%	154%	146%	146%	140%	134%	160%	155%				

Джерело: авторська розробка за [6; 7; 8; 9; 10; 11; 12]

**Групування регіонів за рівнем співвідношення «швидкість/прискорення»
у короткостроковому періоді. Ранжування регіонів за рівнем показника в 2017 р.**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Україна	4	2	1	4	1	4	1	4	4	2	4	2
Одеська	2	1	3	4	2	1	1	3	4	4	4	1
Сумська	1	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	1
Тернопільська	4	2	2	2	1	3	4	4	2	4	4	1
Вінницька	4	1	4	4	2	1	1	4	4	2	4	2
Волинська	4	1	3	4	4	1	4	2	1	4	4	2
Донецька	4	4	1	4	1	4	2	4	1	4	4	2
Житомирська	4	2	1	4	2	1	4	1	4	2	4	2
Закарпатська	4	4	1	4	1	1	4	1	4	2	4	2
Івано-Франківська	4	4	1	3	4	2	4	1	3	4	4	2
Луганська	4	4	1	4	2	1	3	3	4	1	4	2
Львівська	4	1	4	4	2	4	4	1	4	4	4	2
Полтавська	1	4	2	4	2	1	3	4	4	4	4	2
Рівненська	1	3	4	4	2	1	4	1	4	2	4	2
Харківська	4	1	1	4	1	4	2	1	3	4	4	2
Херсонська	1	1	1	4	1	1	4	1	4	4	2	2
Хмельницька	4	1	1	4	2	1	1	4	2	2	4	2
Чернівецька	4	1	4	2	4	1	3	3	4	4	4	2
Чернігівська	4	1	1	4	4	2	2	1	4	1	4	2
м. Київ	4	2	1	4	1	4	1	4	4	4	4	2
Дніпропетровська	1	3	4	2	1	4	1	1	1	3	3	4
Запорізька	4	1	1	1	4	4	2	4	2	2	1	4
Київська	3	4	1	3	1	1	4	4	2	1	1	4
Кіровоградська	4	1	1	3	4	1	4	1	1	1	4	4
Миколаївська	4	2	1	4	2	1	4	1	4	1	4	4
Черкаська	4	2	1	4	2	1	1	3	4	1	4	4
АР Крим	4	1	4	2	4	1	1	4				
м. Севастополь	3	4	2	1	4	2	1	4				

Джерело: авторська розробка

ська і Кіровоградська області, які знаходяться у першій групі і в яких відбувається політика підвищення середньої оплати праці науковців по відношенню до середньої заробітної плати у регіоні. Але ці процеси майже не вплинули за загальну ситуацію в країні, оскільки Україна у цілому весь досліджуваний період знаходилася у 4-ї групі. Тобто певні регіони, незважаючи на загальний негативний тренд у країні, роблять спроби боротися з ним, але це має фрагментарний характер і мало впливає на загальну ситуацію.

2. У короткостроковому періоді картина має більше позитивних рис. Тут треба враховувати, що в короткостроковому періоді розраховані показники прискорення відбивають процеси динаміки за останні три роки. Отже:

2.1. У цілому в Україні спостерігалися певні спроби гальмування негативної тенденції прискореного зменшення показника «рівень оплати праці» науковців, задіяних у виконанні НДР. Так, цей показник більший період часу коливався між 2-ю і 4-ю групами й інколи виходив до 1-ї (один поступовий перехід у 2006–2008 рр. і два різких коливання у 2010 та 2012 рр.), що свідчить про певні позитивні зміни в науково-технічній політиці держави у цих роках, але їх впливу вистачало тільки на деяке призупинення негативної тенденції, і в наступні періоди країна знову переходила до 4-ї групи. На тлі негативної довгострокової тенденції позитивні зміни мають поки що незначний вплив.

2.2. Окремо по регіонах слід зазначити, що в них позитивні зміни зустрічалися частіше, але

на тлі усєї країни ці зміни слабо впливали на загальну ситуацію.

Детальніше розглянемо динаміку у п'яти регіонах, які формували 80% науково-технічного потенціалу України на 2017 р., це м. Київ, Харківська, Дніпропетровська, Львівська, Запорізька області.

2.2.1. У м. Київ у короткостроковому періоді відзначалися деякі позитивні зміни: з 12 років, які досліджуються, він три рази входив до 1-ї групи, але останній раз це було в 2012 р. Можна виділити три цикли спроб поліпшити ситуацію з періодом два роки – 2008, 2010 і 2012 рр. Два останніх відзначалися різким переходом з 4-ї групи до 1-ї, але після 2012 р. регіон попав у 4-ту групу на наступні чотири роки. Певні позитивні рухи намітилися у 2017 р. з переходом до 2-ї групи. Якщо ж урахувати попередні тенденції, то слід очікувати подальшого падіння до 4-ї групи.

2.2.2. Харківська і Львівська області характеризуються близьким характером динаміки досліджуваного показника. Періоди поліпшення чергуються з періодами погіршення динаміки показника. На 2017 р. обидві області вийшли з 4-ї до 2-ї групи, що говорить про деяке призупинення негативної тенденції.

2.2.3. У Дніпропетровській і Запорізькій областях ситуація дещо краща. Можна виділити два цикли періодів плавного виходу з кризового становища з плавним поверненням до нього у Дніпропетровській області в 2006–2010 рр. (перехід 1-3-4-2-1), у 2011–2017 рр. (перехід 4-1-1-1-3-4). На 2017 р. намітилося погіршення ситуації, що

Таблиця 4

Групування регіонів за показниками «швидкість/прискорення» чисельності у довгостроковому періоді. Ранжування регіонів за рівнем показника в 2017 р.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Україна	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Дніпропетровська	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
Кіровоградська	3	1	1	1	3	1	4	3	3	1	1	1
Вінницька	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Волинська	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
Донецька	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
Житомирська	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Закарпатська	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Запорізька	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	3	4
Івано-Франківська	4	4	2	1	2	2	4	4	4	4	4	4
Київська	1	3	1	1	1	1	1	4	4	4	1	4
Луганська	4	4	1	4	4	4	4	3	4	3	4	4
Львівська	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Миколаївська	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4
Одеська	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Полтавська	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Рівненська	1	1	1	1	3	1	3	3	3	4	4	4
Сумська	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	4	4
Тернопільська	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
Харківська	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Херсонська	2	1	1	4	2	1	4	1	4	4	4	4
Хмельницька	3	3	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Черкаська	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Чернівецька	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Чернігівська	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
м. Київ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
АР Крим	4	4	4	4	4	4	4	4				
м. Севастополь	1	3	3	3	4	4	1	3				

Джерело: авторська розробка.

може негативно відобразитися і на довгостроковому тренді. У Запорізькій області спостерігався один плавний перехід у 2013–2016 рр. (перехід 4-2-1), але також регіон у 2017 р. перейшов до 4-ї групи.

Висновки і пропозиції. Отримані результати дають змогу дослідити загальну картину динаміки досліджуваного показника і визначити періоди, в яких відбувалися спроби впливу на нього. Розрахунки дають змогу бачити, що в короткостроковому періоді ці процеси відбувалися в різних регіонах по-різному. У довгостроковому періоді ситуація має критичний характер: зменшення

рівня оплати праці науково-технічних кадрів відбувається протягом усього досліджуваного періоду з негативним прискоренням майже по всіх регіонах країни.

Перспективним, на нашу думку, є дослідження основних складників науково-технічного потенціалу: обсягів фінансування науково-дослідних робіт, основних засобів, науково-технічної інфраструкції, а також порівняння отриманих результатів із динамікою чисельності вчених, задіяних у виконанні НДР, і прийняттям державних управлінських рішень щодо розвитку науково-технічного сектору України.

Список використаних джерел:

1. Анчишкин А.И. Наука – техника – экономика. Москва : Экономика, 1989. 383 с.
2. Варшавский А.Е. Научно-технический прогресс в моделях экономического развития. Москва : Финансы и статистика, 1989. 208 с.
3. Научно-технический потенциал: структура, динамика, эффективность / Г.М. Добров и др. Киев : Наукова думка, 1988. 346 с.
4. Наука Украины. Цифры, факты, проблемы / А.А. Мазур и др. Киев : Институт электросварки им. Е.О. Патона НАН Украины, 2012. 47 с.
5. Булкин И.А. Особенности финансирования НИОКР в Украине за счёт средств организаций государственного сектора. *Проблеми науки*. 2014. № 2.
6. Белов О.В. Показники прискорення в аналізі динаміки складових науково-технічного потенціалу регіону. *Економіка і регіон*. 2004. № 2. С. 58–63.
7. Белов О.В. Показник «прискорення» у аналізі динаміки обсягів фінансування науки в світі. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 9 (2). С. 122–127.
8. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ, 2006. 345 с.
9. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ, 2008. 361 с.
10. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ, 2010. 347 с.

11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2012. 305 с.
12. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2014. 314 с.
13. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2016. 257 с.
14. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2018. 178 с.

References:

1. Anchishkin, A. I. (1989) *Nauka – tekhnika – ekonomika* [Science – technology – economics]. Moscow: Economy. (in Russian)
2. Varshavskiy A. E. (1989). *Nauchno-tekhnicheskii progress v modelyakh ekonomicheskogo razvitiya* [Scientific and technical progress in models of economic development]. Moscow: Finansy i statistika. (in Russian)
3. Dobrov G. M. et al. (1988) *Nauchno-tekhnicheskii potentsial: struktura, dinamika, effektivnost'* [Scientific and technical potential: structure, dynamics, efficiency]. Kyiv: Naukova dumka. (in Russian)
4. Mazur A. A. et al. (2012) *Nauka Ukrainy. Tsifry, fakty, problemy* [Science of Ukraine. Figures, facts and problems]. Kyiv: Electric Welding Institute. E. O. Paton NAS of Ukraine. (in Russian)
5. Bulkin I. A. (2014) *Osobennosti finansirovaniya NIOKR v Ukraine za schet sredstv organizatsiy gosudarstvennogo sektora* [Features of financing NIOKR in Ukraine at the expense of public sector organizations]. *Problems of science*, no. 2.
6. Belov A. V (2004) *Pokaznyky pryskorennja v analizi dynamiky skladovykh naukovo-tekhnichnogho potencialu rehionu* [Indicators of acceleration in the analysis of the dynamics of the components of the scientific and technological potential of the region]. *Economy and region: Bulletin of the Yuri Kondratyuk National Technical University*, no. 2, pp. 58-63.
7. Belov A. V. (2015) *Pokaznyk «pryskorennja» u analizi dynamiky obsjaghiv finansuvannja nauky v sviti* [An indicator of «acceleration» in the analysis of the dynamics of funding for science in the world]. *Bulletin of Dnipropetrovsk University. Economy series*, vol. 9 (2), pp. 122-127.
8. State Statistics Committee of Ukraine (2006) *Naukova ta innovacijna dijalnistj v Ukraini* [Scientific and innovative activity in Ukraine], Kyiv
9. State Statistics Committee of Ukraine (2008) *Naukova ta innovacijna dijalnistj v Ukraini* [Scientific and innovative activity in Ukraine], Kyiv
10. State Statistics Committee of Ukraine (2010) *Naukova ta innovacijna dijalnistj v Ukraini* [Scientific and innovative activity in Ukraine], Kyiv
11. State Statistics Service of Ukraine (2012) *Naukova ta innovacijna dijalnistj v Ukraini* [Scientific and innovative activity in Ukraine], Kyiv
12. State Statistics Service of Ukraine (2014) *Naukova ta innovacijna dijalnistj v Ukraini* [Scientific and innovative activity in Ukraine], Kyiv
13. State Statistics Service of Ukraine (2016) *Naukova ta innovacijna dijalnistj v Ukraini* [Scientific and innovative activity in Ukraine], Kyiv
14. State Statistics Service of Ukraine (2018) *Naukova ta innovacijna dijalnistj v Ukraini* [Scientific and innovative activity in Ukraine], Kyiv

Николенко С. С.

Київський інститут бізнеса і технологій

Белов А. В.

Полтавський університет економіки і торгівлі

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ УРОВНЯ ОПЛАТЫ ТРУДА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ КАДРОВ В РАЗРЕЗЕ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

Резюме

Актуальность проблем развития научно-технического потенциала заключается в невозможности выхода из кризисного состояния экономики Украины без активного использования ее научно-технической и инновационной составляющих. Рассмотрены коэффициенты «скорости» и «ускорения» исследуемого показателя. Определены их экономическое содержание и особенности расчета. Рекомендовано использование их для анализа динамики уровня оплаты труда научно-технических кадров в разрезе регионов Украины. Выявлены негативные тенденции динамики уровня оплаты труда в долгосрочном периоде и разноплановые тенденции в краткосрочном периоде. Установлены различия в характере динамики уровня оплаты труда научно-технических работников в краткосрочном и долгосрочном периодах. Определены перспективные направления дальнейших исследований.

Ключевые слова: научно-техническое развитие, финансирование науки, НИОКР, научно-исследовательская работа, уровень оплаты, научно-технические кадры, регионы Украины, метод анализа скорости-ускорения.

Nikolenko Sergey

Kyiv Institute of Business and Technology

Belov Alexandr

Poltava University of Economics and Trade

**THE SALARY LEVEL DYNAMICS OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL STAFF
IN THE CONTEXT OF UKRAINES REGIONS****Summary**

The impossibility of overcoming the crisis state of the Ukrainian economy without the active using of its scientific, technical and innovative components is the urgency of the problems of developing scientific and technological potential. In the Ukraine scientific and technical sector, there are negative trends in the reduction of research and development personnel, a decrease in its funding, and significant depreciation of the material and technical component. The role of science is perceived only in the framework of an addition to the country's cultural sphere in the official document «Sustainable Development Strategy» Ukraine-2020 «, – which means a lack of understanding of the significance of research and development for the long-term development in the country at the state level of government. One of the very important factors in this situation is the level scientific employees' salary, the study of the dynamics of which is the purpose of this article. The coefficients of «speed» and «acceleration» of the studied indicator are considered. Its economic content and features of calculation are defined. A method for calculating the indicator of the level of salary of researchers in the Ukraine regions is proposed taking into account the peculiarities of national statistics. It is proposed to use the author's method of “speed” and “acceleration” coefficients for analyzing the level of researchers' salary in dynamics by regions of Ukraine for fourteen years from 2004 to 2017. A grouping of regions was carried out depending on the value of the correlation of indicators of the changes speed and acceleration of the level scientific employees' salary in Ukraine research and development for each year which was analyzed. Negative trends in the dynamics of the level of salary in the long periods are revealed. The differences in the nature of the dynamics of the level of salary of research and development workers in the short term are established. The measures to improve the situation are proposed. Promising areas for further research on the basis of the proposed author's approach are identified.

Keywords: scientific and technological development, the funding of science, R&D, salary level, scientific and technical staff, Ukraine regions, speed-acceleration analysis method.

УДК 338:242

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-11>**Письменна У. Є.**

ДУ «Інститут економіки та прогнозування Національної академії наук України»;

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Трипольська Г. С.

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

ЕЛІМІНАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БІДНОСТІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕНЕРГЕТИЧНУ СТАЛІСТЬ

Досліджено питання енергетичної бідності в Україні та світі, розкрито фактори (висока вартість енергоресурсів, низькі доходи та низька енергоефективність), найбільш вагомий підфактор (низька доступність енергії) та наслідки цього явища для економічної та соціальної сфери, виокремлено основні підходи до її елімінації. Досліджено двоякий вплив на сталість економіки заходів із подолання енергетичної бідності (парадокс впливу елімінації енергетичної бідності на енергетичну сталість). Вироблено основні заходи енергетичної політики у площині енергоефективності, зменшення споживання викопних палив та розширення використання інноваційних технологій, що мають бути розмежовані із заходами соціальної політики, спрямовані на елімінацію енергетичної бідності в Україні, та які разом із цим не впливатимуть негативно на загальний рівень енергетичної сталості.

Ключові слова: енергетична бідність, енергетична сталість, енергоресурси, енергоефективність.

Постановка проблеми. З 2009 р. подолання енергетичної бідності визнано частиною енергетичної політики, а в 2016 р. – включено до IV Енергетичного пакету «Чиста енергія для всіх європейців». Доступ до надійної, доступної, стабільної та сучасної енергетики названий ООН серед основ сталого розвитку. Всесвітня енергетична рада визначає енергетичну доступність одним із трьох складників трилемми енергетичної сталості.

Енергетична бідність має вплив на найуразливіші категорії населення: літніх людей, дітей, неповні сім'ї, людей з обмеженими можливостями та хронічними захворюваннями. Лише в країнах

ЄС близько 57 млн осіб позбавлені можливості забезпечити відповідне опалення своїх помешкань протягом осінньо-зимового періоду, 104 млн осіб – забезпечити охолодження помешкань протягом спекотного літа. 87 млн осіб мешкають у приміщеннях із неналежними умовами і 52 млн осіб не можуть вчасно сплачувати нарахування за енергетичні послуги. Відповідно до результатів дослідження «Гендерна оцінка та особливості вразливих верств населення в енергетичному секторі України», проведеного у 2019 р. в Україні за сприяння USAID Проекту енергетичної безпеки, домогосподарства, які очолюють жінки, є вразливими під час сплати за житлово-комунальні

послуги. Крім того, «унікальністю» саме України є те, що внаслідок збройного конфлікту на Сході України з'явилися нові форми вразливості, які в тому числі безпосередньо стосуються енергетичної бідності [1] (як у плані обмежених фінансових можливостей для задоволення енергетичних потреб, так і в плані фізичної доступності енергоносіїв).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники визначають поняття енергетичної бідності як «нездатність дозволити собі базові енергетичні послуги, такі як відповідне опалення, кондиціонування, освітлення та живлення, необхідне для роботи пристроїв, спричинену поєднанням низького доходу, високих витрат на енергію та низької енергоефективності домогосподарств» [2]. В Україні всі три чинники представлені повною мірою. Утворюється замкнене коло: для підвищення енергоефективності будівель необхідні фінансові ресурси, які неможливо залучити внаслідок недостатніх доходів.

Інші дослідники визначають енергетичну бідність як поєднання «енергетичної нерівності та позбавлення енергетичних послуг (енергетична депривація)». Причому енергетична нерівність визначається як неоднаковий вплив енергетичної депривації на різні категорії споживачів [3].

IV енергетичний пакет «Чиста енергія для всіх європейців» [4] вимагає від країн – членів співтовариства спочатку визначити найбільш уразливих споживачів, потім розробити перелік критеріїв, за якими можливо оцінювати рівень енергетичної бідності та здійснювати моніторинг кількості споживачів, що потерпають від енергетичної бідності. Також вимагається виробити інструменти, які б запобігали або давали альтернативу відключенням за несплату. Це можуть бути реструктуризація боргу, вдосконалення систем розрахунків за енергоносії, мораторій на відключення, енергетичні аудити, заходи з підвищення енергоефективності.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У політиці Європейського Союзу щодо подолання енергетичної бідності проводиться чітке розмежування між сферами впливу соціальної та енергетичної політики. Хоча енергетична бідність є здебільшого соціальною проблемою, її рішення лежить також і в ринковій площині: лібералізація ринку, можливість вибору постачальника, конкуренція між постачальниками і забезпечення конкурентного рівня цін, ліквідація дефіцитів на ринку, захист прав споживачів.

Під час вирішення проблеми енергетичної бідності у світлі досягнення сталого розвитку виникає малодосліджений парадокс – двоякий вплив на рівень енергетичної сталості. Так, наприклад, збільшення забезпеченості населення побутовим вугіллям за низького ступеня газифікації населених пунктів і низького доступу домогосподарств до низьковуглецевих енергетичних технологій у побуті (теплові насоси, теплоакумуючі пристрої тощо) призводить до зростання впливу на навколишнє середовище, а забезпечення населення природним газом за зниженою ціною за недостатніх обсягів власного видобутку в країні – до необхідності імпорту цього енергоресурсу, а це знижує рівень забезпеченості власними енергоресурсами та, як наслідок, рівень енергетичної безпеки. Отже, впливаючи на один складник енергетичної сталості (доступність), чиниться одночасний вплив і на два інші (енергетична безпека, екологічність) як у бік підвищення сталості, так і у зворотний бік.

Постановка завдання. Головною метою цієї роботи є дослідження основних шляхів подолання енергетичної сталості в Україні і світі, парадоксу їхнього двоякого впливу на рівень енергетичної сталості, вироблення заходів енергетичної політики з елімінації енергетичної бідності, які б позитивно впливали на загальний рівень енергетичної сталості в Україні.

Виклад основного матеріалу. Висока вартість енергоресурсів, низькі доходи та низька енергоефективність – це три основні причини енергетичної бідності. Перші два фактори у поєднанні формують підфактор – низьку доступність енергії (оцінюється рівнем доходів та вартістю енергії), другий і третій – неналежні житлові умови (оцінюється станом житлової політики та характеристиками будівель), перший і третій – неефективну енергоспоживчу поведінку (оцінюється за типом енергоспоживання, типом системи опалення, рівнем енергоспоживання на особу або домогосподарство). Вказані три підфактори у своєму поєднанні й створюють енергетичну бідність. Своєю чергою, головним чинником низьких доходів вважається економічна криза, що випливає з політики жорсткої економії, в поєднанні з нестабільністю ринку праці. Разом із цим споживачі з низькими доходами не повністю тотожні енергетично бідним споживачам. Хоча низькі доходи визнано однією з головних причин енергетичної бідності, існує значний прошарок енергетично бідних споживачів, при цьому не бідних за доходами [5]. Також наявні бідні за доходами споживачі, не бідні енергетично. У першому випадку – це споживачі з неефективними системами опалення, освітлення, низькоенергоефективним житлом, неефективною енергоспоживчою поведінкою, низькою доступністю та низькою диверсифікованістю джерел енергії, які при цьому не є малозабезпеченими. У другому випадку – це споживачі з низькими доходами, проте забезпечені енергією низької вартості, або власники високоенергоефективних помешкань і пристроїв, що споживають енергію.

В енергетичному законодавстві ЄС питання енергетичної бідності в площині її трьох факторів та трьох підфакторів охоплюється чотирма документами. Це директиви: «Про енергоефективність у будівлях» (зобов'язання щодо здійснення заходів із подолання енергетичної бідності), «Про енергоефективність» (зобов'язання спрямовувати частину заощаджень на захист уразливих споживачів), «Про розвиток відновлювальної енергетики» (місце і роль споживачів, які одночасно виробляють енергію – просьюмерів) та «Про управління регулюванням» (рекомендація державам – членам ЄС визначити національні цілі з подолання енергетичної бідності).

Дефіцит економічної доступності енергетичних ресурсів і послуг та наростання енергетичної бідності може бути чинником соціоекономічних енергетичних трансформацій різного ступеня сталості. Іншими словами, такі трансформації можуть у результаті як підвищувати, так і знижувати загальний рівень енергетичної сталості, оскільки паралельно зі збільшенням енергетичної доступності може знижуватися рівень енергетичної безпеки та наростати екологічний відбиток.

Так, наприклад, збільшення забезпеченості населення побутовим вугіллям за низького ступеня газифікації населених пунктів і низького доступу домогосподарств до низьковуглецевих енергетичних технологій у побуті (теплові насоси, теплоакумуючі пристрої тощо) призводить до

зростання впливу на навколишнє середовище, а забезпечення населення природним газом за зниженою ціною за недостатніх обсягів власного видобутку в країні – до необхідності імпорту цього енергоресурсу, а це знижує рівень забезпеченості власними енергоресурсами та, як наслідок, рівень енергетичної безпеки.

Тому деякими дослідниками енергетична бідність визначається як дефіцит відповідних сучасних енергетичних технологій «для задоволення базових потреб у приготуванні їжі, обігріві, освітленні, а також потреб в енергії для виробництва, послуг, освіти, охорони здоров'я та генерації прибутку» [6].

В Україні енергетичну бідність офіційна статистика відслідковує недостатньо та не повною мірою. Крім того, дане поняття не закріплене в правовому полі, проте наявне поняття «вразливі споживачі» – зокрема, це побутові споживачі, яким частково можуть відшкодуватися витрати на оплату спожитої енергії та які захищені від відключення послуги у певні періоди [7]. Відсутність поняття в правовому полі означає неможливість цілеспрямованої роботи органів державної влади в напрямі подолання енергетичної бідності. У Національній доповіді «Цілі Сталого розвитку: Україна» (2017 р.) до критеріїв бідності включені такі критерії, як «відсутність нормального житла, їжі, одягу, можливості здобувати освіту та лікуватися» [8].

У цій статті під поняттям «енергетична бідність» ми маємо на увазі відсутність фінансової можливості забезпечити базові потреби в енергоносіях (наприклад, забезпечення комфортної температури помешкання). Таке визначення співпадає зі сприйняттям ознак бідності в опитуванні домогосподарств, проведеним Держстатом України у жовтні 2017 р. Опитані вважають ознакою бідності та економічною депривацією відсутність можливості «підтримувати достатньо теплу температуру у своєму житлі (придбати паливо, обігрівач тощо) протягом опалювального сезону». Про «недостатність коштів для своєчасної та в повному обсязі оплати рахунків за житло та необхідні послуги з його утримання» заявили 25% респондентів (порівняно з 20% у 2015 р.). Попри те, що за іншими

показниками поширення проявів позбавлень у 2017 р. зменшилося, саме в частині послуг з утримання житла ситуація погіршилася. Через нижчі доходи у селах третині сільських мешканців було складно «підтримувати достатньо теплу температуру у своєму житлі (придбати паливо, обігрівач тощо) протягом опалювального сезону» порівняно з 22% жителів міст [9]. Це повною мірою відповідає тенденції збільшення масштабів бідності зі зменшенням розміру населеного пункту [8].

Одним із показників, що непрямо вказує на енергетичну бідність, є показник заборгованості за житлово-комунальні послуги. Цей критерій відноситься до немонетарних критеріїв бідності та є однією з однак депривації відповідно до методології Європейського Союзу, що знайшла своє відображення у чинній в Україні Методиці комплексної оцінки бідності (2017 р.) [10]. Незначна частка боржників може не сплачувати рахунки внаслідок причин, що прямо не пов'язані з бідністю (некоректні нарахування, ідейні міркування тощо). На початок 2015 р. рівень оплати за житлово-комунальні послуги становив 95,45%, а на початок 2017 р. – 72,6% [11]. Дані Держстату України на основі вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України вказують на те, що протягом останніх двох років зростають як витрати на оплату житлово-комунальних послуг, так і частка цих витрат у структурі витрат (рис. 1). За дев'ять місяців 2016 р. у структурі сукупних витрат домогосподарств на оплату за житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива припадало 14,1% витрат. У першому півріччі 2018 р. – 16,2%, у першому півріччі 2019 р. – 15,8%. При цьому, відповідно до чинних нормативів, підставою для призначення субсидії є витрачання на житлово-комунальні послуги понад 15% від середньомісячного сукупного доходу домогосподарства (базова норма плати за житлово-комунальні послуги).

Структура субсидій в Україні створена так, що практично всі домогосподарства (а не лише найбідніші) є «вразливими» під час оплати житлово-комунальних послуг. Так, у структурі витрат домогосподарств, що за рівнем середньодушових еквівалентних загальних доходів у місяць вхо-

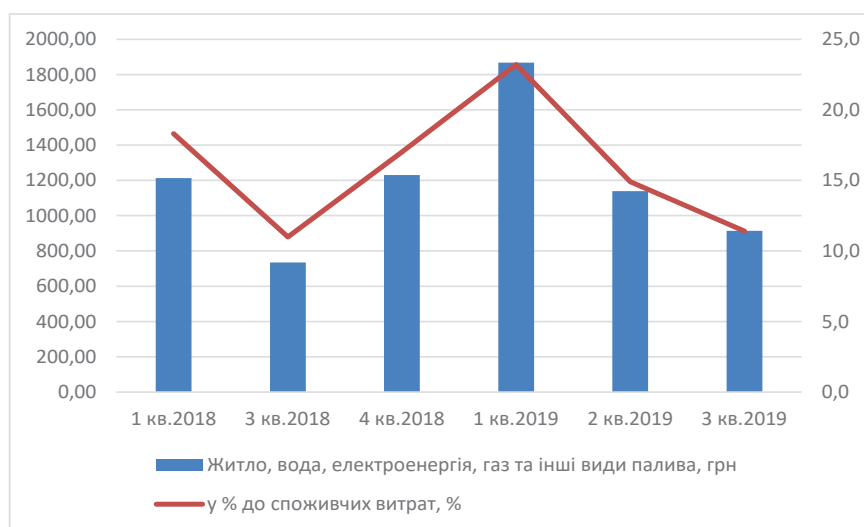


Рис. 1. Витрати на оплату за житло, воду, електроенергію та інші види палива в Україні у 2018–2019 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі [9]

¹ За даними «Витрати і ресурси домогосподарств України (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств)»

дять до складу групи нижче фактичного прожиткового мінімуму (3 233,33 грн), витрати на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива становили понад 18% як у першому півріччі 2018 р., так і в другому півріччі 2019 р. Для всіх домогосподарств (тобто в середньому) витрати на цю статтю становили понад 17% за аналогічний період¹. Для порівняння: у країнах ЄС ці витрати не мають перевищувати 10% [12].

За даними вибіркового обстеження домогосподарств 2017 р., респонденти відзначили наявні складності оплачувати за житлово-комунальні послуги для значної частини населення (рис. 2). У розрізі областей про недостатність коштів для оплати за житло найбільше свідчили мешканці Чернігівської, Закарпатської, Івано-Франківської, Черкаської та Сумської областей. Так, на рис. 2 зображено, що про недостатність коштів для оплати за житло свідчили до 68% опитаних [9].

У структурі грошових витрат домогосподарств за регіонами найбільша частка витрат на житлово-комунальні послуги припадає на Харківську, Одеську області та м. Київ (рис. 3).

Зважаючи на несприятливі геополітичні події, значну залежність від імпортованого природного газу, Україною було взято курс на заміщення використовуваного газу іншими енергоносіями. Для цього ухвалено закон [13], яким передбачено встановлення тарифів на тепло для населення та бюджетної сфери, отримане з використанням ВДЕ, на рівні 90% тарифу на тепло, отримане з використанням природного газу. Цей закон забезпечує «економічний» складник та робить ВДЕ привабливими для облenerго. Наявність тарифів на рівні 90% від тарифу на газ робить більш прийнятними терміни окупності проєктів – у середньому близько шести років. За даними розробників, закон дасть змогу щорічно економити не менше 600 млн дол. США, замінити близько 3 млрд м³ природного газу на рік. На початку вересня 2017 р. Кабінетом Міністрів було затверджено розроблений Держенергоефективності порядок розрахунку середньозваженого тарифу на тепло з природного газу, що необхідно для встановлення стимулюючих тарифів на тепло з відновлюваних джерел енергії [14]. Тож уже наприкінці вересня 2017 р. Держенергоефективності розмістило інформацію про середньозважені тарифи на тепло з природного газу для потреб населення, державних установ та організацій [15]. Субститутами природного газу є біомаса (дрова), вугілля та торф. У побутовому секторі використання природного газу зменши-

лося, а використання вугілля та торфу незначно зросло у 2015–2016 рр. порівняно з 2014 р., а у 2017–2018 рр. зменшилося до рівня 2014 р. Споживання біомаси у 2018 р. зросло у 1,8 рази порівняно з 2014 р. (рис. 4).

З 2013 р. зменшується кінцеве енергоспоживання домогосподарствами. Структуру споживання палива для опалення житлових приміщень наведено на рис. 5.

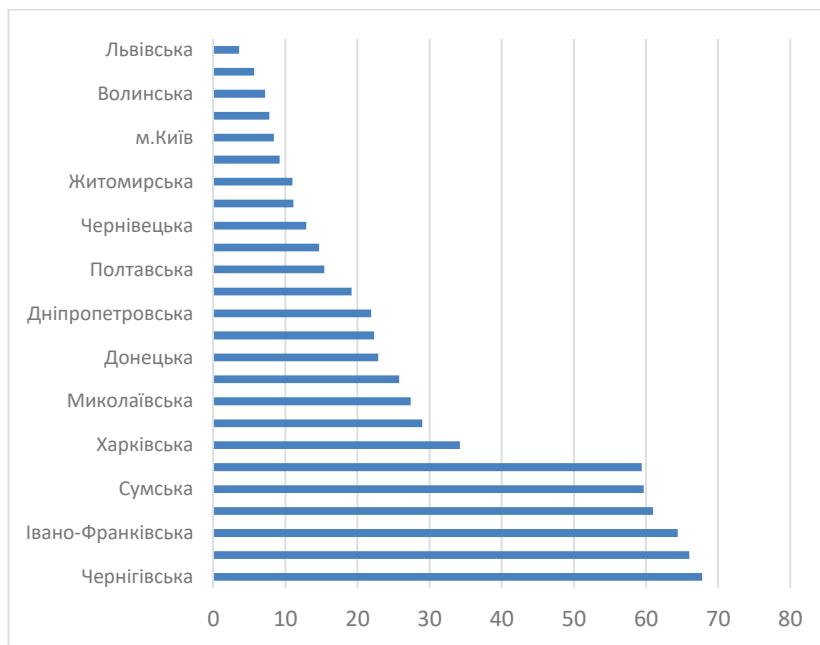


Рис. 2. Недостатність коштів для своєчасної та в повному обсязі оплати рахунків за житло та необхідні послуги з його утримання або оплати газу для приготування їжі станом на жовтень 2017 р., % осіб
Джерело: сформовано авторами на основі [9]

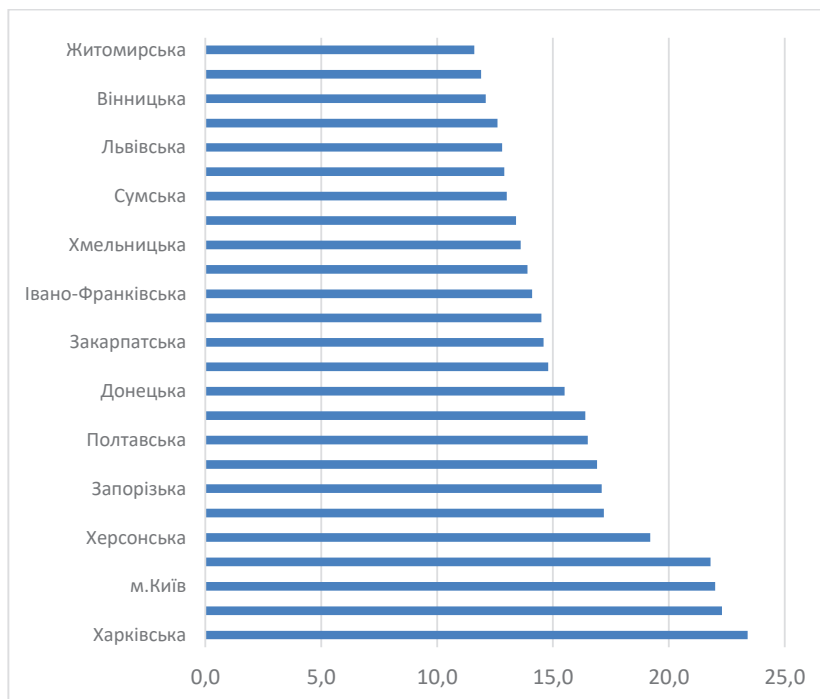


Рис. 3. Витрати на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива у структурі грошових витрат домогосподарств за регіонами у I кв. 2018 р., %

Джерело: сформовано авторами на основі [9]

Протягом 2015–2018 рр. використання природного газу для опалення приміщень незначно зменшилося: у 2016 р. було спожито 10,6 млн т н. е., а в 2018 р. – 9,5 млн т н. е. природного газу. За цей період у відносних числах використання твердого палива (вугілля, торфу) залишилося незмінним (94%), проте в абсолютних числах зменшилося через загальне зменшення енергоспоживання домогосподарствами. Так, у 2016 р. було спожито 16,6 млн т н. е. вугілля та торфу, а в 2018 р. – 15,2 млн т у. п. Використання електроенергії саме для обігріву приміщень значно зросло: у 2016 р. було спожито 369 тис т н. е. електроенергії, а в 2018 р. – уже 859 тис т н. е. Опалення будинків електроенергією є більш простим у побуті, ніж, наприклад, використання біомаси чи торфу. Проте значна частина електроенергії в Україні виробляється на вугільних ТЕС, тож використання електроенергії для опалення не є таким же дружнім для довкілля та сталим, як, скажімо, використання теплових насосів, теплоакumuлюючих пристроїв чи теплоносіїв із

використанням енергії довкілля. Зростання біомаси саме для опалення житлових приміщень узагалі зменшилося: у 2016 р. було використано 17,1 млн т н. е. порівняно з 15,7 млн т н. е. у 2018 р.

У країнах, що розвиваються, економічна політика переважно спрямована на досягнення максимального макроекономічного зростання. Наслідком цього є розвиток енергетики у бік крупнопотужних електростанцій та енергетичної інфраструктури для забезпечення потреб в енергії крупних промислових об'єктів та/або для експорту електроенергії та інших енергоресурсів до інших країн. Нехтування потребами в енергії для внутрішнього споживання побутових, непромислових і малих промислових споживачів призводить до нарощення енергетичної бідності. Натомість оптимізація локальних енергетичних балансів шляхом інвестицій в об'єкти середньої та малої енергетики, залучення відновлювальних джерел енергії для локальних потреб, навпаки, применшує її рівень. Це підтверджує міжнародний досвід. Так, відповідно до Всесвітнього індексу багатомірної бідності – 2019 [16], зниження показників багатомірної бідності у Перу відбулося, серед інших причин, саме завдяки впровадженню відновлюваних джерел енергії. Всесвітній індекс багатомірної бідності складається з багатьох елементів, одним з яких є «стандарт життя». Цікаво відзначити, що цей елемент включає такі фактори, як види енергоносіїв для приготування їжі, а також доступ до електроенергії. Якщо домогосподарство для приготування їжі використовує гній, деревину, торф чи вугілля або не має доступу до електроенергії, то це одна з ознак багатомірної бідності.

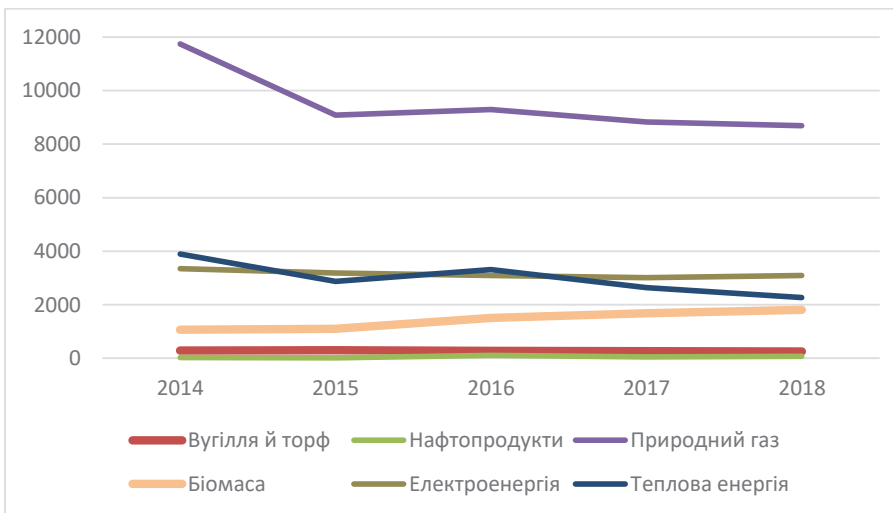


Рис. 4. Постачання та споживання енергії побутовим сектором у 2014–2018 рр., тис т н. е.

Джерело: сформовано авторами на основі даних Державної служби статистики України

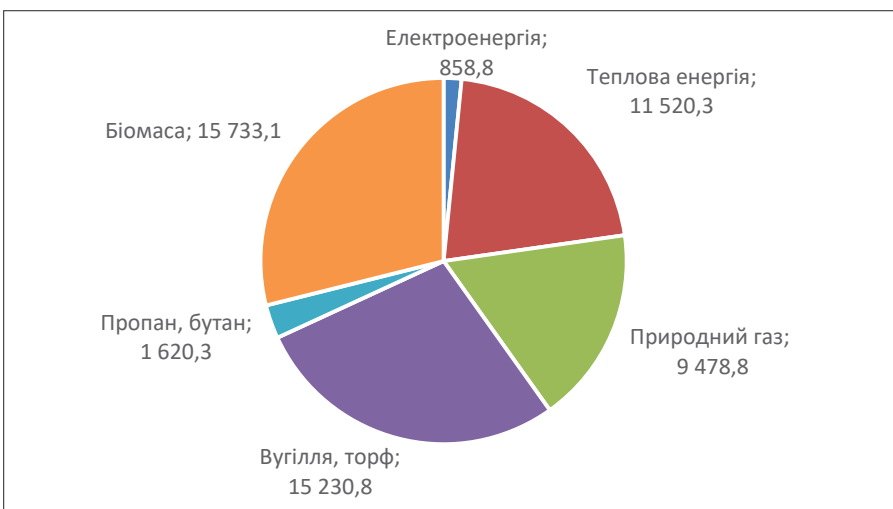


Рис. 5. Структура споживання палива домогосподарствами для опалення житлових приміщень у 2018 р., тис т н. е.

Джерело: сформовано авторами на основі даних Державної служби статистики України

виробляється на вугільних ТЕС, тож використання електроенергії для опалення не є таким же дружнім для довкілля та сталим, як, скажімо, використання теплових насосів, теплоакumuлюючих пристроїв чи теплоносіїв із використанням енергії довкілля. Зростання біомаси саме для опалення житлових приміщень узагалі зменшилося: у 2016 р. було використано 17,1 млн т н. е. порівняно з 15,7 млн т н. е. у 2018 р.

Висновки і пропозиції. Проблема енергетичної бідності є багатомірною. Для її подолання немає єдиного рецепту. Разом із поступовим підвищенням добробуту громадян (що лежить поза межами даного дослідження) необхідна низка кроків, зокрема:

- уведення у правове поле поняття «енергетична бідність», визначення критеріїв та методик її відслідковування, збору та оприлюднення відповідних даних;
- подальше підвищення енергоефективності наявного житлового фонду. Цей напрям у лютому 2020 р. прем'єр-міністром України О. Гончаруком названо одним із пріоритетних завдань уряду на 2020 р.;
- оцінка результативності заходів енергоефектив-

ності (яка б включала не лише параметри модернізованих будівель, такі як метраж);
– перехід від споживання викопних видів палива (вугілля, торфу) до інноваційних технологій (наприклад, теплових насосів, пристроїв акумулювання тепла, сонячних колекторів), позитивно впливаючи на такі критерії енерге-

тичної сталості, як екологічний показник енергозабезпеченості.

Разом із цим необхідно враховувати, що, впливаючи на один складник енергетичної сталості (доступність), можна впливати на два інші (енергетична безпека, екологічність) як у бік підвищення сталості, так і у зворотний бік.

Список використаних джерел:

1. Гендерна оцінка та особливості вразливих верств населення в енергетичному секторі. Проект енергетичної безпеки. USAID, 2019.
2. Steve Pye, Audrey Dobbins et al. Energy poverty and vulnerable consumers in the energy sector across the EU: analysis of policies and measures URL : https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/INSIGHT_E_Energy%20Poverty%20-%20Main%20Report_FINAL.pdf (дата звернення: 10.12.2020).
3. Ute Dubois, Helena Meier. Energy affordability and energy inequality in Europe: Implications for policymaking. *Energy Research & Social Science*. 2016. Vol. 18. P. 21–35.
4. Clean energy for all Europeans. URL : <https://ec.europa.eu/energy/en/topics/energy-strategy-and-energy-union/clean-energy-all-europeans> (дата звернення: 12.12.2020).
5. Sian Jones Social causes and consequences of energy poverty. Energy poverty handbook. URL : <https://www.eapn.eu/launch-of-energy-poverty-handbook-in-european-parliament/>.
6. Joseph Ayoola Omojolaibi. Reducing Energy Poverty in Africa: Barriers and the Way Forward / International Association for Energy Economics, 2014.
7. Закон України «Про ринок електричної енергії» від 13 квітня 2017 р. № 2019-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19/print> (дата звернення: 12.12.2020).
8. Національна доповідь «Цілі Сталого розвитку: Україна» (2017). URL : http://www.un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf (дата звернення: 10.12.2020).
9. Самооцінка домогосподарствами доступності окремих товарів та послуг за 2017 рік. *Державна служба статистики*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.12.2020).
10. Про затвердження Методики комплексної оцінки бідності : Наказ Міністерства соціальної політики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Міністерства фінансів України, Державної служби статистики України, Національної академії наук України від 18.05.2017 № 827/403/507/113/232. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0728-17> (дата звернення: 21.12.2020).
11. Завгородня С.П. Пріоритетні напрями подолання енергетичної бідності в Україні. *Стратегічна панорама*. 2017. № 2. С. 97–105.
12. Енергетична бідність: проблеми та підходи в ЄС та Україні. 2019. URL : <http://dixigroup.org/publications/energetichna-bidnist-problemi-ta-pidkhodi-v-yes-ta-ukraini/> (дата звернення: 10.12.2020).
13. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про теплопостачання» щодо стимулювання виробництва теплової енергії з альтернативних джерел енергії» від 21 березня 2017 р. № 1959-VIII.
14. Зубко Г. Уряд затвердив порядок стимулюючого тарифоутворення для виробників тепла з альтернативних джерел енергії. URL : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=250247770&cat_id=244276429 (дата звернення: 10.12.2020).
15. Середньозважені тарифи на теплову енергію, вироблену з використанням природного газу, для потреб населення, установ та організацій, що фінансуються з державного чи місцевого бюджету, її транспортування та постачання. 25.09.2017. URL : http://sae.gov.ua/sites/default/files/Tariff_25_09_2017.pdf (дата звернення: 10.12.2020).
16. The 2019 Global Multidimensional Poverty Index (MPI) URL : <http://hdr.undp.org/en/2019-MPI> (дата звернення: 10.12.2020).

References:

1. Gender Evaluation and Peculiarities of Vulnerable Social Groups in Energy Sector. USAID Project of Energy Security, 2019.
2. Steve Pye, Audrey Dobbins et al. Energy poverty and vulnerable consumers in the energy sector across the EU: analysis of policies and measures URL: https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/INSIGHT_E_Energy%20Poverty%20-%20Main%20Report_FINAL.pdf (accessed 10 December 2020).
3. Ute Dubois, Helena Meier. Energy affordability and energy inequality in Europe: Implications for policymaking. *Energy Research & Social Science*. Volume 18, August 2016, PP. 21-35.
4. Clean energy for all Europeans. URL: <https://ec.europa.eu/energy/en/topics/energy-strategy-and-energy-union/clean-energy-all-europeans> (accessed 12 December 2020).
5. Sian Jones Social causes and consequences of energy poverty. Energy poverty handbook. URL: <https://www.eapn.eu/launch-of-energy-poverty-handbook-in-european-parliament/> (accessed 12 December 2020).
6. Joseph Ayoola Omojolaibi. Reducing Energy Poverty in Africa: Barriers and the Way Forward / International Association for Energy Economics, 2014.
7. The Law of Ukraine “On the Electric Energy Market of Ukraine” from 13.04.2017 № 2019-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19/print> (accessed 12 December 2020).
8. National Report “The Sustainable Development Targets: Ukraine” (2017) URL: http://www.un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf (accessed 10 December 2020).
9. The self-evaluation of households of affordability of selected goods and services in 2017. State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 10 December 2020).
10. Pro zatverdzhennya Metodyky kompleksnoyi otsinky bidnosti: nakaz Ministerstva sotsial'noyi polityky Ukrainy, Ministerstva ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy, Ministerstva finansiv Ukrainy, Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrainy, Natsional'noyi akademiyi nauk Ukrainy [On Approval of the Methodology of Integrated Poverty Assessment: Order of the Ministry of Social Policy of Ukraine, Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine, Ministry of Finance of Ukraine, State Statistics Service of Ukraine, National Academy of Sciences of Ukraine] 18.05.2017 № 827/403/507/113/232 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0728-17> (accessed 21 December 2020).
11. Zavorodnia S. Prorytetni napryamy podolannya enerhetychnoyi bidnosti v Ukraini. [Priority Areas for Overcoming Energy Poverty in Ukraine] / *Stratehichna Panorama* [Strategic Panoram] № 2. 2017. PP. 97-105
12. Enerhetychna bidnist': problemy ta pidkhody v ES ta Ukraini. [Energy poverty: problems and approaches in the EU and Ukraine]. URL: <http://dixigroup.org/publications/energetichna-bidnist-problemi-ta-pidkhodi-v-yes-ta-ukraini/> (accessed 10 December 2020).

13. The Law of Ukraine "On Amendments to the Law of Ukraine "On Heat Supply" on the Promotion of the Production of Heat from Alternative Energy Sources" from 21.03.2017 № 1959-VIII.
14. *Uryad zatverdyv porjadok stymulyuyuchoho taryfuvorennya dlya vyrobnykiv tepla z al'ternatyvnykh dzherel enerhiyi* [Government approves incentive tariff setting for alternative energy producers] (Gennadiy Zubko) 06.09.2017. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=250247770&cat_id=244276429 (accessed 10 December 2020).
15. *Seredn'ozvazheni taryfy na teplovu enerhiyu, vyroblenu z vykorystanniam pryrodnoho hazu, dlya potreb naselennya, ustanov ta orhanizatsiy, shcho finansuyut'sya z derzhavnoho chy mistsevoho byudzhetu, yiyi transportuvannya ta postachannya* [Weighted average tariffs for heat produced using natural gas for the needs of the public, institutions and organizations financed by the state or local budget, its transportation and supply] 25.09.2017. URL: http://saee.gov.ua/sites/default/files/Tariff_25_09_2017.pdf (accessed 10 December 2020).
16. The 2019 Global Multidimensional Poverty Index (MPI) URL: <http://hdr.undp.org/en/2019-MPI> (accessed 10 December 2020).

Письменная У. Е.

ГИ «Институт экономики и прогнозирования Национальной академии наук Украины»;
Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»

Трипольская Г. С.

ГИ «Институт экономики и прогнозирования
Национальной академии наук Украины»

ЭЛИМИНАЦИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕДНОСТИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭНЕРГЕТИЧЕСКУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ

Резюме

Исследован вопрос энергетической бедности в Украине и мире, раскрыты факторы (высокая стоимость энергоресурсов, низкие доходы и низкая энергоэффективность), наиболее весомый подфактор (низкая доступность энергии) и последствия этого явления для экономической и социальной сфер, выделены основные подходы к ее элиминации. Исследовано двоякое влияние на устойчивость экономики мер по преодолению энергетической бедности (парадокс влияния элиминации энергетической бедности на энергетическую устойчивость). Выработаны основные мероприятия энергетической политики в плоскости энергоэффективности, уменьшения потребления ископаемых топлив и расширения использования инновационных технологий, которые должны быть разграничены с мерами социальной политики, направленные на элиминацию энергетической бедности в Украине, и которые вместе с этим не будут влиять негативно на общий уровень энергетической устойчивости.

Ключевые слова: энергетическая бедность, энергетическая устойчивость, энергоресурсы, энергоэффективность.

Pysmenna Uliana

Institute for Economics and Forecasting of the
National Academy of Sciences of Ukraine;
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Trypolska Galyna

Institute for Economics and Forecasting of the
National Academy of Sciences of Ukraine

THE ELIMINATION OF ENERGY POWERTY AND ITS IMPACT ON ENERGY SUSTAINABILITY

Summary

The issues of energy poverty in Ukraine and in the world are investigated, the factors (high cost of energy resources, low incomes and low energy efficiency), the most important sub-factor (low energy availability) and the consequences of this phenomenon for the economic and social sphere are highlighted, the main approaches to its elimination are highlighted. Although low incomes are recognized as one of the main causes of energy poverty, there is a significant interlayer of energy poverty, non-income poverty – there are also low-income, non-energy-poor consumers. The non-income energy poverty revealed itself the huge factor that threatens sustainable consumption and the sustainability of energy systems worldwide. The influence of measures to overcome energy poverty (the paradox of the impact of elimination of energy poverty on energy sustainability) on the sustainability of the economy has been investigated. By influencing one component of energy sustainability (accessibility), it is possible to influence two others (energy security, environmental sustainability) both towards increasing sustainability and backwards, decreasing it. Neglecting energy needs for domestic, non-industrial and small industrial consumer consumption leads to increasing of energy poverty. On the other hand, optimizing local energy balances by investing in medium and small-scale energy facilities, attracting renewable energy for local needs, on the contrary, helps to eliminate it. The transition from the consumption of fossil fuels (coal, peat) to innovative technologies (e.g., heat pumps, heat storage devices, solar collectors) has a positive impact on the environmental sustainability criteria by enhancing the energy efficiency. The main energy policy measures have been elaborated in the field of energy efficiency, enhancing energy innovations and decreasing the consumption of fossil fuels, which should be demarcated with the measures of social policy aimed at eliminating energy poverty in Ukraine. Such policy measures, at the same time, should not affect negatively the overall level of energy sustainability.

Keywords: energy poverty, energy sustainability, energy resources, energy efficiency.

УДК 332.14

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-12>

Поснова Т. В.

Університет державної фіскальної служби України

КРЕАТИВНИЙ КАПІТАЛ ТА НОВА ЕКОНОМІКА МІСТА

Досліджено теоретичні питання впливу креативного капіталу на формування нової економіки міста. На прикладі розвитку таких міст, як Лондон, Берлін, Токіо, Шанхай, Нью-Йорк, Сінгапур, Сеул, Барселона, з'ясовано, що у цих містах креативні індустрії та креативний капітал стали причиною вражаючих змін у соціальній, культурній та економічній сферах. У статті подано визначення креативного капіталу та розглянуто умови його формування. Розглянуто інституційну базу функціонування креативних індустрій та особливості розвитку креативних міст України. Проаналізовано результати досліджень, проведених на основі апробаційної Методології Індексу культурного та креативного потенціалу міст України. Надано пропозиції щодо співпраці бізнесу і держави шляхом створення нових форм їх взаємодії у сфері креативної економіки.

Ключові слова: креативний капітал, креативне місто, креативна економіка, економіка міста.

Постановка проблеми. Традиційно вважається, що економічний добробут країни визначається сприятливим географічним розташуванням на світових торговельних шляхах, наявністю у країни природних ресурсів та розвинутої промисловості. Однак в умовах постіндустріального розвитку на початку ХХІ ст. почала формуватися нова модель суспільно-економічних відносин, в якій однією з перспективних є креативна індустрія, що ґрунтується на використанні креативного капіталу, котрий є генератором інноваційних та соціально-культурних ідей та продуктів, що мають високу економічну цінність. Експерти Давоського форуму відзначають, що креативні індустрії будуть поглинати людей, що вивільняються у результаті переходу на новий роботизований технологічний уклад. Відповідно, на перше місце виходитимуть такі навички працівників, як комплексне вирішення проблем, критичне мислення та креативність.

З одного боку, для формування креативного капіталу необхідне відповідне середовище, а саме поєднання внутрішніх та зовнішніх умов, що є ключовим критерієм для здійснення інноваційної діяльності та головною умовою під час запровадження концепції «креативне місто». З іншого боку, саме креативний капітал сприяє розвитку креативних міст. Креативне місто – це об'єднання в межах міста та регіону творчих здібностей (креативності) людей та співтовариств для формування сприятливого соціального-економічного середовища, адже саме міста нині конкурують між собою за інвестиції, робочі місця та талановитих людей, які створюють нові ідеї та можливості.

Дослідження показали, що креативні індустрії зростають прискореними темпами, приблизно 7,5–8% на рік, тоді як самі економіки зростають зі швидкістю 2,5–3% на рік. За даними Конференції ООН із торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), інтенсивність світової торгівлі креативними товарами за останні 10 років зросла більше ніж у два рази. Товарообіг становить \$600 млрд, а креативні індустрії становлять близько 3% світового ВВП [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Витоки концептів креативного капіталу та креативного міста традиційно відносять до праці Дж. Хоукінса «Креативна економіка», робіт Р. Флоріді «Креативний клас» та «Хто твоє місто? Креативна економіка та вибір місця проживання», праці Р. Кушинга «Креативний капітал, різноманіття та зростання міст» та праці Ч. Лендрі «Креативне місто».

В Україні дослідженнями креативної економіки та розвитку креативних міст займаються такі науковці, як С. Давимука, Ю. Трач, І. Радіонова, О. Чуль, Л. Федулова, А. Шевцова та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні в Україні практично відсутні наукові теоретичні розробки у напрямі взаємозв'язку креативного людського капіталу та розвитку креативних міст.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є з'ясування прямих і зворотних зв'язків у взаємодії креативного капіталу та креативного міста й формування на основі цього нової економіки міста.

Виклад основного матеріалу. Креативний капітал та креативні індустрії є невід'ємними складниками стійкого, безпечного, екологічного урбаністичного розвитку. Акумуляючи навколо себе значні людські й фінансові ресурси, вони пришвидшують зростання міст, сприяють структурній стабільності та економічному оновленню міст із переважаючими традиційними видами діяльності. Зміцнення креативного та культурного потенціалу міст зберігає та залучає таланти шляхом створення цінних робочих місць, приваблює інвесторів, а також розвиває туризм завдяки вдосконаленню іміджу території. Креативні індустрії мають здатність взаємодіяти з іншими видами діяльності, що часто призводить до агломерації та кластеризації, як наслідок – удосконалення інфраструктури й послуг, які сприяють високій частці доданої вартості на місцевому рівні.

Синергію креативності та місць проживання відображено в терміні «баукультур». Відповідно до Декларації країн – учасниць Європейської культурної конвенції, що була прийнята напередодні Всесвітнього економічного форуму в м. Давосі (Швейцарська Конфедерація) 2018 р., *baukultur* розглядається як культура середовища проживання, що капіталізує міста і забезпечує розумне та комплексне зростання майбутнього регіонів. Залучення ресурсів креативних індустрій дає змогу містам органічно вписувати традиційний культурний спадок території у нові урбаністичні практики, інтегрувати архітектурні форми в природне довкілля задля створення комфортних та інклюзивних просторів, передбачає потреби прийдешніх поколінь, що мешкатимуть у наших містах [5].

Приклад розвитку таких міст, як Лондон, Берлін, Токіо, Шанхай, Нью-Йорк, Сінгапур, Сеул, Барселона, демонструє, що у цих містах креативні індустрії стали причиною вражаючих змін у соці-

альній, культурній та економічній сферах, що підтверджує думку про те, що в постіндустріальному суспільстві креативність та талант є ключовими чинниками економічного розвитку [6].

Так, економічна і соціальна нестабільність у Великобританії у 80-х роках вимагала від влади якнайшвидшого вирішення назрілих проблем. Ключовим моментом стали перетворення, внаслідок яких першочергового значення почали набувати людські ресурси та розширення об'єкта культурної політики. Ставка уряду була зроблена на творчі й культурні ресурси, у результаті сьогодні Великобританія постачає на світовий ринок не сталь і текстиль, а «творчий», або «інтелектуальний», продукт: предмети дизайну, книги, фільми, мультимедіа-технології і т. д.

Згідно з дослідженням креативного капіталу міст, проведеним консалтинговими компаніями Calvert 22 і PwC у 2016 р., Лондон зайняв лідерську позицію. У креативному секторі Лондона зайнятий кожен восьмий працівник, а його загальний внесок в економіку міста перевищує 11%. Із 2010 по 2015 р. динаміка зростання креативного сектору Лондона (8%) перевищила загальне зростання економіки (5%). Найбільш інтенсивно зростали сфери архітектури (на 22% щорічно), реклами і маркетингу (на 20%), а також сфери, які стосуються «культурної економіки» [3].

За даними звіту Creative New York, випущеного центром Urban Future в 2015 р., Нью-Йорк випереджає за кількістю зайнятих у креативній економіці такі американські творчі центри, як Сан-Франциско і Лос-Анджелес. Середньорічний темп зростання креативного сектору Нью-Йорка становить 5%, тоді як остання частина економіки зростає на 3,8% на рік. Креативні кластери Нью-Йорка нині є помешканням для 8% усіх фен-дизайнерів США, 14% режисерів і продюсерів, а також 12% редакторів усіх друкарських засобів. В основі креативного сектору Нью-Йорка – індустрія «Медіа» (50%), потім йдуть «Дизайн і архітектура» (25%), «Цифрові технології» (18%) [17].

У Барселоні близько 50 тис осіб зайнято в креативному секторі, і вони генерують близько 4 млрд євро. Після Олімпійських ігор 1992 р. Барселона перетворилася на креативний хаб, а 22-й квартал, який до цього був промисловим районом, за 25 років перетворився на новий центр міста.

Щодо розвитку креативності в Китаї, відомий дослідник Майкл Кейн у статті Why China wants creativity? відзначає, що Олімпіада 2008 р. в Пекіні та Всесвітня виставка 2010 р. в Шанхаї стали результатом масштабної державної програми розвитку творчих індустрій. Ще в 2000 р. уряд Китаю включив розвиток креативних індустрій до переліку рекомендацій до п'ятирічного плану розвитку країни. Але в Китаї метою розвитку креативних індустрій є не збільшення кількості робочих місць або «відновлення» міст, а створення інновацій. Основний акцент щодо розвитку креативних індустрій робиться на програмне забезпечення, мультимедіа, 3D-технології, рекламу та інші види інтелектуальних продуктів [16].

У Республіці Корея в 2013 р. був запущений проект «Креативне місто», що є платформою для консультативної допомоги людям, які володіють цікавими ідеями, також на цьому порталі вирішуються проблеми, що виникають під час роботи вже існуючих підприємств та науково-дослідних центрів. У структурі креативної економіки Сеула

переважають сфера цифрових технологій (50%), медіа (29%), дизайн і архітектура (19%), сфера мистецтва і культури займає лише 3%. Основним джерелом державного фінансування креативної економіки Республіки Корея з 2013 р. є Корейський банк розвитку. Крім того, у плані уряду в напрямі створення креативної економіки особлива увага приділяється чеболям, їм відводиться провідна роль у створенні необхідної інфраструктури та фінансування [1].

Сінгапур вважається інноваційним хабом нового устрою. Він залучає інвесторів вигідним географічним положенням та низьким рівнем оподаткування. У Сінгапурі діє ціла система підтримки креативної економіки, особливо сфери ІТ, як від держави, так і від приватних фондів, які не лише створюють програми підтримки стартапів, а й просувають їх.

Загалом лідером у розвитку креативних індустрій є Азіатсько-Тихоокеанський регіон, на який припадає 33% усіх світових доходів від креативних індустрій і створюється 43% робочих місць із найбільшою споживчою базою і швидкозростаючим середовищем.

Щодо інституційного забезпечення розвитку креативної економіки, то в листопаді 1998 р. у документі з картування креативних індустрій Департаментом культури, медіа і спорту уряду Великобританії вперше було сформульовано поняття «креативні індустрії» (creative industries): «Креативні індустрії – це діяльність, в основу якої покладено індивідуальне творче начало, навичка чи талант, які несуть у собі потенціал створення доданої вартості та робочих місць шляхом виробництва та експлуатації інтелектуальної вартості» [1].

У 2000 р. було вперше прийнято Лісабонську стратегію, яка сформулювала концептуальні засади інноваційно-креативного розвитку, в якій основними завданнями є створення робочих місць і нарощування потенціалу економічного зростання за допомогою інновацій та інвестицій у людський капітал. У Звіті з Європейської конкурентоспроможності від 2010 р. було відзначено ключову роль креативного капіталу та інновацій як основних стратегічних драйверів розвитку ЄС. У стратегії «Європа – 2020» наголошується на важливості креативності, інновацій та підприємництва [13].

Важливість інвестицій у культуру та творчий сектор підкреслює і програма Європейської Комісії «Креативна Європа», розрахована на 2014–2020 рр. Ця програма є рамковим документом, спрямованим на підтримку європейського культурного й аудіовізуального секторів. Бюджет програми на період 2014–2020 рр. становить 1,46 млрд євро. На відміну від попередніх культурно-гуманітарних проєктів Європейської Комісії нова програма передбачає участь країн, які не є членами ЄС: України, Молдови, Грузії та Туреччини. Україна до програми «Креативна Європа» приєдналася 19 листопада 2015 р. [9].

У 2019 р. Кабінет Міністрів України затвердив «Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій». До них зокрема, відносяться: виробництво ювелірних і подібних виробів; виробництво музичних інструментів; видання книг; видання газет; видання журналів і періодичних видань; видання комп'ютерних ігор; комп'ютерне програмування; видання іншого програмного забезпечення; виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм; діяльність у

сфері радіомовлення; діяльність у сфері архітектури; дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук; рекламні агентства; спеціалізована діяльність із дизайну; освіта у сфері культури; театральна та концертна діяльність; функціонування бібліотек, архівів та музеїв тощо [8].

Розглянемо сутність креативного капіталу, на основі якого функціонують креативні індустрії та, відповідно, креативні міста. Засновником поняття креативного капіталу вважається соціолог Р. Кушнінг. Вивчаючи діяльність креативних галузей, він виділив із соціального капіталу креативний капітал, за допомогою чого пояснив виникнення та розвиток інноваційної активності. Окрім того, це пояснює диспропорцію у розвитку одних регіонів по відношенню до інших. Р. Кушнінг обґрунтував, що для найбільш інноваційно активних регіонів характерним є наявність креативних спільнот, на основі яких формуються креативні кластери, які є центрами різноманітності, інновацій та економічного зростання [14].

Загалом креативний людський капітал можна визначити як сукупність оригінальних знань, креативних здібностей, навичок та вроджених талантів, витрати на оволодіння якими чи їх розвиток у майбутньому можуть приносити дохід унаслідок створення інноваційних продуктів [10].

Умовами формування та розвитку високоефективного креативного людського капіталу на рівні держави є:

- потреба у масштабних інноваціях, які визначають зростаючий попит на унікальні ідеї, що здатні перетворюватися на нові знання;
- наявність у суспільстві адекватної науково-освітньої системи, що здатна забезпечити таку щільність когнітивного простору, яка може задовольнити запити економічних агентів у розвитку їх ключових компетенцій.

На рівні міста такими умовами для розвитку креативного капіталу є наявність:

- розвинутої міської креативної інфраструктури;
- ефективного бізнес-середовища;
- належного врядування;
- транспортної доступності міста.

Одним із найвидатніших діячів у сфері вивчення феномену «креативне місто» є Ч. Лендрі, британський фахівець із розвитку міст. Під його керівництвом були реалізовані міські проекти по всьому світу – від Албанії до Гонконгу, від Нової Зеландії до Мексики. Його концепція «креативного» міста народилася з роздумів про те, що деякі міста змогли пристосуватися до історичних змін, а деяким навіть удалося отримати із цих змін вигоду. Відповідно до цієї концепції, культурні та креативні ресурси є сировиною, що приходить на зміну нафті, сталі й золоту, та за рахунок якої формуються базові цінності міста. Завдяки культурним ресурсам конструюється імідж міст, що сприяє залученню інвестицій та розвитку туризму [7].

Головне завдання креативного міста – створення інноваційного середовища, тому що креативність – це передумова інновацій. Головним інструментом у створенні таких середовищ є креативні індустрії. Згідно з Ч. Лендрі, інновація – це реалізація на практиці нової ідеї, яка отримана за допомогою креативного мислення представників креативного класу. Креативний клас, або творчі люди, розглядаються автором не як група представників певних «богемних» професій, а як клас представників абсолютно різних професій, що

складається з талановитих, гнучких і енергійних людей, здатних вільно й креативно мислити, виходячи далеко за рамки буденності [7]. Своєю чергою, засновник теорії креативного класу Р. Флоріда також вважає, що головним чинником, який сприяє економічному розвитку міст та регіонів, є креативна еліта [18]. Таким чином, саме людський креативний капітал є ключовим чинником в економічному розвитку міст та регіонів.

Міста стають точками концентрації креативного людського капіталу і фінансових ресурсів, основних інтелектуальних і виробничих потенціалів, наявних можливостей розвитку інновацій та конкурентоспроможності, а також інфраструктури та державних послуг – це те, що робить їх «полюсами» регіонального розвитку та чинниками конкурентоспроможності націй. Місто – це система, яка створює основну та додаткову вартість і значну частку ВВП країни. Як слушно зауважує І. Радіонова, здатність суспільств та окремих міст генерувати та використовувати креативність людини, водночас мінімізуючи відповідні інноваційні ризики, є вимогою сучасності та умовою їхньої високої конкурентоспроможності на глобальній арені [11].

Для збереження та розвитку креативного потенціалу в розвинутих країнах світу діє концепція «креативного міста». «Креативне місто» повинне мати такі елементи інфраструктури міста, які сприяють розвитку креативного людського капіталу та загалом креативної економіки. Концепція «креативного міста» включає у себе зручну транспортну систему, продумані місця для відпочинку та раціональне розміщення житлових та робочих кварталів. Транспортне сполучення відіграє одну з вирішальних ролей у визначенні якості життя міських жителів.

В Україні у грудні 2016 р. в рамках дискусійної зустрічі «Креативне місто» була представлена програма розвитку Львова до 2025 р., відповідно до якої всі бібліотеки планується перетворити на медіатеки, що гуртуватимуть навколо себе креативних людей. Також місто підтримує розвиток бізнес-інкубаторів, зокрема вже працюють Startup Depot та iHUB. Згідно з програмою, створювати креативне середовище планують через так звані «тепліці»: стартап-депо, коворкінг-хаби, креативні квартали та громадські простори на перетині сфер [15].

Також у 2016 р. у Києві запустилося перше в країні інноваційне місто Unit City, і на його території перший Technology Companies Development Center розмістив 26 офісів технологічних команд, дві лабораторії та навчальний центр. Серед найуспішніших українських інкубаторів-акселераторів можна назвати GrowthUP, 1991 Open Data Incubator, Fintech Master, WannaBiz, IoT Hub та AgroChallenge [15]. У 2019 р. був проведений Kyiv Smart City Forum 2019, який став однією з головних подій Східної Європи, присвячених популяризації smart city-технологій та впровадженню інноваційних рішень у містах. Метою форуму було привернення уваги до використання технологій smart-сіті для розбудови міської інфраструктури, а також знайомство громадськості з найкращими українськими і світовими практиками та реальними кейсами [15].

У 2018 р. на замовлення Kyiv Smart City у Києві вперше презентували апробаційну Методологію Індексу культурного та креативного потенціалу міст України, а також фреймворки його оцінювання. На даному етапі методологія містить

близько 100 показників, що збиралися для Дніпра, Києва, Львова, Одеси та Харкова.

Основними цілями розроблення Індексу креативного потенціалу міст були:

1. Здійснення оцінки потенціалу міст, їх культури та креативності.

2. Упровадження дискусії щодо розвитку культури та креативності в містах України, оскільки розвиток креативних галузей міст має більш ширший вплив, аніж просто отримання економічної вигоди, що пов'язана з виробництвом, споживанням і поширенням культурного продукту та послуг.

В основу Індексу покладено три групи показників, що свідчать про потенціал міста у розвитку культури та креативності:

- жвавість культурного життя;
- розвиток культурних та креативних галузей економіки;
- умови, що сприяють розвитку культури та креативності у цілому [2].

Структуру Індексу культурного та креативного потенціалу міст представлено на рис. 1.

За результатами даного дослідження у межах субіндексу «Культурне життя», що включає культурну інфраструктуру та участь у культурному житті, Львів отримав 9,35 бали, Київ – 7,86, Одеса – 5,25, Дніпро – 4,20, Харків – 2,37 бали.

Субіндекс «Креативна економіка» включає показники розвитку різних галузей креативної економіки та збалансованість їхнього розвитку на основі методології Європейської Комісії. За результатами дослідження найбільше балів у межах даного субіндексу отримав Київ – 19,65 бали,

Львів – 15,99, Харків – 10,68, Одеса – 9,82 та Дніпро – 5,94 бали. За збалансованістю розвитку культурних та креативних галузей лідерські позиції зайняли Львів і Одеса – 1,48 і 1,47 бали відповідно. Харків отримав 1,09 бали, Дніпро – 0,93, Київ – 0,52 бали [2].

На основі субіндексу «Сприятливі умови» вимірюється наявність додаткових чинників, що мають вплив на розвиток культури та креативності. Так, найбільш сприятливі умови для розвитку культури та креативності склалися в Києві – 28,58 бали, друге місце належить Львову – 24,82 бали. Одеса отримала 11,38 бали, Дніпро – 10,78, Харків – 10,11 бали. За підіндексом «Таланти» у структурі субіндексу «Сприятливі умови», який дає можливість оцінити здатність міст формувати та притягувати людський капітал, найбільше балів отримав Львів – 6,67, на другому місці знаходиться Київ – 5,07 бали, далі йдуть Харків – 2,20, Дніпро – 0,83, Одеса – 0,3 бали [2].

На основі даного дослідження, з одного боку, міська влада зможе ефективніше формувати стратегії розвитку міста, адже індекс дає змогу оцінити можливості міста й обґрунтовано підійти до формалізації потреб у сфері розвитку культури та креативності. З іншого боку, такі дослідження сприятимуть залученню у міста додаткового креативного капіталу, який, своєю чергою, буде сприяти креативному розвитку міст.

Висновки і пропозиції. Для ефективного та креативного розвитку міст необхідно зміцнювати людський креативний капітал, що передбачає створення відповідних умов для праці та реалізації творчого потенціалу людей, у тому числі необ-

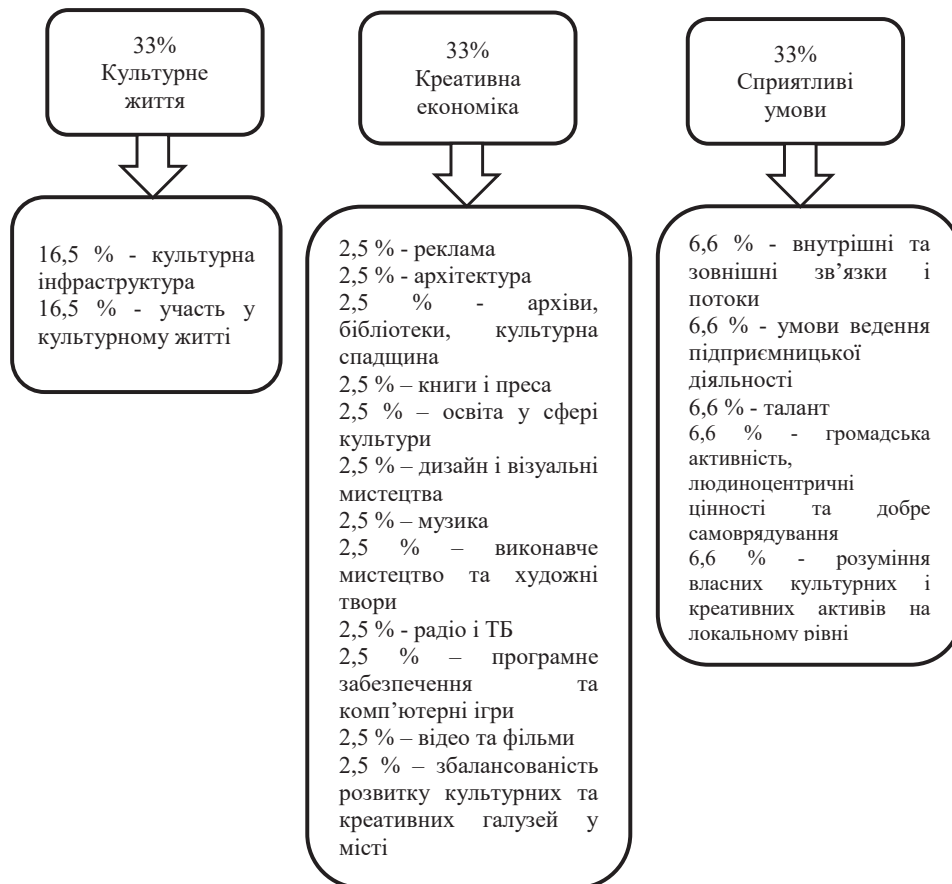


Рис. 1. Структура індексу культурного та креативного потенціалу міст

Джерело: складено за [2]

хідна розвинена система креативних індустрій. Йдеться не тільки про пропозицію якісного і доступного культурного продукту, а й про суттєві доробки законодавчої бази, статистичного обліку, але найголовніше полягає у пріоритетному ставленні влади до розвитку цього виду активності суспільства. Для цього необхідна плідна співпраця бізнесу і держави шляхом створення нових

форм взаємодії, зокрема впровадження поворотних позичок як ризикового капіталу в креативному секторі. Такі заходи будуть сприяти зміцненню креативного потенціалу міста, що дасть змогу українським містам виходити на нові траєкторії розвитку, знаходити нові економічні перспективи та мати спроможність вирішувати соціальні питання.

Список використаних джерел:

1. Давимука С.А., Федулова Л.І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія ; Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України. Львів, 2017. 528 с.
2. Звіт щодо опрацювання даних для міст Дніпро, Київ, Львів, Одеса, Харків апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України». Київ : Аналітичний центр CEDOS, 2018. 20 с.
3. Индекс креативного капитала. URL: <https://www.pwc.ru/publications/creative-capital-index.html> (дата звернення: 15.01.2020).
4. Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД). URL : <https://www.un.org/ru/ga/unctad/> (дата звернення: 16.01.2020).
5. Креативні міста методичні рекомендації щодо приєднання українських міст до Мережі креативних міст ЮНЕСКО. URL : <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/403/city.pdf> (дата звернення: 15.01.2020).
6. Новая экономика городов: креативный капитал и территориальное развитие. URL : <https://rusinvestforum.org/news/novaya-ekonomika-gorodov-kreativnyy-kapital-i-territorialnoe-razvitie/> (дата звернення: 15.01.2020).
7. Лэндри Ч. Креативный город. Москва : Классика-XXI, 2011. 399 с.
8. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Розпорядження Кабінету міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80> (дата звернення: 18.01.2020).
9. Перспективи приєднання України до платформи «Креативна Європа» : аналітична записка. URL : <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/perspektivi-priednannya-ukraini-do-platforni-kreativna-evropa> (дата звернення: 15.01.2020).
10. Поснова Т.В. Креативний людський капітал як чинник інноваційного розвитку економіки. *Економічний простір*. 2019. № 141. С. 172–182. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2019_141_16 (дата звернення: 18.01.2020).
11. Радіонова І.О. Місто у добу креативності: до визначення теоретичних засад політичних стратегій соціально-економічного розвитку. *Сучасне суспільство*. 2015. Вип. 1(2). С. 132–146.
12. Хокинс Дж. Креативная экономика. Москва : Классика-XXI, 2011. 256 с.
13. Europe 2020. A strategy for smart sustainable and inclusive growth. European Commission. URL : http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm (дата звернення: 19.01.2020).
14. Кушинг Р. Cushing R. Creative capital, diversity and urban growth: unpublished manuscript. Austin (Texas). 2001.
15. Kyivsmartcity. URL : <https://www.kyivsmartcity.com/news/u-kiyevi-prezentovali-indeks-kulturnogo-i-kreativnogopotencialu-mist/> (дата звернення: 15.01.2020).
16. Keane M. Why China wants creativity? URL : <https://chinadigitaltimes.net/2009/03/why-china-wants-creativity/> (дата звернення: 15.01.2020).
17. Creative New York. URL : <https://nyc.moma.org/> (дата звернення: 19.01.2020).
18. Florida, R. The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life Richard Florida. Basic Books, 2002. P. 328.

References:

1. Davymuka, S. A. and Fedulova, L. I. (2017). *Kreatyvnyy sektor ekonomiky: dosvid ta napryamy rozbudovy* [Creative sector of economy: experience and directions of development]. DU «Instytut rehional'nykh doslidzhen' imeni M. I. Dolishn'oho NAN Ukrayiny». L'viv, Ukraine.
2. Zvit shchodo opratsyuvannya danykh dlya mist Dnipro, Kyiv, L'viv, Odesa, Kharkiv aprobatyynoho doslidzhennya «Indeks kul'turnoho ta kreatyvnoho potentsialu mist Ukrayiny» (2018) [Report on data processing for the cities of Dnipro, Kyiv, Lviv, Odessa, Kharkiv of the approbation study "Index of cultural and creative potential of Ukrainian cities"]. Analitichnyy tsentr CEDOS, Kyiv, Ukraine.
3. Creative Capital Index, Available at: <https://www.pwc.ru/publications/creative-capital-index.html> (accessed 15 January 2020).
4. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Available at: <https://www.un.org/ru/ga/unctad/> (accessed 16 January 2020).
5. Creative cities Guidelines for joining Ukrainian cities in the UNESCO Creative Cities Network. Available at: <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/403/city.pdf> (accessed 15 January 2020)
6. The new urban economy: creative capital and territorial development URL: <https://rusinvestforum.org/news/novaya-ekonomika-gorodov-kreativnyy-kapital-i-territorialnoe-razvitie/> (дата звернення: 15.01.2020).
7. Landry, C. (2011). *Kreatyvnyy gorod*. [Creative city], Classic-XXI Publishing House, Moscow, Russia.
8. Rozporyadzhennya Kabinetu ministriv Ukrayiny (2019) [On the approval of economic activities that belong to the creative industries], Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80> (accessed 18 January 2020)
9. Prospects for the recognition of Ukraine to the Creative Europe platform. Analytic note. Available at: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/perspektivi-priednannya-ukraini-do-platforni-kreativna-evropa> (accessed 20 January 2020)
10. Posnova, T.V. (2019). *Kreatyvnyy lyuds'kyi kapital yak chynnyk innovatsiyynoho rozvytku ekonomiky* [Creative people's capital as an official of economic development]. *Ekonomichnyy prostir*, no 141, p. 172-182, Ukraine, Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2019_141_16 (accessed 18 January 2020)
11. Radionova I. O. (2015). *Misto u dobu kreatyvnosti: do vyznachennya teoretichnykh zasad politychnykh stratehiy sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku* [City in the Age of Creativity: Towards the Determination of Theoretical Foundations of Political Strategies for Socio-Economic Development], *Suchasne suspil'stvo*, No1, p. 132-146.
12. Khokins, Dzh (2011). *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economics], Moskva, Russia.
13. Europe 2020. A strategy for smart sustainable and inclusive growth. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm. (accessed 19 January 2020).
14. Cushing, R. (2001). *Creative capital, diversity and urban growth*. Austin, USA.

15. Kyivsmartcity. Available at: <https://www.kyivsmartcity.com/news/u-kiyevi-prezentuvali-indeks-kulturnogo-i-kreativnog-opotencialu-mist/> (accessed 15 January 2020).
16. Keane, M. Why China wants creativity? Available at: <https://chinadigitaltimes.net/2009/03/why-china-wants-creativity/> (accessed 15 January 2020).
17. Creative New York. Available at: <https://nyc.moma.org/> (accessed 19 January 2020).
18. Florida, R. (2002). *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books.

Поснова Т. В.

Университет государственной фискальной службы Украины

КРЕАТИВНЫЙ КАПИТАЛ И НОВАЯ ЭКОНОМИКА ГОРОДА

Резюме

Исследованы теоретические вопросы влияния креативного капитала на формирование новой экономики города. На примере развития таких городов, как Лондон, Берлин, Токио, Шанхай, Нью-Йорк, Сингапур, Сеул, Барселона, выяснено, что в этих городах креативные индустрии и креативный капитал стали причиной впечатляющих изменений в социальной, культурной и экономической сферах. В статье даны определения креативного капитала и рассмотрены условия его формирования. Рассмотрена институциональная база функционирования креативных индустрий и особенности развития креативных городов Украины. Проанализированы результаты исследований, проведенных на основе апробационной Методологии Индекса культурного и креативного потенциала городов Украины. Представлены предложения о сотрудничестве бизнеса и государства путем создания новых форм их взаимодействия в сфере креативной экономики.

Ключевые слова: креативный капитал, креативный город, креативная инфраструктура, экономика города.

Posnova Tetiana

University of the State Fiscal Service of Ukraine

CREATIVE CAPITAL AND THE NEW ECONOMY OF THE CITY

Summary

Theoretical questions of the creative capital influence on the new economy formation of the city are investigated. It was found out that the creation of creative capital requires an appropriate environment, namely the combination of internal and external conditions, which are the key criterion for innovation and the main condition for the implementation of the "creative city" concept. On the other hand, creative capital contributes to the development of creative cities. Creative capital and the creative industries are an integral part of sustainable, secure, environmentally friendly urban development. By accumulating significant human and financial resources around them, they accelerate urban growth, promote structural stability and economic renewal in cities dominated by traditional activities. Strengthening the creative and cultural potential of cities preserves and attracts talent by creating valuable jobs, attracting investors, and developing tourism through improving the image of the area. The example of the cities' development such as London, Berlin, Tokyo, Shanghai, New York, Singapore, Seoul, Barcelona shows that in these cities, the creative industries have caused dramatic changes in the social, cultural and economic spheres, confirming the view that in a post-industrial society, creativity and talent are key drivers of economic development. The institutional base of creative industries' functioning is considered in the article. The definition of creative capital is given and the conditions of its formation are considered. At the city level, the following conditions for the development of creative capital are the presence of: developed urban creative infrastructure; effective business environment; good governance; city accessibility. The article also analyzes the approbation methodology of the Kyiv Smart City Cultural and Creative Capital Index commissioned by Kyiv Smart City, as well as the framework for its evaluation. Thus, cities become the point of creative human capital and financial resources concentration, basic intellectual and production potentials, available opportunities for innovation and competitiveness, as well as infrastructure and public services, which make them "poles" of regional development and factors of nations' competitiveness.

Keywords: creative capital, creative city, creative infrastructure, city economy.

УДК 330.3;338.4:004.773

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-13>

Робул Ю. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ЯК МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ

Статтю присвячено концептуалізації розвитку цифрового маркетингу на макrorівні та визначенню передумов і результатів такого розвитку на рівні економічної системи. Цифровий маркетинг розглядається як маркетингова система, яка перебуває під впливом соціоекономічних умов, зокрема рівня знань та компетенцій учасників, доступу до цифрових технологій, ринкових та соціальних інститутів, рівня та характеру розвитку IT-сектору. Система цифрового маркетингу розглядається як сервісна система, основу якої становлять цифрові платформи. Маркетингова система забезпечує економічний результат у вигляді збільшення цінності та зростання рівня добробуту через підтримання різноманітності пропозицій цінності і забезпечення доступності цих пропозицій через поліпшення ефективності маркетингових процесів.

Ключові слова: маркетинг, цифровий маркетинг, цифрова економіка, маркетингова система, економічний розвиток.

Постановка проблеми. Інтенсивний розвиток і використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) призвели до тектонічних зсувів у функціонуванні економічних систем усіх рівнів – від окремого підприємства до глобальної економіки. Ці зміни, пов'язані з використанням цифрових медіа, призводять до кращого розуміння становища та прогнозування поведінки окремих економічних агентів та їх груп, віртуалізації багатьох процесів, пов'язаних зі створенням, обміном та споживанням цінності, підвищенням результативності та економічної ефективності виробництва та збуту, а також створенням принципово нових, цифрових за своєю природою продуктів і способів їх реалізації та споживання. Ці та інші подібні явища, які стосуються економічних процесів, дають змогу говорити про цифрову економіку як важливу частину економічної системи у цілому. Перебуваючи у процесі становлення та бурхливого розвитку, цифрова економіка являє собою цікавий та актуальний предмет дослідження. Трансформація економічного середовища та процесів, спричинена цифровими технологіями, призвела й до суттєвих змін у маркетингу, які зумовлені як змінами способів використання традиційних маркетингових інструментів, передусім маркетингових комунікацій, так і змінами у поведінці споживачів, а також виникненням принципово нових, недоступних раніше можливостей створювати та постачати споживчу цінність, взаємодіяти із цільовою аудиторією та іншою публікою. Маркетинг, здійснюваний із використанням цифрових медіа, утворив окрему підсистему в маркетингу – цифровий маркетинг.

Маркетинг у цілому є багатоаспектним та багаторівневим явищем, він існує як на більш звичному та добре дослідженому рівні окремої організації (маркетинг-менеджмент), так і на макrorівні – рівні економічної системи, де можливі різні ступені агрегування: група організацій, кластер, регіон, країна, група країн, світ у цілому. Маркетинг на рівні економічної системи у цілому отримав назву макромаркетингу. Головним предметом досліджень макромаркетингу є маркетингова система [1]. Маркетингові системи відіграють важливу роль у функціонуванні ринкової економіки у цілому, реалізуючи завдання матеріально-технічного забезпечення, розподілу благ та організації споживання [2], а отже, пов'язані з економічним зростанням, соціальним розвитком, добробутом та якістю життя. У зв'язку із цим і

беручи до уваги стрімкий та дотичний до всього розвиток цифрових технологій і цифрової економіки, цікаво окремо дослідити зв'язок між цифровим маркетингом та економічним розвитком.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття маркетингової системи та її основні функції були запроваджені у роботах В. Алдерсона [3] та Дж. Фіска [2]. Останнім часом дуже вагомий внесок у концептуалізацію маркетингових систем зробив Р. Лейтон. У низці своїх робіт він розвиває загальне бачення маркетингової системи [4], досліджує передумови їх розвитку та взаємодію із соціальним контекстом [5], висуває провідні принципи майбутньої теорії маркетингових систем [6], окреслює форми їх зв'язку з економічним розвитком [7]. Д. Кадіров [8] доходить висновку про системну, значиму на макrorівні роль маркетингу, розвиваючи у подальших роботах бачення маркетингової системи як суспільно значимого блага, яка створює умови та можливість для розвитку окремих учасників економічної системи, а також розвитку добробуту та економічного поступу в цілому [9]. Ш. Хант розвиває теорію маркетингових систем на основі ресурсного підходу [10], йому належить значний внесок у дослідження інститутів маркетингових систем таких як довіра та зобов'язання [11].

У цифровому маркетингу дослідження на макrorівні переважно стосуються функціонування цифрових платформ. Дж. Паркер та М. ван Алстен показали, що у цифровому просторі існують ефекти мережевої взаємодії [12]. А. Чакраварті та ін. показали, що для цифрового маркетингу у B2B-середовищі як залежність та невизначеність визначають асиметричну конфігурацію маркетингової системи та її роль в економічному розвитку. У вельми детальному огляді П. Каннан та А. Лі [13] систематизували основні напрями досліджень цифрового маркетингу.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз публікацій засвідчує, що питання взаємного зв'язку цифрового маркетингу та економічного розвитку залишається відносно маловивченим. Цифровий маркетинг досліджується переважно на рівні окремої організації [13], тоді як множина наслідків застосування його інструментів, що породжується мережевим характером взаємодії між цими організаціями на рівні економіки у цілому, між споживачами та між фірмами і споживачами, а також формами, структура та процеси цифрового

маркетингу лишаються недостатньо дослідженими. У проаналізованій літературі не запропоновано концепцію або бачення форм зв'язку між розвитком цифрового маркетингу та соціокономічним розвитком. Дана стаття спрямована на заповнення цього пробілу.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є запропонування моделі функціонування цифрового маркетингу на макрорівні, яка сполучає передумови, його процеси та результати з економічним розвитком. Питання взаємозв'язку системи цифрового маркетингу з іншими маркетинговими системами та соціальними підсистемами у даній статті не розглядається.

Виклад основного матеріалу. Маркетингову систему можна визначити як мережу учасників (окремих осіб, груп та/або організацій), пов'язаних між собою послідовною або спільною участю у добровільному обміні цінністю, взаємодія між якими відбувається у визначених соціальних умовах. У результаті такої взаємодії відбувається спільне створення (co-creation) множини товарів, послуг, досвіду та ідей і забезпечується доступ до них у відповідь на запит клієнта [14].

Інститут цифрового маркетингу (Digital Marketing Institute, DMI) пропонує таке означення свого предмета: «Цифровий маркетинг – це використання цифрових технологій для створення інтегрованої, цільової та вимірюваної комунікації, яка допомагає залучати та утримувати клієнтів, вибудовуючи з ними більш глибокі відносини» [15, с. 94]. У цьому визначенні відбивається розуміння цифрового маркетингу як переважно інструменту комунікацій, проте за допомогою цього інструменту визнається за можливе не лише просувати певну інформацію чи здійснювати комунікацію зі споживачами, а й залучати та утримувати клієнтів, спілкуючись із ними. Це спілкування включає купівлю-продаж, але не обмежується ними і до них не зводиться [16]. Цифровий маркетинг є адаптивним процесом, який охоплює діяльність, інститути та потоки, уможливлені цифровими технологіями, за допомогою чого фірми, споживачі та інші дотичні сторони здійснюють створення, донесення і доставку споживчої цінності.

Цифрову маркетингову систему можна означити як сукупність процесів створення та обміну цінностями, учасників та інститутів, безпосередньо дотичних до цих процесів, а також зв'язків з іншими соціокономічними підсистемами. Її виникнення та функціонування спричинене використанням цифрових технологій. Процес функціонування системи цифрового маркетингу можна розглядати як сукупність певних дій та породжених ними економічних потоків, які пов'язують учасників даної системи, дану систему з іншими системами, ринок із широкою публікою тощо. Функціонування системи цифрового маркетингу виявляється у п'яти різновидах потоків: власності, володіння, фінансів, ризику та інформації [2]. В основі цих потоків лежать елементи економічної, соціальної, культурної та фізичної інфраструктури.

Відмінність системи цифрового маркетингу визначається, насамперед, чотирма специфічними, визначальними для цифрової економіки процесами: датафікацією, цифровізацією, віртуалізацією та генеративністю. У сукупності вони призводять до того, що цифрова економіка є сервісною економікою, відносини учасників якої є множинними, багатоаспектними, вони можуть

набувати форм та конфігурацій, які від початку не передбачалися (генеративність).

Інфраструктуру цифрової маркетингової системи створює ІТ-сектор. До неї належать апаратні та програмні засоби, мережі зв'язку, сховища даних, у тому числі хмарні, інструменти та технології створення цифрового контенту та його пошуку. Становище та ступінь розвитку цифрової маркетингової системи визначається доступом до цієї інфраструктури всіх учасників ринку. Багатьма авторами відзначається неоднозначний ефект від запровадження та розвитку Індустрії 4.0 на рівень економічного розвитку та розподіл доходів (див., наприклад, [17]). Так, серед негативних проявів Індустрії 4.0 на економічний розвиток відзначається дедалі зростаючий розрив між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються, у плані доступу та використання цифрових технологій у поєднанні з відтоком кваліфікованих кадрів та деіндустріалізацією останніх [18]. З огляду на це, доступ до використання цифрових технологій є не лише передумовою функціонування цифрової маркетингової системи, а й впливає на соціальні та економічні умови, у яких маркетингова система знаходиться. Окрім того, до передумов функціонування системи цифрового маркетингу відносяться співвідношення попиту та пропозиції, соціальні умови, ринкові й соціальні інститути. Через віртуалізацію взаємодії у цифрових каналах зобов'язання, які беруть на себе учасники обміну, довіра та етика перетворюються на економічно значимі інститути й є критично важливими для системи цифрового маркетингу з великою кількістю віддалених учасників і неможливістю безпосередньої взаємодії з більшістю з них [11; 19]. Значення цих чинників ще більше зростає, коли взяти до уваги принципову зміну в характері взаємодії всередині системи цифрового маркетингу, а саме зсув і поступовий перехід ринкової влади на багатьох ринках до споживача [20]. Унаслідок цього у цифровому маркетингу фірма втрачає переважне становище і позицію у центрі економічної взаємодії, перетворюючись лише на одного з агентів системи. Цифрові торговельні майданчики на кшталт OLX являють собою приклад С2С-взаємодії, яка може відбуватися без фірм як основних постачальників цінності. Поява та розвиток таких майданчиків, цілком органічні з погляду розвитку цифрових медіа, являють собою яскравий зразок взаємних послуг, якими обмінюються споживачі, та спільного створення цінності (co-creation). Ці послуги уможливлені наявністю специфічних знань та вмінь учасників обміну, включаючи знання потрібної для обміну інформації та вміння використовувати необхідні апаратні засоби та технологічні можливості. Обмін відбувається й є єдино можливим, коли учасники послідовно чи одночасно надають послуги один одному. Ці особливості процесу взаємодії повністю узгоджуються зі специфікою цінності, створеної у сервісній економіці, а отже, видається можливим як теоретичне підґрунтя функціонування системи цифрового маркетингу використовувати логіку домінування обслуговування (S-D logic) [21; 22].

Осередком взаємодії у цифровому маркетингу є цифрові платформи. Вони являють собою опосередковану технологіями взаємодію між виробниками, розробниками, власниками та користувачами, тобто, іншими словами, становлять сукупність апаратних засобів, програмних рішень, застосунків та інтерфейсів, які забез-

печують економічний обмін, виробництво і споживання цінності. За їх допомогою відбувається комунікація, створення та поширення контенту, створення та доступ до продуктів. Цифрові платформи виконують два основних завдання: забезпечують можливість укладання угод та розвитку самих цифрових каналів. Перше призначення реалізується за допомогою мережевих рішень та вебсайтів колективного використання: комунікаційних платформ, наприклад Facebook, YouTube; торговельних майданчиків та електронних бірж, наприклад eBay, OLX; платформ для співпраці, наприклад ResearchGate, краудфандінгових платформ, наприклад Kickstarter, тощо. Інші забезпечують розвиток власне цифрових медіа та відповідної інфраструктури. Приклади цих платформ являють собою операційні системи та застосунки, об'єднані з платформами для автоматизації окремих дій та процесів, наприклад пакети офісних програм Microsoft Office (закриті платформи – програмний продукт із закритим кодом) або Linux (відкрита платформа – операційна система).

Розвиток системи цифрового маркетингу зумовлюється, таким чином, ступенем розвитку та поширення специфічного знання як щодо предмету створення цінності та взаємодії, так і щодо використання сучасних цифрових технологій та медіа. З іншого боку, на цей ступінь впливає доступ до цифрової інфраструктури – пристрої кінцевого використання (комп'ютери, смартфони, інші персональні пристрої), мереж передавання та збереження даних, цифрових даних та цифрових технологій. Практика використання цифрових технологій у маркетингу визначається як потребами у створенні та обміні цінностями, пошуку та передавання інформації, так і соціокультурними умовами та інститутами. М. де Муї та Г. Хофстеде вказують на статистично значиму кореляцію поведінки споживачів та ставлення до активів та комунікацій бренду, зумовлену соціокультурними особливостями [23], які можна визначити в межах теорії крос-культурного порівняння Хофстеде [24]. Виконання взятих зобов'язань та довіра є важливими соціальними інститутами, які, як зазнача-

лося вище, роблять значний внесок у розвиток маркетингової системи [11].

Генеративність, притаманна цифровим медіа, робить можливим зміну конфігурації елементів маркетингової системи та перепрограмування, у результаті чого можуть з'являтися цифрові товари і послуги, не передбачувані раніше; таким чином, видається принципово неможливим визначити межу цифрових інновацій. У будь-який поточний момент часу потенціал цифрових технологій залишається значною мірою нереалізованим. Спільне створення цінності та надавані споживачами взаємно послуги спрямовані передусім на зростання їхнього добробуту та якості життя, а не на оптимізацію витрат. Беручи до уваги безмежне розмаїття людських потреб, тенденцію до індивідуалізації попиту, а також природу цінності у концепції домінування обслуговування [25], функціонування системи цифрового маркетингу спрямоване переважно на забезпечення зростання якості життя, важливим елементом чого є наявність розмаїття пропозицій цінності. Вони, своєю чергою, стимулюють економічний розвиток через зростання вартості обмінів. З огляду на наведені міркування, загальна схема функціонування системи цифрового маркетингу уявляється такою (рис. 1).

Соціальні умови, процеси та результати функціонування ІТ-сектору, специфічні знання та навички, а також ступінь їх поширеності та доступу до нових технологій, інститути та наявні соціальні умови становлять вхід системи цифрового маркетингу. Усі елементи входу взаємодіють між собою, і процеси в одних частинах впливають на становище в інших у цілковитій відповідності з принципами мережевої взаємодії. Основою системи цифрового маркетингу, її становим хребтом є цифрові платформи, за допомогою яких забезпечується створення цифрових продуктів, контенту та доступ до продуктів і контенту. Цифрові продукти та застосування цифрових платформ позначаються також на функціонуванні інших сфер діяльності, секторів та ринків, продукти у яких не зобов'язані своїм походженням цифровим технологіями. У цих секторах досягнення цифрового маркетингу використовуються переважно для

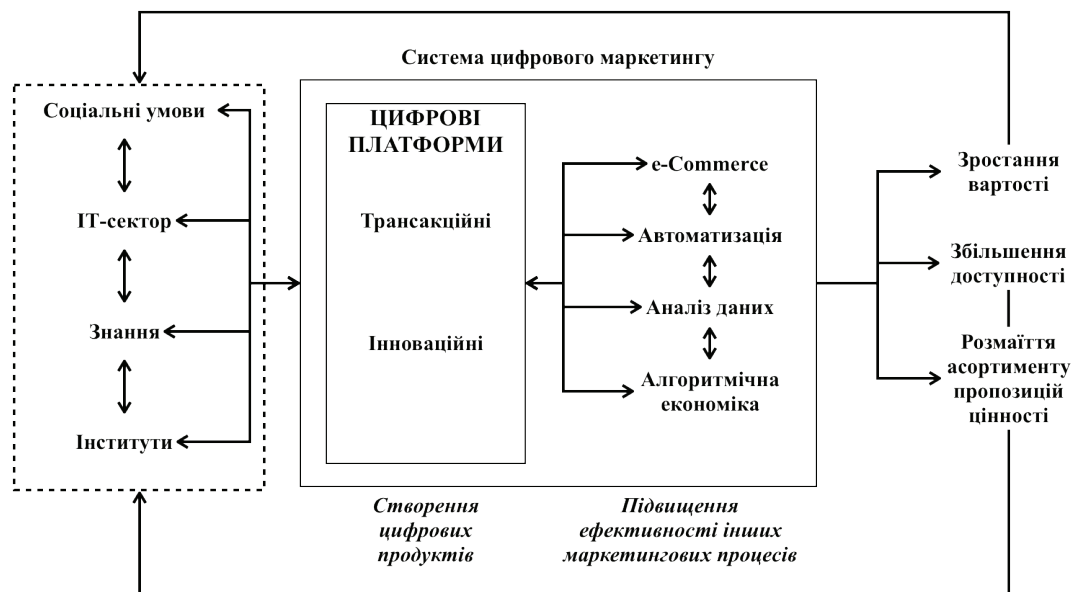


Рис. 1. Модель системи цифрового маркетингу

Джерело: власна розробка автора

інтенсивного розвитку – удосконалення процесів і підвищення економічної ефективності. У сукупності функціонування цифрових платформ та підвищення за допомогою цифрових технологій ефективності реалізації інших маркетингових процесів призводить до збільшення доступності і більшого поширення ринком товарів та послуг, збільшення вартості та зростання розмаїття пропозиції цінності – розвитку асортименту, що безпосередньо впливає на суб'єктивний добробут та якість життя. Зворотний зв'язок моделі сполучає соціоекономічний результат на виході моделі з умовами на вході.

Висновки і пропозиції. У результаті аналізу структури, потоків та процесів, які відбуваються у цифрових маркетингових каналах, у статті запропоновано модель функціонування системи цифрового маркетингу, яка сполучає соціоекономічні умови та розвиток ІТ-сектору з економічним

розвитком та суб'єктивним добробутом і якістю життя на рівні економіки у цілому. Запропонована модель може бути використана для створення системи показників, які оцінюють ступінь розвитку цифрового маркетингу на рівні економіки у цілому або вплив поширення цифрових технологій на ступінь розвитку ринкового середовища, а також може бути використана для розроблення заходів, спрямованих на регулювання та стимулювання розвитку цифрового маркетингу, а через нього – на розвиток цифрової економіки у цілому. Будь-яка маркетингова система за означенням є системою відкритою, такою ж, відповідно, є й система цифрового маркетингу. Дослідження форм та умов її зв'язку з іншими маркетинговими системами та з іншими соціальними підсистемами, як і визначення рівнів ієрархії у ній та взаємодії між рівнями, є перспективним напрямом подальших досліджень.

Список використаних джерел:

- Hunt S.D. Macromarketing as a Multidimensional Concept. *Journal of Macromarketing*. 1981. Т. 1. № 1. Р. 7–8.
- Fisk G. Marketing systems; an introductory analysis. New York : Harper & Row, 1967. XVIII. 797 p.
- Alderson W. A normative theory of marketing systems. *Theory in marketing* / ed. R. Cox et al. Homewood : Richard D. Irwin, 1964. P. 92–108.
- Layton R.A. Marketing Systems – A Core Macromarketing Concept. *Journal of Macromarketing*. 2007. Т. 27. № 3. P. 227–242.
- Layton R.A. Formation, Growth, and Adaptive Change in Marketing Systems. *Journal of Macromarketing*. 2014. Т. 1. № 1. P. 1–18.
- Layton R.A. Towards a theory of marketing systems. *European Journal of Marketing*. 2011. Т. 45. № 1/2. P. 259–276.
- Layton R.A. On Economic Growth, Marketing Systems, and the Quality of Life. *Journal of Macromarketing*. 2009. Т. 29. № 4. P. 349–362.
- Kadirov D. Macro-Systems Role of Marketing. *Journal of Macromarketing*. 2011. Т. 31. № 4. P. 359–375.
- Kadirov D. Towards a Theory of Marketing Systems as the Public Good. *Journal of Macromarketing*. 2018. Т. 38. № 3. P. 278–297.
- Hunt S.D. The evolution of resource -advantage theory. Six events, six realizations, six contributions. *Journal of Historical Research in Marketing*. 2012. Т. 4. № 1. P. 7–29.
- Hunt S.D. Trust, Personal Moral Codes, and the Resource-Advantage Theory of Competition: Explaining Productivity, Economic Growth, and Wealth Creation. *Contemporary Economics*. 2012. Т. 6. № 2. P. 4–19.
- Parker G.G., Van Alstyne M.W. Two-Sided Network Effects: A Theory of Information Product Design. *Management Science*. 2005. Т. 51. № 10. P. 1494–1504.
- Kannan P.K., Li H.A. Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*. 2017. Т. 34. № 1. P. 22–45.
- Layton R.A. Marketing Systems – Looking Backward, Sizing up and Thinking Ahead. *Journal of Macromarketing*. 2019. Т. 39. № 2. P. 208–224.
- Wymbs C. Digital Marketing: The Time for a New «Academic Major» Has Arrived. *Journal of Marketing Education*. 2011. Т. 33. № 1. P. 93–106.
- Dodson I. The art of digital marketing : The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns. Hoboken, New Jersey : Wiley, 2016. VIII. 385 p.
- Kobets V., Yatsenko V., Voynarenko M. Cluster Analysis of Countries Inequality Due to IT Development Through Macros Application. *International Conference on Information and Communication Technologies in Education, Research, and Industrial Applications*: Springer, 2019. P. 415–439.
- Heeks R. Digital Economies and Development: A Research Agenda. Centre for Development Informatics University of Manchester. 2018. (68). 14 p.
- Hunt S.D. On Reforming Marketing. For Marketing Systems and Brand Equity Strategy *Does Marketing Need Reform?: Fresh Perspectives on the Future* / ed. Sheth J. N., Sisodia R. New-York : Routledge, 2015. P. 77–85.
- Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: moving from traditional to digital. Hoboken, New Jersey : Wiley, 2017. XIX. 184 p.
- Grønroos C. Adopting a service logic for marketing. *Marketing Theory*. 2006. Т. 6. № 3. P. 317–333.
- Vargo S.L., Lusch R.F. Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing*. 2004. Т. 68. № 1. P. 1–17.
- de Mooij M., Hofstede G. Cross-Cultural Consumer Behavior: A Review of Research Findings. *Journal of International Consumer Marketing*. 2011. Т. 23. № 3–4. P. 181–192.
- Hofstede G.H., Hofstede G.J., Minkov M. Cultures and Organizations: Software of the Mind. Third edition. McGraw-Hill Professional, 2010. 576 p.
- Vargo S.L., Lusch R.F. Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2008. Т. 36. P. 1–10.

References:

- Hunt, S. D. (1981). Macromarketing as a Multidimensional Concept. *Journal of Macromarketing*, 1(1), 7-8. doi:10.1177/027614678100100103
- Fisk, G. (1967). *Marketing systems; an introductory analysis*. New York: Harper & Row.
- Alderson, W. (1964). A normative theory of marketing systems. In R. Cox, W. Alderson, & S. Shapiro (Eds.), *Theory in marketing* (pp. 92 – 108). Homewood: Richard D. Irwin.
- Layton, R. A. (2007). Marketing Systems – A Core Macromarketing Concept. *Journal of Macromarketing*, 27(3), 227-242.

5. Layton, R. A. (2014). Formation, Growth, and Adaptive Change in Marketing Systems. *Journal of Macromarketing*, 1(1), 1-18. doi:10.1177/0276146714550314
6. Layton, R. A. (2011). Towards a theory of marketing systems. *European Journal of Marketing*, 45(1/2), 259-276. doi:10.1108/03090561111095694
7. Layton, R. A. (2009). On Economic Growth, Marketing Systems, and the Quality of Life. *Journal of Macromarketing*, 29(4), 349-362. doi:10.1177/0276146709345108
8. Kadirov, D. (2011). Macro-Systems Role of Marketing. *Journal of Macromarketing*, 31(4), 359-375. doi:10.2307/1252112
9. Kadirov, D. (2018). Towards a Theory of Marketing Systems as the Public Good. *Journal of Macromarketing*, 38(3), 278-297. doi:10.1177/0276146718767949
10. Hunt, S. D. (2012). The evolution of resource -advantage theory. Six events, six realizations, six contributions. *Journal of Historical Research in Marketing*, 4(1), 7-29. doi:10.1108/17557501211195046
11. Hunt, S. D. (2012). Trust, Personal Moral Codes, and the Resource-Advantage Theory of Competition: Explaining Productivity, Economic Growth, and Wealth Creation. *Contemporary Economics*, 6(2), 4-19. doi:10.5709/ce.1897-9254.38
12. Parker, G. G., & Van Alstyne, M. W. (2005). Two-Sided Network Effects: A Theory of Information Product Design. *Management Science*, 51(10), 1494-1504. doi:10.1287/mnsc.1050.0400
13. Kannan, P. K., & Li, H. A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22-45. doi:10.1016/j.ijresmar.2016.11.006
14. Layton, R. A. (2019). Marketing Systems – Looking Backward, Sizing up and Thinking Ahead. *Journal of Macromarketing*, 39(2), 208-224. doi:10.1177/0276146718823897
15. Wymbs, C. (2011). Digital Marketing: The Time for a New “Academic Major” Has Arrived. *Journal of Marketing Education*, 33(1), 93-106. doi:10.1177/0273475310392544
16. Dodson, I. (2016). *The art of digital marketing : The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns*. Hoboken, New Jersey: Wiley.
17. Kobets, V., Yatsenko, V., & Voynarenko, M. (2019). *Cluster Analysis of Countries Inequality Due to IT Development Through Macros Application*. Paper presented at the International Conference on Information and Communication Technologies in Education, Research, and Industrial Applications.
18. Heeks, R. (2018) Digital Economies and Development: A Research Agenda. *Development Implications of Digital Economies: Centre for Development Informatics University of Manchester*.
19. Hunt, S. D. (2015). On Reforming Marketing. For Marketing Systems and Brand Equity Strategy In J. N. Sheth & R. Sisdia (Eds.), *Does Marketing Need Reform?: Fresh Perspectives on the Future* (1st ed., pp. 77-85). New-York: Routledge.
20. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 : moving from traditional to digital*. Hoboken, New Jersey: Wiley.
21. Grönroos, C. (2006). Adopting a service logic for marketing. *Marketing Theory*, 6(3), 317-333.
22. Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17.
23. de Mooij, M., & Hofstede, G. (2011). Cross-Cultural Consumer Behavior: A Review of Research Findings. *Journal of International Consumer Marketing*, 23(3-4), 181-192. doi:10.1080/08961530.2011.578057
24. Hofstede, G. H., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (Third edition): McGraw-Hill Professional.
25. Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, 1-10.

Робул Ю. В.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА КАК МАРКЕТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ

Резюме

Статья посвящена концептуализации развития цифрового маркетинга на макроуровне и определению предпосылок и результатов такого развития на уровне экономической системы. Цифровой маркетинг рассматривается как маркетинговая система, которая находится под влиянием социоэкономических условий, в частности уровня знаний и компетенций участников, доступа к цифровым технологиям, рыночных и социальных институтов, уровня и характера развития ИТ-сектора. Система цифрового маркетинга рассматривается как сервисная система, основу которой составляют цифровые платформы. Маркетинговая система обеспечивает экономический результат в виде увеличения ценности и роста уровня благосостояния через поддержание разнообразия предложений ценности и обеспечение доступности этих предложений через улучшение эффективности маркетинговых процессов.

Ключевые слова: маркетинг, цифровой маркетинг, цифровая экономика, маркетинговая система, экономическое развитие.

Robul Yuriy

Odesa I. I. Mechnikov National University

CONCEPTUALISATION OF DIGITAL MARKETING AS A MARKETING SYSTEM

Summary

The article addresses the conceptual framework of the development of digital marketing at the macro level and defining the preconditions and results of such development at the level of the entire economic system. While digital revolution in every field and sector of economy, including marketing is fait accompli, a proper conceptualisation thereof is still far from being definitely provided. The situation with digital marketing is much the same. Digital marketing, which has been mostly scrutinised as set of tools at the level of a firm in this article is seen as a marketing system that is influenced by socio-economic conditions, the level of specific knowledge and skills of participants in the system, including consumers, the level of access to modern digital technologies, by market and social institutions, and by the level and nature of the development of the IT sector. All these elements constitute system in-feed. The digital marketing system is attributed as a service system operating on the basis of co creation of value and essentially voluntarily association, engagement between participants, which feature reflects those of the logic of service dominance (S – D logic) in marketing. The backbone of the system is digital platforms that deliver five marketing related flows: that of ownership, possession, information, risk and money. At the output, the digital marketing system delivers economic results in the form of value growth, as well as ensuring the progress of the welfare level by maintaining the diversity of value propositions achieved due to the generativity feature of digital channels and extended range of availability of value propositions through increasing the efficiency of value creation and delivering, making prices more affordable. The conceptual model, depicting processes, prerequisites and outputs of the digital marketing system is presented. The model might be used in further studies aimed at assessing the input of digital marketing onto economy as a whole, or the impact of digital media development on the development and growth of market environment, as well as to develop measures to regulate and stimulate digital marketing development and, through it, the development of the digital economy as a whole. Exploring the forms and conditions of its relationship with other marketing systems and other social subsystems, as well as determining the levels of the hierarchy in it and the interaction between levels, is a promising avenue for further research.

Keywords: marketing, digital marketing, digital economy, marketing system, economic development.

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-14>

Роїк О. Р.

Інститут сталого розвитку імені В. Чорновола
Національного університету «Львівська політехніка»**ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ
ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

У роботі обґрунтовано теоретико-методичні особливості щодо необхідності впровадження інноваційності у туристичну сферу регіону як одного з пріоритетних чинників соціально-економічного розвитку. Визначено основні пріоритети розвитку галузі, реалізація яких дасть змогу поліпшити соціально-економічне становище регіону та забезпечить його сталий розвиток. Обґрунтовано заходи щодо досягнення поставлених цілей і вирішення завдань стратегії розвитку туризму регіону, а також упровадження ефективної туристичної політики, спрямованої на популяризацію концепції сталого туризму регіону. Запропоновано механізми розроблення перспективної концепції інноваційності туризму, що формується відповідно до пріоритетів регіональної політики туристичного й інноваційного поступу.

Ключові слова: інновація, інноваційний розвиток, інноваційність, туризм, туристична сфера, сталий розвиток, туристичний продукт.

Постановка проблеми. Туризм є важливим складником соціально-економічного розвитку національної економіки, сприяє створенню робочих місць, активізує діяльність підприємницького сектору, забезпечує суттєві надходження до бюджету держави [4]. З огляду на це, дослідження інноваційності туризму неможливе без інноваційного розвитку та інноваційної політики, що зумовлює її інноваційну трансформацію, а отже, потребує чіткого окреслення перспективних шляхів застосування соціальних інновацій, розроблення конкретних заходів і технологій щодо їхнього практичного впровадження, створення методик їх оцінювання, враховуючи основні пріоритети сталого розвитку.

Стратегічною метою економічних перетворень, які й досі відбуваються в Україні, є формування

механізмів інноваційності туризму в контексті сталого розвитку, яке неможливе без комплексного аналітичного дослідження умов та результатів забезпечення збалансованості соціально-економічних та інноваційних перетворень.

Різноманітність туристично-рекреаційних ресурсів, сприятливі природо-кліматичні умови, забезпечення кадровим потенціалом – усе це виступає сприятливими передумовами формування сталого розвитку туризму на міжнародному та регіональному рівнях. Проте трансформаційні процеси, що відбуваються у соціально-економічній сфері України, вимагають перегляду та вдосконалення процесу управління соціально-економічним розвитком країни через трансформацію вітчизняної економіки загалом, а також низки пріоритетних галузей, у туризмі зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток туризму виступав об'єктом аналізу багатьох науковців, зокрема Л. Агафонової, О. Бейдика, З. Герасимчук, Г. Горіної, Г. Ільницької, М. Мальської, О. Любіцевої, А. Терехуха та ін. Інноваційні аспекти туристичної діяльності частково досліджувалися у працях провідних учених: Г. Трілленберга, М. Лущик, О. Макари, А. Мельник, О. Стефанишин, Л. Федулової, Я. Орленко, Н. Мойсеевої, О. Давидової та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження впливу інновацій на розвиток туризму не отримали належного трактування, як і розроблення нових механізмів запровадження інноваційності у туристичну галузь, та потребують подальшого наукового аналізу.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення теоретико-методичних особливостей запровадження інноваційності у туристичну сферу як одного з основних чинників сталого соціально-економічного розвитку регіону.

Виклад основного матеріалу. Для низки країн світу туризм став однією з основних закономірностей розвитку національної економіки. Розвиток туризму нині визначається чинником, що сприяє стабілізації суспільства та зростанню економічної ефективності. У цьому контексті особливої актуальності набувають проблеми теоретико-методологічного аналізу інноваційної спрямованості у туристичній сфері, виявлення її значення у соціально орієнтованому процесі суспільного відтворення та інтегрованої оцінки місця та ролі інноваційних чинників у сталому туризмі зокрема.

Згідно з даними Світового економічного форуму [12] щодо обрахунку Індексу конкурентоспроможності в галузі туризму, проведеного у 2018 р., Україна посіла 78-е місце, набравши 3,7 бали із 7. Лідерами за показниками даного індексу були Іспанія, Франція, Німеччина, США та Японія, набравши в середньому 5,4 бали кожна. Тоді як найнижчі показники були у Ємені – 2,4, Чаді – 2,5 та Ліберії – 2,6 бали. Аналіз коефіцієнтів у Індексі конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму України показав ріст індикаторів, що характеризують потенціал соціально-економічного зростання. Проте основні показники розвитку туристичної сфери (табл. 1) свідчать про деяке поліпшення в динаміці не за рахунок інноваційних чинників, що свідчить про формування негативних тенденцій у країні: інновації не мали значного впливу на соціально-економічне зростання як у самій країні, так і в туристичній сфері зокрема.

Як свідчить аналіз даних табл. 1, ключові показники туристичної діяльності в Україні є досить низькими і мають понижувальну тенденцію. Так, загальний внесок туризму у ВВП залишається вкрай низьким, зважаючи на значний туристично-рекреаційний потенціал кра-

їни, і дещо зменшився із 5,5% у 2014 р. до 5,4% у 2018 р.; кількість прибуттів падала впродовж 2014–2018 рр. (від 24,7 млн осіб у 2014 р. до 14,2 млн осіб у 2018 р.); протягом цього періоду спостерігалось незначне зростання числа відправлень: із 23,8 млн осіб у 2014 р. до 26,4 млн осіб у 2018 р.; практично наполовину скоротилися доходи від туризму – з 5 931 млн дол. США у 2014 р. до 1 999 млн дол. США у 2019 р.; знизився також загальний внесок туризму в зайнятість, до 4,9% у 2018 р. (на противагу 6,8% у 2014 р.).

В Україні не прийнято Стратегію розвитку туристичної сфери на 2016–2020 рр., а також не розроблено Програму розвитку туризму відповідно до Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020». У зв'язку з оптимізацією та економією бюджетних коштів у 2014 р. втратила чинність Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. [4]. Таким чином, в Україні туристична галузь розвивається без чітко окреслених стратегічних орієнтирів та цільових показників розвитку. Вирішення означених проблем потребує чіткого окреслення перспективних шляхів застосування інновацій, розроблення конкретних заходів і технологій щодо їх практичного впровадження, створення методик їх оцінювання в контексті формування механізмів забезпечення інноваційності туристичної сфери регіону в умовах сталого розвитку.

Особливої уваги заслуговують такі ключові чинники інноваційного розвитку, як освітньо-кваліфікаційний та інтелектуальний потенціал суспільства, міра соціальної диференціації, принципи та напрями реалізації політики доходів. Інноваційні стратегії, концепції, ідеї як інструменти інноваційної трансформації мають становити основу механізму стимулювання інноваційного розвитку туристичної сфери [2]. Реалізація такого механізму потребує чіткого окреслення перспективних шляхів застосування соціальних інновацій, розроблення конкретних заходів і технологій щодо їх практичного впровадження, створення методик їх оцінювання.

Інновацією в туризмі слід вважати результат, впроваджену продукцію або послугу, що базується на створенні, впровадженні та реалізації нововведень у різних галузях економіки, зокрема й у туризмі, та спрямовані на зростання рівня життя населення, формування умов для розвитку людини [7].

Поняття «інноваційність» [9] є відносно новим явищем для української економічної науки, що ґрунтується на готовності до створення, впровадження та реалізації нововведень у різних галузях економіки та сферах суспільного буття, які спрямовані на формування умов для гідного життя та розвитку людини, а також гармонійних відносин із навколишнім середовищем.

Таблиця 1

Ключові показники туризму

	2014	2015	2016	2017	2018
Туризм, загальний внесок у ВВП (частка,%)	5,5	5,4	5,4	5,6	5,4
Число прибуттів (млн осіб)	24,671	12,712	12,428	13,333	14,230
Число відправлень (млн осіб)	23,761	22,438	23,142	24,668	26,437
Доходи від туризму (млн дол. США)	5931	2264	1662	1723	1999
Витрати від туризму (млн дол. США)	5763	5061	5101	5970	7128
Загальний внесок туризму в зайнятість (частка,%)	6,8	4,8	4,9	5,0	4,9
Капіталовкладення в туризм (млрд дол. США)	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4

Джерело: розроблено автором за даними [11]

Використання терміна «механізм» за спроби вдосконалення процесу управління зумовлене його змістовним наповненням. У загальному розумінні він означає «систему, що визначає порядок певного виду діяльності» та характеризує «послідовність станів і процесів, які становлять будь-яку дію» [6].

Сутність поняття «механізм» знаходить різне відображення у поглядах учених. А.Ф. Мельник визначає його як сукупність форм і методів регулювання економічних процесів [2]. Г. Ільницька [4] визначає це поняття як частку господарського механізму, до якого входять методи та інструменти регулювання економічних відносин і процесів. І. Циглик [11, с. 14] вважає, що економічний механізм – це сукупність економічних методів та важелів, що дають змогу регулювати діяльність колективу з метою досягнення економічних і соціальних завдань.

Можна стверджувати, що у загальному вигляді механізм розглядається вітчизняними вченими [4; 7; 12] як система заходів (взаємопов'язаних і взаємозалежних) різного характеру, за допомогою яких відповідно до встановлених принципів забезпечується належне виконання функцій управління інновацій у туристичну сферу. Даний механізм формуватиметься на основних сформованих принципах концепції сталого туризму та екологобезпечної політики туристичної діяльності. Важливо зазначити регіональну специфіку щодо формування збалансованого розвитку, врахову-

ючи специфічні властивості й умови у кожному регіоні. На регіональному рівні реалізація даного механізму дасть змогу ефективно використати природно-ресурсний потенціал, подолати наявне негативне соціальне, економічне та екологічне становище в регіоні, а також забезпечувати досягнення цілей, завдань та напрямів туристичного розвитку територій [6].

Таким чином, можна стверджувати, що складові елементи механізму повинні розглядатися як система єдиного цілого, пов'язаного соціальними, економічними та екологічними зв'язками, та включати у себе нормативно-правовий та інституційний механізми (створені на основі системи правового регулювання туристичної діяльності та забезпечення сприятливої законодавчо-правової бази у сфері туризму), організаційно-управлінський механізм (спрямований на вдосконалення стратегічного планування та управління розвитком туризму), фінансово-економічний механізм (включає розроблення системи оподаткування для туристичних підприємств, надання податкових пільг, дотацій та субсидіювання інвестиційних проектів), інформаційно-комунікаційний механізм (зорієнтований на просування туризму на міжнародному туристичному ринку, формування позитивного іміджу туристично-рекреаційної діяльності в Україні, підтримку внутрішнього та регіонального туризму в контексті сталого розвитку) (рис. 1).

Таким чином, запропонований механізм (рис. 1) як базовий елемент управління іннова-



Рис. 1. Структура механізму забезпечення інноваційності туристичної сфери регіону в умовах сталого розвитку

Джерело: розроблено автором на основі [6; 7]

ційністю сталого туризму дасть змогу досягти відповідних результатів і цілей щодо ефективності інновацій у туризмі. В основі даного механізму окреслено основні принципи концепції інноваційності туризму в регіоні, що формується відповідно до пріоритетів регіональної політики туристичного та інноваційного розвитку.

Висновки і пропозиції. Таким чином, реалізація механізмів забезпечення інноваційності регіонального туризму в контексті сталого розвитку забезпечує конкурентоспроможність регіонального туризму. Упровадження інновацій у туристичну галузь дасть змогу розробити ефективну туристичну політику, що включатиме: розроблення стратегії та програми сталого розвитку туризму; ефективне використання туристично-

рекреаційного потенціалу; формування кадрового і методичного забезпечення туристичної діяльності; організацію фестивалів, ярмарок, виставок із метою популяризації України в міжнародних і внутрішніх туристичних ринках; рекламно-інформаційне забезпечення для підвищення іміджу країни/регіону; впровадження інноваційної та інвестиційної діяльності в галузь; розвиток туристичної інфраструктури; розширення міжнародної співпраці у сфері туризму; вдосконалення системи ліцензування, сертифікації та стандартизації регіональних туристичних послуг; запровадження статистичного обліку та звітності суб'єктів туристичної діяльності; спрощення митного, валютного та податкового регулювання у туризмі тощо.

Список використаних джерел:

1. Гавран В.Я. Управління інвестиційною діяльністю в рекреаційно-туристичній сфері : дис. ... канд. екон. наук. Львів, 2002. С. 122–125.
2. Горіна Г.О. Сутність та особливості типології туристичних підприємств як суб'єктів управління. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2016. Вип. 20. С. 46–49.
3. Давидова О.Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2015. № 7(172). С. 65–69.
4. Ільницька Г.Я. Формування фінансово-економічного механізму управління підприємством. *Науковий вісник Українського державного лісотехнічного університету*. 2004. Вип. 14.7. С. 291–294.
5. Лагодієнко В.В., Довгаль О.В. Чинники економічного зростання регіонів в умовах диспропорційності. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2018. № 3. С. 15–21.
6. Мойсєєва Н.І. Маркетинг як інструментарій управління інноваційним розвитком туристичної сфери регіону. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 34. С. 220–222.
7. Мокляк А. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків) : дис. ... канд. геогр. наук. Київ, 2004. С. 100–101.
8. Орленко Я.Ю. Імперативи розвитку туристичної галузі України. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія «Державне управління»*. 2016. Вип. 2. С. 25–36.
9. Трілленберг Г. Інноваційно-кластерний підхід до розвитку туризму України в умовах глобалізації. *Журнал європейської економіки*. 2014. Т. 13. № 4. С. 401–414.
10. Циглик І.І. Внутрішній економічний механізм підприємства : навчальний посібник. Івано-Франківськ : ІМЕ, 2000. 104 с.
11. Світовий атлас даних. URL: <https://knoema.ru/atlas> (дата звернення: 10.01.2020).
12. The Travel & Tourism Competitiveness Report. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата звернення: 10.01.2020).

References:

1. Gavran V. Ya. (2002). Upravlinnya investytsiinoyu diyal'nistyu v rekreatsiino-turystychnii sferi: dys. kand. ekon. Nauk. [Investment management in recreation and tourism: diss. candidate economic sciences]. Lviv, pp.122-125.
2. Horina H. O. (2016). Sutnist ta osoblyvosti typolohii turystychnykh pidpryemst yak subiektiv upravlinnia. [The essence and features of the typology of tourism enterprises as subjects of management]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu, seriya «Ekonomika i menedzhment»*, vyp. 20, pp. 46–49.
3. Davydova O. H. (2015). Osoblyvosti zastosuvannya innovatsii u rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy. [The features of the application of innovation in the tourism industry Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka, seriya «Ekonomika»*, no. 7 (172), pp. 65–69.
4. Pnytska H. Ya. (2004). Formuvannya finansovo-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia pidpryemstvom. [Formation of the financial-economic mechanism of the enterprise's management]. *Naukovyi visnyk, Ukrainyskyi derzhavnyi lisotekhnichnyi universytet: Zbirnyk naukovykh tekhnichnykh prats*, vyp. 14.7, pp. 291–294.
5. Lahodiienko V. V., Dovhal O. V. (2018). Chynnyky ekonomichnoho zrostannia rehioniv v umovakh dysproportsiinosti. [Factors of Economic Growth of Regions in Conditions of Disproportionality]. *Aktualni problemy innovatsiinoy ekonomiky*, no. 3, pp. 15–21.
6. Moisieieva N. I. (2018). Marketynh yak instrumentarii upravlinnia innovatsiinym rozvytkom turystychnoi sfery rehionu. [Marketing as a tool for managing the innovative development of the tourism industry in the region]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, vyp. 34, pp. 220-222.
7. Moklyak A. (2004). Turysts'ki resursy dlya potreb inozemnoho turyzmu v Ukraini (v konteksti ukrains'ko-pol's'kykh turystychnykh zv'yazkiv): dys. kand. geogr. Nauk. [Tourist resources for the needs of foreign tourism in Ukraine (in the context of Ukrainian-Polish tourist relations): dyss. candidate geograph. sciences]. Kyiv, pp. 100-101.
8. Orlenko Ya. Yu. (2016). Imperatyvy rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy. [The imperatives of the development of tourist industry of Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu tsyvilnoho zakhystu Ukrainy, seriia «Derzhavne upravlinnia»*, vyp. 2, pp. 25–36.
9. Trillenberh H. (2014). Innovatsiino-klasternyi pidkhid do rozvytku turyzmu Ukrainy v umovakh hlobalizatsii. [Innovation-cluster approach to the development of tourism in Ukraine under the conditions of globalization]. *Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky*, t. 13, no. 4, pp. 401–414.
10. Tsyhlyk I. I. (2000). Vnutrishnii ekonomichni mekhanizm pidpryemstva. [Internal economic mechanism of the enterprise]. Ivano-Frankivsk, ІМЕ.
11. Svitovyy atlas danykh [World Data Atlas]. Available at: <https://knoema.ru/atlas> (accessed 14 January 2020).
12. The Travel & Tourism Competitiveness Report Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (accessed 14 January 2020).

Роик О. Р.

Институт устойчивого развития имени В. Черновола
Национального университета «Львовская политехника»

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Резюме

В работе обоснованы теоретические и практические основы по формированию механизмов обеспечения инновационности туристической сферы региона в условиях устойчивого развития в качестве стратегического приоритета социально-экономического развития регионов Украины. Определены приоритетные направления развития туризма, благодаря чему социально-экономическое развитие в значительной мере будет обеспечиваться инновационным развитием туризма. Обоснованы мероприятия по повышению качества и конкурентоспособности туристического продукта и осуществлению эффективной политики, направленной на популяризацию туристической сферы региона. Предложен механизм обеспечения инновационности туристической сферы региона в условиях устойчивого развития как базовый элемент, с помощью которого обеспечивается достижение целей и решение поставленных задач стратегии инновационного развития туризма.

Ключевые слова: инновация, инновационность, инновационное развитие, устойчивое развитие, туризм, туристическая сфера, туристический рынок, туристический продукт.

Roik Oksana

Viacheslav Chornovil Institute of Sustainable Development
Lviv Polytechnic National University

FORMATION OF MECHANISMS FOR PROVIDING THE INNOVATION OF THE TOURIST SPHERE OF THE REGION IN THE CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Summary

The article substantiates theoretical and practical bases on the formation of mechanisms for ensuring the innovation of the tourism sphere of the region in the conditions of sustainable development. This mechanism is considered as a strategic priority of socio-economic development of Ukrainian regions. The work sets out the priority areas for tourism development, which will ensure that socio-economic development will be largely supported by innovative tourism development. The purpose of the work is development theoretical and methodological provisions, methodological foundations and practical ones recommendations on the formation of mechanisms for ensuring innovation tourism sphere of the region in terms of sustainable development as a strategic one priority of socio-economic development of regions of Ukraine. The study found that the aggravation of crisis phenomena in the field of tourism and resorts suggests the need to improve state and regional policy in this area, priorities and principles of its implementation, powers and competences of tourism actors, the introduction of effective organizational, legal, economic, informational mechanisms of development of tourism and resorts as a highly profitable sector of the national economy. The study justifies measures to improve the quality and competitiveness of the tourism product and implement an effective policy aimed at promoting the tourism sector of the region. Implementation of the mechanism of ensuring the innovativeness of the tourism sector of the region in the conditions of sustainable development, as a basic element, will ensure the achievement of the goals and the objectives of the strategy of innovative development of tourism. On the basis of the theory and methodology of regional development, the new management system for innovative development of the tourism industry was grounded in order to move to a new doctrine of socio-economic standards of regional growth, which provides a basis for transition to new mechanisms for realization of the regional policy of development of tourism and recreation in unstable socioeconomics conditions.

Keywords: innovation, innovation, innovative development, sustainable development, tourism, tourism sphere, tourist market, tourist product.

УДК 330.341.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-15>

Шушкова Ю. В.

Львівський національний університет імені Івана Франка

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У статті охарактеризовано загальний стан інноваційної активності та розвитку в регіонах України на основі сумарного індексу інновацій, який розраховується Державною службою статистики. Проаналізовано кількість інноваційно активних промислових підприємств за регіонами України та її динаміку. Визначено частки промислових підприємств, які впроваджували інновації. Охарактеризовано рівень активності підприємств щодо впровадження технологічних інновацій у загальній кількості обстежених підприємств та підприємств, що займалися інноваційною діяльністю. Показано частки маловідходних, ресурсозберігаючих, безвідходних технологій у загальній сукупності впроваджених нових технологічних процесів промислових підприємств за областями України. Визначено кількість впроваджених нових технологічних процесів у розрахунку на 100 промислових підприємств. Проаналізовано обсяги реалізованої інноваційної продукції за регіонами України.

Ключові слова: інноваційно-технологічний розвиток, технологічна модернізація економіки, регіональні особливості.

Постановка проблеми. Одним з проблемних аспектів активізації інноваційно-технологічної діяльності в Україні залишаються істотні диференціації процесів інвестиційно-інноваційної діяльності, науково-технічного та технологічного розвитку за регіонами країни. Наявна ситуація, коли за низкою надважливих параметрів та показників різниця між показниками різних областей становить кілька, а то й десятки разів, що не сприяє вирівнюванню потенціалу та фактичних обсягів і ефективності процесу технологічної модернізації економіки України в просторово-територіальному аспекті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню теоретико-методичних засад інноваційної діяльності в контексті формування передумов забезпечення конкурентних позицій національної економіки присвячено праці Т. Васильдіва, О. Овечкіна, К. Іванова, Т. Скрипко, А. Мельник, А. Васіна та ін. Над дослідженням інноваційно-технологічних характеристик технологічної модернізації національного господарства працювали вчені Л. Федулова, К. Бужимська, А. Вешко, М. Бузмакова, Т. Мірзодасєва та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте питання узагальнення регіональних особливостей інноваційно-технологічної діяльності в контексті формування висновків для державної інноваційно-технологічної політики потребують більш детального опрацювання.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є виявлення та узагальнення регіональних особливостей інноваційно-технологічної модернізації економіки України.

Виклад основного матеріалу. За результатами складання рейтингу сумарного індексу інновацій диференціація між регіоном-аутсайдером (Черкаська область) та регіоном-лідером (Харківська область) у 2014–2016 рр. становила 48,4 в. п. (відповідні показники становили 15,7% та 54,1%) [12, с. 146]. Варто відзначити, що області України, які характеризуються порівняно вищим потенціалом науково-дослідної та інноваційної діяльності, протягом останніх років посідали вищі місця в сумарному рейтингу інновацій. Це, зокрема, Харківська, Дніпропетровська області та м. Київ. Але є й протилежні практики. Наприклад, Львівська область у 2008–2010 рр. займала 8-е місце у рейтингу, тоді як протягом 2008–2016 рр. позиції

цього регіону лише погіршувалися, маючи при цьому один із найвищих потенціалів науково-технічної, дослідної та технологічної діяльності.

До областей, які на кінець аналізованого періоду мали найнижчі місця в рейтингу, відносяться Черкаська, Чернівецька, Волинська, Хмельницька, Донецька та Закарпатська області. У зазначених регіонах були також і невисокі значення сумарного рейтингу інновацій. Отже, є підстави для висновку, що одним із напрямів більш ефективної державної політики інноваційно-технологічної модернізації економіки України має стати реалізація стратегій смарт-спеціалізації у цих та інших областях, які істотно поступаються в рейтингу інноваційного розвитку. Такий підхід дасть змогу підвищити інноваційно-технологічну активність та її ефективність (адже відбудеться спеціалізація на перспективних напрямах і сферах розвитку) в областях, що нині відстають у рейтингу інноваційної діяльності, усунути критичні диспропорції регіонів – аутсайдерів та лідерів.

Зауважимо, що причини наявних міжрегіональних диспропорцій та диференціації інноваційно-технологічного розвитку криються передусім у різницях у ресурсному забезпеченні та потенціалі. Так, регіони-лідери (Харківська область та м. Київ) станом на 2018 р. мали найбільшу чисельність інноваційно активних промислових підприємств – 119 та 101 од. відповідно [12, с. 146].

З іншого боку, регіони, що займали нижчі позиції в рейтингу, мали меншу чисельність інноваційно активних промислових підприємств. Так, у 2018 р. в Чернівецькій області таких налічувалося лише 9 од., у Хмельницькій – 11 од., у Волинській – 14 од., у Закарпатській – 12 од., у Луганській – 5 од. Це дає підстави для попереднього висновку про об'єктивну обмеженість подальшого нарощування інноваційно-технологічної діяльності у низці областей країни через українську малу кількість підприємств, орієнтованих на інновації як найбільш перспективний тип розвитку. Відповідно, слід шукати можливості відносно утворення та розвитку нових форм та суб'єктів, на базі яких існують перспективи для створення й впровадження інновацій та передових технологій. Йдеться про малий інноваційний бізнес, прями та опосередковані елементи інноваційно-технологічної інфраструктури і т. ін.

Центральним, а також регіональним органам влади діяльність у цьому напрямі потрібно активізувати в тому числі через тенденцію, що сформувалася в регіонах країни та пов'язана з різким зменшенням кількості інноваційно-активних промислових підприємств. Так, за 2009–2018 рр. лише у Дніпропетровській (на 18,3%), Запорізькій (на 16,1%) та Київській (на 17,4%) областях відбулося збільшення цього показника. Натомість для окремих регіонів країни скорочення чисельності інноваційно-активних промислових підприємств стало доволі масштабним, що негативно. Так, за 2009–2018 рр. показник скоротився у Луганській області на 90,7% (із 64 до 5 од.), у Миколаївській області – на 77,8% (із 63 до 14 од.), у Чернівецькій області – на 75,0% (із 36 до 9 од.), у Рівненській області – на 82,4% (із 29 до 8 од.), у Донецькій області – на 71,2% (із 80 до 23 од.), у Івано-Франківській області – на 70,2% (із 94 до 28 од.).

Варто відзначити, що скорочення чисельності інноваційно-активних промислових підприємств меншою мірою стосується тих суб'єктів бізнесу, які впроваджували інновації. Хоча цей показник у середньому в Україні невисокий (від 5,2% у Хмельницькій області до 28,6% у Харківській області) [12, с. 146], проте позитивно, що за 2009–2018 рр. у більшості областей він підвищився. Виняток становили Волинська (–1,3 в. п.), Закарпатська (–0,3 в. п.), Луганська (–3,0 в. п.), Рівненська (–5,6 в. п.), Чернігівська (–3,2 в. п.) області та м. Київ (–2,2 в. п.).

Водночас слід визнати, що, по-перше, у більшості регіонів країни чисельність промислових підприємств, які впроваджували інновації, скорочується. У 2018 р. до 2009 р. кількість таких підприємств збільшилася лише у трьох регіонах країни (Дніпропетровській, Запорізькій та Київській областях) та у решті областях скоротилася на 8–81%; по-друге, диференціації за показником «частка промислових підприємств, які впроваджували інновації», в областях країни надто високі, що не сприяє паритетному внеску всіх територій у забезпечення інноваційно-технологічної модернізації національного господарства. Виправлення ситуації тісно пов'язане з фінансовими, податковими та організаційно-інфраструктурними інструментами державної політики у сфері інноваційно-технологічного розвитку економіки.

Скорочення чисельності підприємств реального сектору економіки, які впроваджували інновації, є не єдиним недоліком регіональних характеристик розвитку інноваційно-технологічної діяльності в регіонів України. Сюди можна віднести й нестабільність та значні міжрегіональні диференціації у фінансуванні такої діяльності. Так, у регіонах України, які є лідерами за інноваційно-технологічною активністю, витрати на інновації зростають. Це Запорізька (у 25,7 рази у 2018 р. до 2009 р.), Київська (4,3 рази), Харківська (2,9 рази) та деякі інші області. Хоча не відбулося істотного зростання, але великими були обсяги фінансування інноваційної діяльності у м. Києві – 1,7 млрд грн у 2018 р.

Утім, при цьому у більшості областей України обсяги фінансування інноваційної діяльності зменшуються. Тут можна відзначити Волинську (зменшення показника за 2009–2018 рр. становило 81,2%), Луганську (85,5%), Рівненську (83,0%), Хмельницьку (98,6%) області. Зазначене є свідченням недостатнього державного контролю над рівномірним розподілом фінан-

сового забезпечення технологічної модернізації економіки країни.

У контексті безпосередньо технологічної модернізації економіки велике значення має активність підприємств реального сектору щодо створення, залучення й упровадження нових сучасних технологій та технологічних інновацій. У цьому аспекті потрібно вести мову про невисокий рівень вітчизняних промислових підприємств, які здійснювали технологічні інновації, що негативно. Так, за результатами обстеження у 2014–2016 рр. частка підприємств із технологічними інноваціями становила від 6,5% (у Хмельницькій області) до 19,1% (у Рівненській області), тобто в жодному з регіонів країни не більше ніж одне з п'яти промислових підприємств здійснювало технологічні інновації [12, с. 110–112].

Більше того, з-поміж інноваційно-активних промислових підприємств України лише близько 50–80% становили підприємства з технологічними інноваціями. Вказане є свідченням недостатньої спрямованості бізнесу відносно створення чи залучення та впровадження саме передових технологій. Це не сприяє інноваційно-технологічній модернізації регіональних економік. Особливо низьке значення цього показника спостерігалось у Київській (50,8%), Хмельницькій (51,2%), Закарпатській (55,1%), Чернігівській (56,2%) областях та м. Києві (55,9%).

Зроблений висновок підтверджується й тим, що більша частина технологій, які впроваджуються вітчизняними підприємствами з технологічними інноваціями, не є маловідходними, ресурсозберігаючими чи безвідходними. За винятком Луганської області (2,4%) у 2018 р. за регіонами України частка маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних технологій у загальній сукупності впроваджених нових технологічних процесів промислових підприємств перебувала у межах від 28,6% (Вінницька область) до 86,2% (Рівненська область) [12, с. 76].

У більшості регіонів країни цей показник не перевищував 50%, що є свідченням того, що підприємства значною мірою впроваджують менш ефективні технології. Зауважимо, що наявні недоліки не лише в структурному аспекті, а й у тому, що за багатьма регіонами країни скорочується кількість маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних технологій. Це Вінницька, Донецька, Житомирська, Запорізька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Одеська та Полтавська області.

Хоча позитивним аспектом можна вважати те, що за 2005–2018 рр. у більшості регіонів України частка маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних технологій підвищилася. Від'ємна динаміка була характерною лише для Вінницької (–21,4 в. п.), Дніпропетровської (–12,9 в. п.), Закарпатської (–18,8 в. п.), Кіровоградської (–25,0 в. п.), Луганської (–26,2 в. п.), Одеської (–8,7 в. п.) та Полтавської (–4,2 в. п.) областей.

Як показують результати аналізування, істотно різниться й інтенсивність або продуктивність діяльності вітчизняних промислових підприємств відносно створення й упровадження передових технологій за регіонами країни. Так, у 2018 р. регіоном-лідером за цим показником було місто Київ. Тут у розрахунку на 100 промислових підприємств упроваджено 193,7 нових технологічних процесів (близько двох у середньому на одне підприємство). Відносно високими були значення цього показника у Луганській (55,4 од. на 100 під-

приємств), Кіровоградській (50,0 од.), Сумській (47,5 од.), Харківській (44,4 од.) та Херсонській (41,9 од.) областях.

Критично низькою у цьому відношенні потрібно вважати діяльність промислових підприємств відносно впровадження нових технологічних процесів у таких областях, як Волинська, Вінницька, Житомирська, Хмельницька та Чернівецька. У цих регіонах країни в середньому на 10 промислових підприємств упроваджувалося менше одного нового технологічного процесу.

На це також має бути звернена увага під час удосконалення та підвищення ефективності державної політики забезпечення інноваційно-технологічної модернізації регіональних економік. У тому числі досвід успішної активізації інноваційно-технологічної діяльності в одних областях може бути апробованим в інших, зокрема з меншою чисельністю впроваджених нових технологічних процесів у розрахунку на одне інноваційно активне промислове підприємство.

Розгляд цієї ситуації в динаміці дає підстави стверджувати про її незбалансованість та неоднаковість за регіонами України. Так, у низці областей за 2009–2018 рр. відбулося зростання показника чисельності впроваджених нових технологічних процесів у розрахунку на 100 промислових підприємств, причому у кілька разів (Луганська область (21,6 р.), Дніпропетровська область (4,0 р.), Закарпатська область (4,0 р.), Київська область (6,9 р.), Кіровоградська область (5,7 р.), Рівненська область (6,4 р.), Тернопільська область (5,3 р.), Херсонська область (5,3 р.), м. Київ (3,5 р.)), тоді як існують регіони, де за цей період відбувся суттєвий спад аналізованого показника. Це Вінницька, Харківська, Хмельницька та Чернівецька області.

Однією з причин наявності недоліків у впровадженні нових технологічних процесів в областях України можна вважати недостатню, а також незбалансовану державну підтримку, зокрема фінансову, цих процесів. Так, за спостереженням, яке проводилося у 2014–2016 рр., державну фінансову допомогу для здійснення інноваційної діяльності отримувало 10,3% підприємств у Тернопільській області, 8,2% – у Донецькій області, 8,0% – у Херсонській області, 7,1% – у Кіровоградській області, 6,8% – в Івано-Франківській області, тоді як у решти регіонів країни показник становив 1,4–5,0%.

Недостатньо рівномірним був і розподіл державної фінансової допомоги, яка спрямовувалася із центральних, регіональних та місцевих бюджетів. Ключовий висновок тут полягає у тому, що актуалізувалася потреба в інституціалізації в Україні єдиного підходу з чітко визначеними правилами та умовами виділення й отримання інноваційно та технологічно активними підприємствами державної фінансової допомоги. Ба більше, ефективнішою буде не допомога, а надання фінансово-економічних преференцій у митних платежах та фіскальних зборах для реально інноваційно-технологічних вітчизняних підприємств.

Як уже зазначалося, ресурсозабезпеченість інноваційної та технологічної діяльності має велике значення та тісно корелює з інноваційно-технологічною активністю та ефективністю в регіонах країни. З огляду на це, позитивно, що за період 2008–2016 рр. поліпшилася забезпеченість вітчизняних інноваційно активних підприємств персоналом. Наприклад, в Україні у цілому частка працюючих на інноваційно активних під-

приємствах збільшилася за цей період із 32,6% до 41,2% (або на 8,6 в. п.) [12, с. 118]. Зросла й частка працюючих на промислових підприємствах із технологічними інноваціями – з 9,5% до 11,4% (на 1,9 в. п.).

В областях України станом на 2016 р. найвищі значення частки працюючих на інноваційно активних підприємствах спостерігалися у Запорізькій (56,8% зайнятих на інноваційно активних підприємствах та 15,8% – на підприємствах із технологічними інноваціями, що було на 17,4 в. п. та на 4,4 в. п. більше, ніж у середньому в країні), Полтавській (50,3% (на 9,1 в. п. більше, ніж середньодержавне значення) та 7,8% (на 3,6 в. п. менше, ніж у середньому в Україні)), а також Дніпропетровській (49,0% та 23,6%), Миколаївській (49,8% та 7,0%) та Харківській (49,2% та 18,4%) областях.

Водночас слід виокремити області, де частки зайнятих на інноваційно активних промислових підприємствах значно поступаються середньодержавним значенням. Це, зокрема, Чернівецька, Волинська Закарпатська, Луганська та Черкаська області. Примітно, що саме у цих регіонах країни за 2008–2016 рр. відбувся найбільший спад показника частки зайнятих на інноваційно активних підприємствах. До областей із високою від'ємною динамікою аналізованого показника можна також віднести Одеську (частка зайнятих на інноваційно активних підприємствах скоротилася на 18,7 в. п., а на підприємствах із технологічними інноваціями – на 16,8 в. п.) та Чернівецьку (на 12,7 в. п. та на 5,4 в. п. відповідно) області. Отже, саме у цих регіонах нашої країни державна та регіональна політика стимулювання зайнятості на інноваційно та технологічно активних суб'єктах господарювання має бути більш виваженою та активною.

Більше того, за 2009–2018 рр. чисельність працівників, задіяних до виконання НДР промислових підприємств, скоротилася практично в усіх регіонах країни, окрім Рівненської та Хмельницької областей. У низці областей зниження рівня забезпеченості інноваційної діяльності персоналом стало особливо критичним. Це Донецька, Луганська, Черкаська області.

Охарактеризовані вище тенденції значною мірою зумовили один із головних показників якості й ефективності інноваційно-технологічної діяльності в регіонах України. Йдеться про обсяги реалізованої інноваційної продукції. Так, за цим індикатором регіонами-лідерами у 2018 р. були Запорізька (4,2 млрд грн) та Харківська (3,5 млрд грн) області, м. Київ (2,9 млрд грн). Високі значення (понад 1 млрд грн) були також характерні для таких регіонів, як Дніпропетровська, Донецька, Київська, Кіровоградська, Львівська та Черкаська області.

Позитивно, що у більшості регіонів країни обсяги реалізації інноваційної продукції за 2009–2018 рр. істотно збільшилися, особливо у Вінницькій (у 5,9 р.), Волинській (у 4,4 р.), Одеській (6,5 р.), Київській (3,4 р.) та Кіровоградській (у 3,8 р.) областях. Але при цьому ситуація протилежна у Донецькій, Луганській, Миколаївській, Полтавській, Хмельницькій та Чернівецькій областях, де за аналогічний часовий період обсяги реалізації інноваційної продукції скоротилися більше ніж у чотири рази.

У табл. 1 наведено динаміку зміни регіонів країни за значеннями інтегральних індексів інноваційно-технологічного розвитку, які були розраховані згідно із запропонованою автором методикою. Як можемо спостерігати, для 2014 р.

Таблиця 1

**Позиціонування регіонів України на шкалі функції корисності Харінгтона
за інтегральним індексом інноваційно-технологічного розвитку в 2009, 2014 та 2018 рр.**

Значення	Характеристика	Роки		
		2009	2014	2018
0,81 – 1,0	Високий	-	-	-
0,64 – 0,8	Задовільний	Луганська (0,66) Харківська (0,65)	-	Харківська (0,69) ↑ Київська (0,68) ↑ Херсонська (0,68) ↑ Львівська (0,65) ↑
0,38 – 0,63	Середній	Чернівецька (0,62) Донецька (0,60) м. Київ (0,56) Сумська (0,55) Львівська (0,53) Київська (0,52) Рівненська (0,52) Запорізька (0,54) Тернопільська (0,50) Херсонська (0,50) Вінницька (0,49) Дніпропетровська (0,49) Черкаська (0,49) Івано-Франківська (0,48) Чернігівська (0,47) Закарпатська (0,45) Полтавська (0,45) Кіровоградська (0,42) Миколаївська (0,39) Волинська (0,38)	Херсонська (0,60) ↑ Вінницька (0,55) ↑ Сумська (0,53) ↓ Харківська (0,46) ↓ Рівненська (0,46) ↑ Київська (0,44) ↓ Івано-Франківська (0,44) ↑ Полтавська (0,44) ↓ Закарпатська (0,43) ↓ м. Київ (0,40) ↓ Львівська (0,40) ↓ Одеська (0,40) ↑ Дніпропетровська (0,39) ↓	Запорізька (0,61) ↑ м. Київ (0,60) ↑ Одеська (0,60) ↑ Кіровоградська (0,58) ↑ Чернігівська (0,55) ↑ Вінницька (0,54) ↓ Сумська (0,54) ↑ Закарпатська (0,52) ↑ Тернопільська (0,51) ↑ Івано-Франківська (0,49) ↑ Черкаська (0,49) ↑ Дніпропетровська (0,48) ↑ Донецька (0,48) ↑ Волинська (0,47) ↑ Чернівецька (0,44) ↑ Рівненська (0,42) ↓ Житомирська (0,40) ↑ Миколаївська (0,39) ↑ Полтавська (0,39)
0,21 – 0,37	Низький	Хмельницька (0,37) Одеська (0,36) Житомирська (0,35)	Чернівецька (0,36) ↓ Волинська (0,35) ↓ Донецька (0,34) ↓ Запорізька (0,33) ↓ Хмельницька (0,31) ↓ Житомирська (0,30) ↓ Кіровоградська (0,3) ↓ Миколаївська (0,29) ↓ Тернопільська (0,27) ↓ Чернігівська (0,26) ↓ Луганська (0,25) ↓ Черкаська (0,23) ↓	Луганська (0,37) ↑ Хмельницька (0,26) ↑
0 – 0,2	Критично низький	-	-	-

характерним став істотний спад інтегрального індексу інноваційно-технологічного розвитку в областях України.

Відповідно, жодна з областей не потрапила до групи зі сприятливим рівнем розвитку, лише Херсонська, Вінницька, Рівненська, Івано-Франківська та Одеська області отримали вищі значення інтегрального індексу порівняно з 2009 р.

Натомість позитивно, що в 2018 р. інтегральні індекси інноваційно-технологічного розвитку економіки в регіонах країни підвищилися. Лідерами залишаються Харківська, Київська, Львівська та Херсонська області. Причому впродовж усього аналізованого періоду (2009–2018 рр.) зазначені регіони характеризувалися порівняно вищим рівнем інтегрального індексу. Найвищі темпи зростання при цьому були досягнуті у Львівській області, яка за 2014–2018 рр. підвищила значення інтегрального індексу інноваційно-технологічного розвитку з 0,4 до 0,65.

Для решти регіонів країни характерні нижчі значення інтегрального індексу інноваційно-технологічного розвитку економіки; особливо загрозливим є стан у Луганській та Хмельницькій областях, що потребує реалізації більш ефективної державної політики інноваційно-технологічної модернізації та зміцнення конкурентоспроможності економіки.

Висновки і пропозиції. Отже, наведено загальну характеристику стану та тенденцій інноваційно-технологічного розвитку та модернізаційних зрушень у цій сфері за регіонами України. Встановлено, що до системних недоліків формування передумов для технологічної модернізації національного господарства України відносяться істотні диференціації інноваційно-технологічного розвитку за регіонами країни, що не сприяє її системності та збалансованості. Це підтверджується результатами рейтингування рівнів країни за сумарним індексом інновацій, а також диспропорціями (у понад десятки разів) за кількістю інноваційно активних промислових підприємств, частками промислових підприємств, які впроваджували інновації, були технологічно активними, створювали та впроваджували маловідходні, ресурсозберігаючі та безвідходні технології, чисельністю впровадження нових технологічних процесів у розрахунку на 100 промислових підприємств, частками працюючих на інноваційно активних промислових підприємствах, обсягами реалізованої інноваційної продукції.

Прикладне значення в контексті формування інформаційно-аналітичної основи для подальшого вироблення якісної державної політики мають методичні підходи до аналізування, які передбачають здійснення інтегрального оцінювання.

Список використаних джерел:

1. Овечкіна О.А., Іванова К.В. Огляд методів оцінки рівня інноваційного потенціалу економічних суб'єктів. Економічний вісник Донбасу. 2007. № 4. С. 130–140.
2. Скрипко Т.О. Інвестиційно-інноваційна активність малого і середнього підприємництва як чинник економічної безпеки держави : монографія. Львів : Ліга-Прес, 2013. 384 с.
3. Державне регулювання процесу інтелектуалізації економіки України : монографія / за ред. Т.Г. Васильців, Н.В. Гунчак, О.Є. Сухай. Львів : Априорі, 2016. 256 с.
4. Мельник А.Ф., Васіна А.Ю. Структурна трансформація національної економіки України як чинник модернізації інституційного базису її розвитку. Журнал європейської економіки. 2010. Т. 9. № 1. С. 37–58.
5. Федулова Л.І. Прогнозування інноваційно-технологічного розвитку економіки як складова вибору стратегії виходу з кризи. Економіка і прогнозування. 2009. № 3. С. 5–17.
6. Бужимська К.О. Деякі складові теоретико-методологічної бази інноваційно-технологічної модернізації. Вісник ЖДТУ. 2009. № 4. С. 202–207.
7. Вешко А.Т. Реіндустріалізація країн Єврозони як передумова промислового ренесансу економіки України. Журнал європейської економіки. 2013. Т. 12. № 2. С. 233–241.
8. Бузмакова М.В. Реіндустріалізація – тенденція мирової економіки. Вестник Нижегородского университета. 2017. № 1(45). С. 7–17.
9. Мірзодаєва Т.В. Реіндустріалізація економіки України як ключовий фактор виходу із кризи. Проблеми формування та реалізації конкурентної політики. 2015. № 22. С. 137–138.
10. Васильців Т.Г. Удосконалення дозвільної системи діяльності малих і середніх підприємств як засіб зміцнення їх економічної безпеки в умовах економічної кризи. Вісник Донецького університету. Серія В. Економіка і право. 2009. Вип. 1. С. 279–285.
11. Васильців Т.Г., Павлишин Б.Л. Стратегічні засади управління використанням матеріально-технічної бази підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2008. № 18.10. С. 275–279.
12. Наукова та інноваційна діяльність України за 2018 рік : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України. 2019. 108 с.

References:

1. Oviechkina O.A., Ivanova K.V. (2007). Ogljad metodiv otsinky rivnia innovatsiynogo potentsialu ekonomichnyh subyektiv [An overview of methods for assessing the level of innovation potential of economic entities]. Ekonomichnyi visnyk Donbasu, no. 4, pp. 130-140.
2. Skrypko T.O. (2013). Investytsiino-innovatsiina aktyvnist maloho i serednioho pidpriemnytstva yak chynnyk ekonomichnoi bezpeky derzhavy [Investment and innovation activity of small and medium-sized enterprises as a factor of economic security of the state]. Lviv : Liha-Pres. 384 p.
3. Vasylytsiv T.G., Hunchak N.V., Sukhai, O.Ye. (2016). Derzhavne rehuliuвання protsesu intelektualizatsii ekonomiky Ukrainy [State regulation of the process of intellectualization of the economy of Ukraine]. Lviv : Apriori. 256 p.
4. Melnyk A.F., Vasina A.Yu. (2010). Strukturna transformatsiya natsionalnoi ekonomiky Ukrainy yak chynnyk modernizatsiyi instytutsiynogo bazysu yiyi rozvytku [Structural transformation of the national economy of Ukraine as a factor in modernizing the institutional basis for its development]. Zhurnal Yevropeiskoi ekonomiky, Vol. 9 (no. 1), pp. 37-58.
5. Fedulova L.I. (2009). Prognozuvannya innovatsiyno-tehnologichnogo rozvytku ekonomiky yak srladova vyboru strategiyi vyhodu z kryzy [Predicting the innovation and technological development of the economy as a component of the choice of a strategy for solving the crisis]. Ekonomika ta prohnozuvannya, no. 3, pp. 5-17.
6. Buzhymyska K.O. (2009). Deyaki skladovi teoretyko-metodologichniyi bazy innovatsiyno-tehnologichnoyi modernizatsiyi [Some components of the theoretical and methodological basis of innovation and technological modernization]. Visnyk ZhDTU, no. 4, pp. 202-207.
7. Veshko A.T. (2013). Reindustrializatsiya krayin evrozony yak peredumova promyslovogo renesansu Ukrainy [Re-industrialization of the euro area countries as a prerequisite for the industrial renaissance of the Ukrainian economy]. Zhurnal Yevropeiskoi ekonomiky, Vol. 12, no. 2, pp. 233-241.
8. Buzmakova M.V. (2017). Reindustrializatsiya – tendentsiya mirovoy ekonomiky [Reindustrialization – basis of world economy]. Vestnik Nizhegorodskogo universiteta, no. 1(45), pp. 7-17.
9. Mirzodaieva T.V. (2015). Reindustrializatsiya ekonomiky Ukrainy yak klyuchovyi factor vyhodu iz kryzy [Re-industrialization of the Ukrainian economy as a key factor in solving the crisis]. Problemy formuvannya tas realizatsii konkurentnoi polityky, no. 22, pp. 137-138.
10. Vasylytsiv T.G. (2009). Udoskonalennia dozvilnoi systemy diyalnosti malyh i serednih pidpriumstv yak zasib zmitsnennia ih ekonomichnoi bezpeky v umovah ekonomichnoi kryzy [Improvement of the permits system of small and medium enterprises as a means of strengthening economic security in the conditions of economic crisis]. Donetsk University Bulletin. Series. B. Economics and Law. Vol. 1. pp. 279-285.
11. Vasylytsiv T.G., Pavlyshyn B.L. (2008). Strategichni zasady upravlinnia vykorystanniam materialno-tehnichnoi bazy pidpriumstva [Strategic management framework using material and technical base of enterprise]. Scientific Herald of Ukraine's national forestry engineering. № 18.10. pp. 275-279.
12. Scientific and innovative activity of Ukraine for the year 2018 (2019). Statistical book. K : State statistics Service of Ukraine. 108 p.

Шушкова Ю. В.

Львовский национальный университет имени Ивана Франка

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

Резюме

В статье охарактеризовано общее состояние инновационной активности и развития в регионах Украины на основе суммарного индекса инноваций, который рассчитывается Государственной службой статистики. Проанализировано количество инновационно активных промышленных предприятий по регионам Украины и его динамику. Определены доли промышленных предприятий, которые внедряли инновации. Охарактеризован уровень активности предприятий по внедрению технологических инноваций в общем количестве обследованных предприятий и предприятий, занимавшихся инновационной деятельностью. Показаны доли малоотходных, ресурсосберегающих, безотходных технологий в общей совокупности внедренных новых технологических процессов промышленных предприятий по областям Украины. Определено количество внедренных новых технологических процессов в расчете на 100 промышленных предприятий. Проанализированы объемы реализованной инновационной продукции по регионам Украины.

Ключевые слова: инновационно-технологическое развитие, технологическая модернизация экономики, региональные особенности.

Shushkova Yulia

Ivan Franko National University of Lviv

REGIONAL ASPECTS OF INNOVATION AND TECHNOLOGICAL MODERNIZATION OF UKRAINES ECONOMY

Summary

The purpose of the article is to identify and summarize regional peculiarities of innovation and technological modernization of Ukraine's economy. The general characteristic of the state and tendencies of innovation and technological development and modernization shifts in this area by the regions of Ukraine is presented. It is shown, that one of the problematic aspects of intensification of innovation-technological activity in Ukraine remain the substantial differentiation of processes of investment-innovation activity, scientific-technical and technological development by regions of the country. The paper describes the general state of innovation activity and development in the regions of Ukraine on the basis of the total index of innovation, calculated by the state Statistics Service of Ukraine. The number of innovatively active industrial enterprises by regions of Ukraine and its dynamics is analyzed. The share of industrial enterprises that have implemented innovations has been determined. The level of activity of enterprises on introducing technological innovations in the total number of surveyed enterprises and enterprises engaged in innovative activity is characterized. The particles of low-waste, resource-saving, non-waste technologies are shown in the common aggregate of introduced new technological processes of industrial enterprises by regions of Ukraine. The determined number of new technological processes implemented at 100 industrial enterprises. The volumes of innovative products by regions of Ukraine are analyzed. The dynamics of changes in the regions of the country by the values of integral indices of innovative technological development, which were designed according to the proposed author of methods are given. It was established that none of the oblasts were in the group with the favourable development level and only Kherson, Vinnytsia, Rivne, Ivano-Frankivsk and Odesa oblasts received higher values of the integral index in comparison with 2009. Instead, it is positive that in 2018 the integral indexes of innovative technological development of economy in the regions of the country increased. The leaders remain Kharkiv, Kyiv, Lviv and Kherson oblasts.

Keywords: innovation and technological development, technological modernization of the economy, regional peculiarities.

РОЗДІЛ 4

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 658.628

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-16>

Білявська Ю. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СЕГМЕНТІ РИНКУ DIY

Описано загальну концепцію категорійного менеджменту. Досліджено управління категоріями, які швидко розвиваються в Україні і забезпечують збалансовану роботу компанії в будь-якому сегменті ринку, що пов'язаний із роздрібною торгівлею. Визначено сутність та природу поняття «категорійний менеджмент». Запропоновано схему виділення товарних категорій відповідно до вивчення споживчої логіки вибору товарів. Проведено критичний аналіз існуючих методичних підходів до процесу формування категорій, за результатами якого обґрунтовано власний підхід та принципи виокремлення товарних категорій. Наведено приклади застосування запропонованого підходу на підприємствах роздрібною торгівлі різного формату. Сформовано карту сприйняття споживачами ролей товарних категорій. Виявлено, що категорійний менеджмент визнається фахівцями одним з основних стратегічних чинників ретейлу. Доведено, що категорійний менеджмент є найбільш доцільним за умов наявності широкого асортименту, значних оборотів та наявності розвинутої мережі ретейлу.

Ключові слова: категорійний менеджмент, товарна категорія, сегмент, споживач, споживчі потреби, підприємство роздрібною торгівлі, Do It Yourself.

Постановка проблеми. Уповільнення темпів зростання внутрішнього ринку, зниження купівельної активності споживачів спричиняють загострення системних суперечностей у діяльності підприємств. Помилкова орієнтація менеджменту підприємств на використання застарілого управлінського інструментарію призводить до зниження ефективності діяльності, згортання програм соціально-економічного розвитку, дестабілізації внутрішніх процесів і руйнації ієрархії організаційних цінностей. У складних економічних умовах ключовим питанням для менеджменту підприємств стає пошук нових джерел забезпечення конкурентних переваг, де формування ролей товарної категорії може бути чинником, який позитивно впливатиме на їх запровадження у діяльність.

Категорійний менеджмент стрімко набуває розвитку в Україні та забезпечує збалансовану роботу підприємства в будь-якому сегменті ринку, що пов'язаний із ретейлом. Зростаючий внутрішній ринок приваблює потужні світові компанії торговельного формату Do It Yourself. Така тенденція зумовлюється підвищенням вимог споживачів не тільки до якості товарів, а й до технології процесу здійснення покупки. Супер- і гіпермаркети мають привабливіші умови торгівлі, ширший асортимент, додаткові послуги. Саме ці чинники стають вирішальними в процесі розподілу роздрібною ринку України та, головним чином, визначають прихильність споживачів. На відміну від багатьох інших сегментів для ринку DIY криза стала не лише причиною спаду, а й мотивацією для управлінських змін і оптимізації бізнес-процесів. Мережі переглянули асортимент, доповнили його групами товарів, що відповідають зміненним ціновим запитам покупців, провели заходи щодо стримування цін і почали активно розвивати франшизу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Брайан Харіс, засновник консалтингової компанії The Partnering Group (TPG), формалізував категорійний менеджмент понад 29 років тому, а його

«модель Харіса» досі залишається в основі класичної науки категорійного менеджменту.

Категорійний менеджмент зародився у форматі торгівлі «супермаркет», коли власники одного з магазинів виявили, що можуть згрупувати товари незвичним їм способом і оцінити асортимент не як набір окремих товарів, а як продуктивний мікс, урахувавши ключові погляди споживача.

Перші публікації з категорійного менеджменту належать зарубіжним авторам, зокрема Р. Варлі, Г.Ж. Верра, М. Дурбану, М.Дж. Зенору, М. Рафіку, У.А. Таєру, Ф. Шпеєру та ін. У працях цих дослідників розкрито основні положення нової концепції управління й описано досвід її впровадження на західних підприємствах. Для України дослідження категорійного менеджменту – відносно новий напрям. До найбільш цікавих, на нашу думку, можна віднести роботи таких авторів, як В.А. Гросул, А.О. Єсютин, Є.В. Карпова, Д.В. Сидоров, С.В. Сисоєва, Е.А. Бузукова, В.В. Снегірьова.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Останні публікації науковців і аналітиків-практиків присвячено здебільшого питанням запровадження категорійного менеджменту в практику управління підприємствами, а також реалізації окремих його функцій і завдань. Незважаючи на велику кількість наукових розробок, проблема ще залишається недостатньо вивченою, відсутні дослідження, які б повною мірою відображали особливості формування та тенденції категорійного менеджменту підприємств торгівлі, досі відсутнє загально визначення даного поняття в економічній літературі.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є формування науково обґрунтованого і доцільного для використання у практиці алгоритму формування категорійного менеджменту в сегменті DIY.

Виклад основного матеріалу. Найбільш поширеним є визначення Н.Б. Гурової: «Категорійний менеджмент – це процес управління асортиментом, за якого кожна товарна категорія розгляда-

ється як самостійна бізнес-одиниця». Основною метою категорійного менеджменту є широке охоплення покупців, максимальне задоволення їхніх потреб і одночасне підвищення ефективності взаємодії між постачальником та споживачем, підвищення продуктивності шляхом зниження витрат.

Важко не погодитися з думкою О. Крещенко, що розглядає товарну категорію як самостійну бізнес-одиницю в рамках стратегічної бізнес-одиниці, тому що «категорійна бізнес-одиниця повинна розробляти самостійну стратегію поведінки на ринку (навіть радикально відрізнятись від загальної стратегії). Однак ця стратегія обов'язково повинна бути складником загального стратегічного портфеля і бути узгодженою по основних позиціях (фінанси, торгівля, цінова та інші види політики)» [3, с. 495].

Термін «категорійний менеджмент» Н.К. Мойсєєва, Т.Н. Голиков та Ю.С. Долгачева трактують як «...процес управління торговим підприємством, коли кожна категорія товару розглядається як окрема бізнес-одиниця, під час роботи з якою переслідуються цілі максимального задоволення потреб споживача і підвищення ефективності співпраці між виробником і ретейлером» [1, с. 82].

Дещо під іншим кутом зору визначають сутність категорійного менеджменту А. Веллхофф та Ж.Е. Масон: «Це ... процес, в якому одиницею управління є товарна категорія, а не одиничний бренд» [7, с. 39].

Як зауважує С. Балакірєва, категорійний менеджмент – «...система управління асортиментом, в основі якої лежить виокремлення в структурі асортименту товарних категорій із подальшим управлінням ними як самостійними бізнес-одиницями» [1, с. 84].

Вітчизняними та зарубіжними науковцями висвітлено низку питань, пов'язаних із новою концепцією управління, – категорійним менеджментом. Але найчастіше в наукових працях дослідження категорійного менеджменту зводиться до загального опису його характеристик і майбутніх переваг від упровадження в діяльність підприємств. Однак недостатня увага приділяється саме дослідженням сутності об'єкта управління в категорійному менеджменті, тому в контексті вирішення проблем упровадження категорійного менеджменту у практику вітчизняного ретейлу дослідження сутності об'єкта управління є надзвичайно важливим. За результатами проведеного дослідження наукових джерел, практики роботи підприємств торгівлі та використання цільового, системного і процесного підходів запропоновано уточнене визначення поняття «категорійний менеджмент», під яким розуміють формування та імплементацію технології управління товарним асортиментом шляхом використання інформаційно-інноваційного забезпечення, генерування стратегії та використання методичного інструментарію управління товарною категорією з метою формування ключової компетенції і забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємства.

Кількість товарних категорій залежить від специфіки діяльності підприємства. Формат у сегменті DІY може налічувати 400 категорій/підкатегорій. Кожна з них відіграє важливу, але змінну роль у досягненні цілей. Менеджмент підприємства (ретейлера, виробника), що задіяний в управлінні товарним асортиментом, повинен сформувати повний перелік (класифікатор) ролей категорій, які будуть використовуватися усім підприємством у сегменті DІY і, можливо, його біз-

нес-партнерами. Процес ролей товарних категорій можна розділити на такі етапи: з'ясування ролі певного товару для підприємства, що буде застосовуватися в межах сформованої асортиментної матриці підприємства; зазначення ролей для кожної категорії товарів; розділення ресурсів серед сформованих категорій, оснований на цих ролях.

На етапі розвитку категорійного менеджменту необхідно виявити основні зони розвитку, перспективний напрям для відродження та вдосконалення асортименту підприємства. Найбільш удалим є другий етап упровадження категорійного менеджменту – завдання ролей товарним категоріям, визначення переліку ролей, які використовуватимуться в рамках прийнятої на підприємстві в сегменті DІY асортиментної матриці. Роль товарної категорії є дуже важливим етапом для співпраці споживача з продавцем. Залежно від актуальності товару та його популярності магазини виділяють необхідні квадратні метри, полиці, застосовують різні підходи до реклами, розробляють системи знижок, і це все для того, щоб споживач у будь-якому разі помітив та звернув увагу на цей товар.

Таким чином, цілі категорійного менеджменту полягають, з одного боку, у максимальному задоволенні потреб покупців, а з іншого – у підвищенні ефективності співпраці між виробником (постачальником) та мережами роздрібної торгівлі. Тому категорійний менеджер – це фахівець вищої кваліфікації. Він відповідає за весь комплекс робіт із придбання та просування товарів певної, чітко сформованої асортиментної групи, встановлює ділові зв'язки з постачальниками або роздрібними операторами, шукає шляхи оптимізації витрат на постачання і логістику, організовує й курирує промозаходи.

Досліджуючи алгоритм формування ролей товарної категорії в сегменті DІY, проведений аналіз науково-методичної літератури з досліджуваної проблематики показав, що, як правило, всі підходи до оцінювання базуються на таких методах наукових досліджень, як порівняльний, статистичний, факторний аналіз, метод експертних оцінок. Формуючи перелік категорій, керівництво повинно враховувати те, що категорійний менеджмент насамперед сприяє ефективності управління доходами підприємства.

Саме тому, розглядаючи раціоналізацію процесу управління розвитком категорійного менеджменту підприємств торгівлі, потрібно орієнтуватися на ті чинники, які допомагають категорійним менеджерам працювати з максимальною віддачею та користю, а не використовувати жорсткі правила і норми поведінки й орієнтацію на результат.

Для визначення сприйнятливості до формування категорійного менеджменту необхідно провести анкетування керівників відділів підприємств у сегменті DІY. Це дасть змогу виявити стан готовності підприємства до змін. Перед упровадженням змін на підприємстві треба визначити рівень сприйнятливості працівників до інновацій. Для цього нами запропоновано методику оцінки результативності формування ролей товарної категорії за допомогою анкетування. Для досягнення максимального ефекту від упровадження категорійного менеджменту найбільш актуальним є застосування дії щодо відношення груп товарів та підвищення сфери надання послуг. Якщо ми бажаємо створити постійний попит на продукцію, необхідно зацікавити споживача в тому, що наш продукт є найкращим, ціна на нього прийнятна й

обслуговування залишається у пам'яті людини як приємні спогади. Таким чином, оскільки категорійний менеджмент – це система управління асортиментом, заснована на принципах маркетингу (орієнтація на цільову аудиторію) і має на меті максимізацію прибутку компанії, то повинні цим займатися і виробники, і дистриб'ютор, і роздріб.

Значення індексу категорійного менеджменту в сегменті ДІУ має дорівнювати не менше 0,5, нижчі значення індексу свідчать, що вдосконалення не будуть сприйматися, а категорійний менеджмент не є інноваційним та актуальним у діяльності підприємства. Однак високе значення індексу ще не означає, що підприємство активно впроваджує інновації. Творчі та інноваційні здібності категорійних менеджерів, усвідомлення ними необхідності впровадження вдосконалення лише створюють сприятливу основу для проведення змін. Можливість реалізації інноваційного потенціалу працівників та підприємства прямо залежить від загального стану на ринку.

Розглянемо результати застосування запропонованого алгоритму на прикладі провідних підприємств ринку ДІУ в Україні. Дієвість економіко-математичної моделі апробовано на досліджуваних підприємствах та виявлено, що вони потребують налагодження зв'язків із громадськістю, вдосконалення заходів із маркетингу і реклами та системної роботи з формування та нарощування організаційного потенціалу. Економіко-математичне моделювання дало змогу виявити зв'язок між ефективністю категорійного менеджменту та їх фінансово-економічними показниками. Залежність ґрунтується на підвищенні матеріальних витрат на усунення дефектів виявлених груп компонентів категорійного менеджменту. Розрахунок індексу категорійного менеджменту за встановленою методикою для підприємств в сегменті ДІУ представлено в табл. 1.

За результатами апробації економіко-математичної моделі та визначення індексу категорійного менеджменту підприємств у сегменті ДІУ на рис. 1 пропонуємо карту сприйняття споживачами ролей товарних категорій, що складається з чотирьох сегментів, кожен з яких має певні межі. Ідеалом серед усіх підприємств є ТОВ «Епіцентр К», що займає лідируючі позиції та більше наближене до ідеального становища. Також у число лідерів-ідеалів потрапило ТОВ «Нова лінія», що заявило про себе як підприємство з потужним ресурсним потенціалом, сильною позицією на ринку, великими перспективами та могутнім розмаїттям товарних категорій.

На жаль, жодне з підприємств нашого дослідження не потрапило в сегмент «Магнат» (такі підприємства мають великі ресурсні можливості, що повинні бути спрямовані в правильне русло для переходу в групу підприємств-ідеалів). Підприємства, що належать до групи «Лідер», мають більш обмежені фінансові, трудові, інформаційні та технічні можливості. Незважаючи на це, рівень категорійного менеджменту є досить високим, що є позитивним явищем і може сприяти переходу підприємств до групи «Ідеал». Для цього потрібні інвестиції в розвиток підприємств, пошук дешевих джерел ресурсів тощо.

І остання група – «Аутсайтери», що мають дуже слабкі позиції на ринку. Це зумовлено недостатнім рівнем фінансування, розвитку та інформованості. Для виживання їм потрібні капітальні інвестиції та зміна стратегії розвитку або ліквідація. Таким чином, можемо спостерігати досить стабільний стан категорійного менеджменту в сегменті ДІУ в Україні.

Висновки і пропозиції. У результаті досягнення поставленої мети встановлено, що основними заходами, визначеними за фактичними

Таблиця 1

Розрахунок індексу категорійного менеджменту підприємств у сегменті ДІУ

№ пор.	Чинник	Важливість чинника N_i	Бал K_i^*				Емпірична оцінка P_{emp} ТОВ «Епіцентр К»	Максимально можливий бал Z_{ideal}	Ідеальна оцінка M_{ideal} ТОВ «Епіцентр К»
			1	2	3	4			
1.	Визначення сегменту ринку	0,07	5	5	3	4	0,35	5	0,35
2.	Визначення формату підприємства	0,09	5	5	4	5	0,45	5	0,45
3.	Формування асортименту за категоріями	0,08	3	4	2	2	0,24	5	0,4
4.	Здійснення аналізу ринку та проведення маркетингового дослідження	0,09	3	4	3	3	0,27	5	0,45
5.	Дослідження окремих товарних категорій	0,05	3	3	2	3	0,15	5	0,25
6.	Встановлення ролей категорій	0,08	3	3	3	3	0,24	5	0,4
7.	Формування потреб споживача	0,09	4	4	3	4	0,36	5	0,45
8.	Систематизація товарних груп	0,08	4	4	3	4	0,32	5	0,4
9.	Визначення цінового сегмента	0,1	3	3	2	3	0,3	5	0,5
10.	Побудова бізнес-процесів	0,08	3	3	2	3	0,24	5	0,4
11.	Комунікаційний процес «ретеїлер – споживач»	0,09	3	3	3	3	0,27	5	0,45
12.	Удосконалення товарної категорії	0,1	4	4	4	4	0,4	5	0,5
Всього		1	-	-	-	-	3,59	-	-
Індекс категорійного менеджменту ($\sum P_{emp} / \sum M_{ideal}$)									0,72

Примітка: показники K_i^* узагальнено в результаті проведеного анкетного опитування категорійних менеджерів (по 5 осіб) підприємств, що вибрані для дослідження: 1. ТОВ «Епіцентр К». 2. ТОВ «Леруа Мерлен». 3. ТОВ «33 кв. метра». 4. ТОВ «Нова лінія». Максимально можливий бал Z_{ideal} для всіх підприємств – 5 балів. Емпірична оцінка P_{emp} та ідеальна оцінка M_{ideal} розраховуються відповідно до формул, що представлені в алгоритмі за текстом.

Джерело: розраховано автором

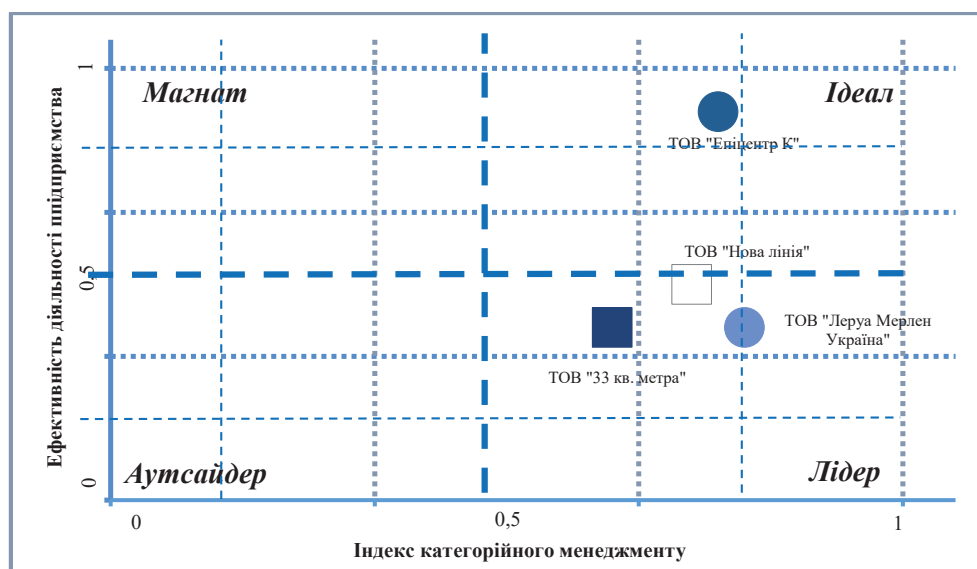


Рис. 1. Карта сприйняття споживачами ролей товарних категорій

Джерело: побудовано автором

значеннями ієрархічної системи показників, згідно з пріоритетністю виконання, є: збільшення масштабу діяльності підприємств торгівлі завдяки розширенню та поглибленню асортименту, підвищенню ефективності взаємодії та відповідальності всіх учасників торговельно-технологічного ланцюга під час управління товарно-матеріальними, фінансовими, організаційними й інформаційними ресурсами; застосування сучасних методів управління асортиментом за беззаперечного збалансування асортиментної та цінової політики та приведення її у відповідність до міжнародних стандартів якості та безпечності; підвищення

лояльності покупців; підвищення зацікавленості партнерів у співпраці з підприємствами торгівлі завдяки впровадженню нових програм інтеграції і створенню вертикально інтегрованих виробничо-торговельних комплексів; збільшення інвестицій в екологічні програми, створення іміджу соціально відповідального підприємства, підвищення рівня вмотивованості і результативності праці персоналу, у тому числі завдяки системі чіткого розподілу функціональних обов'язків, впровадженню системи матеріального та нематеріального стимулювання, а також нових програм навчання персоналу з категорійного менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Білявська Ю.В. Особливості та тенденції категорійного менеджменту підприємств торгівлі. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. № 4(60). С. 81–88.
2. Кисельов В.М., Ніколаєва М.А. Категорійний менеджмент : навчальний посібник. URL : https://www.academia.edu/30185815/Категорійний_менеджмент.
3. Крещенко О. Товарні запаси як об'єкт управління у категорійному менеджменті. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 2(152). С. 492–500.
4. Миргородская О.Н. Категорійний менеджмент как современная маркетинговая технология управления товарным асортиментом. *Концепт*. 2014. № 17. С. 36–40.
5. Поповиченко І. Аналіз можливостей впровадження категорійного менеджменту в діяльність виробничо-торговельних підприємств. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2014. № 2(17). С. 185–192.
6. Поповиченко І.В. Проблеми українського категорійного менеджменту визначаються станом отечественної економіки. *Логістика: проблеми і рішення*. 2018. № 2(75). С. 34–38.
7. Сысова С.В., Бузукова Е.А. Категорійний менеджмент. Курс управління асортиментом в розниці. Санкт-Петербург : Питер, 2015. 400 с.
8. O'Brien J. *Category Management in Purchasing. A Strategic Approach to Maximize Business Profitability*. McGraw-Hill Contemporary, 2015.

References:

1. Bilyavs'ka, Yu. V. (2017). Osobly'vosti ta tendenciyi kategorijnogo menezhmentu pidpry'emstv torgovli [Features and tendencies of categorical management of trade enterprises]. *Problemy' sy'stemnogo pidkhodu v ekonomici – Problems of systematic approach in economics*, 4 (60), 81-88.
2. Sait "Ky'sel'ov V. M., Nikolayeva M. A. Kategorijny'j menezhment [Categorical management]. Retrieved from: https://www.academia.edu/30185815/Kategory'jny'j_menezhment
3. Kreshhenko, O. (2014). Tovarni zapasy yak ob'ekt upravlinn'ya v kategorijnomu menezhmenti [Inventory as a management object in categorical management]. *Aktual'ni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, 2 (152), 492-500.
4. My'gorodckaya, O. N. (2014). Kategory'jny'j menezhment kak covremennaya marketyngovaya texnolog'ya upravleny'ya tovarnym assortymentom [Categorical management as a modern marketing technology for product range management]. *Koncept – Concept*, 17, 36-40
5. Popovichenko, I. (2014). Analiz vozmozhnostej vnedreniya kategorijnogo menezhmenta v deyatel'nost' proizvodstvenno-torgovyh predpriyatij [Analysis of the possibilities of introducing categorical management in the activities of production and trading enterprises]. *Evropejs'kij vektor ekonomichnogo rozvitku – European vector of economic development*, 2 (17), 185-192.

6. Popovichenko, I. V. (2018). Problemy ukraïnskogo kategoriynogo menedzhmenta opredelyayutsya sostoyaniem otechestvennoj ekonomiki [The problems of Ukrainian categorical management are determined by the state of the domestic economy]. *Logistika problemy i resheniya – Logistics: problems and solutions*, 2 (75), 34-38
7. Sysoeva, S. V. (2015). Kategoriynyj menedzhment. Kurs upravleny'ya assortimentom v rozny'ce [Categorical management. Retail assortment management course]. SPb.: Wyd-wo Py'ter.
8. O'Brien J. (2015). *Category Management in Purchasing. A Strategic Approach to Maximize Business Profitability*. McGraw-Hill Contemporary.

Белявская Ю. В.

Киевский национальный торгово-экономический университет

ИССЛЕДОВАНИЕ КАТЕГОРИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СЕГМЕНТЕ РЫНКА DIY

Резюме

Описана общая концепция категорийного менеджмента. Исследовано управление категориями, которые быстро развиваются в Украине и обеспечивают сбалансированную работу компании в любом сегменте рынка, связанного с розничной торговлей. Определены сущность и природа понятия «категорийный менеджмент». Предложена схема выделения товарных категорий в соответствии с изучением потребительской логики выбора товаров. Проведен критический анализ существующих методических подходов к процессу формирования категорий, по результатам которого обоснованы собственный подход и принципы выделения товарных категорий. Приведены примеры применения предложенного подхода на предприятиях розничной торговли различного формата. Сформирована карта восприятия потребителями ролей товарных категорий. Обнаружено, что категорийный менеджмент считается специалистами одним из основных стратегических факторов ретейла. Доказано, что категорийный менеджмент является наиболее целесообразным при условии наличия широкого ассортимента, значительных оборотов и развитой сети ретейла.

Ключевые слова: категорийный менеджмент, товарная категория, сегмент, потребитель, потребительские нужды, предприятие розничной торговли, Do It Yourself.

Biliavska Yullia

Kyiv National University of Trade and Economics

CATEGORY MANAGEMENT RESEARCH IN THE DIY MARKET SEGMENT

Summary

The general concept of categorical management is described. The management of categories, which is rapidly developing in Ukraine and ensuring the balanced work of the company in any segment of the market related to retail, is investigated. The essence and nature of the concept of "categorical management" are determined. The scheme of allocation of commodity categories in accordance with the study of consumer logic of choice of goods is offered. A critical analysis of the existing methodological approaches to the process of category formation is conducted, the results of which substantiate their own approach and the principles of product category separation. The aim of the research is to formulate a scientifically grounded and expedient for use in practice algorithm of the formation of category management in the DIY segment. Mathematical modeling imposes strict requirements for the information system. At the same time, it is necessary to consider not only the possibility of preparing the information on the level expected, but also the cost for preparation of the information arrays. In the development of retail it became clear that offering the same brands on shelves, they risk losing uniqueness in the eyes of the consumer. With the growth of competition among retailers, they need to find their own distinctive feature to differ themselves from competitors. The examples of application of the offered approach at the enterprises of retail trade of various format are given. The card of consumer perception of roles of product categories has been formed. It has been found that categorical management is recognized by experts as one of the main strategic factors of retail. It has been proved that categorical management is the most feasible given the availability of wide range, significant turnover and the availability of a developed retail network. In the development of retail it became clear that offering the same brands on shelves, they risk losing uniqueness in the eyes of the consumer. With the growth of competition among retailers, they need to find their own distinctive feature to differ themselves from competitors. In order to do this, they need to have a clear strategy for each category, which includes defining its role, ways of promoting products, pricing, principles of merchandising.

Keywords: category management, product category, segment, consumer, consumer needs, retailer, Do It Yourself.

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-17>**Войнілович В. Є.**

Київський національний торговельно-економічний університет

ХОЛІСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ

У статті досліджуються основні підходи до визначення сутності поняття «холістичний маркетинг». Доведено, що фешн-індустрія являє собою глобальний бізнес, досить диверсифікований і швидкозмінний, у якому тісно переплетені сучасні технології, естетика і функціональність. Наведено критерії створення успішного бізнесу у фешн-індустрії, які характеризують доцільність упровадження концепції холістичного маркетингу. Визначено переваги та недоліки швидкої моди. Визначено, що у фешн-індустрії для просування та створення цінності бренду активно використовується Influencer Marketing – спосіб просування товарів через лідерів думок. Наведено перспективи та проблеми розвитку соціально-етичного маркетингу у фешн-індустрії. Проаналізовано основні складники Sustainable Apparel Coalition Higg Index, що дають змогу брендам, роздрібним підприємствам та об'єктам будь-якого розміру точно вимірювати та оцінювати показники стійкості компанії чи товару в індустрії моди.

Ключові слова: холістичний маркетинг, інтегрований маркетинг, соціально-етичний маркетинг, фешн-індустрія, Influencer Marketing, Index Higg.

Постановка проблеми. Глобалізація економіки сприяє проявленню цілком нових закономірностей у розвитку світової економіки, ці процеси відчутно проявляються у розвитку підприємств в Україні. Складність та багатоаспектність проблематики ефективного управління підприємством у сучасних ринкових умовах спонукає підприємства приділяти увагу використанню новітніх підходів, методів, концепцій, у тому числі маркетингових. Розвиток теорії і практики маркетингу в умовах глобалізації економічних процесів вимагає перегляду традиційних поглядів на перспективні орієнтири розвитку маркетингової теорії, однією з яких є концепція холістичного маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні засади холістичного маркетингу було закладено в працях американських учених Е. Бейнхокера [1], Ф. Котлера та К. Келлера [2]. Адаптацію концепції холістичного маркетингу до реалій української економіки досліджували такі українські вчені, як О. Абрамович [3], О. Криковцев [4], О. Лабурцева [5], Ю. Робул [6] та ін. Але особливостям упровадження концепції холістичного маркетингу на підприємствах фешн-індустрії, теоретичним засадам розвитку в українській науці приділено досить незначну кількість публікацій.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасна економічна ситуація в Україні характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень на користь сфери послуг, загостренням конкурентної боротьби. Яскравим представником галузі, що грає помітну роль у житті суспільства, є індустрія моди, що перетворилася на багатомільйонний сектор економіки, який включає виробництво і збут товарів та послуг. Створення позитивних умов для поживлення ринку фешн-індустрії зумовлює застосування нових концепцій маркетингу, які спроможні: по-перше, запропонувати інноваційний прикладний інструментарій маркетингу; по-друге, спрямувати наукові дослідження та прикладні рекомендації у площину сервісної орієнтації маркетингової діяльності підприємств цієї галузі; по-третє, забезпечити застосування інтегрованого підходу до вирішення маркетингових завдань. Найбільш повно відповідає наведеним вище аспектам холістичний маркетинг. Проте дискусійність проблематики, недостатня розробленість методичних підходів і особлива значимість вирішення практичних завдань холістичного мар-

кетингу підприємств фешн-індустрії визначають ступінь невирішеності проблем та зумовили актуальність вибору теми дослідження.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є аналіз необхідності та особливостей упровадження концепції холістичного маркетингу на підприємствах фешн-індустрії.

Виклад основного матеріалу. У розумінні Ф. Котлера та К.Л. Келлера концепція холістичного маркетингу є підходом маркетингового управління, який базується на синтезі чотирьох інших маркетингових концепцій [2, с. 43]:

- інтегрованого маркетингу – розроблення маркетингових заходів, спрямованих на створення цінності для споживачів, розподіл, просування товарів (таких як масовий маркетинг, персональний маркетинг і директ-маркетинг); задоволення потреб споживачів за допомогою комплексу маркетингу (4P);

- внутрішнього маркетингу – управлінської концепції, спрямованої на різні цільові групи діючих працівників із метою виявлення їхніх потреб, запитів та ступенів задоволення умов праці та подальшого професійного зростання, кар'єрного зростання; забезпечує прийняття належних маркетингових принципів усіма співробітниками підприємства, формування положень, які дають змогу засвоїти працівникам ключові цінності підприємства, поліпшення відносин усередині колективу, підвищення ступеня самоідентифікації працівників як членів організації;

- маркетингу взаємовідносин – концепції, що спрямована на розвиток довірчих довгострокових взаємовідносин зі споживачами. Управління відбувається на основі формування бази даних із профілями покупців, їхніми споживчими перевагами та історією контактів із підприємством, поділу покупців на групи за певними ключовими ознаками для більш повного задоволення їхніх потреб. Маркетинг взаємовідносин іноді називають управлінням взаємовідносинами з клієнтами, маркетингом взаємин із покупцями, маркетингом партнерських відносин або маркетингом відносин;

- соціально-відповідального (соціально-етичного маркетингу) маркетингу – концепції, що ґрунтується на положенні про те, що діяльність підприємства повинна супроводжуватися одночасним збереженням і зміцненням добробуту споживача й суспільства у цілому. Соціально-етичний маркетинг базується на новій філософії підприєм-

ництва, яка орієнтована на забезпечення теперішніх і майбутніх здорових потреб цілого суспільства і його гідного життя за рахунок підтримання і поліпшення стану навколишнього середовища.

Ерік Бейнхокер, «мозковий центр» найвідомішого і найавторитетнішого консалтингового агентства світу McKinsey & Co, у книзі «Походження добробуту: Еволюція, теорія складних систем і радикальний перегляд економіки» підтверджує погляди Ф. Котлера і говорить про холистичну парадигму, яка, на думку багатьох, повинна прийти в економіці на зміну традиційній логіці здорового глузду. Агентство McKinsey & Co проголосило підставу нового інтелектуального фундаменту виходячи з висловлень доктора Бейнхокера [1].

О.І. Лабурица вважає, що «концепція холистичного маркетингу має один суттєвий недолік: важко знайти місце стратегічним аспектам маркетингової діяльності, зокрема аналізу конкурентного середовища, з метою виявлення рушійних сил розвитку галузі, ключових факторів успіху та розроблення стратегій, спрямованих на забезпечення конкурентних переваг. Тому компоненту «маркетинг взаємовідносин» доцільно розширити до «маркетингу ринкової орієнтації», включивши до неї, за пропозицією Ж.-Ж. Ламбена, орієнтацію організації на п'ять провідних груп суб'єктів ринку: споживачі; ділові партнери (постачальники, дистриб'ютори, акціонери, інвестори тощо); впливові особи; конкуренти; макромаркетингове середовище, що дасть змогу мінімізувати проблему інформаційної асиметрії на ринку». Ми погоджуємося із ствердженням О.І. Лабурицевої [5]

У табл. 1 проведено аналіз наукових підходів до визначення сутності поняття «холистичний маркетинг».

Таким чином, холистичний маркетинг – це маркетингова концепція, спрямована на створення цілісного маркетингового механізму, складники якого покликані задовольняти потреби споживачів, встановлювати і підтримувати довготривалі, партнерські та взаємовигідні відносини між економічними суб'єктами ринку, та сприяє забезпеченню теперішніх і майбутніх здорових потреб цілого суспільства та його гідного життя за рахунок підтримання й поліпшення стану навколишнього середовища.

Виходячи з вищенаведеного, пропонуємо провести дослідження особливостей упровадження

концепції холистичного маркетингу на підприємствах фешн-індустрії. Фешн-індустрія являє собою величезний глобальний бізнес, досить диверсифікований і швидкозмінний, у якому тісно переплетені сучасні технології, естетика і функціональність. Успішність функціонування бізнесу фешн-індустрії неможлива без дизайнерів, матеріалознавців, експертів у сфері побудови ланцюгів постачання, фахівців із розроблення стратегій та ін. Індустрія моди пов'язана з усіма аспектами дизайну, виробництва, маркетингу та дистрибуції, починаючи зі створення концепції майбутнього виробу і закінчуючи випуском кінцевого товару, розробленням бренду і його просуванням.

Мода остаточно перетворилася на соціально-економічне явище, що не тільки відображає зміни, що відбуваються у суспільстві, але часто їх ініціює. Fashion-маркетинг допомагає забезпечити взаємодію і контакти з покупцем, звернути його увагу на пропоновані одяг, взуття, аксесуари. Маркетинг сприяє цілісному сприйняттю покупцем запропонованих йому предметів моди, доповнюючи візуальний контакт сильними емоційними, а часто і раціональними аргументами. Мода являє собою складне, багатогранне явище, тому багато вчених розглядають моду через призму соціокультурних, мистецтвознавчих та інших чинників. Основними проявом соціального маркетингу є те, що маркетинг чітко будується на сприйнятті споживачем соціальної значущості свого одягу в певному контексті.

Таким чином, успіх функціонування фешн-бізнесу залежить:

1. від цінностей і продуманої концепції всього проекту створення кінцевого товару;
2. від рівня професіоналізму команди;
3. від якості стратегії і тактики бренду;
4. від правильно розрахованого фінансового запасу міцності бренду;
5. від уміння точно проводити дослідження ринку споживачів і реагувати вчасно на зовнішні зміни;
6. від ефективно налагодженої системи управління ланцюгами постачання та маркетингу взаємовідносин.

Наведені критерії створення успішного бізнесу у фешн-індустрії характеризують доцільність упровадження концепції холистичного маркетингу. Це підкреслюється ще й тим, що для підприємств,

Таблиця 1

Трактування поняття «холистичний маркетинг»

Автор	Трактування поняття «холистичний маркетинг»
Ф. Котлер [2]	Підхід, за яким робиться спроба визнати й збалансувати різні компетенції та труднощі маркетингової діяльності за допомогою їх поєднання під однією загальною концепцією
О.К. Абрамович [3]	Підхід, що базується на необхідності впровадження концепції холистичного маркетингу для підвищення ефективності стратегічного управління підприємством
О.А. Криковцев [4]	Дана концепція розглядає в єдиному циклі всі взаємодії полюсів контактів «фірма – клієнт», дає змогу оптимізувати їх і зробити найбільш вигідними і довгостроковими. Модель взаємодії в холистичній визначає, що центром усієї філософії бізнесу є клієнт, а основними напрямками діяльності є заходи з підтримки ефективного партнерства в рамках холистичної концепції
О.А. Козлова [8]	Підхід, що об'єднує в одну модель існуючі концепції як елементи певної інтегрованої структури на єдиних принципах, урахуваючи особливості ринків, на яких функціонує підприємство
Т.О. Загорна [7]	Інтегрована маркетингова концепція, орієнтована на підвищення добробуту учасників процесу обміну шляхом застосування цілісного підходу до оцінювання змінних комплексу маркетингу та їх оптимізації, враховуючи очікування споживачів
Ю.В. Робул [6]	Холистичний маркетинг – це концепція ефективності маркетингу. Ця концепція повинна врахувати ефективність функціонування маркетингових систем, упровадження і відносність маркетингової орієнтації з-поміж різних економічних систем і соціальний ефект. У межах холистичної концепції показник ефективності маркетингової політики повинен будуватися доволі здатності організації створювати нові цінності і доносити їх споживачеві, адаптувати поведінку споживачів до планів компанії і створення інновацій.

Джерело: систематизовано автором на основі [2–7]

що діють на ринку фешн-індустрії, раціональним є застосування концепції 4Р, як складової інтегрованого маркетингу. Оскільки для цього бізнесу притаманні такі маркетингові заходи, як показ колекцій або дефіле, які останнім часом перетворюються у справжнє шоу, освітлення даних заходів в модних газетах, журналах, на ТВ та інше. Із розвитком ринку комплекс маркетингу Бітнера і Бумса доповнили ще 3Р: люди, процеси та фізичні атрибути [9]. Пропонуємо додати ще й 8Р, що є не менш важливим для розвитку фешн-індустрії, – продуктивність та якість.

Концепція інтегрованого маркетингу у фешн-індустрії зобов'язує підприємства виконувати деякі правила:

- а) виробляти те, що можна продати, а не продавати те, що можна виробляти;
- б) любити не свій товар, а свого споживача;
- в) задовольняти потреби, а не продавати товар;
- г) вивчати потреби ринку, а не власні виробничі потужності;
- д) пов'язувати цілі, потреби покупців і ресурсні можливості підприємства;
- е) адаптувати підприємство до змін та потреб споживачів;
- ж) орієнтуватися на довгострокову перспективу і розглядати потреби покупців у широкому спектрі.

У фешн-індустрії для просування та створення цінності бренду активно використовується Influencer Marketing – спосіб просування товарів через лідерів думок, тобто це може бути просування брендів через популярних фешн-блогерів. «Інфлюенсером» може бути хто завгодно – від популярної поп-зірки до людини з ніком SuperMama, якому вірять уся мам-спільнота якогось конкретного бебі-форуму.

В індустрії моди існує термін «швидка мода» (fast fashion). Метою швидкої моди є здатність швидко реагувати на постійно мінливі модні тенденції та вимоги споживачів із метою отримання конкурентної переваги. Масові роздрібні мережі, такі як Zara та H&M, прийняли цю бізнес-стратегію і стали визнаними за постійне оновлення асортименту своїх товарів новими модними стилями.

На рис. 1 наведено дані щодо проведення дослідження рейтингу брендів, що було проведено Pro Consulting «Фаворити успіху» у 2018 р.

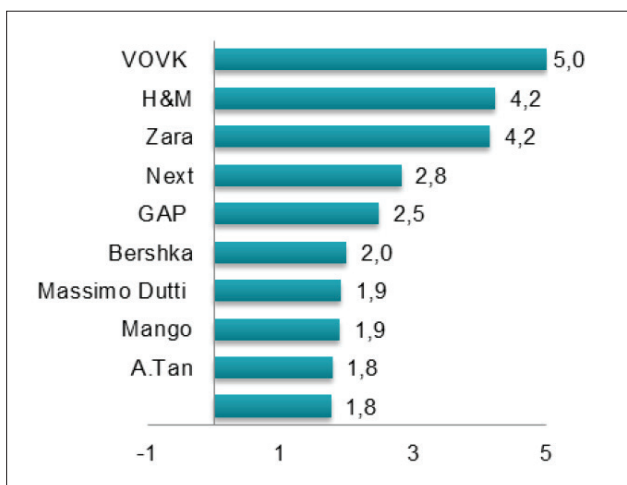


Рис. 1. Дослідження рейтингу брендів жіночого одягу в Україні споживачами за 2018 р., бали

Джерело: складено за [10]

Так, концепція соціально-етичного маркетингу зводиться до того, що підприємство повинно прагнути отримати вигоду для себе у такий спосіб, щоб не заподіяти своїми діями будь-якої шкоди суспільству або природі. Сутність концепції зводиться до збалансованості трьох компонентів: прибутку підприємства, потреб покупців та інтересів суспільства.

Швидка мода має як переваги, так і недоліки. Перспективою розвитку індустрії моди є орієнтація на соціальний маркетинг, збереження навколишнього середовища. Таким чином, основними гаслами на 2020–2025 рр. у розвитку індустрії моди в усьому світі є:

- купувати менше і вибирати якісніші речі, які зроблені якомога у більш етичний спосіб;
- думати про те, де й як виробляють одяг, із чого виготовляють кожну деталь;
- Reuse, Reduce, Recycle – кожен продукт, який купує споживач, має вплив на навколишнє середовище – від матеріалів, які використовуються для його створення, до вуглекислого газу, який виділяється у процесі виробництва;
- вибирати одяг, виготовлений із природних тканин, проте вибирати з розумом.

Близько половини одягу і текстилю у світі виготовлені з бавовни, яка зазвичай вирощується з використанням пестицидів і потребує значної кількості води. Проте щорічно 300 тис т одягу відправляється на сміття або спалюється. Так, у звіті Pulse 2019 Global Fashion Agenda вказано, що понад 50% споживачів зраджуть брендам, якщо б їм запропонували екологічну та соціальну альтернативу. Але ця стійкість є ключовим критерієм закупівель лише для 7% споживачів, які відрізняються високою якістю, є успішними й отримують співвідношення ціни та якості. Проте основним під час купівлі одягу в Україні досі є його ціна, що підтверджує низьку купівельну спроможність українців.

Важливо постійно пропонувати покупцям модну продукцію і скорочувати ризики старіння товарів (виходу їх із моди). Для цього скорочується час виробництва і процесів логістики, вдосконалюється ланцюг поставок. Також слід усунути будь-які негативні асоціації і стереотипи, так чи інакше пов'язані у споживачів із конкретним брендом. Проблема довіри до бренду постала перед підприємствами з усією гостротою. Виробники модних товарів повинні змиритися з тим, що споживач очікує повної прозорості по всьому ланцюгу створення цінності.

Заслугове на увагу підхід, що використовують розвинені країни світу, розроблений Sustainable Apparel Coalition Higg Index. Це вебінструмент оптимізації, розроблений у 2012 р. як Higg Index 1.0 коаліцією стійкого одягу (сьогодні існує нова версія Higg Index 2.0) – некомерційною організацією, що базується в Сан-Франциско. Індекс Higg – це набір інструментів, що дає змогу брендам, роздрібним підприємствам та об'єктам будь-якого розміру точно вимірювати й оцінювати показники стійкості компанії чи товару в індустрії моди. Екологічний модуль Higg Facility (Higg FEM) вимірює сім напрямів впливу на навколишнє середовище на заводах, включаючи викиди парникових газів, використання води та управління хімікатами. Модуль соціальних та трудових ресурсів «Вища організація» (Higg FSLM) оцінює вплив, який включає заробітну плату, робочий час та домагання на робочому місці. Використовуючи модулі на Higg.org, можна виконати самооцінку

та перевірити їхні результати кваліфікованим третім стороннім верифікатором [11].

Модуль «товар» допомагає вимірювати вплив одягу, взуття та текстилю на навколишнє середовище. Модуль «об'єкт» вимірює вплив на навколишнє середовище та стійкість на виробничі потужності по всьому світу. Модуль бренда та роздрібною торгівлі використовується брендами та роздрібними підприємствами для вивчення стійкості циклів продукції та соціального впливу ланцюга вартості. Нині понад 200 компаній, асоціацій, університетів та організацій приєдналися до SAC. У спортивному одязі Індекс Higg використовують такі відомі бренди, як: Adidas, Amer Sports, Arc'teryx, Asics, Buff, Fjällräven, Icebug, Mammut, New Balance, Nike, Patagonia, Puma, Salomon, Under Armour.

У проведеному нами дослідженні виявлено, що концепція холистичного маркетингу є відображенням комплексного підходу до маркетингового забезпечення діяльності підприємств фешн-

індустрії, має свої специфічні інструменти та методи впровадження.

Висновки і пропозиції. Таким чином, у статті досліджено основні підходи до трактування поняття холистичного маркетингу. У рамках даного дослідження автором удосконалено термін «холистичний маркетинг». Визначено, що індустрія моди грає помітну роль у житті суспільства та перетворилася на багатомільйонний сектор економіки. Доведено, що мода остаточно перетворилася на соціально-економічне явище, що не тільки відображає зміни, які відбуваються у суспільстві, але часто їх ініціює. Визначено перспективи розвитку концепції соціально-етичного маркетингу у фешн-індустрії.

Перспективним напрямом подальших досліджень є розроблення методичних рекомендацій щодо систематизації інструментів та методів холистичного маркетингу, що впроваджують підприємства фешн-індустрії для підвищення ефективності їхньої діяльності.

Список використаних джерел:

1. Beinhocker E.D. (2006) *Origin of Wealth: Evolution, Complexity, and the Radical Remaking of Economics*. Boston : Harvard Business School Press. 530 p.
2. Kotler P., Keller K., Koshy A. & Jha M. *Marketing Management: A South Asian Perspective*. Pearson Education, Inc, 2009.
3. Абрамович О.К. Асортиментна політика підприємства як елемент стратегії холистичного маркетингу. *Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Економіка»*. 2009. № 7. С. 138–146.
4. Криковцев А.А. Холистический маркетинг в системе бизнес-взаимодействий предприятий. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. Т. 1. С. 85–89.
5. Лабурцева О.І. Реалізація сучасних концепцій маркетингу в торгівлі в умовах інформатизації національної економіки. *Економічний часопис – XXI сторіччя*. 2011. № 11–12. С. 40–41.
6. Робул Ю.В. Холистична концепція ефективності маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. Т. 2. С. 124–130.
7. Загорна Т.О., Стасюк А.Н. Концепція холистичного маркетингу: джерела проблематики та елементи. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 32–38.
8. Козлова О.А. Теория и методология формирования рынка органической продовольственной продукции на основе холистического маркетинга : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05. Омск : ОГУ им. Ф.М. Достоевского, 2011. 43 с.
9. Booms B.H. and Bitner M.J. Marketing strategies and organization structures for service firms, in Donnelly, J. H. and George, W.R. (Eds), *Marketing of Services*, American Marketing Association, Chicago, IL, 1981. P. 47–51.
10. Анализ рынка одежды и франшиз одежды в Украине. 2019. URL : <https://pro-consulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-odezhdy-i-franshiz-odezhdy-v-ukraine-2019-god> (дата звернення 07.02.2020).
11. Higg Facility Modules Promote a Sustainable Apparel and Footwear Industry. URL : <https://www.prnewswire.com/news-releases/2019-higg-facility-modules-promote-a-sustainable-apparel-and-footwear-industry-300953578.html> (дата звернення: 22.11.2019).

References:

1. Beinhocker E.D. (2006). *Origin of Wealth: Evolution, Complexity, and the Radical Remaking of Economics*. Boston : Harvard Business School Press, 530 p.
2. Kotler, P., Keller, K., Koshy, A. & Jha, M. 13th Edition. (2009). *Marketing Management: A South Asian Perspective*. Pearson Education, Inc.
3. Abramovych O. K. (2009). Asortymentna polityka pidpriemstva yak element stratehii kholistychnoho marketynhu. [Enterprise assortment policy as an element of holistic marketing strategy]. *Scientific Bulletin of the Academy of Municipal Administration. Economy Serie*, no 7, pp. 138-146.
4. Krykovtsev A. A. (2011). Kholistycheskyi marketynh v systeme byznes-vzaymodeistvyi predpriyatiy. [Holistic marketing in the system of business interactions of enterprises]. *Marketing and innovation management*, no 4, iss. 1, pp. 85-89.
5. Laburtseva O. I. (2011). Realizatsiia suchasnykh kontseptsii marketynhu v torhivli v umovakh informatyzatsii natsionalnoi ekonomiky [Realization of modern concepts of marketing in trade in conditions of informatization of national economy]. *Economic Journal 21 st Century*, no 11-12, pp. 40-41.
6. Robul Yu.V. (2011). Kholistychna kontseptsiiia efektyvnosti marketynhu. [Holistic concept of marketing effectiveness]. *Marketing and innovation management*, no 4, iss. 2. pp. 124-130.
7. Zahorna T. O., Stasiuk A. N. (2012). Kontseptsiiia kholistychnoho marketynhu: dzherela problematyky ta elementy. [Concept of holistic marketing: sources of problems and elements]. *Marketing and innovation management*, no2, pp. 32-38.
8. Kozlova O. A. (2011). Teoriya y metodolohiya formirovaniya rymka orhanycheskoi prodovolstvennoi produktsyy na osnovе kholistycheskoho marketynha : avtoref. dys. [Theory and Methodology of Market Formation of Organic Food Products Based on Holistic Marketing] (PhD Thesis): 08.00.05 / Oksana Aleksandrovna Kozlova. Omsk, Omsk State University.
9. Booms B. H., Bitner M. J. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms, in Donnelly, J. H. and George, W. R. (Eds), *Marketing of Services*, American Marketing Association, Chicago, IL, pp. 47–51.
10. Pro-consulting. (2019). Analiz rynka odezhdy y franshiz odezhdy v Ukraine 2019 [Analysis of the clothing market and clothing franchise in Ukraine 2019]. Available at : <https://pro-consulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-odezhdy-i-franshiz-odezhdy-v-ukraine-2019-god> (accessed 7 February 2020).
11. Prnewswire. (2019). Higg Facility Modules Promote a Sustainable Apparel and Footwear Industry. Available at: <https://www.prnewswire.com/news-releases/2019-higg-facility-modules-promote-a-sustainable-apparel-and-footwear-industry-300953578.html> (accessed 22 November 2019).

Войнилович В. Е.

Київський національний торговельно-економічний університет

ХОЛИСТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЙ ФЭШН-ИНДУСТРИИ

Резюме

В статье исследуются основные подходы к определению понятия «холистический маркетинг». Доказано, что фэшн-индустрия представляет собой глобальный бизнес, достаточно диверсифицированный и быстро меняющийся, в котором тесно переплетены современные технологии, эстетика и функциональность. Приведены критерии создания успешного бизнеса в фэшн-индустрии, которые характеризуют целесообразность внедрения концепции холистического маркетинга. Определены преимущества и недостатки быстрой моды. Определено, что для фэшн-индустрии для продвижения и создания ценности бренда активно используется Influencer Marketing – способ продвижения товаров через лидеров мнений. Приведены перспективы и проблемы развития социально-этичного маркетинга в фэшн-индустрии. Проанализированы основные составляющие Sustainable Apparel Coalition Higg Index, позволяющие брендам, розничным предприятиям и объектам любого размера точно измерять и оценивать показатели устойчивости компании или товара в индустрии моды.

Ключевые слова: холистический маркетинг, социально-этический маркетинг, фэшн-индустрия, Influencer Marketing, Index Higg.

Voynilovych Vita

Kyiv National University of Trade and Economics

HOLISTIC MARKETING OF FASHION INDUSTRY ENTERPRISES

Summary

The purpose of the article is to analyze the necessity and peculiarity of implementation of the concept of holistic marketing at the enterprises of the fashion industry. The article explores the basic approaches to the definition of the term “holistic marketing”. It is proved that the fashion industry is a global business, quite diversified and rapidly changing, in which modern technologies; aesthetics and functionality are closely intertwined. The criteria for creating a successful business in the fashion industry, which characterize the feasibility of implementing the concept of holistic marketing, are presented. The author proposed 8P – performance and quality to determine the integrated concept of holistic marketing for the development of the fashion industry. It has been determined that for the fashion industry, Influencer Marketing is actively used to promote and create brand value – a way to promote products through opinion leaders. It is proved that the fashion industry is characterized by rapid changes, the term “fast fashion”, the purpose of which is the ability to quickly respond to constantly changing fashion trends and consumer requirements in order to gain a competitive advantage. The advantages and disadvantages of fast fashion are identified. The author proposes the prospects and problems of the development of social and ethical marketing in the fashion industry. The main components of the Sustainable Apparel Coalition Higg Index are analyzed; the index allows brands, retailers and objects of any size to accurately measure and evaluate the sustainability indicators of a company or product in the fashion industry. The characteristics of the Higg Index modules are given, namely: Higg Facility Environmental Module (Higg FEM), Higher Organization Social and Manpower Module (Higg FSLM), Product Module, Object Module. Higg Index is used by well-known brands such as Adidas, Amer Sports, Arc'teryx, Asics, Buff, Fjällräven, Icebug, Mammut, New Balance, Nike, Patagonia, Puma, Salomon, Under Armor. Perspective directions of further research are the development of guidelines for the systematization of tools and methods of holistic marketing, introducing fashion industry enterprises to improve their performance.

Keywords: holistic marketing, social and ethical marketing, fashion industry, Influencer Marketing, Index Higg.

УДК 658:303.4.02

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-18>

Гаркуша В. О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2605-2653>

СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ АНАЛІЗ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ЙОГО АДАПТАЦІЇ ДО МІНЛИВОГО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті розглянуто принципи менеджменту в системі забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах його адаптації до швидких змін навколишнього середовища. Проаналізовано чинники, які мають значний вплив на ефективність прийняття управлінських рішень, а також ситуаційний підхід до управління, що являє собою здатність адекватно та оперативно реагувати на існуючі та нові загрози нормальній діяльності господарювання. Розглянуто основні чинники, які чинять найбільший вплив на процес прийняття управлінських рішень за зростання обсягів інформації, інформаційний захист у нових умовах господарювання, які постійно змінюються під впливом конкурентного середовища. Визначено вимоги до вибору інструментів аналізу для обґрунтування стратегічних рішень. Поява нових проблем у сучасних умовах зумовлює необхідність теоретичного вивчення та обґрунтування практичних рекомендацій для забезпечення економічної безпеки українських підприємств.

Ключові слова: економічна безпека, стратегічний управлінський аналіз, інструменти аналізу, управлінські рішення, дані, інформація, знання, захист інформації.

Постановка проблеми. З огляду на високу мінливість ринкових умов, першочерговим завданням менеджменту є використання інструментів стратегічного управлінського аналізу для формування аналітичної інформації, що використовується під час прийняття управлінських рішень щодо забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інструменти стратегічного управлінського аналізу в системі управління діяльністю суб'єкта господарювання досліджують такі вчені, як І.А. Белоусова, М.І. Бондарь, Л.В. Гнилицька, Т.В. Момот, В.О. Шевчук, Н.Ю. Єршова, Ч.Т. Хорнгрен, Р.Дж. Екклз, Р. Ентон та ін. [1–3]. Проблеми забезпечення економічної безпеки підприємства присвячувала свої роботи ціла низка зарубіжних та вітчизняних науковців: Н. Єршова [1], Л. Гнилицька [2], М. Куркін, В. Понікаров [4] та ін.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження інструментів стратегічного управлінського аналізу в системі забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання в умовах його адаптації до мінливого конкурентного середовища.

Виклад основного матеріалу. Підприємство, що функціонує в умовах невизначеності та ризиків конкурентного середовища, змушено постійно відстежувати зміни, які відбуваються у нових умовах господарювання, і відповідно планувати й здійснювати свій розвиток у структурі управління і, як наслідок, його інформаційного складника, що призводить до збільшення обсягу прийнятих управлінських рішень і зростання обсягів інформації. А.Н. Хорін, В.Е. Керімов, Н.Ю. Єршова виділяють такі методи стратегічного аналізу: SWOT-аналіз, факторний аналіз, GAP-аналіз, CVP-аналіз, система збалансованих показників та ін. М.І. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет, М.С. Брюховецька [5] визначають такі методи економічного аналізу для обґрунтування стратегічних рішень: маркетинговий аналіз, аналіз товарно-групової витратоємкості, доходоємкості, рентабельності, SWOT-аналіз, ABC-аналіз, мережевий аналіз, фундаментальний аналіз, економічний і фінансовий аналіз як метод обґрунтування і контролю над виконанням бізнес-плану.

Слід зазначити, що проведення стратегічного аналізу базується на таких умовах: інструменти повинні давати повну інформацію про стан підприємства, необхідну для подальшого формулювання стратегії; кількість застосовуваних інструментів має бути мінімальною. Самі інструменти мають бути у використанні й максимально наочно представляти результати аналізу.

Процес забезпечення економічної безпеки необхідно здійснювати в напрямві виявлення, оцінки та врахування впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства. Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства можна характеризувати як сукупність змінних, які знаходяться за його межами і не є сферою безпосереднього впливу з боку його менеджменту. Нині підприємствам доводиться працювати з великими обсягами даних, при цьому незважаючи на наявність певної інформаційної бази даних у підприємства, найчастіше менеджерам необхідно звертатися до додаткових, нових джерел інформації, від яких будуть залежати результати реалізації стратегії забезпечення економічної безпеки. У зв'язку із цим набуває все більшої актуальності пошук інструментів і методів для більш ефективного, систематичного збору й обробки даних. Але особливості його в тому, що пошук інструментів і методів визначається суб'єктом господарювання з використанням кількісних та якісних оцінок економічних і організаційних чинників та нової стратегії розвитку підприємства під впливом конкурентного середовища.

Одним з альтернативних інструментів стратегічного управлінського аналізу, що оцінюють в комплексі внутрішні й зовнішні чинники, які впливають на систему забезпечення економічної безпеки, є SWOT-аналіз [9 с. 232]. Для швидкої оцінки стратегічного управлінського аналізу SWOT дає змогу здійснити спільне дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища; дає змогу всебічно оцінити та систематизувати великі обсяги інформації, які потрібно збирати, обробляти, аналізувати; проводити постійно моніторинги оцінки фінансово-економічного стану суб'єкта господарювання, що впливають на конкурентну позицію.

Складники SWOT-аналізу дають яскраву картину, де наведено сильні, слабкі сторони, можливості та загрози, які виникли в системі забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання в умовах його адаптації до мінливого конкурентного середовища. Але необхідно зазначити, що дана модель інструменту не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень із метою подальшого формулювання стратегії [10 с. 35–38].

Із метою найбільш ефективного SWOT-аналізу пропонуємо поєднання з PEST-аналізом для деталізації та попередження складних умов та загроз, які зосереджуються на критичних невизначеностях та мають потенційний вплив на функції всього господарювання.

Ключовою вимогою для систематизації інструментарію стратегічного управлінського аналізу з метою забезпечення економічної безпеки є якісна інформаційно-аналітична позиція.

Інструментарій стратегічного управлінського аналізу суб'єкта господарювання означає вихід на свій особливий перелік ключових чинників певного середовища і відповідного багатофакторного системного аналізу (табл. 1)

Реакцією на зміну умов функціонування суб'єкта господарювання є нова система стратегічного управлінського аналізу, яка поєднує в собі тактичне та оперативне управління, а професійно вміле застосування економічних, соціально-психологічних та організаційних методів стратегічного управлінського аналізу забезпечує достатньо ефективну адаптацію до мінливого конкурентного середовища.

Так, на думку Г. Клівленда, Р. Акоффа, Д. Біллінгера, Д. Кастро, А. Міллса, можна виділити три основні елементи інформаційної ієрархії, що відрізняються ступенем обробки та структурованості: дані, інформацію і знання. Дані являють собою сукупність фіксованих відомостей або фактів, придатних для зберігання, обробки і передачі. У результаті аналізу, обробки, перетворення і структурування даних можна отримати достовірну інформацію, яка повинна відповідати критеріям адекватності та бути персоніфікованою, тобто не бути надлишковою, для подальшого опрацювання в єдину базу даних для системи управління.

Подальша обробка, перетворення і контекстуалізація інформації призводить до формування знань, тобто даних та інформації, до яких додається точка зору, навички та досвід, що дає прогнозування результатів виробничої діяльності підприємства, які будуть уже безпосередньо застосовуватися під час прийняття рішень для успішного розвитку [8 с. 176]. Комбінація досвіду, теоретична концепція, експертна оцінка, контек-

стна інформація можуть трансформуватися у дії в умовах адаптації до мінливого конкурентного середовища та на її основі будувати своє бачення майбутнього.

На подальше перетворення інформації шляхом її включення в контекст конкретного підприємства й її розгляду у взаємозв'язку з проблемою, яка потребує вирішення, спрямована інтерпретація та представлення інформації. При цьому інтеграція інформації з релевантними елементами проблеми і контекстом конкретного підприємства дає змогу виявити найбільш цінну для менеджера інформацію, у тому числі й оцінити альтернативні варіанти з високим ступенем ймовірності для вирішення проблеми. Передбачається, що чим вище швидкість обробки й аналізу більшої кількості релевантної інформації та одночасного розгляду кількох альтернативних варіантів рішення, тим краще й ефективніше діяльність підприємства та його фінансові показники.

Звісно ж, що основні чинники, які чинять найбільший вплив на процес прийняття управлінських рішень, можна розділити на три рівні: організаційний, особистісний та інформаційний.

– Організаційний рівень – глумачення рішень, децентралізація оперативних повноважень, визначення функціональних обов'язків, організація системи інформування тощо.

– Особистісний рівень – психологічний, культурний, професійний, безпосередній вплив залежно від особистих якостей, наявних здібностей, а також особистого досвіду кожного керівника.

– Інформаційний рівень – інформаційні потоки (відомості у вигляді усних повідомлень та паперових або електронних документів), інформаційні ресурси (комп'ютеризована інформаційна система).

Аналіз формування організаційного, особистісного та інформаційного рівня забезпечення прийняття управлінських рішень дає змогу стверджувати, що основні резерви підвищення їх ефективності набувають більшої обґрунтованості й виваженості в поліпшенні основних методів контролю організаційної структури управління.

Інформаційні потоки в загальному розумінні є сукупністю циркулюючих відомостей, необхідних для підготовки, прийняття та контролю реалізації управлінського рішення з новими умовами господарювання та постійним збільшенням обсягів, які постійно змінюються під впливом конкурентного середовища, вимагають захисту інформаційних ресурсів та заходів контролю. Тому пропонуємо три кроки захисту збереження охоронюваних відомостей та інформаційних процесів (рис. 1).

Таблиця 1

Матриця SWOT-аналізу в поєднанні з PEST-аналізом стратегічного управлінського аналізу

SWOT-аналіз		PEST-аналіз	
Сильні сторони	Слабкі сторони	Політичні чинники	Економічні чинники
– Наявність висококваліфікованого персоналу – Наявність власних технологій високої якості	– Низький рівень поінформованості – Слабка маркетингова політика	– Низький рівень економічних реформ – Недосконалість законодавчої бази	– Низький попит внутрішнього ринку – Падіння темпів виробництва
Можливості	Загрози	Соціальні чинники	Технологічні чинники
– Удосконалення маркетингових технологій – Зростання ринку нанотехнологій	– Оновлення бази нових конкурентів – Повільне зростання ринку	– Нові вдосконалені на більш високому рівні – Кваліфікаційні характеристики персоналу	– Упровадження нових технологій – Прискорення темпів науково-технічного процесу

Першим кроком захисту формування безпечної інформації є персоналізованість. Для ефективного використання роботи інформаційна система господарювання повинна бути впорядкована, тобто кожен повинен отримувати персоналізовану інформацію, оскільки надмірна інформація частіше втрачається незалежно від її цінності й усі засоби її захисту є не потрібними.

Другим кроком захисту є делегований доступ до інформації, яка зберігається в інформаційній системі взагалі. Забезпечення її знищення та неможливість потрапляння до конкурентів, якщо у цьому немає потреби.

Третім кроком є захист безпеки релевантності розташованої інформації та своєчасність у поєднанні з рівнем професіоналізму, досвіду, інтуїцією кадрів, відсутністю порушень таємності інформації та відсутністю порушення цілісності інформації, здійсненням технічними засобами обліку на магнітних, оптичних, електронних та інших зовнішніх носіях та протоколювання в окремих журналах із персональним доступом до інформації.

Ефективне вирішення попередніх кроків, як і будь-яке інше рішення в менеджменті, потрібно реалізовуватися комплексно, безперервно та підконтрольно. Завдання контролю вирішується одночасно з вирішенням питання щодо конфіденційної інформації [7, с. 118–122].

Слід зазначити, що ефективність політики безпеки тільки тоді знаходитиметься на належному рівні, коли всі аспекти втілені в життя спільною діяльністю співробітників. Тому, як і будь-яка кваліфікована робота, вимагає участі в ній фахівців, які мають відповідну професійну підготовку, а також володіють практичним досвідом та знаннями.

Головною метою захисту інформаційної безпеки є забезпечення економічної безпеки від протиправних посягань, розголошення, запобігання втратам, витоку, спотворенню і знищенню службової інформації; забезпечення нормальної виробничої діяльності всіх підрозділів суб'єкта господарювання.

Передумовою забезпечення захисту втрати, витоку, спотворенню і знищенню службової інформації є підготовка за допомогою більш високих ступенів розвитку комп'ютерних інформаційних технологій. Технічні можливості забезпечують соціальні й правові аспекти ухвалення рішень.

Таким чином, під час прийняття стратегічного управлінського рішення не завжди можна скористатися попереднім досвідом (зокрема, через невпевненість в аналогічності ситуацій), не завжди вдасться точно оцінити результати прийнятого рішення, часто має місце великий розрив між процесами прийняття рішення і можливістю проаналізувати, тому важливо знайти свій стиль управління під час прийняття найбільш ефективного рішення та запровадити головні засади й принципи, на основі яких можливо здійснювати



Рис. 1. Кроки захисту збереження відомостей та інформаційних процесів

Джерело: узагальнено автором

подальший розвиток системи захисту інформації суб'єктів господарювання.

Володіючи інформаційними інструментами, суб'єкт господарювання має змогу віднайти ресурси, що можна використовувати для ефективної адаптації до мінливого конкурентного середовища. Саме вдосконалення функціонування підсистеми захисту інформаційного забезпечення у загальній системі управління суб'єктом господарювання впливає на пошук необхідних ресурсів та визначення можливостей використання їх у процесі прийняття управлінських рішень.

Висновки і пропозиції. Рівень ефективності традиційних принципів і методів стратегічних управлінських рішень поступово знижується, оскільки донині система менеджменту суб'єкта господарювання не передбачала управлінням таким специфічним ресурсом, як знання та інформація. Забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання потребує високої гнучкості управлінських рішень, що досягається використанням відповідного аналітичного інструментарію для формування необхідної повноти та релевантності інформації. Такий підхід, як стратегічний управлінський аналіз в системі забезпечення економічної безпеки, дає реальні можливості визначитися з конкретними тактичними заходами щодо визначення стратегії його адаптації до мінливого конкурентного середовища та забезпечити своє існування в потенційних ситуаціях переривистості. Використання класифікованої релевантної інформації у системі управління є ключовим елементом у системі прийняття управлінських рішень та має взаємодіяти з усіма елементами системи управління суб'єктом господарювання. Також існує необхідність побудови нової парадигми управління, що базується на активному формуванні, використанні й управлінні інформаційними ресурсами з метою накопичення інтелектуального капіталу і, як наслідок, досягнення запланованих результатів.

Перспективним напрямом подальших досліджень буде визначення методики оцінки та обробки ризиків інформаційної безпеки та оцінки наслідків реалізації загроз забезпечення економічної безпеки підприємства.

Список використаних джерел:

1. Єршова Н.Ю. Методичний підхід до формування інформації в системі стратегічного управлінського обліку з метою підвищення економічної безпеки суб'єктів господарювання. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2015. № 10. С. 276–281.
2. Гнилицька Л.В. Обліково-аналітичне забезпечення функціонування системи економічної безпеки підприємства : автореф. дис. ... д.е.н. Київ : КНЕУ, 2013. 33 с.
3. Єршова Н.Ю. Концептуальні основи стратегічного управлінського обліку. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 195–202.
4. Куркін М.В., Понікаров В.Д. Ревізії та перевірки за зверненнями правоохоронних органів : навчальний посібник. Харків : Східно-регіональний центр гуманітарно-освітніх ініціатив, 2003. 412 с.
5. Брюховецька М.С. Управлінське рішення та фактори, що впливають на процес його прийняття й реалізації. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2019. № 4. С. 3–6.
6. Харчук С.А., Ткачук Т.В. Умови і чинники якості управлінського рішення. URL : <http://ukr.vipreshbenik.ru/med/4384-umovii-chinniki-yakosti-upravlinskogo-rishennya.html> (дата звернення: 31.01.2020).
7. Подвірна Н. Умови ефективності управлінських рішень. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2011. № 23. С. 18–122.
8. Пономаренко В.С., Журавльова І.В., Туманов В.В. Основи захисту інформації : навчальний посібник. Харків : ХДЕУ, 2003. С. 176.
9. Васильєва Л.М., Бондарчук Н.В., Бондарчук О.П. Методи і моделі прийняття рішень в аналізі і аудиті : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Свідлер А.Л., 2010. 232 с.
10. Винниченко Н.В., Семенець І.О. Стратегічний аналіз розвитку сільськогосподарських підприємств. *Інтернаука*. 2017. № 1(23). С. 35–38.

References:

1. Yershova N.Yu. (2015) Metodichnyi pidkhhid do formuvannya informatsii v systemi stratehichnoho upravlinskoho obliku z metoiu pidvyshchennia ekonomichnoi bezpeky subiektiv hospodariuvannya [Methodical approach to the formation of information in the system of strategic management accounting in order to increase the economic security of economic entities] *Naukovyi visnyk mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu Serii: Ekonomika i menedzhment*, vol. 10, no. 10, pp. 276-281.
2. Hnylytska L.V. (2013) Oblikovo-analitychne zabezpechennia funktsionuvannya systemy ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Accounting and analytical support for the functioning of the enterprise's economic security system] (PhD Thesis), Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi ekonomichnyi universytet.
3. Yershova N.Yu. (2017) Konceptualjni osnovy stratehichnoho upravlinskogo obliku [Conceptual foundations of strategic management accounting]. *Problemy ekonomiky* no 1, pp. 195-202.
4. Kurkin M.V., Ponikarov V.D. (2003) Reviziji ta perevirky za zvernennjamy pravookhoronnykh orghaniv [Audits and inspections by law enforcement agencies] Kharkiv: Skhidno-reghionalnyi centr ghumanitarno-osvitnikh iniciativ. (in Ukrainian)
5. Brjukhoveccka M.S. (2019) Upravlinsjke rishennja ta faktory, shho vplyvajutj na proces jogho pryjnattja j realizaciji [Management decisions and factors that influence the process of its adoption and implementation]. *Aktualjni problemy vitshyznjanovi jursprudenicii*, vol. 4, no. 4, pp. 3-6.
6. Kharchuk S.A., Tkachuk T.V., Umovy i chynnyky yakosti upravlinskogo rishennja [Conditions and factors of quality of management decision]. Available at: <http://ukr.vipreshbenik.ru/med/4384-umovii-chinniki-yakosti-upravlinskogo-rishennya.html> (accessed 31 January 2020).
7. Podvirna N. (2011) Umovy efektyvnosti upravlinsjkykh rishenj [Conditions of effectiveness of management decisions] *Ukrainsjka nacionalna ideja: realiji ta perspektyvy rozvytku*, no. 23, pp. 118–122.
8. Ponomarenko V. (2003) Osnovy zakhystu informacii [Fundamentals of Information Security]. Navchalnyj posibnyk. Kharkiv: KhDEU, pp. 176.
9. Vasilieva L.M., Bondarchuk N.V., Bondarchuk O.P. (2010) Metody i modeli pryjnattja rishenj v analizi i audyti [Decision Making Methods and Models in Analysis and Audit]. Navchalnyj posibnyk Dnipropetrovsjk: Svidler A.L., pp. 232.
10. Vinnichenko N.V., Semenets I.O. (2017) Stratehichnyj analiz rozvytku siljskogohospodarsjkykh pidpriemstv [Strategic analysis of agricultural enterprises development] *Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal «Internauka»*, vol.1, no. 23, pp. 35-38.

Гаркуша В. А.

Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЕГО АДАПТАЦИИ К МЕНЯЮЩЕЙСЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

Резюме

В статье рассмотрены принципы менеджмента в системе обеспечения экономической безопасности предприятия в условиях его адаптации к быстрым изменениям окружающей среды. Проанализированы факторы, которые оказывают значительное влияние на эффективность принятия управленческих решений, а также ситуационный подход в управлении, что представляет собой способность адекватно и оперативно реагировать на существующие и новые угрозы нормальной деятельности хозяйства. Рассмотрены основные факторы, оказывающие наибольшее влияние на процесс принятия управленческих решений при росте объемов информации и информационную защиту в новых условиях хозяйствования, которые постоянно меняются под влиянием конкурентной среды. Определены требования к выбору инструментов анализа для обоснования стратегических решений. Появление новых проблем в современных условиях вызывает необходимость теоретического изучения и обоснования практических рекомендаций для обеспечения экономической безопасности украинских предприятий.

Ключевые слова: экономическая безопасность, стратегический управленческий анализ, инструменты анализа, управленческие решения, данные, информация, знания, защита информации.

Garkusha Viktoriia

National Technical University
«Kharkiv Polytechnic Institute»

STRATEGIC MANAGEMENT ANALYSIS IN THE SYSTEM OF PROVIDING ECONOMIC SECURITY OF AN ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF ITS ADAPTATION TO MINI-LEVELS

Summary

The article deals with the principles of management in the system of economic security of the enterprise in terms of its adaptation to rapid environmental changes, analyzes the influences of factors that have a significant impact on the effectiveness of management decisions, as well as the situational approach to management, which is the ability to respond adequately and promptly the existing and new threats to the normal operation of the economy, the main factors that have the greatest impact on the decision-making process in the growth and volumes of information, information protection in the new economic environment that is constantly changing under the influence of the competitive environment, the requirements for the selection of analysis tools to justify strategic decisions are identified, requirements for the selection of analysis tools to substantiate strategic decisions are identified. An enterprise operating in the face of uncertainty and the risks of a competitive environment is forced to constantly monitor changes that are occurring and accordingly plan and execute its development. The process of ensuring economic security must be carried out in the direction of identifying, assessing and taking into account the influence of factors of the external and internal environment of the organization. Currently, businesses have to deal with large amounts of data, and despite the existence of a certain information database in the enterprise, most often managers have to resort to additional, new sources of information. In this regard, the search for tools and methods for more efficient, systematic data collection and processing is becoming increasingly relevant. The integration of information with the relevant elements of the problem and the context of a particular enterprise allows identifying the most valuable information for the manager and to evaluate alternative options for solving the problem. The emergence of new problems in modern conditions necessitates a theoretical study and substantiation of practical recommendations for ensuring the economic security of Ukrainian enterprises.

Keywords: economic security structure, system, strategic management analysis, security service, theoretical and methodological approaches, information security.

УДК 338.984

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-19>

Дрималовська Х. В.

Національний університет «Львівська політехніка»

Стельмах Х. П.

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього
Національної академії наук України»

РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті обґрунтовано необхідність використання інструменту бізнес-планування для розвитку інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств. Наведено основні причини важливості складання бізнес-планів. Ілюстративно представлено базові кроки процесу бізнес-планування. Розглянуто позитивні особливості бізнес-планування для будь-кого у сфері започаткування бізнесу чи його подальшого розвитку. З'ясовано різноманітні наукові підходи до розроблення бізнес-планів інвестиційних проєктів. Сформовано загальну послідовність процесу бізнес-планування інвестиційних проєктів через відповідну кількість етапів, що пов'язані зворотним зв'язком. Розглянуто особливості аналізування бізнес-плану інвестиційного проєкту інвесторами (бізнес-ангелами, венчурними компаніями, краудфандинговими компаніями), кредиторами.

Ключові слова: бізнес-планування, інвестиційний проєкт, бізнес-план, бізнес-ідея, підприємницька діяльність.

Постановка проблеми. Сучасні глобалізаційні умови розвитку підприємств вимагають вкладення іноземного капіталу у високотехнологічні види виробництва. Однак сьогодні національна економіка не відзначається інвестиційною привабливістю, що зумовлено, насамперед, впливом групи чинників нестабільного та невизначеного характеру (політична ситуація, законодавча база тощо). Тому економічне зростання вітчизняних підприємств можна забезпечити за умови здійснення бізнес-планування їхньої діяльності, що окреслить пріоритети та орієнтири поточного та перспективного стану. Узгодженість процесів під час бізнес-планування забезпечує вирішення

поставлених завдань у формі прийняття раціональних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні положення бізнес-планування діяльності підприємств, його роль у сучасних умовах розвитку, підходи до реалізації бізнес-планування інвестиційних проєктів, його методологію описано у працях таких науковців, як: Г.Б. Пекна, Г.В. Білокур, В.В. Різник, Н.А. Різник, Ю.М. Уткіна, Е. Хиленко, В.В. Македон, О.А. Пробоїв та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень щодо бізнес-планування інвестиційних проєктів, необхідно зосередити

увагу на виокремленні основних етапів даного процесу, що забезпечить ефективність діяльності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є формування ключових етапів процесу бізнес-планування інвестиційних проєктів. Сформована послідовність дасть змогу забезпечити розвиток інвестиційної діяльності підприємств в умовах глобалізації. Окрім того, бізнес-план слугує інструментом прийняття раціональних управлінських рішень в умовах невизначеності.

Виклад основного матеріалу. Поступове входження національної економіки до європейської спільноти розгорнуло процес упровадження світових практик управління підприємствами. З огляду на це, у вітчизняному бізнес-середовищі популяризують такий економічний термін, як «бізнес-планування». Бізнес-планування вважають одним з інструментів протистояння негативному впливу зовнішнього середовища, що являє собою процес безперервного налагодження діяльності підприємства через розроблення стратегій та застосування комплексу заходів (оперативних, тактичних дій) із метою їх реалізації. Результатом бізнес-планування є складання відповідного бізнес-плану. Бізнес-план є документом, що складається з певних розділів, які відображають усі аспекти започаткування проєкту. Завдяки бізнес-плану можна ідентифікувати життєздатність підприємства в умовах жорсткої конкурентної боротьби, визначити орієнтир перспективного розвитку, залучити фінансові ресурси з боку інвесторів [1; 2].

Значущість складання бізнес-планів для малих підприємств можна підтвердити причинами, які наведено в табл. 1.

Вищенаведені причини необхідності складання бізнес-планів підкреслюють їхні позитивні властивості. Під час бізнес-планування відбувається детальне дослідження чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, вибір ефективної стратегії розвитку, складання прогнозів, взаємодія між співробітниками, забезпечення життєздатності підприємства через отримання інвестицій, зменшення рівня ризику щодо провадження підприємницької діяльності тощо.

Панує думка, що написання бізнес-плану є необхідним для стартапів, подання заявок для

отримання інвестицій, кредитів, проте це не так. Бізнес-планування є інструментом надання значущих переваг для будь-кого у сфері започаткування бізнесу чи його подальшого розвитку. Деякі з них зазначимо: розгляд підприємницької діяльності як цілісної системи – взаємозв'язок між усіма ланками підприємства; стратегічна концентрація – зосередження на ключових товарах, послугах відповідно до цільових ринків; пріоритетність – розподіл часу, зусиль, ресурсів відповідно до важливих стратегічних пріоритетів; управління грошовими потоками – своєчасне виявлення проблем щодо неплатоспроможних клієнтів, надлишок запасів тощо; цілеспрямованість – чіткі цілі, які необхідно досягнути; визначення й аналізування зміни основних показників тощо [4]. Сутність бізнес-планування розкривають із позиції процесного підходу. Тобто все планування розпочинається з процесу незалежно від того, чи це пов'язано із започаткуванням бізнесу, його розвитком на перспективу, розробленням та реалізацією проєктів, зменшенням рівня ризику, його продажем чи закриттям. Процес планування може бути довготривалим та складним, проте його можна представити такими базовими кроками (рис. 1) [5].

З наведеного рис. 1 бачимо, що процес бізнес-планування змушує керівників підприємств задаватися питаннями та роздумувати над відповідями на них (визначення цілей та завдань, які необхідно досягнути; формулювання стратегій; залучення висококваліфікованого людського капіталу; спрямовування зусиль на контролювання кроків бізнес-планування) [5].

З огляду на це, бізнес-планування можна вважати безперервним процесом, що супроводжується задаванням комплексу запитань та інтенсивним пошуком відповідей до них. Це, своєю чергою, спонукає керівників підприємств до постановки чітких цілей, пошуку результативних стратегій, налагодження взаємовідносин між працівниками тощо. Здійснення підприємницької діяльності пов'язане із започаткуванням чи розширенням виробництва, реконструкцією, запровадженням інноваційних технологій, нововведень тощо, що проявляється у формі інвестиційних проєктів. Успішна реалізація проєктів підприємництва через застосування бізнес-планування є підґрунтям посилення інвести-

Таблиця 1

Основні причини важливості складання бізнес-планів

№ п/п	Причини	Характеристика
1	Допомога у прийнятті вирішальних рішень	Основне призначення бізнес-плану полягає в отриманні можливості розглянути ґрунтовно наслідки будь-якого рішення. Створення бізнес-плану вимагає ідентифікування основних складників, детальне аналізування основних стратегій тощо.
2	Виявлення недоліків	Практика написання документу сприяє формуванню бачення у дійсному плані та визначенню окремих недоліків у вибраній стратегії.
3	Уникнення значимих помилок	Завдяки бізнес-плану можна уникнути значимих помилок через прогнозування майбутньої ситуації щодо політики ціноутворення, стану ринку, фінансових ресурсів тощо.
4	Підтвердження життєздатності бізнесу	Перехід від концептуального характеру запропонованої бізнес-ідеї до практики через глибоке дослідження ринку (вивчення потреб ринку, конкурентів, галузі).
5	Визначення важливих цілей та орієнтирів	Обґрунтованість цілей та орієнтирів визначеними причинами впровадження бізнес-ідеї.
6	Отримання необхідної інформації співробітниками компанії, консалтинговими компаніями	Спільний доступ до бізнес-плану забезпечить узгодження позицій усіх членів проєктної групи. Ефективне консультування керівників, управлінців у сфері фінансової, маркетингової, юридичної діяльності тощо на основі складеного бізнес-плану.
7	Забезпечити фінансування у майбутньому	Бізнес-план є ефективним інструментом підтвердження життєздатності компанії, що в майбутньому дасть змогу отримати значний обсяг капіталовкладень із боку інвесторів.

Джерело: сформовано на основі [3]

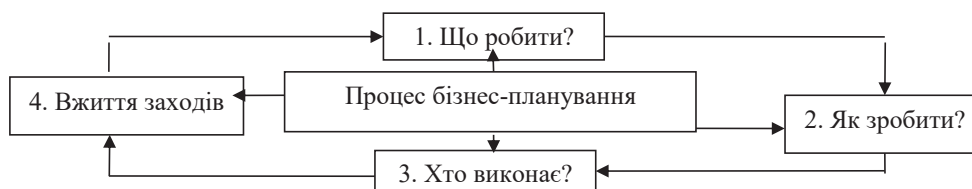


Рис. 1. Базові кроки процесу бізнес-планування

Джерело: сформовано на основі [5]

ційної привабливості, тому розглянемо детальніше бізнес-планування інвестиційних проєктів.

Ю.М. Уткіна та О. Хиленко запропонували комплексний підхід до розроблення бізнес-планів інвестиційних проєктів. Згідно із цим підходом, систему бізнес-планування розподіляють на три основні блоки: дослідницький, плановий та розподільницький [6].

Виокремлюють низку принципів розроблення бізнес-плану інвестиційних проєктів, а саме: безперервність, багатоваріантність, множинність мети, кількісна оцінка мети розвитку підприємства, науковість, збалансованість, оптимальність, системність, спадкоємність, гнучке регулювання, координація й інтеграція, економічність [6; 7]. У результаті дослідження підходів до процесу бізнес-планування інвестиційних проєктів сформовано його загальну послідовність, що подано на рис. 2, відповідно до якого процес бізнес-планування інвестиційного проєкту складається з чотирьох етапів: попереднього, поточного, реалізаційного, завершального.

На попередньому етапі забезпечення процесу бізнес-планування необхідно детально дослідити та проаналізувати чинники впливу внутрішнього та зовнішнього середовища. Внутрішнє середовище організації описують за такими ознаками: виробництво, маркетинг, фінанси, управління персоналом, організаційна структура, особливості влади, лідерство тощо. Інформацію отримують на основі статистичних даних, звітності тощо. Під час дослідження зовнішнього середовища вивчають вплив конкурентів, споживачів, постачальників, органів державної влади, міжнародне оточення тощо. Якщо організація планує вихід на закордонний ринок, то варто опрацювати інформацію щодо результатів географічного аналізу ринку, рівня конкуренції, цілей, альтернативних товарів, партнерів, цінової політики, технологій тощо [8; 9].

Поточний етап пов'язаний безпосередньо з бізнес-плануванням інвестиційного проєкту, що подано стадіями початку, підготовки, розроблення, представлення. Початкова стадія бізнес-планування інвестиційного проєкту пов'язана з: формуванням підприємницької ідеї на основі використання відповідних методів дослідження; вибором сфери діяльності, ґрунтуючись на сформованій ідеї, особистих якостях підприємця, зовнішніх чинниках; прийняттям рішення щодо організаційної форми підприємницької діяльності, враховуючи її переваги та недоліки. Підготовча стадія спрямована на проведення ґрунтовного аналізування інформаційних даних щодо маркетингової, виробничої, фінансово-економічної сфер підприємства, застосовуючи SWOT-аналіз. Цей метод дасть змогу виявити можливості та загрози з боку зовнішнього середовища, а також сильні й слабкі боки самого підприємства. Під час стадії розроблення формуються структура та зміст перспективного бізнес-плану, що охоплює виконання

завдань із формулювання місії, визначення цілей, стратегії, здійснення розрахунків [8].

Результатом реалізації попередніх стадій процесу бізнес-планування інвестиційного проєкту є бізнес-план визначених змісту та структури. Загалом бізнес-план інвестиційного проєкту може складатися з таких розділів: резюме проєкту, оцінювання ринку і конкурентної ситуації, характеристика проєкту, маркетинговий план, план виробництва, інвестиційний план, оцінювання ризиків, додатки. Однак зміст бізнес-плану не є сталим і може відрізнятись, тому на структуру бізнес-плану можуть впливати такі чинники: вибрана методика складання, специфіка галузі, вид підприємства, мета, цілі, завдання проєкту тощо. Якщо підприємство планує вихід на закордонний ринок, то бізнес-план потрібно формувати відповідно до методик світового значення: UNIDO, EBRD, методики фірми Coldman, Sachs & Co, методики фірми Ernst & Young, TACIS, KPMG. Кожна із цих методик пропонує свої розділи бізнес-плану [10].

Уважають, що ключовими розділами бізнес-плану, які доповнені додатковими розділами залежно від обставин, є: резюме проєкту, маркетинговий план, план опису управлінських якостей керівництва, фінансовий план. Коротко наведемо характеристику кожного з них. Резюме є одним із найкоротших розділів бізнес-плану, підготовка якого вимагає значних зусиль, оскільки у ньому розповідається про ідею, підхід, результати, які повинні виражати впевненість у досягненні успіху. Маркетинговий план охоплює аналізування ринку, дослідження діяльності конкурентів, опис конкретних маркетингових дій. У плані опису управлінських якостей керівництва відзначають навички лідерства керівника, досвід реалізації інших проєктів, наявність технічних можливостей для втілення бізнес-ідеї тощо. Фінансовий план є тим розділом бізнес-плану, який підтверджує життєздатність бізнес-ідеї. У ньому наводять графіки, цифри, фінансову звітність, які пояснюють основні припущення [11].

Представлення бізнес-плану інвестиційного проєкту відбувається у формі проведення переговорів із потенційними інвесторами, партнерами. Під час переговорів інвестори ознайомлюються з ключовими положеннями бізнес-плану: характеристикою компанії, її продукцією чи послугами; особливостями ринку, конкурентів, споживачів; сформованою маркетинговою стратегією; фінансовими завданнями; умовами та термінами реалізації інвестицій [8].

Зазначена стадія бізнес-планування інвестиційного проєкту визначає майбутню суму фінансових вкладень, яку можна отримати з боку інвесторів чи кредиторів. Основними формами інвестування капіталу у бізнес можуть бути: венчурне фінансування капіталу, пряме інвестування, краудфандингові компанії, бізнес-ангели тощо. Венчурні компанії часто вкладають кошти в стартапи, які

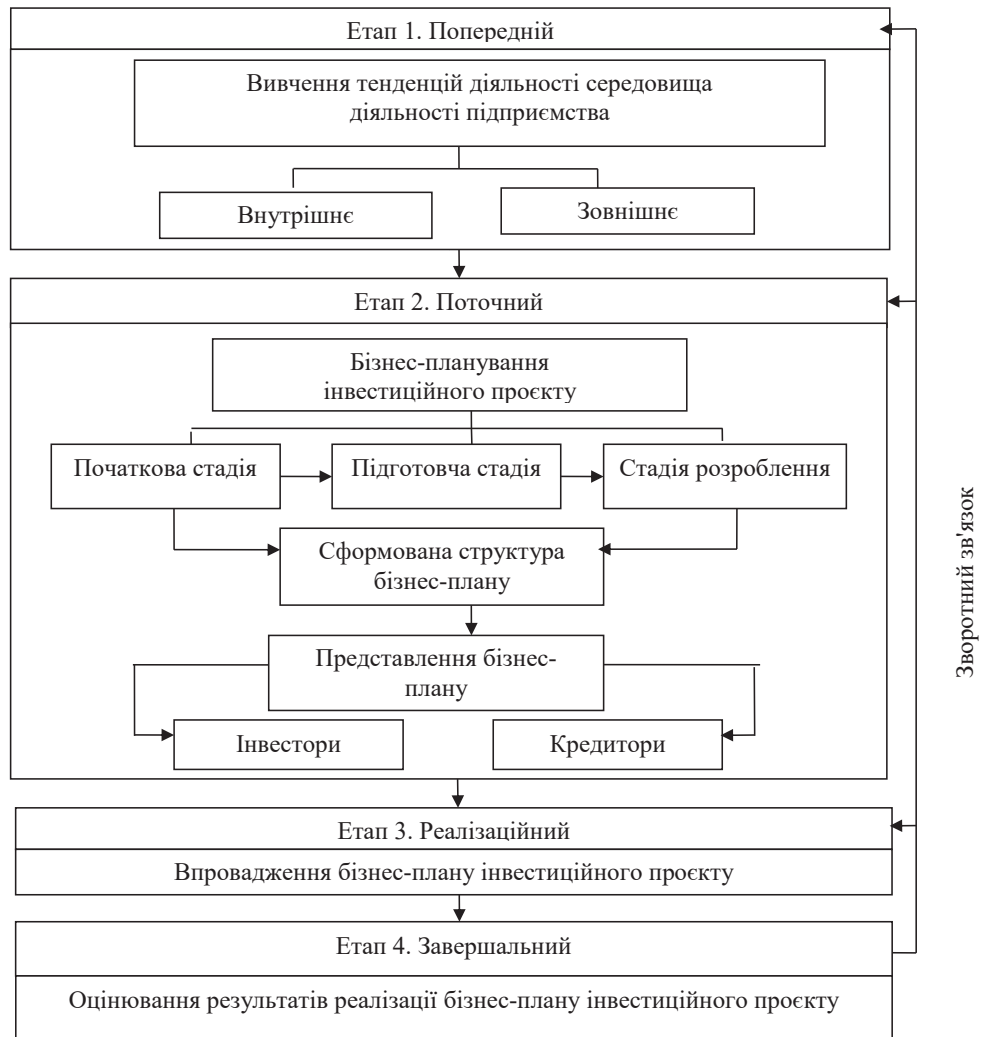


Рис. 2. Загальна послідовність процесу бізнес-планування інвестиційних проєктів

Джерело: сформовано авторами на основі [8; 10; 13]

розробляють інноваційні технології. На відміну від венчурних компаній бізнес-ангели – це успішні підприємці, які встановлюють тісні взаємовідносини з апаратом управління підприємства, в які інвестують. Такі інвестори стають безпосередніми наставниками, які передають свій досвід щодо розвитку бізнесу. Краудфандинговим компаніям властива така ж система інвестування у проєкти, як і венчурним компаніям, бізнес-ангелам, але інвесторів може бути значна кількість [12; 13]. Під час аналізування бізнес-плану проєкту інвестори звертають увагу на можливість підвищення прибутковості. Інвестор вивчатиме запропоновану стратегію, як одержувач інвестицій планує зайняти свою конкурентну позицію. Своєю чергою, під час розгляду бізнес-плану інвестиційного проєкту кредиторів цікавить насамперед повернення суми наданих коштів, отримання економічної вигоди, дивідендна політика підприємства. Кредиторами можуть бути банки, сторонні організації, фізичні особи [13; 14].

Реалізаційний етап бізнес-планування інвестиційного проєкту передбачає прийняття рішення щодо інвестування, закладаючи тим самим основу для впровадження проєкту. Вказаний етап супроводжується складанням графіків, бюджетів реалізації, грошових потоків, документальним затвердженням усіх операцій [8].

Завершальний етап досліджуваного процесу пов'язаний з оцінюванням результатів унаслідок реалізації проєкту, розподілом отриманого прибутку між підприємцем, інвесторами, кредиторами. Логічну впорядкованість та завершеність процесу бізнес-планування інвестиційного проєкту забезпечено наявністю зворотного зв'язку. Внаслідок цього кожен з етапів процесу можна коригувати, що ставить за мету підвищення його ефективності.

Висновки і пропозиції. У статті розкрито основні причини важливості складання бізнес-планів; відображено базові кроки досліджуваного процесу; наведено принципи розроблення бізнес-плану інвестиційного проєкту; запропоновано загальну послідовність процесу бізнес-планування інвестиційних проєктів. Бізнес-планування інвестиційного проєкту можна вважати процесом виконання взаємопов'язаних етапів, які передбачають ідентифікування сильних та слабких боків підприємства, його можливостей та загроз на ринку, складання бізнес-плану (формулювання бізнес-ідеї, місії, постановки цілей, стратегій, формування планів тощо), побудову прогнозних значень, представлення інвесторам, кредиторам та його подальша реалізація з метою розвитку інвестиційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Пекна Г.Б., Білокур Г.В. Бізнес-планування та його роль у сучасних умовах розвитку України. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. Вип. 49. С. 196–202.
2. Різник В.В., Різник Н.А. Базові процедури, методологія бізнес-планування та його роль у стратегічному управлінні діяльністю підприємства. *Економічний вісник університету*. 2017. Вип. 35/1. С. 67–72.
3. The importance of a business plan. URL : <https://www.waveapps.com/blog/entrepreneurship/importance-of-a-business-plan> (дата звернення: 16.02.2020).
4. 10 Benefits of Business Planning for all Businesses. URL : <https://www.evchamber.com/10-benefits-business-planning-businesses/> (дата звернення: 16.02.2020).
5. The Business Planning Process...4 Steps to Help Make Your Plans Successful. URL : <https://financiallysimple.com/the-business-planning-process-4-steps-to-help-make-your-plans-successful/> (дата звернення: 16.02.2020).
6. Уткіна Ю.М., Хиленко О. Організація бізнес-планування інвестиційних проєктів на промислових підприємствах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2014. № 47. С. 125–131.
7. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
8. Македон В.В. Бізнес-планування : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 236 с.
9. Business plan in export and foreign direct investment FDI. URL : <http://www.doingbusinessibs.it/business-plan-nell-export-ide-investimento-diretto-estero/?lang=en> (дата звернення: 16.02.2020).
10. Пробоїв О.А. Концептуальні підходи до процесу розроблення бізнес-плану розвитку вітчизняних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 39–2. С. 12–16.
11. 4 Sections Every Business Plan Must Have (And Why they're Important). URL : <https://blogs.constantcontact.com/small-business-plan-help/> (дата звернення: 16.02.2020).
12. Investor Business Plans. URL : <https://wisebusinessplans.com/investor-business-plan/> (дата звернення: 16.02.2020).
13. Фінансування бізнесу: інвестор чи кредитор? URL : <http://monetary-flow.com/nvestor-tchi-kreditor-shto-krashte-dlya-bznesu/> (дата звернення: 16.02.2020).
14. How investors analyse business plans. URL : https://www.thebusinessplanshop.com/blog/en/entry/how_investors_analyse_business_plans (дата звернення: 16.02.2020).

References:

1. Pekna Gh.B., Bilokur Gh.V. (2018) Biznes-planuvannja ta jogho rolj u suchasnykh umovakh rozvytku Ukrajinj [Business planning and its' role in modern conditions of development of Ukraine]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, vol. 49, pp. 196-202.
2. Riznyk V.V., Riznyk N.A. (2017) Bazovi procedury, metodologhija biznes-planuvannja ta jogho rolj u strategichnomu upravlinni dijajlnistju pidpryjemstva [Basic procedures, methodology business planning and its role in the strategic management of the enterprise]. *Ekonomicznyj visnyk universytetu*, vol. 35/1, pp. 67-72.
3. The importance of a business plan. Available at: <https://www.waveapps.com/blog/entrepreneurship/importance-of-a-business-plan> (accessed 16 February 2020).
4. 10 Benefits of Business Planning for all Businesses. Available at: <https://www.evchamber.com/10-benefits-business-planning-businesses/> (accessed 16 February 2020).
5. The Business Planning Process...4 Steps to Help Make Your Plans Successful Available at: <https://financiallysimple.com/the-business-planning-process-4-steps-to-help-make-your-plans-successful/> (accessed 16 February 2020).
6. Utkina Ju.M., Khylenko O. (2014) Orghanizacija biznes-planuvannja investycijnij proektiv na promyslovykh pidpryjemstvakh [Business planning investment projects in industrial enterprises]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 47, pp. 125-131.
7. Majorova T.V. (2009) Investycijna dijajlnistj: pidruchnyk [Investment activity: a textbook]. Kyjiv: Centr uchbovoji literatury.
8. Makedon V. V. (2009) Biznes-planuvannja: navchal'nyj posibnyk [Business Planning: A Tutorial]. Kyjiv: Centr uchbovoji literatury.
9. Business plan in export and foreign direct investment FDI. Available at: <http://www.doingbusinessibs.it/business-plan-nell-export-ide-investimento-diretto-estero/?lang=en> (accessed 16 February 2020).
10. Probojiv O.A. (2019) Konceptualjni pidkhody do procesu rozroblennja biznes-planu rozvytku vitchyznjanykh pidpryjemstv [Conceptual approaches to the process of a business plan development for the national businesses]. *Prychornomors'ki ekonomichni studiji*, vol. 39-2, pp.12-16.
11. 4 Sections Every Business Plan Must Have (And Why they're Important). Available at: <https://blogs.constantcontact.com/small-business-plan-help/> (accessed 16 February 2020).
12. Investor Business Plans. Available at: <https://wisebusinessplans.com/investor-business-plan/> (accessed 16 February 2020).
13. Фінансування бізнесу: інвестор чи кредитор? [Business Financing: Investor or Lender?]. Available at: <http://monetary-flow.com/nvestor-tchi-kreditor-shto-krashte-dlya-bznesu/> (accessed 16 February 2020).
14. How investors analyse business plans. Available at: https://www.thebusinessplanshop.com/blog/en/entry/how_investors_analyse_business_plans (accessed 16 February 2020).

Дрималовская К. В.

Национальный университет «Львовская политехника»

Стельмах К. П.

ГУ «Институт региональных исследований имени М.И. Долишнего

Национальной академии наук Украины»

РОЛЬ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Резюме

В статье обоснована необходимость использования инструмента бизнес-планирования для развития инвестиционной деятельности отечественных предприятий. Приведены основные причины важности составления бизнес-планов. Иллюстративно представлены базовые шаги процесса бизнес-планирования. Рассмотрены положительные особенности бизнес-планирования для любого в сфере открытия бизнеса или его дальнейшего развития. Выявлены различные научные подходы к разработке бизнес-планов инвестиционных проєктов. Сформирована общая последовательность процесса бизнес-планирования инвестиционных проєктов через соответствующее количество этапов, связанных обратной связью. Рассмотрены особенности анализа бизнес-плана инвестиционного проєкта инвесторами (бизнес-ангелами, венчурными компаниями, краудфандинговыми компаниями), кредиторами.

Ключевые слова: бизнес-планирование, инвестиционный проєкт, бизнес-план, бизнес-идея, предпринимательская деятельность.

Drymalovska Khrystyna

Lviv Polytechnic National University

Stelmakh Khrystyna

Dolishniy Institute of Regional Research of
National Academy of Sciences of Ukraine

THE BUSINESS PLANNING ROLE IN THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES INVESTMENT ACTIVITIES BY GLOBALIZATION

Summary

The article substantiates the need to use a business planning tool for the development of investment activity of domestic enterprises. The main reasons for the importance of drawing up business plans are given. The basic steps of the business planning process are illustrated. Positive features of business planning for anyone in the field of starting a business or its further development are considered. Various scientific approaches to developing business plans for investment projects have been identified. The overall sequence of the business planning process for investment projects has been formed through the appropriate number of feedback-related steps. The logical orderliness and completeness of the business planning process of the investment project is ensured by the presence of feedback. As a result, each of the steps in the process can be adjusted to improve its efficiency. The peculiarities of analyzing the business plan of the investment project by investors (business angels, venture companies, crowdfunding companies), creditors are considered in the article. Business planning is considered as one of the tools to counteract the negative impact of the external environment, is a process of continuous tuning of the enterprise activity by developing strategies and applying a set of measures (operational, tactical actions) with the purpose of their realization. As a result, business planning of an investment project can be considered as a process of implementation of interrelated stages, which involve identifying the strengths and weaknesses of an enterprise, its opportunities and threats in the market, drawing up a business plan (formulating a business idea, mission, setting goals, strategies, formulating plans, etc.), forecasting, presentation to investors, creditors, and its further implementation in order to develop investment activities in a globalized environment. Entrepreneurship is associated with the initiation or expansion of production, reconstruction, introduction of innovative technologies, innovations, etc., which is manifested in the form of investment projects.

Keywords: business planning, investment project, business plan, business idea, entrepreneurial activity.

УДК 339.138:330.341.1:334.716

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-20>

Ілляшенко С. М.

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»;
Вища економіко-гуманітарна школа

Рудь М. П.

Сумський державний університет

ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ У СИСТЕМІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ 4P¹

Виконано систематизацію маркетингових інновацій відповідно до концепції комплексу маркетингу 4P. Окреслено їхні основні характеристики та запропоновано рекомендації щодо їх вибору та застосування. Розроблено загальну схему управління вибором/створенням маркетингових інновацій стосовно кожного зі складників комплексу інноваційного маркетингу (концепція 4P). Проаналізовано, які чинники підвищують можливість ефективного застосування інновації, а також ті, які ускладнюють реалізацію маркетингової інноваційної політики. Запропоновано рекомендації щодо встановлення знижок відповідно до цілей підприємства. Сформовано загальну схему вибору маркетингових інновацій на підприємстві. Отримані результати формують підґрунтя методичного забезпечення управління створенням і реалізацією заходів інноваційного маркетингу.

Ключові слова: маркетингові інновації, комплекс маркетингу 4P, інноваційний менеджмент, інноваційний маркетинг, управління маркетинговими інноваціями.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світової економіки, а разом з тим й економіки України, характеризується високим рівнем нестабільності ринкових процесів. Це істотно ускладнює формування стратегій розвитку підприємств та установ, оскільки необхідність постійної адаптації до змін умов зовнішнього макро- і мікросередовища потребує прогнозування й урахування можливих сценаріїв розвитку подій на ринку і

розроблення заходів відповідного реагування, що не завжди є можливим. Істотні корективи у цей процес вносить світова економічна криза, яка змушує підприємства знаходити нові перспективи для врегулювання та розвитку підприємницької діяльності із застосуванням інноваційних форм та інструментів управління. У цих умовах інноваційна діяльність підприємств має велике значення, оскільки саме вона дає змогу сформу-

¹ Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми «Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств» (№ ДР 0117U003928).

вати їхні стійкі конкурентні переваги і посилити конкурентоспроможність. Практика свідчить: для того щоб підприємство розвивалося, підвищувало свою конкурентоспроможність і мало можливість зайняти лідерські позиції на вибраних цільових ринках, воно повинне провадити два взаємопов'язаних напрями діяльності: розроблення та впровадження інновацій, які дають змогу розв'язати існуючі проблеми виробників і споживачів; розроблення та реалізацію заходів комплексу маркетингу, які спрямовані на комерціалізацію зазначених інновацій. З огляду на викладене, це потребує внесення коректив у маркетингову діяльність підприємств, тобто створення й упровадження маркетингових інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління та створення інновацій у маркетинговій діяльності підприємств та установ досліджено у роботах багатьох вітчизняних науковців. Зокрема, Ю.А. Дайновський [1] розглядав інноваційні рішення у сфері стратегічного управління і маркетингу вітчизняних підприємств та установ. П.Г. Перерва та Н.П. Гончарова [2] досліджували проблеми формування концепції маркетингового регулювання інноваційного процесу. Розвитку методологічних і теоретико-методологічних основ організації та управління інноваційним процесом на підприємствах присвячено роботу С.М. Ілляшенка [3]. О.Ю. Шилова та Є.С. Чермошнцева [4] розробили засади механізму управління інноваційним потенціалом підприємства, який забезпечує активізацію інноваційних процесів на підприємстві. Підходи до розв'язання проблем ефективного використання та управління заходами маркетингу на ринку інноваційних товарів досліджено у роботі Ю.В. Каракая [5]. Н.С. Ілляшенко [6] розробила засади механізму впровадження в діяльність підприємств концепції інноваційного маркетингу. Аналізом ефективності управління антикризовими маркетинговими інструментами займаються О.А. Біловодська, Ю.М. Мельник [7]. Ю.С. Шипуліна [8] проаналізувала теоретико-методологічні засади переходу підприємства на інноваційний шлях розвитку. В.В. Божкова [9] удосконалила систему управління підприємством на засадах інноваційного маркетингу та запропонувала ієрархію відповідних принципів управління. Розробленням теоретичних засад удосконалення управління регіональною економічною системою займається М.А. Окландер [10]. Особливості стратегічного управління інноваційним розвитком досліджують С.Ю. Гончарова та А.Б. Гончаров [11]. І.Л. Решетнікова [12] довела, що інноваційні маркетингові стратегії є рушійною силою підвищення конкурентоспроможності підприємств. О.П. Старицька та Т.М. Старицький [13] обґрунтували ефективність застосування інноваційного маркетингу як одного із засобів виходу українських підприємств з економічної кризи. О.О. Карпіщенко [14] досліджує шляхи ефективного управління інноваційною діяльністю у маркетингу та можливості її здійснення. М.Ф. Зяйлик та О.І. Вівчар довели необхідність упровадження маркетингових інновацій на підприємствах [15].

Проте, незважаючи на чисельні напрацювання, питання ефективного управління інноваційною діяльністю у маркетингу, особливо створенням маркетингових інновацій у системі заходів комплексу маркетингу, є недостатньо дослідженим.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є узагальнення і систематизація підходів до створення

маркетингових інновацій, а також розроблення рекомендацій щодо ефективного управління цим процесом у системі заходів комплексу інноваційного маркетингу.

Виклад основного матеріалу. Підприємства, що проводять активну інноваційну діяльність, зазвичай націлені на створення та розширення ринків, захоплення нових ринкових сегментів та репозиціонування традиційних товарів. Досягнення зазначених цілей передбачає створення та впровадження різного роду інновацій. Здійснення маркетингової інноваційної діяльності, як правило, відбувається за схемою «виробник – споживач». Проте існує низка чинників, які зменшують межі впровадження інновацій, призводять до збільшення витрат на рекламні кампанії та зменшення капіталу підприємства. Основними з них є [16, с. 155]: невірне позиціонування товару, завищення або заниження ціни товару, скорочення життєвого циклу товару як результату наслідування товарів конкурентів, державні і соціальні обмеження, що стосуються забезпечення безпеки товарів для покупців, екологічна сумісність тощо.

Ці чинники ускладнюють реалізацію маркетингової інноваційної політики. Однак обізнаність щодо критеріїв вибору типу маркетингових інновацій для маркетинг-мікс може суттєво зменшити перелік чинників, які знижують ефективність інноваційної діяльності в маркетингу.

Виходячи з мети дослідження, розглянемо методи генерування маркетингових інновацій у руслі концепції комплексу маркетингу «4Р»: товар; ціна; комунікації; збут. Параметри комплексу маркетингу варіюються безпосередньо підприємством із метою забезпечення найбільш ефективного впливу на ринок та цільових споживачів, а також досягнення поставлених цілей у рамках наявних ринкових можливостей і загроз розвитку.

Основними чинниками, що впливають на вибір маркетингових інновацій, є [17, с. 232]: чинники макросередовища (політико-правовий, економічний, соціально-демографічний, природно-екологічний, техніко-технологічний); чинники мікросередовища (економічні контрагенти: постачальники, споживачі, посередники, конкуренти тощо); чинники внутрішнього середовища підприємства-інноватора (виробництво, маркетинг, кадри, управління, продукція, інтелектуальний капітал, науково-дослідницький потенціал тощо).

Ці чинники по-різному впливають на складники 4Р. Зокрема, на вибір товарної інноваційної стратегії впливає прогноз видів і характеристик товарів, на які може зрости попит у майбутньому а також стану грошових потоків після впровадження змін у товарній інноваційній політиці. Будь-яка зміна в асортименті призводить до необхідності інвестування в новий товар, проте в перспективі вона дає підприємству можливість підвищити свій дохід та нівелювати коливання на ринку.

Розглянемо основні критерії вибору для інновацій у маркетинг-мікс (рис. 1).

Розглянемо більш детально інновації в комплексі маркетингу, а також чинники, які впливають на їх вибір, та рекомендації щодо застосування.

Основні напрями товарної інноваційної політики та їх характеристики подано у табл. 1.

Щодо **цінової політики**, то встановлення ціни на підприємстві носить циклічний характер і коригується у зв'язку зі змінами на ринку та відповідно до зміни цілей підприємства. Цілі зазвичай орієнтуються на: збут, а саме збільшення

частки ринку та можливості контролювати ринок; прибуток, підвищення маржі за одиницю товару та загального прибутку; закріплення існуючого задовільного положення, протидію конкурентам.

На встановлення ціни впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники [18, с. 76].

На вибір цінової стратегії впливають характеристики товару: конкурентоспроможність;

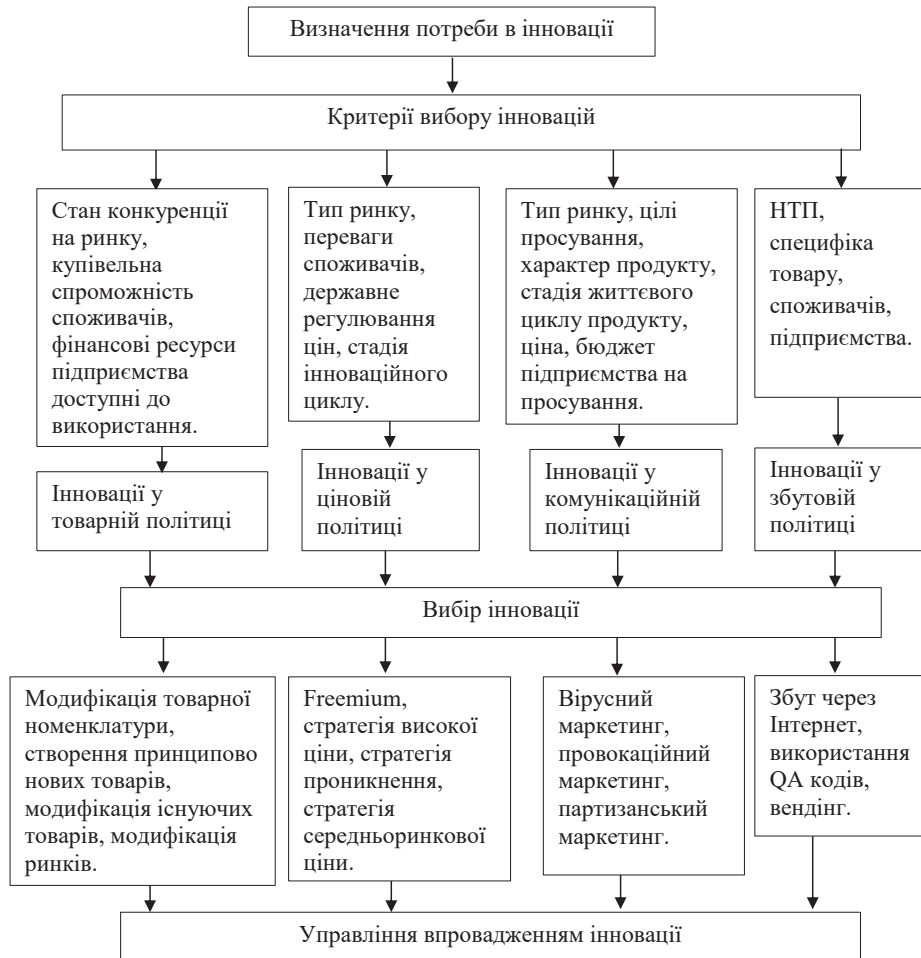


Рис. 1. Критерії вибору інновацій

Джерело: авторська розробка

Таблиця 1

Інноваційні товарні стратегії та критерії їх вибору

Інновації в товарній політиці	Чинники впливу на вибір інновації		Рекомендації щодо вибору
	Чинники, які підвищують імовірність успіху конкретної інновації (можливості)	Чинники, які зменшують імовірність успіху (загрози)	
Модифікація товарної номенклатури	Незадоволений попит, можливість вирішення проблем споживачів, можливість отримання конкурентних переваг	Несприйняття продукції споживачами, конкуренція	Застосовується для захоплення нових ринків чи їх сегментів
Модифікація товарних ліній	Наявність специфічних потреб споживачів, можливість їх кращого, ніж конкуренти, задоволення	Невідповідність характеристик продукції запитам споживачів, нерозуміння споживачами відмінностей у модифікаціях продукції	Охоплення нових сегментів чи ніш ринку
Створення принципово нових товарів	Високий потенціал інноваційного розвитку, можливість отримання переваг першовідкривача ринку	Різкі зміни умов макро- і мікросередовища, НТП	Можливість радикальної трансформації існуючих чи створення нових галузей
Модифікація існуючих товарів: властивостей, дизайну	Удосконалення продуктів порівняно з найкращими на ринку зразками	Моральне старіння продуктів, зміни потреб споживачів	Посилення конкурентоспроможності
Модифікація ринків	Можливості продовження життя товару за рахунок репозиціонування; бажання виробника захопити нові ринки, їх сегменти чи ніші	Несприятлива динаміка розвитку нових ринків, високий рівень конкуренції	Продовжує життєвий цикл товару

Джерело: авторська розробка

інноваційність; поточна стадія життєвого циклу; ринкова частка підприємства на ринку. Ці чинники встановлюють лише загальні умови для формування ціни. Необхідно також урахувати репутацію підприємства, характеристику системи розподілу, реклами тощо. Розглянемо інноваційні цінові стратегії та критерії їх вибору (табл. 2).

Розглянемо вибір інноваційної цінової стратегії для фірм залежно від життєвого циклу товару (табл. 3).

Як правило, на стадії зросту та зрілості підприємства починають проводити стратегії щодо надання знижок покупцям. Вибір тієї чи іншої знижки визначається метою підприємства.

На рис. 2 запропоновано схему встановлення знижок відповідно до цілей підприємства. Розглянемо її детальніше.

Бонусна знижка надає знижку покупцю за купівлю товару в певний період, відповідно, підприємство може встановити бажану суму прибутку та розрахувати необхідний обсяг продажу товару

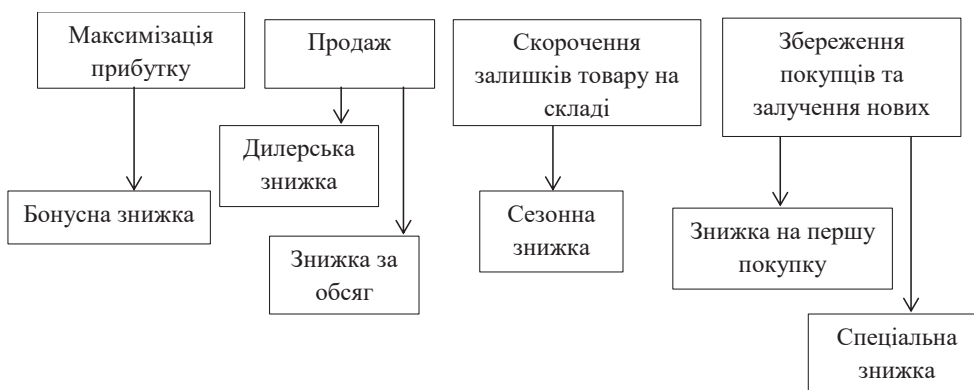


Рис. 2. Цілі підприємства та рекомендовані до них знижки

Джерело: авторська розробка

Таблиця 2

Інноваційні цінові стратегії та критерії їх вибору

Цінова стратегія	Чинники впливу на вибір інновації		Рекомендації щодо вибору
	Чинники, які підвищують імовірність успіху конкретної інновації (можливості)	Чинники, які зменшують імовірність успіху (загрози)	
Freemium	Можливість безкоштовного тестування продукту на певний період часу, отримання додаткових функцій за оплату	Конкуренція	Застосовується під час виведення нового товару на ринок
Стратегія проникнення	Низька собівартість продукції	Споживачі більше чутливі до якості, ніж до ціни продукту	Збільшення ринкової частки. Становить найменший ризик для підприємства під час виходу на ринок
Стратегія середньо ринкової ціни	Впізнаність і висока репутація корпоративного бренду	Залежність від поведінки конкурента-лідера (має більшу частку ринку)	Зменшення ризику і невизначеності з якими стикається лідер
Стратегія високої ціни	Нааявність стійких технологічних конкурентних переваг: юридична захищеність конструктивних і рішень, торгової марки, дефіцит продукції	Низька купівельна спроможність споживачів	Формування іміджу підприємства, яке виготовляє якісні товари, та отримання максимального прибутку

Джерело: авторська розробка

Таблиця 3

Інноваційні цінові стратегії на етапах життєвого циклу товару і чинники, що на них впливають

Стадія життєвого циклу	Виробництво	Конкуренція	Чутливість споживачів до ціни	Цінова стратегія
Вихід на ринок	Великі витрати на запуск виробництва, НТП, патенти тощо	Конкуренція відсутня або незначна	Як правило, споживачі легко сприймають ціни але необхідне переконання в цінності товару	Freemium, проникнення на ринок
Ріст	Питомі витрати знижуються за рахунок збільшення обсягів виробництва і збуту	Велика кількість конкурентів	Споживачі чутливі до ціни, зростає їх поінформованість про товар	Стратегія середньоринкової ціни
Зрілість	Обсяги виробництва і збуту стабілізуються. Витрати на модифікацію продукції	Багато конкурентів послідовників	Споживач схильний до повторних багаторазових покупок товару	Стратегія високих цін
Вихід із ринку	Зменшуються обсяги виробництва і споживання, а також витрати	Зменшення конкуренції	Поступово покупці втрачають інтерес до товару	Поступове зниження ціни та вихід з ринку.

Джерело: авторська розробка

для досягнення своєї мети. На відміну від бонусної знижки дилерська надається торговим представникам та посередникам, що, своєю чергою, розширює дилерську мережу та стимулює продажі. Знижки за обсяг встановлюються на купівлю відповідного обсягу товару і тим самим стимулюють покупців до придбання більшого обсягу товару. Сезонні знижки надаються на купівлю товару в певний період, вони допомагають підприємству позбутися товарів, які довгий час лежать на складі. Тим самим вирівнюється збут по сезонах. Спеціальні знижки зазвичай надаються з метою встановлення довготривалих зв'язків із постійними клієнтами, які найбільш вигідні підприємству [19, с. 402]. Для залучення нових покупців доцільним є використання знижок на здійснення першої покупки.

Інновації в комунікаційній політиці, їх характеристики та рекомендації щодо їх вибору та застосування подано в табл. 4. Слід зазначити, що вибір медіаканалів і конкретних носіїв інформації залежить від цілей і потенціалу інноваційного розвитку аналізованого підприємства чи установи, характеристик цільових споживачів і особливостей мотивації їхньої споживчої поведінки, специфіки продукту тощо.

У табл. 5 розглянуто основні завдання та вид можливих інновацій у комунікаційній політиці підприємства чи установи залежно від етапу життєвого циклу їхньої продукції. Запропоновано рекомендації щодо вибору конкретних інновацій.

Далі розглянемо інновації у політиці розподілу (збуту продукції). Характеристики окремих із них подано в табл. 6.

Таблиця 4

Інноваційні комунікаційні стратегії та критерії їх вибору

Комунікаційна стратегія	Чинники впливу на вибір інновації		Рекомендації щодо вибору
	Чинники, які підвищують імовірність успіху конкретної інновації (можливості)	Чинники, які зменшують імовірність успіху (загрози)	
Вірусний маркетинг	Споживачі присутні у соціальних мережах	Успіх залежить від виду продукту і цільової групи споживачів	Переважно застосовується для товарів широкого вжитку
Провокаційний маркетинг	Наявність креативних оригінальних ідей	Законодавчі обмеження	Привертання уваги покупців, підштовхування їх до придбання продукту
Партизанський маркетинг	Наявність креативних оригінальних ідей	Законодавчі обмеження	Бюджетні обмеження на заходи комунікаційної політики
Мобільний маркетинг	Наявність мобільних гаджетів у споживачів	Коло цільових споживачів обмежене (необхідність мати сучасні недорогі гаджети та відповідне програмне забезпечення, доступ до швидкого Інтернету тощо)	Споживачами є молодь та особи середнього віку. Переважно застосовується для товарів широкого вжитку

Джерело: авторська розробка

Таблиця 5

Вибір виду інновацій у комунікаційній політиці підприємства залежно від етапу життєвого циклу його товару

Стадія	Завдання комунікаційної політики	Вид комунікаційної інноваційної політики
Вихід на ринок	Інформувати, ознайомити потенційного споживача з товаром та його характеристиками, місцями продажу тощо	Провокаційний, мобільний, вірусний маркетинг
Ріст	Стверджувати наявні якості, вигоди обслуговування та престижність товару. Застосування інтенсивного психологічного впливу на споживача	Вірусний, мобільний, партизанський маркетинг
Зрілість	Підтримання рівня продажу та іміджу товару. Застосування знижок, стратегій стимулювання збуту	Партизанський, мобільний маркетинг
Спад	Зниження швидкості падіння реалізації товару. Застосування знижок, які призводять до швидких продажів залишків товарів	Мобільний маркетинг

Джерело: авторська розробка

Таблиця 6

Інноваційні збутові стратегії та критерії їх вибору

Збутова інновація	Чинники впливу на вибір інновації		Рекомендації щодо вибору
	Чинники, які підвищують імовірність успіху конкретної інновації (можливості)	Чинники, які зменшують імовірність успіху (загрози)	
Збут через мережу Інтернет	Цільові споживачі є активними користувачами Інтернету	Законодавчі обмеження	Наявність фахівців у галузі Інтернет-маркетингу та ІТ-технологій
Використання QR-кодів	Компетентність цільових споживачів стосовно QR-кодів. Технічна спроможність споживачів	Проблеми зчитуваності QR-кодів, низька мотивація споживачів до їх використання	Технічна спроможність і вмотивованість споживачів
Вендінг	Наявність вільних коштів у компанії на закупку автоматів	Законодавчі обмеження. Отримання дозволу на проведення такого роду діяльності. Конкуренція. Рівень розвитку торгової інфраструктури. Обмежений асортимент продуктів, обмеженість місць доступу цільових споживачів	Доступ до місць скупчення основних груп цільових споживачів. Переважно рекомендується для товарів широкого вжитку

Джерело: авторська розробка

Під час вибору відповідних інноваційних збутових стратегій доцільним є урахування особливостей методів прямого чи непрямого збуту, які є доцільними для збуту конкретної продукції аналізованого підприємства чи установи.

Основні характеристики зазначених методів збуту подано в табл. 7. Як слідує з табл. 7, застосування прямого збуту є ефективним під час створення та підвищення престижу підприємства, його впізнаваності, а також зменшує шлях товару від виробника до споживача. Непрямий збут являє собою послідовне переміщення товару до споживачів, які знаходяться на територіях збуту, що віддалені від місць його виробництва. За допомогою поділу функцій збуту між посередниками товар ефективніше доводиться цільового споживача.

Необхідним також є урахування можливостей (доцільності) використання широких чи вузьких каналів збуту. Рекомендації щодо їх застосування подано в табл. 8 (доцільність використання позначена символом «+»).

Узагальнення викладеного дало змогу запропонувати узагальнену схему (рис. 3) вибору конкретного типу маркетингових інновацій

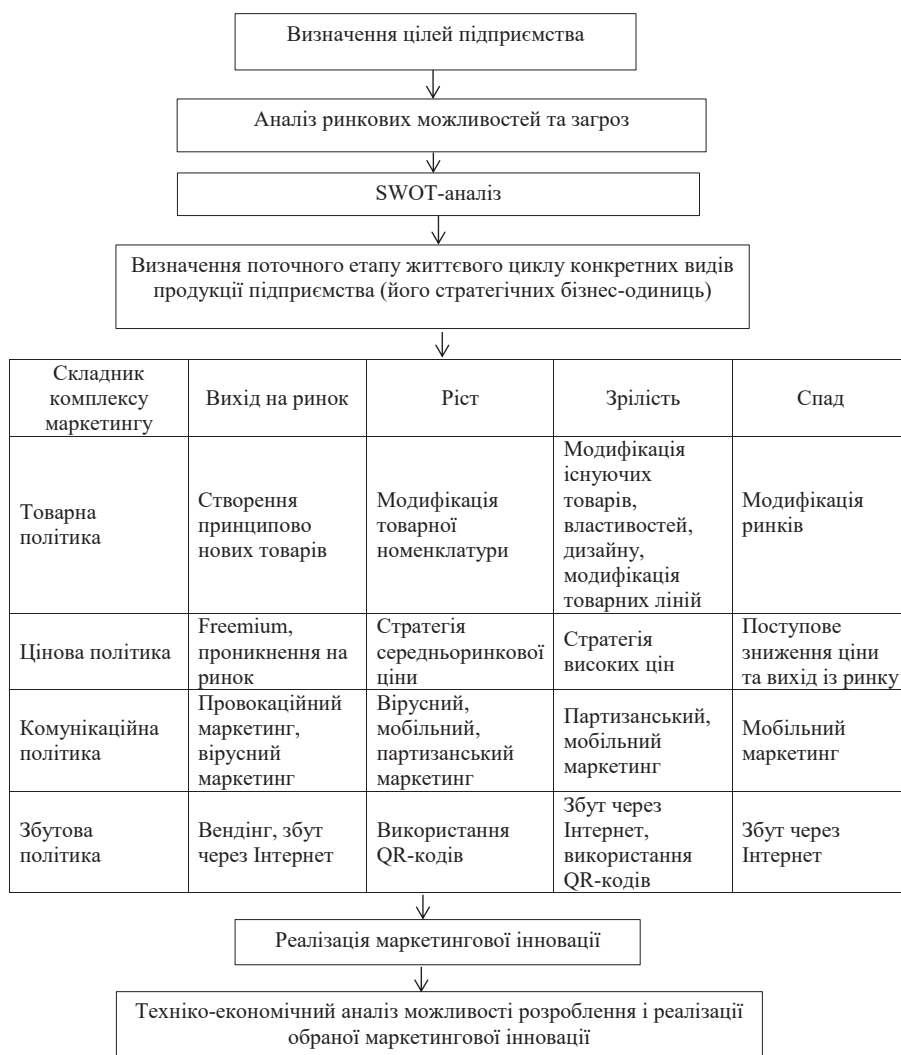


Рис. 3. Схема вибору маркетингових інновацій

Джерело: авторська розробка

Таблиця 7

Відмінності прямого і непрямого збуту

Критерій	Прямий збут	Непрямий збут
Позиціонування	Створення іміджу виробника	Увага концентрується на асортименті товару
Цінова політика	Однакові ціни на роздрібний товар	Різні ціни залежно від регіону, попиту, споживачів
Товарна політика	Консервативна товарна політика	Постійна модифікація товарів
Обсяг продажу	Великий обсяг збуту	Малий обсяг збуту
Управління	Підприємство контролює збут	Посередники відповідальні за збут
Прибуток	Прибуток належить Підприємству	Частина прибутку належить посередникам

Джерело: розроблено авторами на основі [20]

Таблиця 8

Рекомендації щодо вибору ширини каналу

Характеристика товару	Широкий канал	Вузький канал
Товар на стадії «вихід на ринок»		+
Товар на стадії зрілості	+	
Товар широкого вжитку	+	
Ексклюзивний товар		+
Додатковий сервіс		+
Висока ціна		+
Низька ціна	+	
Персональний продаж		+
Самообслуговування	+	

Джерело: розроблено авторами на основі [21]

цій на аналізованому підприємстві чи установі. Як слідує з рис. 3, вибір типу маркетингових інновацій напряму залежить від цілей, можливостей та загроз підприємства, а також поточного етапу життєвого циклу його товару. Їх аналіз і врахування дає змогу вибрати ефективну стратегію інноваційного маркетингу конкретного підприємства чи установи.

Висновки і пропозиції. Узагальнюючи викладене, слід зазначити, що авторами виконано системний аналіз та систематизацію заходів комплексу інноваційного маркетингу у руслі концепції 4Р. Визначено склад і характеристики основних видів маркетингових інновацій стосовно кожного складника комплексу інноваційного маркетингу. Розроблено рекомендації щодо їх застосування, які враховують вплив ринкових можливостей і загроз (чинників зовнішнього середовища), особливостей поточного етапу життєвого циклу про-

дукції аналізованого підприємства, його цілей та стану потенціалу інноваційного розвитку тощо. Розроблено узагальнену схему управління вибором маркетингових інновацій конкретного підприємства чи установи (організації).

Отримані результати можуть бути використані як підґрунтя для розроблення методичних засад ефективного управління вибором маркетингових інновацій у системі комплексу маркетингу інноваційного маркетингу організацій різних галузей економіки. У сукупності вони поглиблюють теоретико-методологічні засади інноваційного маркетингу в частині формування засад організаційно-економічного механізму управління заходами його комплексу маркетингу в руслі концепції 4Р.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розроблення методичного інструментарію зазначеного механізму.

Список використаних джерел:

1. Дайновський Ю.А. Особливості оцінювання економічної ефективності прийомів управління і маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 143–153.
2. Гончарова Н.П., Перерва П.Г. Маркетинг інноваційного процесу : навчальний посібник. Київ : Віра-Р, 1998. 267 с.
3. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент : підручник. Суми : Університетська книга, 2010. 334 с.
4. Шилова О.Ю., Чермошнцева Є.С. Інноваційний потенціал підприємства: сутність і механізм управління. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 220–227.
5. Каракай Ю.В. Маркетинг на ринку інноваційних товарів : автореф. дис. ... докт. економ. наук : 08.00.04. Київ, 2008. 32 с.
6. Ілляшенко Н.С. Впровадження концепції інноваційного маркетингу в діяльність промислових підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 1. С. 28–33.
7. Біловодська О.А., Мельник Ю.М. Механізм маркетингового антикризового управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 6. С. 105–108.
8. Шигуліна Ю.С., Ілляшенко С.М. Розвиток теоретико-методологічних засад переходу підприємств на інноваційний шлях розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. С. 103–112.
9. Божкова В.В., Ілляшенко С.М. Сутність та принципова відмінність системи управління підприємством на засадах концепції інноваційного маркетингу. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 2. С. 117–122.
10. Окландер М.А. Методичні проєкти при використанні маркетингу в управлінні регіональними економічними системами. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2001. № 416. С. 315–319.
11. Гончарова С.Ю. Гончаров А.Б. Стратегічне управління інноваціями фармацевтичних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2014. № 1. С. 56–60.
12. Решетнікова І.Л. Інноваційні товарні стратегії як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємств на ринку. *Механізм регулювання економіки*. 2008. № 4. С. 21–26.
13. Старицька О.П., Старицька Т.М. Інноваційний маркетинг як інструмент підвищення ефективності функціонування підприємств. *Інноваційна економіка*. 2014. № 4. С. 244–250.
14. Карпіщенко О.О. Методичні основи формування ефективного організаційного забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 3. С. 212–221.
15. Зяйлик М.Ф., Вівчар О.І. Інноваційний маркетинг як особливий вид цілеспрямованої творчої діяльності підприємства. *Сталій розвиток економіки*. 2013. № 1. С. 311–314.
16. Чухрай Н.І., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підручник. Київ : КОНДОР, 2006. 398 с.
17. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком : навчальний. посібник. Суми : Університетська книга, 2010. 334 с.
18. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика : навчальний посібник. Київ : Знання, 2010. 294 с.
19. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник. Київ : Знання Прес, 2004. 645 с.
20. Петруня Ю.С., Петруня В.Ю. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
21. Балабанова Л.В., Митрохіна Ю.П. Управління збутовою політикою підприємства : навчальний посібник. Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. 229 с.

References:

1. Dajnovskij Y. A. (2012) Osoblyvosti ocinjuvannja ekonomichnoji efektyvnosti pryjomiv upravlinnja i marketynghu [Features of evaluation of economic effectiveness of management techniques and marketing]. *Marketing and innovation management*. No. 4. Pp. 143-153.
2. Ghoncharova N. P., Pererva P. G. (1998) Marketyngh innovacijnogho procesu [Marketing of the innovation process]. Kiev: Vira-R. (in Ukraine)
3. Pliashenko S. M. (2010) Innovacijnyj menedzhment [Innovative management]. Sumy: VTD-University book. (in Ukraine)
4. Shylova O. Y., Chermoshenceva E.C. (2012) Innovacijnyj potencial pidpryjemstva: sutnistj i mekhanizm upravlinnja [Innovative potential of the enterprise: the essence and mechanism of management]. *Marketing and innovation management*. No. 1. Pp. 220-227.
5. Karakaj Y. V. (2008) Marketyngh na rynku innovacijnykh tovariv [Marketing on the market of innovative products] (PhD Thesis), Kiev: Parliamentary publishing house.
6. Pliashenko N. S. (2010) Vprovadzhenja koncepciji innovacijnogho marketynghu v dijaljnistj promyslovykh pidpryjemstv [Introduction of the concept of innovative marketing in the activities of industrial enterprises]. *Marketing and innovation management*. No. 1. Pp. 28-33.

7. Bilovodska O. A., Melnyk J. M. (2010) Mekhanizm marketyngovogho antykryzovogho upravlinnja pidpryemstvom [The mechanism of marketing anti-crisis enterprise management]. *Bulletin of Khmelnytsky national University*. No. 6. Pp. 105-108.
8. Shypulina Y. S., Illiashenko S. M. (2011) Rozvytok teoretyko-metodologichnykh zasad perekhodu pidpryemstv na innovacijnyj shljakh rozvytku [Development of theoretical and methodological foundations of enterprises' transition to an innovative way of development]. *Marketing and innovation management*. No. 4. Pp. 103-112.
9. Bozhkova V. V., Illiashenko S. M. (2009) Sutnistj ta pryncypova vidminnistj systemy upravlinnja pidpryemstvom na zasadakh koncepciji innovacijnogho marketynguhu [The Essence and fundamental difference of the enterprise management system based on the concept of innovative marketing]. *Mechanism for regulating the economy*. No. 2. Pp. 117-122.
10. Oklander M. A. (2001) Kompleks prosuvannja pry vykorystanni marketynguhu v upravlinni regionaljnymy ekonomichnymy systemamy [Promotion complex when using marketing in the management of regional economic systems]. *Bulletin of the national University "Lviv Polytechnic"*. No. 416. Pp. 315-319.
11. Ghoncharova S. Y., Goncharov A. B. (2014) Strategichne upravlinnja innovacijamy farmacevtychnykh pidpryemstv [Strategic management of innovations of pharmaceutical enterprises]. *Business inform*. No. 1. Pp. 56-60.
12. Reshetnikova I. L. (2008) Innovacijni tovarni strateghiji jak zasib zabezpechennja konkurentospromozhnosti pidpryemstv na rynku [Innovative trading strategies as a means of ensuring the competitiveness of enterprises in the market]. *Mechanism for regulating the economy*. No. 4. Pp. 21-26.
13. Starycki O. P., Staryccka T. M. (2014) Innovacijnyj marketyng jak instrument pidvyshhennja efektyvnosti funkcionuvannja pidpryemstv [Innovative marketing as a tool for improving the efficiency of enterprises]. *Innovative economy*. No. 4. Pp. 244-250.
14. Karpishhenko A. A. (2009) Metodychni osnovy formuvannja efektyvnogho orghanizacijnogho zabezpechennja innovacijnogho rozvytku pidpryemstva [Methodical bases of formation of effective organizational support of innovative development of the enterprise]. *Mechanism for regulating the economy*. No. 3. Pp. 212-221.
15. Zjajlyk M. F., Vivicar A. I. (2013) Innovacijnyj marketyng jak osoblyvyj vyd cilesprjamovanoji tvorchoji dijalnosti pidpryemstva [Innovative marketing as a special type of purposeful creative activity of the enterprise]. *Sustainable economic development*. No. 1. Pp. 311-314.
16. Chukhraj N. I., Patora R. (2006) Tovarna innovacijna polityka: upravlinnja innovacijamy na pidpryemstvi [Commodity innovation policy: innovation management at the enterprise]. Kiev: CONDOR. (in Ukraine)
17. Illiashenko S. M. (2010) Upravlinnja innovacijnym rozvytkom [Management of innovative development] Sumy: VTD "University book" (in Ukraine)
18. Lytvynenko Y. V. (2010) Marketyngova cinova polityka [Marketing pricing policy] Kiev: Znanie (in Ukraine)
19. Balabanova L. V. (2004) Marketyng [Marketing] Kiev: Knowledge Press (in Ukraine)
20. Petrunja Y. E., Petrunja V. Y. (2016) Marketyng [Marketing] Dnepropetrovsk: University of customs and Finance (in Ukraine)
21. Balabanova L. V., Mytrokhina Y. P. (2009) pravlinnja zbutovoju politykoju pidpryemstva [Management of the company's sales policy] Donetsk: Donnuet (in Ukraine)

Ильяшенко С. Н.

Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»;
Экономико-гуманитарный университет

Рудь М. П.

Сумский государственный университет

**ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ
В СИСТЕМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА 4P**

Резюме

Выполнена систематизация маркетинговых инноваций в соответствии с концепцией комплекса маркетинга 4P. Очерчены их основные характеристики и предложены рекомендации по их выбору и применению. Разработана общая схема управления выбором/созданием маркетинговых инноваций в отношении каждой из составляющих комплекса инновационного маркетинга (концепция 4P). Проанализированы факторы, повышающие возможность эффективного применения инновации, а также те, которые затрудняют реализацию маркетинговой инновационной политики. Предложены рекомендации по установлению скидок в соответствии с целями предприятия. Сформирована общая схема выбора маркетинговых инноваций на предприятии. Полученные результаты формируют основу методического обеспечения управления созданием и реализацией мероприятий инновационного маркетинга.

Ключевые слова: маркетинговые инновации, комплекс маркетинга 4P, инновационный менеджмент, инновационный маркетинг, управление маркетинговыми инновациями.

Iliashenko Sergii

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute";

University of Economics and Humanities

Rud Mariia

Sumy State University

APPROACHES TO CREATING MARKETING INNOVATIONS IN THE 4P MARKETING COMPLEX SYSTEM

Summary

Systematization of marketing innovations in accordance with the concept of the marketing complex 4P is performed. their main characteristics are outlined and recommendations for their selection and application are offered. A General scheme for managing the selection / creation of marketing innovations for each of the components of the innovative marketing complex (4P concept) has been developed. The choice of innovative pricing strategy of firms depending on the product life cycle is considered. The factors that increase the possibility of effective application of innovation, as well as those that make it difficult to implement the marketing innovation policy, are analyzed. The criteria that influence the choice of marketing innovations and factors that help determine the most effective of them are considered. It is proved that it is necessary to develop and implement innovations that can solve the existing problems of producers and consumers, as well as to develop and implement measures of the marketing complex that are aimed at commercializing these innovations. The factors influencing the choice of price strategy and criteria for their selection are given. The proposed scheme for setting discounts in accordance with the goals of the company and the life cycle of the product. The differences between direct and indirect sales are analyzed, as well as recommendations for choosing the channel width. The main tasks and the type of possible innovations in the communication policy of an enterprise or institution depending on the stage of the life cycle of their products are considered. Recommendations for selecting specific innovations are offered. The article takes into account the peculiarities of direct or indirect sales methods that are appropriate for the sale of specific products of the analyzed enterprise or institution. Recommendations for setting discounts in accordance with the company's goals are offered. A General scheme for selecting marketing innovations at the enterprise has been formed. The results obtained form the basis of methodological support for managing the creation and implementation of innovative marketing activities.

Keywords: marketing innovations, marketing complex 4P, innovative management, innovative marketing, management of marketing innovations.

УДК 332.008

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-21>

Капінос Н. О.

Прокопенко Н. І.

Гончаров В. В.

Сумський національний аграрний університет

ДЖЕРЕЛА СТАБІЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ

У статті розглянуто вплив на стабілізацію та розвиток аграрної сфери. Обґрунтовано, що погіршення просторового розміщення виробництва знаходиться у прямій залежності від скорочення чисельності сільського населення і надалі здатне призвести до негативних соціально-економічних наслідків. Із цієї причини розвиток сільського господарства та сільських територій необхідно аналізувати не тільки в рамках функціонування галузі, а й із позиції формування макроекономічної політики держави. Проаналізовано можливі підходи до вироблення шляхів розвитку аграрного сектору економіки. Визначено основні чинники, які впливають на розвиток сільськогосподарських підприємств. Досліджено можливості підвищення ефективності аграрного виробництва. Підкреслено необхідність відновлення взаємозв'язку аграрного та сільського розвитку як обов'язкової умови довгострокового стійкого зростання в аграрному секторі та поліпшення якості життя на селі.

Ключові слова: сільське господарство, сільські території, депресивні території, сільське населення, макроекономічна політика держави.

Постановка проблеми. Сільське господарство разом із просторовою і ресурсною базою функціонування (сільськими територіями) утворює аграрну сферу, яка відіграє ключову роль у забезпеченні сталого розвитку суспільства.

Підприємства агропромислового комплексу, складники аграрної сфери, увійшли в ринок як самостійні господарські одиниці й загалом без знань товаровиробниками основ функціонування ринкової економіки. Цей факт у поєднанні з диспаритетом цін на сільськогосподарські продукти та високим відсотком на банківський кредит, відсутністю фінансової допомоги з боку держави

привів сільське господарство до глибокої кризи. Вона знайшла свій прояв не тільки у значному спаді виробництва, а й у фінансовій неієздатності аграрних підприємств, погіршенні соціальних умов життя сільського населення.

Повільне вирішення проблеми ринкового реформування призвело до істотного зниження основних показників, що характеризують рівень розвитку регіонів, викликало загальну дестабілізацію соціально-економічного становища і сприяло депресивності економіки у цілому.

Процес подолання економічної кризи і шлях до її стійкого зростання в Україні пов'язаний з

особливу стадією перетворень в економіці, а саме стабілізацією. Стабілізація і розвиток – взаємопов'язані економічні категорії, що відображають фазу якісних соціально-економічних перетворень. Стабілізація економіки створює базові умови для реалізації позитивних тенденцій економічного розвитку всіх ланок господарювання, у тому числі й аграрної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню стратегій розвитку агропромислового комплексу присвячено праці І.В. Баневої, О.В. Боднар, І.О. Гончаренко, О.М. Бородіної, І.О. Гончаренко, В.А. Гудзинського, В.В. Дем'янчука, М.В. Дубініна, В.В. Зіновчука, С.М. Кваші, Д.Т. Лупенка, П.М. Макаренка, М.Г. Маліка, Л.В. Мармуль, О.Д. Новікова, О.В. Олійника, Л.М. Радченко, В.В. Россохи, М.І. Сахацького, О.О. Стахорського, В.С. Шебаніна, В.М. Яценко та інших науковців.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість публікацій, пов'язаних із дослідженням загальних проблем економічного розвитку країни та регіонів, робіт, присвячених особливостям стабілізації економічного становища аграрної сфери, недостатньо.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розроблення та обґрунтування теоретичних основ стабілізації й розвитку аграрного виробництва.

Виклад основного матеріалу. Сутністю аграрного підприємництва є сукупність політичних, соціальних, економічних та екологічних відносин між суспільством і його членами, що виникають у процесі володіння, користування та розпорядження землею на рівні суспільства, регіону, місцевої громади з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання аграрної продукції. Характерною ознакою аграрного підприємництва є наявність капіталу (земельно-майнових комплексів) і мотивація – отримання прибутку. В аграрній сфері цей процес здійснюється повільніше, ніж в інших галузях.

У процесі реформ в Україні виділилися стрімко деградуючі в аграрній сфері території, які втрачають можливості для розвитку. Це так звані депресивні території.

Депресивні території – це такі території, де за достатнього економічного потенціалу через структурну кризу спостерігається стійкий спад виробництва і реальних доходів населення, внаслідок чого відбувається зростання рівня безробіття.

Усі регіони України поділені на п'ять груп за депресивністю:

– перша група об'єднує адміністративні одиниці на Заході та Півночі України (Волинська, Житомирська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька обл.);

– до другої групи областей із достатньо високим рівнем депресивності відносять два регіони Північного Сходу держави (Чернігівська та Сумська області), дві центральних області України (Кіровоградська та Черкаська), а також Херсонську область. Дані регіони мають дещо кращі порівняно з першою групою показники валової доданої вартості та промислового виробництва, але характеризуються низькими доходами населення та значним рівнем безробіття. Їх можна назвати аграрно-індустріальними регіонами, провідні галузі економіки яких у період економічних трансформацій зазнали суттєвих утрат;

– третя група регіонів із середнім рівнем депресивності формується з областей, що мають дещо вищі показники промислового розвитку, а

також середні значення рівня безробіття та середньомісячної заробітної плати (Вінницька, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська та Миколаївська обл.);

– до четвертої групи регіонів із відносно низькою депресивністю відносять області, які відзначалися у минулому досить значним економічним потенціалом. Нині відбувається поступове відродження їхнього економічного стану (вступають у дію нові виробництва). Це Київська, Луганська, Одеська, Харківська обл.;

– п'яту групу становлять території, що мають найнижчий рівень депресивності: Донецька, Дніпропетровська, Запорізька, Полтавська області та м. Київ. Регіони цієї групи відрізняються найвищими значеннями показників валової доданої вартості, промислового виробництва, доходів населення [1].

Кожен регіон відповідно до властивих йому особливостей соціального й економічного потенціалу володіє об'єктивним внутрішнім критерієм оптимальності, визначення якого зумовлює необхідність ідентифікації спеціалізації регіонального господарства. Головне завдання держави під час формування національної стратегії соціально-економічного розвитку полягає у визначенні економічних складників політики сталого регіонального розвитку.

Аграрне виробництво стратегічно спрямоване на зупинку спаду, стабілізацію і поступове відродження сільського господарства на сучасній правовій, організаційній, економічній та матеріально-технічній основі. Під час вирішення цього завдання необхідно усвідомлювати зростання значення повного використання внутрішньовиробничих можливостей, у т. ч. запровадження раціонального, науково обґрунтованого землекористування [2, с. 82].

Головним джерелом стійкого розвитку стає не лише природний та матеріальний (фізичний) капітал, а й фінансовий та інтелектуальний капітал регіону. Відповідно, економічною основою забезпечення стійкого розвитку є зростаюча капіталізація ресурсів регіону. Конкурентоспроможність регіону залежить від стадії економічного розвитку цього регіону: чим нижче стадія розвитку регіону, тим більше його конкурентоспроможність залежить від обсягу виробничих чинників. Своєю чергою, на вищих стадіях економічного розвитку значна роль належить інноваціям, у тому числі кластерам [1].

Україна перебуває серед тих держав, які, незважаючи на позиції й досвід реалізації кластерних ініціатив, не включили політику створення кластерів до загальної програми соціально-економічного розвитку.

Під час розроблення моделі кластера землекористування на Сумщині (рис. 1) нами приділялася увага кластеру відновлення якості сільськогосподарських земель згідно з програмами сталого розвитку регіону та країни у цілому і кластеру раціонального землекористування існуючих землеволодінь.

Кластер – це територіально-галузеве, добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співробітничують із науковими установами й органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції та економічного зростання регіону.

Підприємства кластера знаходяться в одному регіоні та максимально використовують його природний і кадровий потенціал. Тісна співпраця всіх учасників виробничого процесу – від поста-



Рис. 1. Логічно-сміслова модель кластера землекористування

Джерело: розроблено авторами



Рис. 2. Конкурентоспроможні переваги землекористування за кластеризації

Джерело: розроблено авторами

чальників сировини до споживачів кінцевого продукту – забезпечує планування роботи кластера на перспективу, дає постійне завантаження, знижує собівартість продукції та послуг, створює єдиний економічний та інформаційний простір, забезпечуючи необхідні засоби для впровадження нових стратегій. Аналіз кількісних та якісних показників – від стану земель до розвитку регіону – має стати початковим етапом і основою формування регіональних земельних кластерів (рис. 2).

Під час проведення в країні реформ виявлено, що найбільш дефіцитним ресурсом є інвестиції. Реформаторський курс, спрямований на вилучення коштів аграрного сектору через диспаритет цін, загострив проблему надходження інвестицій [2, с. 82].

Із цієї причини на перших кроках стабілізації необхідно компенсувати скорочення посівних площ і поголів'я худоби через підвищення врожайності сільськогосподарських культур та про-

дуктивності тварин за рахунок підсилення мотивації праці, дотримання встановлених технологій і переходу до ресурсозберігаючих технологій.

Застосована система наділення працівників сільського господарства майновим паєм через видачу свідоцтва на земельну частку в умовах руйнації економічного середовища, збитковості всіх галузей, перерозподілу доходів в інші сфери не мотивує працю ні у великому, ні в індивідуальному аграрному виробництві. Некоректний розмір та невіплата заробітної плати спричиняють подальше зниження трудової й соціальної активності. Неефективність трудових ресурсів, порушення трудової і технологічної дисципліни призводять до неефективного використання всіх інших ресурсів [3, с. 60–63].

За нинішніх сформованих умов ведення агро-виробництва власність не є визначальною для стимулювання стабільної зацікавленості щодо підвищення продуктивності праці, ефективного використання ресурсів, не передбачає персональну відповідальність за підсумки виробничої діяльності. Працівник зацікавлений у можливості отримати свою частку за досягнення загального результату з метою поліпшити особистий матеріальний добробут. Із цієї причини розподіл доходу в новосформованих підприємствах повинен залишитися у вигляді оплати праці.

Аграрні формування в умовах нестабільного економічного середовища з ліквідацією госпрозрахунку й орендного підряду повернулися до відрядної оплати праці за виконаний певний обсяг робіт та до почасової оплати праці за відпрацьований час. Контроль із боку держави зруйновано, а контроль із боку власників паїв і часток не створено. Безпосередні виконавці робіт виявилися відчуженими від засобів і результатів виробництва, оскільки майно і виготовлена продукція знаходяться у безконтрольному розпорядженні адміністрації підприємств. Необхідно створити новий організаційно-економічний механізм внутрішньогосподарських відносин, який би відповідав новим умовам господарювання. Але формування новітніх економічних структур передбачає певний час і значні витрати [4, с. 275].

Системоутворюючою структурою, від якої в регіонах у прямій залежності знаходяться інші суб'єкти господарювання, є великі підприємства різних організаційно-правових форм. Вони ведуть діяльність як колективні підприємства з погляду організації виробництва. Але ж залишається необхідність удосконалення їхньої організаційно-виробничої структури. У середині підприємств треба надати поштовх для появи економічних власників, які будуть зацікавлені в ефективному використанні власності через передачу землі й

майна в оренду первинним підрозділам, фермерським господарствам [5, с. 224–228].

В умовах нестійкої правової бази з регулювання землекористування, недосконалість Земельного кодексу та земельного законодавства взагалі оренда забезпечує збереження власності на землю переважно за працівниками сільського господарства. Сьогодні кількість власників землі значно перевищує кількість землекористувачів, відносини між ними не врегульовані. Цей факт спричиняє складність під час використання земель і веде до їх вибуття. У подальшому має запрацювати ринковий обіг земель з умовою їх концентрації у ефективних землекористувачів.

Висновки і пропозиції. Уважаємо, що під час формування орендних відносин із власниками земельних ділянок обсяг орендної плати за користування землею повинен визначатися з урожайності основних культур, не погіршуючи при цьому природну родючість ґрунтів. Економічна родючість забезпечується діями землекористувача, тому додаткова продукція має залишатися в його розпорядженні. Для обґрунтування землекористування необхідний розвиток та врегулювання нормативно-правової бази, яка регулює перебіг аграрної реформи.

У ході початих реформ в аграрній сфері меншою мірою відчули зміни господарства, що спеціалізуються на племінному напрямі та тваринництві. У них не відбувався розподіл землі і майна, збережено цілісність виробничого комплексу, спостерігається більш високий рівень інтенсивності і фіксуються більш високі результати. Це підтверджує, що під час проведення реформування аграрного сектору економіки головне не приватизація, а поліпшення економічних умов ведення виробництва.

Перетворення в національній економіці поставило завдання переведення аграрного сектору на конкурентоспроможну основу. У структурі агропромислового комплексу повинна зростати питома вага галузей, що дадуть змогу знизити потребу в енергетичних ресурсах, мінеральних добривах, сільськогосподарській техніці.

Суть переходу аграрної сфери до формування сталого землекористування полягає в усвідомленні всіма суб'єктами земельних відносин того, що причиною спаду сільськогосподарського виробництва виявилися постійний необґрунтований земельний переділ й екологічні межі можливостей земельних ресурсів.

Використання кластерного підходу для групування сільськогосподарських підприємств дасть змогу побудувати профілі кластерних об'єднань та обґрунтувати рекомендації з ефективного використання земельних угідь.

Список використаних джерел:

1. Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року (проект). URL : <http://minagro.gov.ua/ark?nid=16822> (дата звернення: 17.02.2020).
2. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2012. 182 с.
3. Левицький Ю.А., Костін Ю.Д. Визначення місця стратегії розвитку в класифікації стратегій. *Вісник економічної науки України*. 2009. № 2. С. 60–63.
4. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : монографія / за ред. О.В. Раєвнева. Харків : ІНЖЕК, 2006. 496 с.
5. Головінов М.І., Литвинов О.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність і ознаки. *Науковий вісник*. 2011. Вип. 21.19. С. 224–228.
6. Баюра Д.О., Петрук В.В. Теоретичні аспекти розвитку стратегічного планування на підприємствах в умовах ринкової нестабільності. *Наукові праці НДФІ*. 2014. Вип. 2(67). С. 153–158.
7. Шолойко А.С. Тенденції державної підтримки сільського господарства. *Економіка АПК*. 2012. № 5. С. 41–44.

References:

1. Kontsepsiya Derzhavnoyi tsil'ovoyi prohramy rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky na period do 2020 roku (proekt). Available at: <http://minagro.gov.ua/apk?nid=16822> (accessed 17 February 2020).
2. Lupenka Yu.O., Mesel-Veselyaka V. Ya.(2012) Stratehichni napryamy rozvytku sil's'koho hospodarstva Ukrayiny na period do 2020 roku [Strategic directions of development of agriculture of Ukraine for the period till 2020]. Kyiv. : NNTs "IAE", p. 82.
3. Levyts'kyu Yu.A., Kostin Yu.D. (2008). Vyznachennya mistysya stratehiyi rozvytku v klasyfikatsiyi stratehiy [Determining the place of development strategy in the classification of strategies]. Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrayiny. no. 2. pp. 60-63.
4. Rayevnyeva O. V. (2006) Upravlinnya rozvytkom pidpryyemstva: metodolohiya, mekhanizmy, modeli [Enterprise development management: methodology, mechanisms, models] : monohrafiya / Kharkiv. : VD "INZhEK" p. 496.
5. Holovinov M.I., Lytvynov O.I. (2011) Stratehiya rozvytku pidpryyemstva: sutnist' i oznaky [Enterprise development strategy: essence and features]. Naukovyy visnyk: Zb. naukovo-tekhnichnykh prats. L'viv: Natsional'nyy lisotekhnichnyy universytet Ukrayiny. Vol. 21.19. pp. 224-228.
6. Bayura D.O., Petruk V.V. (2014) Teoretychni aspekty rozvytku stratehichnoho planuvannya na pidpryyemstvakh v umovakh rynkovoyi nestabil'nosti [Theoretical aspects of strategic planning development in enterprises in conditions of market instability]. Naukovi pratsi NDFI, Vol. 2 (67). pp. 153-158.
7. Sholoyko A. S. (2012) Tendentsiyi derzhavnoyi pidtrymky sil's'koho hospodarstva [Trends in state support for agriculture]. Ekonomika APK. no. 5. pp. 41-44.

**Капинос Н. А.
Прокопенко Н. И.
Гончаров В. В.**

Сумский национальный аграрный университет

ИСТОЧНИКИ СТАБИЛИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ АГРАРНОЙ СФЕРЫ**Резюме**

В статье рассмотрены факторы, влияющие на стабилизацию и развитие аграрной сферы. Обосновано, что ухудшение пространственного размещения производства находится в прямой зависимости от сокращения численности сельского населения и в дальнейшем способно привести к негативным социально-экономическим последствиям. По этой причине развитие сельского хозяйства и сельских территорий необходимо анализировать не только в рамках функционирования отрасли, но и с позиции формирования макроэкономической политики государства. Проанализированы возможные подходы к выработке путей развития аграрного сектора экономики. Определены основные факторы, которые влияют на развитие сельскохозяйственных предприятий. Исследованы возможности повышения эффективности аграрного производства. Подчеркнута необходимость восстановления взаимосвязанности аграрного и сельского развития в качестве обязательного условия долгосрочного устойчивого роста в аграрном секторе и улучшения качества жизни на селе.

Ключевые слова: сельское хозяйство, сельские территории, депрессивные территории, сельское население, макроэкономическая политика государства.

**Kapinos Nataliia
Prokopenko Nataliia
Honcharov Viktor**

Sumy National Agrarian University

SOURCES OF STABILIZATION AND DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN SPHERE**Summary**

The article deals with the effects on the stabilization and development of the agricultural sector. The existence of a high dependence of agrarian production on the presence or absence of certain logistical resources that are necessary for achieving the stability of the industry and its strategic development has been proved. It is substantiated that the deterioration of the spatial distribution of production is directly dependent on the reduction of the rural population and in the future can lead to negative socio – economic consequences. For this reason, the development of agriculture and rural areas should be analyzed not only within the framework of the functioning of the industry, but also from the point of view of the formation of the macroeconomic policy of the state. The necessity of developing a system of measures to overcome existing and emerging challenges in state and sectoral strategic documents, programs of economic development of the country and its agrarian sector is emphasized. Possible approaches to the development of agrarian sector development paths are analyzed: the path to sustainable growth is associated with a particular stage of economic transformation – stabilization. The competitiveness of rural territories depends on the stage of economic development of the region – the lower the stage of development of the region, the greater its competitiveness depends on the volume of production factors. The main factors that influence the development of agricultural enterprises are identified. Possibilities of increase of efficiency of agrarian production are investigated: in the higher stages of economic development the significant role belongs to innovations, including clusters. The necessity of a renewed approach to land use in the context of sustainable development of the agrarian sphere is substantiated, since it is a transformation of the natural-territorial complex (part of rural territory) for production purposes. The development of the agricultural sector is important because natural resources act here as agro-production resources, and activities occur in the habitat of people. The need to restore the relationship between agricultural and rural development as a prerequisite for long-term sustainable growth in the agricultural sector and improve the quality of life in the countryside is emphasized.

Keywords: agriculture, rural territories, depressed territories, rural population, macroeconomic policy of the state.

УДК 658.589

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-22>

Коптева Г. М.

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ПРИНЦИПИ ТА СТРУКТУРА

Визначення наукового тезаурусу та класифікаційних ознак поняття «система економічної безпеки підприємства» відповідно до загальної теорії систем видається важливим науковим завданням, виконання якого дасть змогу впорядкувати належним чином компоненти цієї системи та встановити закономірності та принципи їх взаємодії. Метою статті є розвиток теорії та методології формування системи економічної безпеки в частині уточнення поняття «система економічної безпеки», відокремлення та відповідна ідентифікація основних функцій та принципів функціонування системи економічної безпеки. Запропоновано авторське визначення «система економічної безпеки підприємств» та встановлено основні елементи системи економічної безпеки підприємств, якими стали: об'єкт, суб'єкт, нормативно-правове забезпечення, функціональні складники, механізм функціонування та інструментарій (методики) оцінки стану системи. Запропоновано перелік основних принципів функціонування системи економічної безпеки, що відповідають сучасним реаліям господарської практики.

Ключові слова: економічна безпека, система економічної безпеки, елементи економічної безпеки, принципи економічної безпеки, механізм економічної безпеки.

Постановка проблеми. Системний підхід до сутності економічної безпеки як загальнонауковий напрям методології пізнання і соціально-економічної практики передбачає її дослідження як системи, розкриття її цілісності, виявлення типів зв'язків, зведення їх у єдину теоретичну концепцію формування системи. Необхідність розгляду системного підходу до економічної безпеки викликана тим, що в системних дослідженнях багатьох науковців дотепер ще не вироблено загальноприйнятої думки за багатьма методологічно важливими питаннями, а також визначень основних понять, включаючи поняття системи економічної безпеки.

Сучасні умови господарювання спонукають суб'єктів господарювання до необхідності створення системи управління їхньою економічною безпекою, яка б забезпечувала стан захищеності ресурсів та інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз та небезпек, а також була б орієнтованою на збереження функціонування й розвиток підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним основам формування системи економічної безпеки підприємства взагалі й формулюванню принципів її функціонування зокрема присвячено праці таких учених, як Б.М. Андрушків, Л.Я. Малюта, С.Н. Ілляшенко, А.В. Кірієнко, В.Л. Ортинський, Т.М. Іванюта, та ін. [1–9]. Але дотепер немає єдності у поглядах на сутність та структуру системи економічної безпеки, функцій та принципів її функціонування.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У науковій літературі поки що бракує єдиного погляду на сутність терміна «система економічної безпеки підприємства», проте простежується специфіка та виокремлюються певні підходи щодо розуміння базового поняття «економічна безпека підприємства», залежно від яких змінюється мета створення і функціонування системи економічної безпеки підприємства на основі певних принципів і виконуваних нею функцій.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розвиток теорії та методології формування системи економічної безпеки в частині уточнення поняття «система економічної безпеки», відокремлення та відповідна ідентифікація основних функцій та

принципів функціонування системи економічної безпеки.

Для досягнення сформульованої мети дослідження та представлення власної позиції сформульовано такі гіпотези:

1) правомірність уведення концепту «система економічної безпеки» зумовлюється взаємодією базових елементів, які тільки в сукупності зв'язків і проявів забезпечують певний бажаний («безпечний») стан економічного суб'єкта;

2) унікальність системи економічної безпеки потребує специфікації методів і засобів для її формування;

3) методологія формування системи економічної безпеки базується на загальних принципах побудови системи у цілому та економічних систем зокрема.

Виклад основного матеріалу. Необхідність розгляду методології формування системи економічної безпеки викликана тим, що в рамках системних досліджень дотепер ще не вироблено загальноприйнятої думки за багатьма методологічно важливими питаннями разом із невизначеністю багатьох базових понять, включаючи поняття системи економічної безпеки.

Для підтвердження або спростування гіпотези про правомірність уведення концепту «система економічної безпеки» з'ясуємо існуючі підходи до її визначення.

Наголосимо, що немає єдиної думки щодо розуміння поняття «система економічної безпеки підприємства». Так, на думку О.В. Ілляшенко [1], система економічної безпеки підприємства являє собою стійку впорядкованість елементів, зв'язків та відносин між ними, які визначаються метою функціонування системи та виконуваними нею функціями і залишаються незмінними під час виконання системою її функцій у різних режимах функціонування [1, с. 102].

Згідно з визначенням В. Ортинського, система економічної безпеки підприємства – «...комплексне утворення, до якого належать суб'єкти, об'єкти та механізм реалізації безпеки на підприємстві» [2, с. 84].

Дослідники Л.І. Донець та Н.В. Ващенко виділяють такі елементи системи економічної безпеки підприємства: об'єкти безпеки, суб'єкти безпеки,

механізм забезпечення та політику безпеки, яка включає в себе визначення мети, функцій, принципів та розроблення стратегії [7].

Отже, наявне в економічній літературі розмаїття підходів до визначення поняття «система економічної безпеки» можна розділити на такі групи:

- 1) розуміння системи як множини елементів, пов'язаних між собою;
- 2) визначення системи як комплексу елементів, що перебувають у взаємодії.

Погоджуємося з думкою О.В. Ілляшенко [1], що розмаїття визначень поняття «система економічної безпеки підприємства» зумовлено кількома причинами: складністю системи СЕБП, її спеціалізованим характером, необхідністю врахування індивідуальних особливостей підприємства та умов його діяльності.

Тому під системою економічної безпеки підприємства пропонуємо розуміти сукупність елементів, взаємодія між якими уможливує його функціонування та розвиток за рахунок протистояння різним негативним чинникам у процесі економічної діяльності.

Деякі автори відзначають [6, с. 19], що система економічної безпеки не є загальною для всіх підприємств, вона має бути унікальною, індивідуальною, залежно від особливостей кожного підприємства, комплексною, ефективною і дієвою. Разом із тим для дефініції понять варто використовувати метод абстрагування, який дає змогу виділити спільне та сформулювати цілісний погляд на об'єкт.

Отже, система економічної безпеки кожного підприємства є індивідуальною, її повнота і дієвість залежать від чинної в державі нормативно-законодавчої бази, від обсягу ресурсів (фінансових, матеріально-технічних, інформаційних), від розуміння кожним працівником важливості гарантування безпеки бізнесу, а також від кваліфікації та досвіду персоналу підприємства.

Для того щоб система економічної безпеки відповідала вимогам управління, насамперед потрібно правильно встановити взаємозв'язок між управлінням і системою безпеки. Вихідним положенням при цьому має бути правильно визначені мета, місія, об'єкти та суб'єкти управління і зміст необхідної інформації для реалізації управлінських рішень.

Система економічної безпеки підприємства повинна включати безліч взаємопов'язаних елементів, що забезпечують комплексну безпеку підприємства під час досягнення ним певних цілей. Отже, основними елементами системи економічної безпеки підприємств, як будь-якої іншої системи, є: об'єкт, суб'єкт, нормативно-правове забезпечення, функціональні складники, механізм функціонування та інструментарій (методики) оцінки стану системи (рис. 1).

Основними об'єктами системи економічної безпеки підприємства вважаються інформація, персонал, фінанси, ресурси тощо. Об'єкти економічної безпеки взаємозумовлені і взаємопов'язані між собою та іншими об'єктами системи. Об'єктом системи економічної безпеки підприємства у цілому є його стабільний економічний стан на поточний період і на перспективу.

Суб'єкти системи економічної безпеки підприємства класифіковані за двома групами: внутрішні (зумовлені його специфікою і підконтрольні підприємству) і зовнішні (державні структури і недержавна система безпеки та невідконтрольні підприємству).

До внутрішніх суб'єктів відносять осіб, які безпосередньо здійснюють діяльність із захисту економічної безпеки суб'єкта господарювання. Це працівники служби безпеки підприємства, працівники зі спеціалізованих фірм, що надають послуги із захисту діяльності підприємства.

Основним системоутворюючим чинником системи є її функція, яка задається системою ззовні й показує, яку роль дана система виконує стосовно вищої системи (як складова частина поряд з іншими системами, що виступають для неї середовищем).

Система економічної безпеки підприємства, на думку автора [3], виконує дві основні функції: превентивно-профілактичну та оперативно-інформаційну. Дослідниця Б.С. Дуб виділяє такі функції системи: 1) підготовка; 2) аналітична; 3) конкурентна розвідка; 4) контррозвідка, внутрішній моніторинг; 5) протидія рейдерству; 6) моніторинг [4, с. 9].

На нашу думку, слушним є віднесення до функцій системи економічної безпеки таких основних функцій, як превентивна та інформаційна. Крім того, вважаємо за доцільне додати прогнозну функцію як передбачення фінансових інтересів та уникнення загроз та небезпек під час здійснення економічної діяльності підприємства.

Система має мету – бажаний стан її виходів, тобто деяке значення функцій системи. Головна мета створення системи економічної безпеки підприємства полягає у гарантуванні поточної ефективної його діяльності та забезпеченні подальшого розвитку підприємства в сучасному конкурентному середовищі шляхом своєчасного виявлення, мінімізації і запобігання внутрішнім і зовнішнім небезпекам і загрозам.

Головне завдання системи управління економічною безпекою підприємства – передбачення і випередження можливих загроз і небезпек, що призводять до кризового стану, а також проведення антикризового управління на основі розробленого комплексу заходів економіко-правового та організаційного характеру.

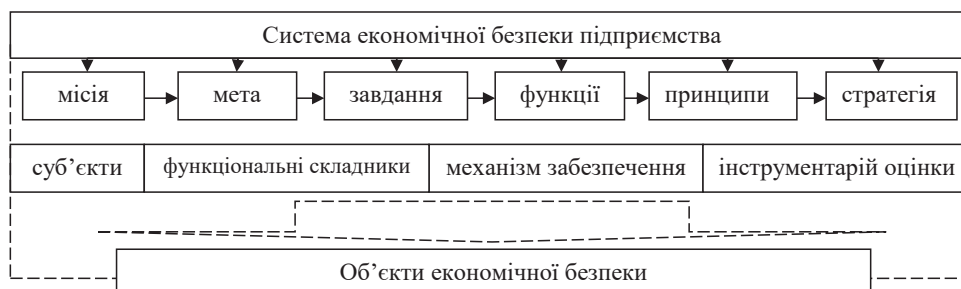


Рис. 1. Система економічної безпеки підприємства

Джерело: складено автором

Головною умовою формування системи економічної безпеки підприємства є визначення сфер, у яких діють чинники небезпек і загроз.

Будь-яка система має певний склад. До структурного складу системи економічної безпеки більшість науковців включає: функціональні складники економічної безпеки (фінансовий, інформаційний, техніко-технологічний, інтелектуально-кадровий, силовий, нормативно-правовий, логістичний та ін.), бізнес-процеси підприємства тощо [1; 4]. Структура складників системи економічної безпеки визначається підприємством індивідуально залежно від різних чинників і детермінант, що повинні забезпечувати відносну стійкість системи економічної безпеки і сприяти збереженню її якісної визначеності.

Таким чином, компоненти системи існують не незалежно (як набір компонентів), а мають певні зв'язки між собою, які формують унікальну цілісну систему, визначають її стан і структуру за визначального впливу функції.

Отже, висунуті гіпотези дослідження щодо правомірності введення концепту «система економічної безпеки» та унікальності цієї системи підтверджуються сформульованими загальними властивостями системи:

- властивості системи – це властивості цілого, а не окремих його елементів;
- система може складатися з підсистем і елементів й сама може бути частиною ієрархічно більш високої системи;
- системі притаманна динамічна складність; кожен елемент системи може впливати на всю систему;
- система прагне зберігати стійкість шляхом включення зв'язків між її підсистемами та елементами, що характеризують її взаємодію із середовищем.

Наступною гіпотезою дослідження є припущення, що методологія базується на загальних принципах побудови системи у цілому або економічних систем зокрема.

Під принципом у сучасному загальноприйнятому розумінні мають на увазі норми, правила, настанови, вимоги, рекомендації, якими користується суб'єкт під час формування системи.

Принципи формують єдину організаційно-методологічну основу побудови дієвої системи

економічної безпеки підприємства. Отже, функціонування системи економічної безпеки має здійснюватися на основі низки принципів.

Так, автори Б.М. Андрушків, Л.Я. Малюта [5], Т.М. Іванюта, А.О. Заїчковський [6], Л.І. Донець, Н.В. Ващенко [7] виділяють низку принципів, до яких відносять: комплексність або системність; пріоритет заходів попередження (своєчасність); безперервність; законність; плановість; економічність; взаємодія; компетентність; поєднання гласності та конфіденційності. На думку Є.О. Діденко, до принципів економічної безпеки можна віднести: пріоритетність, законність, комплексність, координованість, компетентність, доцільність, плановість, системність, відкритість, подільність, цілісність, адаптивність, надійність, сталість, корегування, синергізму [8, с. 1531]. На нашу думку принципи гласності та конфіденційності, компетентності, взаємодії, економічності можна віднести до передумов безпечного функціонування і розвитку, вони не є принципами (правилами) в справжньому їх розумінні.

Окремі дослідники [9] виділяють принципи як один зі складників системи економічної безпеки підприємства, однак їх склад навряд чи можна вважати принципами системи економічної безпеки, це такі як: безумовне задоволення як загальних потреб підприємства, так і його працівників; усвідомлення суспільством важливості створення сприятливих умов для здійснення заходів із підтримання підприємством власної економічної безпеки.

Варто зазначити, що система економічної безпеки підприємства має ґрунтуватися на об'єктивних принципах, які є домінуючими під час обґрунтування стратегії розвитку підприємств, ураховують специфічні особливості їхньої діяльності та відповідають сучасним реаліям господарської практики. Отже, на нашу думку, основними принципами функціонування системи економічної безпеки є такі (табл. 1).

Застосування наведених принципів під час побудови системи економічної безпеки підприємства має сприяти підвищенню ефективності її функціонування. Отже, гіпотеза про те, чи повинна методологія базуватися на загальних прин-

Таблиця 1

Принципи функціонування системи економічної безпеки підприємства

Назва принципу	Характеристика принципу
системність	використання та узгодження всіх показників економічної діяльності
комплексність	комплексний характер взаємодії з іншими складниками системи менеджменту
обґрунтованість	забезпечення роботи системи безпеки підприємства повинно бути адекватним рівню реальних і потенційних небезпек, загроз і ризиків, а також рівню її фінансово-економічних та інших можливостей
безперервність	постійний системний моніторинг із метою своєчасної локалізації загроз і небезпек
оперативність	своєчасний аналіз та оцінювання системи індикаторів і показників рівня економічної безпеки
гнучкість	адаптивний характер до зміни чинників зовнішнього та внутрішнього середовища
інформативність	належне забезпечення інформацією про внутрішній та зовнішній стан функціонування підприємства
інтегрованість	інтегрованість (вбудованість) у загальну систему менеджменту
результативність	досягнення стратегічних цілей підприємства
циклічність	структурна впорядкованість економічної діяльності, бізнес-процесів
ієрархічність	побудова ієрархії елементів і відносин відповідно до заздалегідь визначених критеріїв
паралельність	забезпечення одночасного виконання управлінських процедур для різних за змістом господарських операцій, бізнес-процесів
випереджального розгляду	прогнозування найбільш імовірного стану системи в майбутньому
синергізм	досягнення спільного ефекту від ефективної взаємодії всіх елементів системи забезпечення економічної безпеки

Джерело: узагальнено та доповнено за [5–9]

ципах побудови систем у цілому або економічних систем зокрема, підтверджується.

Окрім того, класифікація принципів за критеріями системного підходу може бути доповнена класифікацією процесного, цільового, функціонального, структурного та інших підходів.

Одним із найважливіших елементів системи безпеки підприємства є механізм її забезпечення. У контексті досліджуваної наукової проблематики слід зазначити, що механізм забезпечення економічної безпеки підприємства повинен формуватися через систему управління економічними відносинами шляхом використання певних принципів, важелів, інструментів, методів, правового й інформаційного забезпечення за допомогою економічних досліджень, які дають змогу досягти основних цілей підприємства.

Інструментарієм є сукупність засобів, методів, важелів та способів здійснення управлінського впливу на систему для забезпечення ефективного виконання системою поставлених перед нею функцій у процесі досягнення основної її мети.

Висновки і пропозиції. У процесі дослідження проведено теоретичний аналіз системи економічної безпеки підприємства. Надано авторське визначення терміна «система економічної безпеки» та визначено основні її елементи. Запропоновано перелік основних принципів функціонування системи економічної безпеки, що відповідають сучасним реаліям господарської практики. Подальші дослідження доцільно спрямувати на розвиток методичних засад формування системи моніторингу економічної безпеки підприємств з урахуванням специфіки їхньої господарської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко О.В. Механізми системи економічної безпеки підприємства : монографія Харків : Мачулін, 2016. 503 с.
2. Ортинський В.Л., Керницький І.С., Живко З.Б. Економічна безпека підприємств, організацій та установ. Київ : Правова єдність, 2009. 544 с.
3. Аллахвердян А.В. Система економічної безпеки підприємств ЖКГ: організація та впровадження. *Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2016. Вип. 14. С. 264–267.
4. Дуб Б.С. Система економічної безпеки підприємства: поняття та структура. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2016. № 4(60). С. 5–18. URL : <https://mpgra.ub.uni-muenchen.de/88311/> (дата звернення: 07.02.2020).
5. Економічна та майнова безпека підприємства та підприємництва. *Антирейдерство* : монографія / Б.М. Андрушків та ін. Тернопіль : Тернограф, 2008. 424 с.
6. Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. Економічна безпека підприємства. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 256 с.
7. Донець Л.І., Ващенко Н.В. Економічна безпека підприємства : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 240 с.
8. Діденко Є.О. Економічна безпека підприємства та її принципи. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2007. Вип. 231. С. 1526–1532.
9. Кірієнко А.В. Механізм досягнення і підтримки економічної безпеки підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 ; Київський національний економічний університет. Київ, 2000. 19 с.

Referenses:

1. Pyashenko, O.V. (2016) *Mekhanizmy systemy ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva* [Mechanisms of economic security]: monograph Kharkiv: Machulin.
2. Ortynskyi V.L., Kernytskyi I.S., Zhyvko Z.B. (2009) *Ekonomichna bezpeka pidpryyemstv, orhanizatsii ta ustanov* [Economic security of enterprises, organizations and institutions] K.: Pravova yednist.
3. Allakhverdian A.V. (2016) *Systema ekonomichnoi bezpeky pidpryyemstv ZhKH: orhanizatsiia ta vprovadzhenia*. [System of economic security of housing and utilities enterprises: organization and implementation] Mykolaiivskiy natsionalnyi universytet imeni V.O. Sukhomlynsko. Vol. 14. pp. 264-267.
4. Dub, Bohdana (2016) *Systema ekonomichnoi bezpeky pidpryyemstva: poniattia ta struktura* [System of enterprise economic security: concept and structure]. Cherkasy National University named after Bohdan Khmelnytskyi. № 4(60). pp. 5-18. Available at: <https://mpgra.ub.uni-muenchen.de/88311/> (Accessed 07 February 2020)
5. Andrushkiv, B.M. Maliuta L.Ya., Palianytsia V.A. (2008) *Ekonomichna ta mainova bezpeka pidpryyemstva ta pidpryyemnytstva* [Economic and property security of the enterprise and entrepreneurship] Antyreiderstvo: monohrafiia. Ternopil: Ternohraf.
6. Ivaniuta T.M., Zaichkovskiy A.O. (2009) *Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva* [Economic security of the enterprise] K.: Tsentr uchbovoi literatury.
7. Donets L.I., Vashchenko N.V. (2008) *Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva* [Economic security of the enterprise] K.: Tsentr uchbovoi literatury.
8. Didenko Ye.O. (2007) *Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva ta yii pryntsyipy* [Economic security of the enterprise and its principles] Ekonomika: problemy teorii ta praktyky. Vol. 231. pp. 1526-1532.
9. Kirienko A.V. (2000) *Mekhanizm dosiahnennia i pidtrymky ekonomichnoi bezpeky pidpryyemstva* [Mechanism for achieving and supporting the economic security of an enterprise] (PhD Thesis). Kyivskiy natsionalnyi ekonomichnyi universytet. Kyiv.

Коптева Г. М.

Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»

СИСТЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ И СТРУКТУРА

Резюме

Определение научного тезауруса и классификационных признаков понятия «система экономической безопасности предприятия» в соответствии с общей теорией систем представляется важным научным заданием, выполнение которого позволит упорядочить должным образом компоненты этой системы и установить закономерности и принципы их взаимодействия. Целью статьи является развитие теории и методологии формирования системы экономической безопасности в части уточнения понятия «система экономической безопасности», идентификация основных функций и принципов функционирования системы экономической безопасности. Предложено авторское определение понятия «система экономической безопасности предприятий» и установлены основные элементы системы экономической безопасности предприятий, которыми стали: объект, субъект, нормативно-правовое обеспечение, функциональные составляющие, механизм функционирования и инструментарий (методики) оценки состояния системы. Предложенный перечень основных принципов функционирования системы экономической безопасности отвечает современным реалиям хозяйственной практики.

Ключевые слова: экономическая безопасность, система экономической безопасности, элементы экономической безопасности, принципы экономической безопасности, механизм экономической безопасности.

Koptieva Hanna

National Technical University
“Kharkiv Polytechnic Institute”

THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISE: CONCEPT, PRINCIPLES AND STRUCTURE

Summary

Creation of research thesaurus and classification characteristics of the concept “system of economic security of enterprise” in accordance with the general theory of systems appears to be an important research task, implementation of which allows to put in order components of this system and to reveal principles of their interaction. The need to consider a systematic approach to economic security is caused by the fact that many scientists have not developed yet a common view on many methodologically important issues, as well as definitions of basic concepts, including an economic security system. The system of economic security is specific for each enterprise, its completeness and effectiveness depend on the current state of regulatory framework, resources (financial, material and technical, informational), understanding by all employees of the importance of business security, as well as staff skills and experience. Goal: Determination of methodological concept characteristics and principles of functioning of the system of economic security of enterprise. The research works of economists formed the methodological basis of this study. To achieve the goal, the abstract-logical method was used for studying the nature of provided categories and concepts of the enterprise's economic security system and making conclusions. General theory of economic systems, which investigates their general principles and laws, is considered as the foundation of methodology in economic security. The author's definition of the concept “system of economic security of enterprises” is proposed and the main elements of this system are developed (objects, subjects, legal support, functional components, rules of functioning and methods of assessing the system status). Taking into account the specific features of the trade enterprises, a list of basic principles of the economic security system that meet the modern needs of economic practice is proposed. Further research should be directed towards the development of methodological foundations for the formation of a system for monitoring the economic security of enterprises, taking into account the specifics of their economic activities.

Keywords: economic security, economic security system, elements of economic security, principles of economic security, mechanism of economic security.

УДК 331

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-23>Котко О. К.
Пильгун А. Р.

Університет митної справи та фінансів

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА НОРМУВАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ
НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ЗАПОРІЖСТАЛЬ»

У статті розглянуто застосування нормування праці у виробничій діяльності підприємства «ПАТ «Запоріжсталь». Обґрунтовано актуальність та розглянуто особливості організації й нормування праці на підприємстві в сучасних умовах. Розкрито поняття «нормування праці», вивчено проблеми і теоретичне обґрунтування нормування праці як елемента управління на сучасному підприємстві, яке займає лідируюче місце за виробництвом сталі в Україні, обсягами експорту металопродукції більше ніж у 50 країн світу. Проаналізовано організацію системи нормування праці робітників на підприємстві. Визначено взаємозв'язок організації та нормування праці, зроблено висновок про те, що норми праці соціально орієнтованої ринкової економіки повинні бути обґрунтовані не тільки технічно, економічно, а й із погляду фізіології та психології праці, запропоновано заходи щодо вдосконалення.

Ключові слова: нормування праці, працівник, роботодавець, робоча сила, ринок праці, трудові ресурси.

Постановка проблеми. У даній статті ми хочемо розглянути проблеми, пов'язані з трудовими процесами виробництва, використанням робочого часу, розподілом і контролем часу підприємства «ПАТ «Запоріжсталь», нераціональним використанням праці і техніки на виробництві. Сьогодні перед керівництвом підприємств гостро стає питання підвищення ефективності роботи. Питання організації та нормування праці є предметом наукової та об'єктом практичної діяльності різних економічних систем. Це спричинено формуванням соціально орієнтованої ринкової економіки, де зростає престижність якісної та висококваліфікованої праці, спостерігається підвищення рівня активності працівників.

Організація праці зумовлює формування конкуренції на ринку праці серед працівників різних сфер діяльності. Нормування праці є також невід'ємною частиною формування потрібного зайнятого населення. Рівень організації праці і виробництва в сучасних умовах посилення конкуренції все більше починає залежати від якості норм і стану нормування праці. Це вимагає підвищення точності і прогресивності в обґрунтуванні трудових витрат, що пов'язано з необхідністю вдосконалення системи організації нормування праці на підприємстві, активізації роботи з нормування праці на локальному і глобальному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем, пов'язаних з організацією та нормуванням праці, присвячено чимало робіт зарубіжних та вітчизняних науковців. Серед них варто назвати В.Н. Абрамова, І.М. Бойчика, Б.М. Генкіна, А.М. Гриненка, В.М. Данюка, С.Г. Дзюбу, В.І. Чернова, А.М. Колота, С.Г. Струмиліна, які поглиблено вивчали та обґрунтували теоретичні та методичні основи нормування праці, організацію нормування праці на підприємствах; А.К. Гастева, котрий науково обґрунтував чотири основних етапи розвитку нормування праці; Ф. Гілберта, що описав принципи економії рухів та основи мікроелементного нормування трудового процесу; Г. Емерсона, який розробив принципи організації праці у великих виробничих колективах, сформулював 12 принципів продуктивності; Ф.У. Тейлора, що обґрунтував основні положення наукової організації праці, та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на численність публікацій і значущість одержаних результатів за

окресленою проблематикою, слід зауважити недооцінювання переваг системного, комплексного підходів і застосування їх основних принципів до організації та нормування праці. Фахівці з нормування не були належною мірою забезпечені відповідною нормативно-правовою базою. На багатьох підприємствах використовуються нормативи, які були розроблені для іншого рівня технологій та іншого навантаження на обладнання. Розроблені раніше норми не враховують нові технології, стандарти, обладнання, види робіт, інструментальні засоби, механізацію й автоматизацію робочих місць, оптимізацію бізнес-процесів підприємств.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є виявлення проблем організації та нормування праці й розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності функціонування системи організації та нормування праці на ПАТ «Запоріжсталь».

Виклад основного матеріалу. Для дослідження нами вибрано ПАТ «Запоріжсталь», тому що на даному підприємстві використовуються нормативи, які були розроблені для іншого рівня технологій та іншого навантаження на обладнання. Розроблені раніше норми не враховують нові технології, стандарти, нове обладнання, нові види робіт, інструментальні засоби, механізацію й автоматизацію робочих місць, оптимізацію бізнес-процесів підприємств. Нормування праці являє собою процес установа величини витрат робочого часу у вигляді норм праці на виконання певної роботи в найбільш раціональних для даного виробництва організаційно-технічних умовах [3, с. 295].

Нормування – це основа організації праці. Тільки знаючи дійсно необхідні витрати робочого часу на виконання роботи (операції, прийому, руху), можна правильно розрахувати кількість робочих, організувати працю, узгодити роботу всіх виробничих ланок, раціонально використовувати машини й механізми. Таким чином, нормування є засобом оптимізації трудових затрат.

Між нормуванням праці й організацією праці існує нерозривний двосторонній зв'язок, оскільки, з одного боку, нормування, ґрунтуючись на рекомендаціях організації праці, створює науково обґрунтовані норми, відповідні справжньому рівню науково-технічного прогресу; з іншого боку, науково обґрунтовані норми є інструментом удосконалення організації праці.

В умовах сучасного виробництва зростає роль нормування. Це проявляється як у посиленні зв'язку між окремими виробничими ланками, так і в удосконаленні всього ринкового механізму господарювання вітчизняної промисловості.

Однією із суттєвих проблем нормування праці є недостатня увага, приділена процесам нормування праці. Фахівці з нормування не були належною мірою забезпечені відповідною нормативно-правовою базою.

ПАТ «Запоріжсталь» – одне з провідних підприємств металургійної галузі, третій за масштабами виробник металопродукції в Україні.

ПАТ «Запоріжсталь» – підприємство з повним металургійним циклом, яке займає лідируючі місця з виробництва сталі в Україні, за обсягами експорту, постачанням валюти, а також податковим відрядженням. У 2018 р. комбінат збільшив податкові перерахування в бюджет України, направивши в державну казну рекордну суму в розмірі 3,2 млрд грн. Це на 28% (на 704 млн грн) більше, ніж у 2017 р. [4].

ПАТ «Запоріжсталь» стабільно працює, розвивається і продовжує модернізацію з використанням сучасних прогресивних природоохоронних технологій, які відповідають усім світовим стандартам. Проектні потужності комбінату дають змогу виробляти близько 6,3 млн т агломерату, 4,2 млн т чавуну, 4,07 млн т сталі, порядку 3,7 млн т гарячого прокату і 1,2 млн т холодного прокату.

ПАТ «Запоріжсталь» у 2018 р. поставив споживачам водним транспортом через Запорізький річковий порт понад 540 тис т металопродукції [4]. Комбінат системно модернізує виробничі потужності, приділяючи особливу увагу питанням екології. З 2012 р. на екологічну модернізацію і реконструкцію комбінату спрямовано 5,7 млрд грн.

Роботу з організації та нормування праці підприємства «ПАТ «Запоріжсталь» очолює і здійснює економічний відділ (ЕКО). Економічний відділ – самостійний структурний підрозділ, який адміністративно підпорядковується генеральному директору підприємства, а функціонально – начальнику фінансово-комерційної служби й очолюється начальником відділу.

Доцільно розглянути процес нормування управлінського персоналу підприємства «ПАТ «Запоріжсталь». На підприємстві проводилися

виміри часу працівників 10 забезпечуючих відділів. Усього було проведено й оброблено 372 самофотографії 45-ти працівників, що проводилися протягом двох тижнів. У результаті обробки самофотографії АУП розраховано частку детермінованих (кожного разу повертають один і той самий результат, якщо надавати їм один і той самий набір вхідних значень і використовувати один і той самий стан) і недетермінованих (можуть повертати щоразу різні результати, навіть якщо надавати їм один і той самий набір вхідних значень і використовувати один і той самий стан) функцій і робіт. Результати розрахунку представлено в табл. 1. Забезпечуючі відділи при цьому розташовані в таблиці за ступенем детермінованості.

Перша група. Нормування можливо і необхідно. У цю групу входять бухгалтерія та відділ кадрів. Елементи часу оперативної роботи ОП-1,2 становлять 62,6–75,1% від часу роботи. Це рутинна, детермінована робота, яку можна нормувати. Із цими відділами необхідно працювати.

Друга група. Нормування можливо. У цю групу входять юридичний і планово-економічний відділи. Елементи часу оперативної роботи ОП-1,1 становлять 44,5–47,6% від часу роботи. Час нової роботи становить 22,7–23,4% від часу роботи. При цьому нова робота – це, як правило, творча, креативна, на яку витрачається набагато більше часу, ніж на роботу рутинну, постійно повторювану. Час на її виконання сильно коливається, і визначити його можна тільки приблизно. Із цими відділами можна працювати.

Третя група. Нормування неможливо. Ця група найбільша, в неї входять шість відділів: відділ логістики, відділ постачання, відділ реклами, служба маркетингу, адміністративно-господарський відділ, відділ продажів. Елементи часу оперативної роботи ОП-1,2, становлять 6,0–30,6% від часу роботи. Решта складників оперативної роботи нормуються приблизно або взагалі не нормуються. У цілому по цій групі нормувати 30% і менше часу роботи безглуздо, і точних результатів щодо необхідної чисельності ми не отримаємо.

Далі доцільно оцінити процес нормування виробничих робітників ремонтного виробництва. Аналіз використання робочого часу – важлива складова частина нормування праці робітників ремонтного виробництва. У ПАТ «Запоріжсталь»

Таблиця 1

Розподіл забезпечуючих відділів у міру детермінованості трудових процесів ПАТ «Запоріжсталь»

Відділ	Види витрат часу			
	00-1 – 00-2	00-3 – 00-6	00, 10, 20, ПЗ, НР, ПО, ОТЛ	Всього
Перша група				
Бухгалтерія	75,1	13,5	11,4	100
Відділ кадрів	62,6	10,3	27,1	100
Друга група				
Юридичний відділ	47,6	28,6	23,8	100
Планово-економічний відділ	44,5	27,5	28	100
Третя група				
Відділ логістики	30,6	41,7	27,7	100
Відділ постачання	28,8	42,0	29,2	100
Відділ продажу	28,6	35,4	36,0	100
Служба маркетингу	24,9	23,4	51,7	100
Адміністративно-господарський відділ	22,4	41,6	36,0	100
Відділ реклами	6,0	47,8	46,2	100
Відділ матеріально-технічного забезпечення	40,2	31,0	28,8	100

Джерело: розраховано на основі [4]

Таблиця 2

**Баланс робочого часу персоналу на одного робітника ремонтного виробництва
ПАТ «Запоріжсталь» за 2016–2018 рр.**

Показник	2016	2017	2018
Календарна кін-ть днів, у т. ч.	365	365	365
– святкові та вихідні дні	103	103	103
Номінальний фонд робочого часу, дні	262	262	262
Неявка на роботу, дні, у т. ч.	49	51	58
– щорічні відпустки	28	28	28
– учбові відпустки	1	1	4
– відпустка по вагітності	4	3	4
– додаткова відпустка	5	7	8
– відсутність через хворобу	11	10	13
– прогули	–	2	1
Явочний фонд робочого часу	213	211	204
Тривалість робочої зміни	8	8	8
Бюджет робочого часу	1704	1688	1632
Святкові скорочені дні	11	11	11
Корисний фонд робочого часу	1687	1663	1614
Середня тривалість робочого дня	7,920	7,882	7,912
Фонд робочого часу робочих	497568	497960	515712

Джерело: розраховано на основі [4]

Таблиця 3

Значення коефіцієнтів робочого часу фактичного та планового характеру ПАТ «Запоріжсталь»

Показник	$K_{\text{ісп}}$	$K_{\text{загр}}$	$K_{\text{потнтп}}$	$K_{\text{поторг}}$
1	76,67	63,96	20,42	0,83
2	79,58	71,25	7,71	4,79
3	76,88	63,13	21,46	0
4	77,71	66,46	17,08	4,58
5	80,21	65,63	17,08	0,00
6	76,25	64,38	20,21	0,42
7	72,71	62,92	20,00	3,13
8	77,14	65,39	17,71	1,96
9	100	87,29	0	0

Джерело: розраховано на основі [4]

вона починається зі складання балансу робочого часу (табл. 2).

Відпрацьоване число днів одним працівником ремонтного виробництва знизилося на 4,2%. Це говорить про підвищення ефективності використання робочого часу і свідчить про зменшення середнього періоду перебування працівників на робочому місці. Тривалість робочого дня практично не змінилася.

Робочий час – це установлений законодавством відрізок календарного часу, протягом якого працівник, відповідно до правил внутрішнього трудового розпорядку, графіка роботи та умов трудового договору, повинен виконувати свої трудові обов'язки.

Шляхом зіставлення даних фактичного і нормативного балансів робочого часу визначаються коефіцієнти для виявлення витрат часу організаційного і технологічного обслуговування, часу на відпочинок та особисті потреби. У процесі управління робочим часом розраховують відносні і середні показники. Вони характеризують міру використання того або іншого фонду робочого часу:

- 1) корисного використання робочого часу:

$$K_{\text{ісп}} = \frac{T_{\text{ісп}} + T_{\text{оп}} + T_{\text{то}} + T_{\text{отл}}}{T_{\text{набл}}} * 100\% \quad (1)$$

- 2) завантаження робочого часу:

$$K_{\text{загр}} = \frac{T_{\text{набл}} - T_{\text{отл}} - T_{\text{нтр}} - T_{\text{пот}}}{T_{\text{набл}}} * 100\% \quad (2)$$

3) втрат робочого часу, що залежать від робітника:

$$K_{\text{потнтп}} = \frac{T_{\text{нтр}}}{T_{\text{набл}}} * 100\% \quad (3)$$

4) втрат робочого часу з організаційно-технічних причин:

$$K_{\text{поторг}} = \frac{T_{\text{пот}}}{T_{\text{набл}}} * 100\% \quad (4)$$

Значення коефіцієнтів робочого часу фактичного та планового характеру ПАТ «Запоріжсталь» наведено в табл. 3.

Як видно з даних табл. 3, коефіцієнт корисного використання коливається в межах від 72,71% до 80,21%, що говорить про неефективне використання робочого часу, яке, як правило, витрачається у зв'язку з порушенням трудової дисципліни, а не через організаційно-технічні причини, про що свідчать середні значення коефіцієнтів втрат 17,71% і 1,96%.

У рамках процесу нормування праці у вересні 2019 р. в механічному цеху ПАТ «Запоріжсталь» було проведено аудит організації праці незалежною аудиторською службою. На роботу вийшло 49 осіб, фонд робочого часу становив 392 години. Внутрішньозмінні втрати робочого часу, згідно зі звітом аудиторів, представлено в табл. 4.

На підставі даних табл. 4 видно недоліки в розподілі й контролі часу підприємства «ПАТ «Запоріжсталь»: нераціональне використання праці і техніки, дисципліна праці, що в кінцевому під-

Втрати робочого часу ПАТ «Запоріжсталь»

Організаційні недоліки порушення трудової дисципліни	Втрати робочого часу, ос.-ч
Запізнення на робоче місце на початку зміни	1,59
затримка через неправильну видачу змінних завдань	3,82
зміна завдань, переналадження обладнання за вказівкою майстрів	2,74
раннє закінчення робіт перед обідньою перервою	1,87
пізній початок роботи після обідньої перерви	1,93
відмова обладнання, поломка	2,55
ранній відхід з робочого місця в кінці зміни	1,1
Всього	15,6

Джерело: розраховано на основі [4]

сумку виявляється в недостатньо високій ефективності виробництва.

Таким чином, нормативні збірники, що містять типові структури і нормативи чисельності службовців і робітників різних управлінь, дають змогу впорядкувати чисельність працівників, визначити потребу чисельності відповідних професій (посад) необхідної кваліфікації на конкретних ділянках виробництва. Отже, дана робота з нормування та організації праці є вагомим складовою частиною роботи з управління персоналом на підприємстві «ПАТ «Запоріжсталь».

Зазначимо, що система нормування та організації праці на ПАТ «Запоріжсталь» повинна бути спрямована на:

- поліпшення організації праці і виробництва;
- забезпечення нормального рівня напруженості праці під час виконання робочих процесів;
- зниження трудомісткості продукції, посилення матеріальної зацікавленості працівників у підвищенні ефективності виробництва;
- підвищення ефективності надання послуг споживачам на підприємстві [7].

Для усунення недоліків та оптимізації трудового процесу підприємства «ПАТ «Запоріжсталь» необхідно ввести посаду фахівця з нормування праці. Така посада на підприємстві відсутня. Робота фахівця з нормування праці підвищить рівень управління виробництвом завдяки ефективному контролю над виконанням технологічних процесів, звільнить керівників і спеціалістів від непродуктивних витрат часу на вирішення оперативних питань, дисциплінує робітників, підвищить культуру їхньої праці.

Висновки і пропозиції. Відповідно до проведеного дослідження, на ПАТ «Запоріжсталь» виникають проблеми в розподілі забезпечуючих відділів у міру детермінованості трудових процесів:

– I група (бухгалтерія та відділ кадрів) – нормування можливо і необхідно;

– II група (юридичний і планово-економічний відділи) – нормування можливо;

– III група (відділ логістики, відділ постачання, відділ реклами, служба маркетингу, адміністративно-господарський відділ, відділ продажів) – нормування неможливо.

Також ми бачимо, що відпрацьоване число днів одним працівником ремонтного виробництва знизилася на 4,2%. Це говорить про підвищення ефективності використання робочого часу і свідчить про зменшення середнього періоду перебування працівників на робочому місці. Коефіцієнт корисного використання коливається в межах від 72,71% до 80,21%, що говорить про неефективне використання робочого часу, яке, як правило, витрачається у зв'язку з порушенням трудової дисципліни, а не через організаційно-технічні причини, про що свідчать середні значення коефіцієнтів утрат 17,71% і 1,96%.

У сучасних умовах зростаючої конкуренції необхідність у нормуванні і організації праці буде зростати. У конкурентній боротьбі виграють ті підприємства, у яких питання ефективного використання трудових ресурсів є пріоритетними, які використовують науково обґрунтовані норми праці, оскільки раціональне використання трудових ресурсів є однією з основних статей економії витрат підприємства.

У процесі вирішення завдань вивчено проблеми й обґрунтовано методичні підходи до організації та нормування праці як елемента управління на підприємстві «ПАТ «Запоріжсталь», вивчено можливості пошуку внутрішньовиробничих трудових резервів для вдосконалення системи нормування праці досліджуваного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства : підручник. Київ, 2016. 378 с.
2. Жадан О. Проблеми та перспективи розвитку національної системи нормування праці. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка»*. 2012. Вип. 4(60). С. 59–64.
3. Кучинський В., Крамський Д. Розробка та застосування якісних нормативів праці як основа підвищення ефективності роботи підприємства. *Бізнес Інформ*. 2013. № 4. С. 293–298.
4. Офіційний сайт ПАТ «Запоріжсталь». URL : <http://www.zaporizhstal.com.ua> (дата звернення: 30.09.2019).
5. Серединська В., Загородна О., Спільник І. Аналіз системи нормування праці на підприємстві. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 19. № 2. С. 136–147.
6. Шарко М.В., Мешкова-Кравченко Н.В., Радкевич О.М. Економіка підприємства. Херсон, 2014. 436 с.
7. Шафранська Т., Коломієць О. Удосконалення нормування праці на підприємстві. URL : http://www.rusnauka.com/27_NNM_2011/Economics/10_93736.doc.htm (дата звернення: 01.10.2019).
8. Юшкова О. Нормування праці на підприємстві. URL : <http://masters.donntu.edu.ua/2012/iem/yushko> (дата звернення: 02.10.2019).

References:

1. Boichuk I.M. (2016). *Ekonomika pidpryemstva*. [Economics of pidpryemstva]. Kyiv: Kondor. Vydavnytstvo, p. 378. (in Ukrainian)
2. Zhadan O. (2012). Problemy ta perspektyvy rozvytku natsionalnoi systemy normuvannya pratsi. [Problems and prospects

- of development of national system of labor normalization]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannya. Serii "Ekonomika"*, vol. 4, no. 60, pp. 59–64.
3. Kuchynskiy V., Kramskiy D. (2013). Rozrobka ta zastosuvannya yakisnykh normatyviv pratsi yak osnova pidvyshchennia efektyvnosti roboty pidpryiemstva. [Development and application of quality labor standards as a basis for improving the efficiency of the enterprise]. *Biznes Inform*, vol. 4, pp. 293–298.
 4. Ofitsiyniy sait PAT "Zaporizhstal". URL: <http://www.zaporizhstal> (accessed 30 September 2019).
 5. Seredynska V., Zahorodna O., Spilnyk I. (2015). Analiz systemy normuvannya pratsi na pidpryiemstvi. [Analysis of the system of labor standardization at the enterprise]. *Ekonomichnyi analiz: zb. nauk. prats / redkol.: V. Derii (holov. red.) ta in. T. 19. № 2. Ternopil: vydavnycho-polihrafichnyi tsentr Ternopils'koho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu "Ekonomichna dumka"*, pp. 136–147.
 6. Sharko M.V., Mieshkova-Kravchenko N.V., Radkevych O.M. (2014). *Ekonomika pydpryiemstva*. [Economics of pidpryiemstva]. Kherson: Oldi-plius, p. 436. (in Ukrainian)
 7. Shafranska T., Kolomiets O. Udoskonalennia normuvannya pratsi na pidpryiemstvi. URL: http://www.rusnauka.com/27_NNM_2011/Economics/10_93736.doc.htm (accessed 1 October 2019).
 8. Iushkova O. Normuvannya pratsi na pidpryiemstvi. URL: <http://masters.donntu.edu.ua/2012/iem/yushko> (accessed 2 October 2019).

Котко О. К.

Пильгун А. Р.

Університет таможенного дела и финансов

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ЗАПОРОЖСТАЛЬ»

Резюме

В статье рассмотрено применение нормирования труда в производственной деятельности предприятия «ПАО «Запорожсталь». Обоснована актуальность и рассмотрены особенности организации и нормирования труда на предприятии в современных условиях. Раскрыто понятие «нормирование труда», изучены проблемы и теоретическое обоснование нормирования труда как элемента управления на современном предприятии, которое занимает лидирующее место по производству стали в Украине, объемам экспорта металлопродукции более чем в 50 стран мира. Проанализирована организация системы нормирования труда рабочих на предприятии. Определена взаимосвязь организации и нормирования труда, сделан вывод о том, что нормы труда социально ориентированной рыночной экономики должны быть обоснованы не только технически, экономически, но и с точки зрения физиологии и психологии труда. Предложены меры по совершенствованию проектирования и анализа норм труда в современных условиях производства.

Ключевые слова: нормирование труда, работник, работодатель, рабочая сила, рынок труда, трудовые ресурсы.

Kotko Olga

Pilgun Alena

University of Customs and Finance

PROBLEMS OF ORGANIZATION AND LABORING OF ENTERPRISES ON THE ENTERPRISES ON THE CASE OF PAO "ZAPOROZHSTAL"

Summary

The article is devoted to the research and improvement of the standardization of labor at the enterprise of PAO "Zaporizhstal". The application of labor normalization in the production activity of the enterprise of PAO "Zaporizhstal" is considered. It is substantiated that labor normalization is one of the most important functions of industrial enterprise management. The peculiarities and problems of the system of norms and norms of labor in Ukraine are determined. The features of organization and normalization of work at the enterprise in modern conditions are considered. The multidimensional character of the system of labor normalization is characterized. The expediency of its isolation as a subsystem of personnel management is substantiated. The essence of the concept of "normalization of labor" is considered. Labor standardization in recent years has objectively come to the fore and is one of the most important elements of the enterprise personnel management system. Effective work of enterprises in a market-type economy is possible only if the level of organization of labor normalization is high. The main task of normalization of labor, its domestic practice and shortcomings are determined. The contents of the functional subsystems of personnel management and their regulatory support have been systematized. The problems and theoretical substantiation of labor normalization as an element of management in the modern enterprise, which occupies a leading position in steel production in Ukraine, with the volume of export of metal products in more than 50 countries of the world, are studied. The organization of the system of labor standardization of workers at the enterprise is analyzed. The interrelation of organization and normalization of work is determined, the conclusion is made that the norms of labor of socially oriented market economy should be grounded not only technically, economically, but also from the point of view of physiology and psychology of labor, measures for improvement, design and analysis of norms are proposed. labor in modern conditions of production. The modern tendencies influencing the improvement of labor normalization are considered and generalized, the main factors of labor normalization of the personnel at the enterprise are identified. It is established that improving the efficiency of industrial enterprises depends significantly on the state and perfection of the system of labor normalization.

Keywords: employee, employer, labor market, labor resources, regulation of labor.

УДК 658:005:004.896

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-24>

Лисак В. М.

Хмельницький національний університет

НАПРЯМИ ЗНИЖЕННЯ ЗАТРАТ ПІД ЧАС ФОРМУВАННЯ ПОТОКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ В КОНТЕКСТІ СТВОРЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ

У статті розглянуто основні потоки економічної інформації на машинобудівному підприємстві. Автором детерміновано поняття якості економічної інформації у формі поєднання таких її характеристик, як достовірність, достатність обсягів, своєчасність надходження та представлення, що дало змогу розглядати таку інформацію як товар. На основі цього запропоновано враховувати динаміку характеристик економічної інформації на підприємстві протягом усіх етапів її життєвого циклу. Описано динаміку таких характеристик інформації, як рівень її використання, витрати на її обслуговування, цінність і якість на кожному із шести запропонованих етапів життєвого циклу. Сформовано узагальнену структурну схему проходження основних типів інформаційних потоків на машинобудівному підприємстві та запропоновано напрями для зменшення затрат щодо їх формування.

Ключові слова: автоматизована система управління підприємством, інформаційний потік, економічна інформація, характеристики економічної інформації.

Постановка проблеми. Сучасний етап економічного розвитку характеризується широким застосуванням інформаційних технологій в управлінні всіма сферами виробничо-господарської діяльності машинобудівних підприємств. Із цією метою створено системи автоматизованого управління підприємством (АСУП), головним завданням яких є збір та обробка економічної інформації, а також допомога керівникам різних ланок у прийнятті управлінських рішень. Як свідчить практика, на вітчизняних машинобудівних підприємствах зазвичай відсутня інтегрована АСУП, яка б охоплювала всі необхідні для ефективного управління підприємством інформаційні потоки. Натомість використовується ціла низка різного роду автоматизованих систем, які частково та не повною мірою можуть задовольнити нагальні потреби менеджерів у якісній та достовірній інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування ефективних виробничо-господарських потоків на підприємствах за умов забезпечення їхніх інформаційних потреб розглядаються вітчизняними та зарубіжними вченими, зокрема такими, як: О. Габовда [1], О. Дейнега [2], Р. Еверден [12], О. Іванова [3], В. Кунченко-Харченко [4], О. Кучмеев [5], О. Майборода [6], Л. Птіцина [7], А. Сейдж [14], В. Скіцько [8], Г. Титоренко [9], С. Федоренко [10], М. Хосров-Пур [13], М. Цюцюра [11] та ін.

У науково-технічній літературі розглядаються поняття інформаційних потоків [7, с. 122], їх класифікація та основні характеристики [3, с. 18; 13, с. 82–83], джерела виникнення [10, с. 85–86], проблеми формування [8, с. 55; 14, с. 149–151; 12, с. 37], структура управлінських [11, с. 207], фінансових [6, с. 109], виробничих [1, с. 9], матеріальних [5, с. 102; 2, с. 465–466; 13, с. 44] та документальних [4, с. 177] потоків тощо.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне всім дослідникам даної проблематики, варто зазначити, що залишається низка невирішених завдань щодо інтеграції інформаційних потоків на підприємствах та ефективного управління ними за допомогою автоматизованих систем управління, особливо в розрізі вітчизняної машинобудівної галузі.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є аналіз та розвиток існуючих засад щодо формування

потоків економічної інформації для забезпечення ефективного функціонування АСУП та розроблення заходів щодо їх поліпшення.

Виклад основного матеріалу. Ефективність процесів збирання й обробки економічної інформації передусім залежить від застосовуваних методів і засобів вимірювання, фіксації та передачі інформації, а також від своєчасної її обробки і представлення користувачам. Практика свідчить, що традиційно існуючі на машинобудівних підприємствах методи збирання інформації здебільшого є застарілими та не забезпечують належної оперативності й якості управління через значні витрати часу і велику частку ручної праці.

Проведений нами аналіз основних переваг і недоліків підходів до класифікації економічної інформації в АСУП свідчить, що застосування ієрархічного методу може викликати труднощі через нестандартизований розподіл за рівнями кількості ознак об'єкта, а застосування фасетного підходу веде лише до нераціонального використання простору для зберігання даних, оскільки більшість із можливих комбінацій значень фасет може бути відсутньою. Проте обчислювальні можливості сучасних ІТ-засобів дають змогу нівелювати ці недоліки, а тому під час обробки інформації використовуються обидва методи.

Отже, з огляду на те, що процедури збору й обробки інформації досить рутинні та ресурсомісткі, раціональним є застосування сучасних технічних засобів та інформаційних технологій для системного збирання й обробки економічної інформації.

Збір і обробка первинної інформації, яка характеризує фактичні процеси та явища на підприємстві й є основою прийняття управлінських рішень, мають бути організовані синхронно з виробничим процесом. У даному контексті великого значення набуває раціональна спрямованість інформаційних потоків на підприємстві, щоб лише необхідна інформація надходила до автоматизованих робочих місць (АРМ) в АСУП у потрібний час.

Під час формування масивів інформації (сховищ даних, інформаційних баз) одним із важливих принципів є забезпечення цілісності інформаційних ресурсів, адже адекватне сприйняття інформації в іншому разі унеможливується.

Формування такого сховища даних має ґрунтуватися на вимогах, які, по суті, успадко-

вані від критеріїв цінності інформації, а саме: достовірність накопичуваної інформації, необхідність і достатність її обсягів, своєчасність передачі і представлення. Достовірність економічної інформації, її відповідність виробничо-господарським явищам і процесам визначають адекватність результатів аналізу, правильність та обґрунтованість висновків, які з них випливають. Умова необхідності забезпечує наявність потрібної інформації, а достатність має на меті раціоналізацію загальних витрат на управління, унеможливаючи обробку та зберігання зайвих даних [12, с. 49–50].

На основі цього ми детермінували якість інформації у формі поєднання таких її характеристик, як достовірність, достатність обсягів, своєчасність надходження та представлення, що за своєю суттю є критеріями якості товару. І саме розгляд виробничо-господарської інформації як товару, а також урахування впливу економічних законів, зокрема законів про зростання потреб та економічного зростання і розвитку, дав нам змогу сформулювати модель життєвого циклу інформації із зазначенням рис еволюції таких її показників, як цінність і якість інформації, обсяги її використання та витрати на її обслуговування.

Життєвий цикл інформації в АСУП на машинобудівному підприємстві нами представлено у вигляді шести послідовних етапів:

I етап «Формування» (T_0-T_1) – виникнення інформації та початок її поширення, формування попиту на неї й здійснення перших запитів; якість, цінність, використання інформації та витрати на неї зростають;

II етап «Поширення» (T_1-T_2) – стрімке поширення інформації та зростання кількості запитів, зростання характеристик інформації;

III етап «Використання» (T_2-T_3) – найвищі рівні попиту та запитів, актуальність інформації поступово знижується;

IV етап «Зберігання» (T_3-T_4) – актуальність інформації та кількість запитів знижуються, якість залишається сталою, цінність інформації в контексті формування бази знань поступово зростає;

V етап «Архівування» (T_4-T_5) – інформація втрачає актуальність, запити поодинокі, цінність для бази знань утрачається, витрати на обслуговування зростають;

VI етап «Знищення» (T_5-T_6) – інформація неактуальна, не використовується, заради зменшення витрат на її обслуговування вона знищується (рис. 1).

Як показує аналіз науково-технічних джерел, рух різного роду ресурсів на підприємстві прийнято у загальному вигляді відображати за допомогою їх потоків [9, с. 103–104; 14, с. 217], які часто ототожнюють із бізнес-процесами [10, с. 85; 12, с. 85–86]. На нашу думку, всі потоки ресурсів загалом можна вважати інформаційними, адже кожний із них несе інформацію про конкретний ресурс, має визначену функціональність та задовольняє потреби певної групи користувачів.

Таким чином, на основі аналізу організаційних та функціональних структур машинобудівних підприємств ми сформулювали спрощену структурну схему, яка відображає рух матеріальних, інформаційних, фінансових та сервісних потоків. Таку структурну схему варто аналізувати частинами, розглядаючи процеси, які породжуються тим чи іншим об'єктом управління (рис. 2).

Наприклад, придбання товару споживачем ініціює інформаційний потік із замовленням у відділі продажів, який передається на склад, там формується матеріальний потік у вигляді замовленого продукту, який прямує до споживача через магазин або службу доставки, а споживач формує фінансовий потік у вигляді коштів, які потім обліковуються фінансовою службою. Або іншим чином: споживачі ініціюють інформаційний потік у вигляді вимог до продукту, відділ розробки здій-

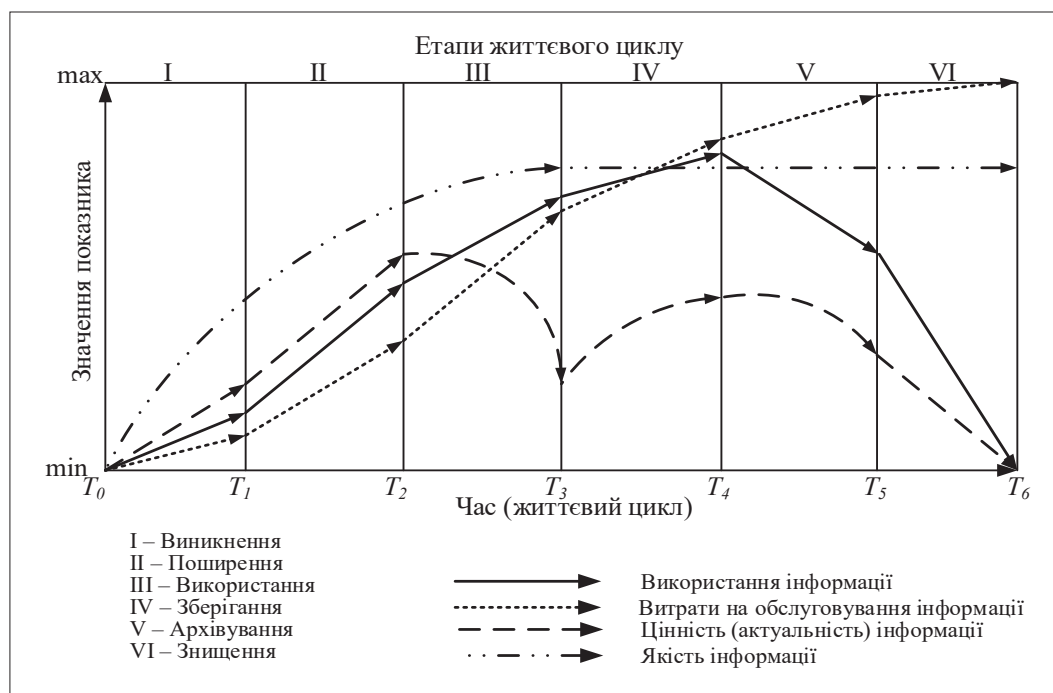


Рис. 1. Динаміка основних характеристик фінансово-господарської інформації протягом її життєвого циклу

Джерело: розроблено автором

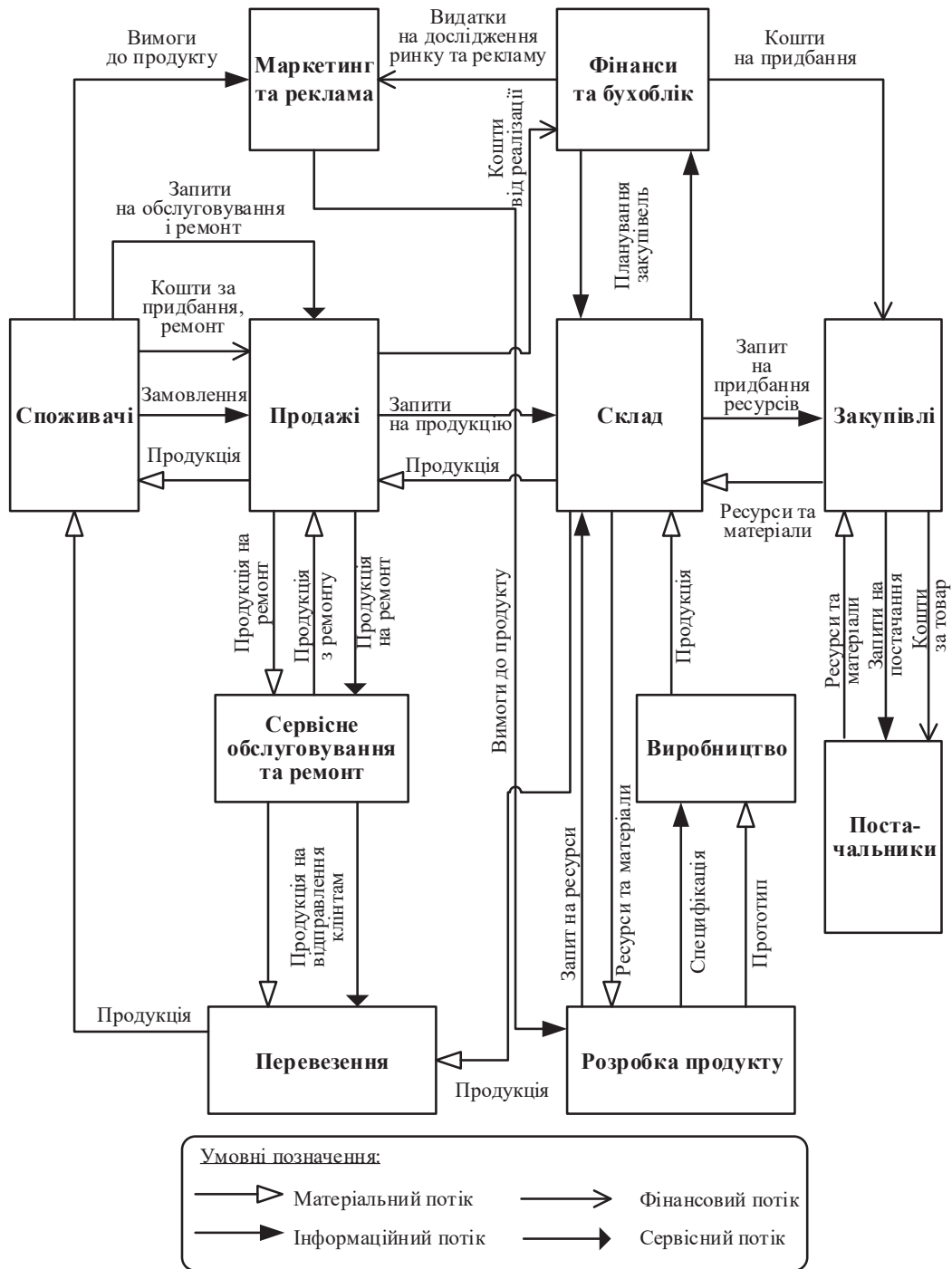


Рис. 2. Узагальнена структурна схема проходження основних типів інформаційних потоків на машинобудівному підприємстві

Джерело: розроблено автором на основі аналізу організаційних та функціональних структур машинобудівних підприємств Хмельницької області

снює проектування, формуючи інформаційний запит для виробничого відділу у вигляді технічної документації та матеріальний – у вигляді прототипу. Відповідно, далі формуються нові потоки на виділення ресурсів зі складу, придбання матеріалів, їх постачання, виробництво продукції тощо.

У контексті розгляду саме потоків економічної інформації варто зазначити, що управління ними та їх планування є непростим завданням, у тому числі й під час використання АСУП, ефективне функціонування якої безпосередньо залежить від організаційної структури підприємства. Адже

надмірно розгалужена кількість структурних підрозділів ускладнює функціонально-управлінські зв'язки між ними, що призводить до труднощів під час виділення інформаційних потоків та їх реалізації в автоматизованій системі управління підприємством [13, с. 293].

Завданням АСУП на машинобудівному підприємстві є саме управління процесами збирання та обробки виробничо-господарської інформації, планування її оперативного надходження до різних управлінських ланок. З огляду на це, постає питання забезпечення ефективності функціону-

вання АСУП, яке має на меті поліпшення якості та оперативності процесів прийняття управлінських рішень і полягає, зокрема, в оптимізації потоків економічної інформації.

Пошук напрямів оптимізації, на нашу думку, слід проводити не лише через спрощення організаційної структури управління, потрібно також аналізувати бізнес-процеси підприємства, кадрові ресурси, всю сукупність зовнішніх інформаційних потоків та управління затратами як на функціонування суб'єкта господарювання, так і на підтримку функціонування самої АСУП [14, с. 205–205].

Отже, розгляд питання інтеграції та автоматизації інформаційних потоків має проводитися з урахуванням динаміки таких основних характеристик фінансово-господарської інформації, як рівень використання інформації, показники її цінності та якості, а також з урахуванням витрат на обслуговування такої інформації протягом усіх етапів її життєвого циклу.

Поряд з аналізом витрат на отримання економічної інформації та управління інформаційними потоками вважаємо за необхідне враховувати не лише як АСУП інтегрується із зовнішніми об'єктами і системами, оскільки зовнішні потоки економічної інформації ініціюють події і процеси у внутрішніх підсистемах. Через те саме розгляд інтеграції інформаційних потоків має розглядатися у розрізі взаємодії таких підсистем АСУП, як: управління фінансами, управління виробництвом, управління кадрами, управління ресурсами і логістикою, управління сервісним обслуговуванням тощо.

Також, оскільки одним із важливих напрямів забезпечення ефективного управління виробничим підприємством за умов постійної зміни ринкової кон'юнктури є реалізація стратегічного управління фінансовими затратами, яке, зокрема, й базується на тісній інтеграції потоків економічної інформації, то інтеграція таких потоків у модулі АСУП для управління фінансами має підвищити рівень управління затратами, а саме через:

- посилення фінансового контролю шляхом узагальнення всієї фінансової діяльності;

- оптимізацію управління грошовими ресурсами шляхом автоматизації розрахунків із поставальниками;

- поліпшення обігу грошових коштів шляхом управління розрахунками з кредиторами і дебіторами;

- управління та контроль характеристик економічної інформації шляхом аналізу й оцінки її основних показників;

- планування та реалізацію заходів щодо оптимізації витрат на формування і обслуговування інформаційних потоків в АСУП;

- оптимізацію використання трудових ресурсів та затрат на оплату праці персоналу шляхом організації оптимальних інформаційних потоків;

- максимізацію віддачі від капіталовкладень шляхом забезпечення ефективнішого управління основними засобами, орендованою власністю, ремонтною базою, незавершеним капітальним будівництвом тощо.

Висновки і пропозиції. Таким чином, для забезпечення ефективного функціонування вітчизняного машинобудівного підприємства за сучасних ринкових умов доцільною буде оптимізація потоків його виробничо-господарської інформації для реалізації автоматизованої системи управління. Основними напрямками можуть стати реорганізація організаційної структури підприємства, вдосконалення управлінської ієрархії та перерозподіл повноважень між структурними підрозділами, здешевлення бізнес-процесів шляхом контролю затрат на їх реалізацію та з урахуванням особливостей характеристик економічної інформації протягом її життєвого циклу, а також комплексна інтеграція всіх підсистем управління різними сферами діяльності. Поряд із цим подальших досліджень вимагають пошук інструментів для вимірювання й оцінки характеристик економічної інформації на машинобудівному підприємстві, а також розроблення підходів до їх інтеграції на рівні модуля автоматизованої системи управління підприємством із метою забезпечення ефективного управління інформаційними та матеріальними потоками.

Список використаних джерел:

1. Габовда О.В., Садовнікова Т.М. Аналіз комплексних систем автоматизації в машинобудуванні та впровадження їх в Україні. *Освіта і наука*. 2018. Вип. 24(1). С. 9–15.
2. Дейнега О.В. Організаційні аспекти формування інформаційних потоків у ланцюгах поставок продукції машинобудування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 628. С. 464–469.
3. Іванова О.М. Характеристика та класифікація інформаційних потоків підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 13. С. 18–22.
4. Кунченко-Харченко В.І. Моделі інформаційних потоків та їх використання в системах бази даних та документології для прийняття рішень. *Збірник наукових праць Інституту проблем моделювання в енергетиці ім. Г.Є. Пухова НАН України*. 2010. Вип. 54. С. 175–179.
5. Кучмеев О.О. Особливості управління матеріальними потоками в логістичних системах торговельних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 30(1). С. 99–103.
6. Майборода О.В. Оптимізація фінансових потоків промислового підприємства: теоретичні аспекти питання. *Економіка розвитку*. 2012. № 1. С. 107–110.
7. Птіцина Л.А. Основні підходи до управління інформаційними потоками бізнес діяльності промислових підприємств України: формування єдиного інформаційного забезпечення системи управління промисловим підприємством в складних ринкових умовах. *Вісник економічної науки України*. 2010. № 2. С. 121–124.
8. Скілько В. Теоретичні аспекти моделювання інформаційних потоків у логістиці підприємства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. Вип. 11. С. 52–58.
9. Титоренко Г.А. Информационные технологии управления. Москва, 2003. 439 с.
10. Федоренко С.В., Правоторов Д.О. Розробка інформаційного забезпечення та інформаційні потоки промислового підприємства. *Економіка та держава*. 2006. № 11. С. 33–34.
11. Цюцюра М.І., Криворучко О.В., Медінська Т.М. Структура інформаційних потоків в інформаційній системі виробничого підприємства. *Управління розвитком складних систем*. 2019. № 37. С. 197–208.
12. Evernden R., Evernden E. Information first: Integrating Knowledge and Information Architecture for Business Advantage. London, 2011. 242 p.
13. Khosrow-Pour M. Advanced Topics in Information Resources Management. Vol. 5. Harrisburg, 2006. 370 p.
14. Sage A.P., Rouse W.B. Handbook of Systems Engineering and Management. New Jersey, 2009. 1504 p.

References:

1. Gabovda O. V., Sadovnikova T. M. (2018) Analiz kompleksnyh system avtomatyzacii v mashynobuduvanni ta vprovadzhennja jih v Ukrajinі [Analysis of complex systems of automation in machine-building and implementation of their in Ukraine]. *Education and Science*, vol. 24(1). pp. 9–15 [in Ukrainian].
2. Dejnega O. V. (2008) Organizatsijni aspekty formuvannja informatsijnyh potokiv u lantsugah postavok produktsiji mashynobuduvannja [Organizational aspects of forming information flows in the supply chains of engineering products]. *Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»*, no. 628. pp. 464–469 [in Ukrainian].
3. Ivanova O. M. (2016) Harakterystyka ta klasyfikatsija informatsijnyh potokiv pidpryjemstv [Characterization and classification of information flows of enterprises]. *Investment: practice and experience*, no. 13. pp. 18–22 [in Ukrainian].
4. Kunchenko-Kharchenko V. I. (2010) Modeli informatsijnyh potokiv ta jih vykorystannja v systemah bazy danyh ta dokumentologiji dlya pryjnattja rishen [Models of information flows and their use in database systems and documentation for decision making]. *Proceedings of the Institute of Simulation Problems in Energy named after G. J. Pukhov NAS of Ukraine*, vol. 54. pp. 175–179 [in Ukrainian].
5. Kuchmejev O. O. (2018) Osoblyvosti upravlinnja materialnyh potokamy v logistychnyh systemas torgovelyh pidpryjemstv [Features of material flow management in logistics systems of trade enterprises]. *Black sea economic studies*, vol. 30(1). pp. 99–103 [in Ukrainian].
6. Majboroda O. V. (2012) Optymizatsija finansovyh potokiv promyslovogo pidpryjemstva: teoretychni aspekty pytannja [Optimization of industrial enterprise financial flows: theoretical aspects of the question]. *Economics of Development*, no. 1. pp. 107–110 [in Ukrainian].
7. Ptitsyna L. A. (2010) Osnovni pidhody do upravlinnja informatsijnymy potokamy biznes dijalnosti oromyslovyh pidpryjemstv Ukrajinu: formuvannja jedynogo informatsijnogo zabezpechennja systemy upravlinnja promyslovyh pidpryjemstv v skladnyh rynkovykh umovah [Basic approaches to managing information flows of business activity of industrial enterprises of Ukraine: formation of a single information support system of industrial enterprise management in difficult market conditions]. *Bulletin of economic science of Ukraine*, no 2. pp. 121–124 [in Ukrainian].
8. Skitsko V. (2014) Teoretychni aspekty modeljuvannja informatsijnyh potokiv u logistytsi pidpryjemstva [Theoretical aspects of modeling of information streams in company logistics]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy*, vol. 11. pp. 52–58 [in Ukrainian].
9. Titorenko G. A. (2003) *Informatsionije tehnologiji upravlenija [Information Technology of Management]*. Moscow, 439 p. [in Russian].
10. Fedorenko S. V. Pravotorov D. O. (2006) Rozrobka informatsijnogo zabezpechennja ta informatsijni potoky promyslovogo pidpryjemstva [Structure information flow in information systems manufacturing enterprises]. *Economy and the state*, no. 11. pp. 33–34 [in Ukrainian].
11. Tsjutsjura M. I. Kryvoruchko O. V. Medynska T. M. (2019) Struktura informatsijnyh potokiv v informatsijnij systemi verobnytsjogo pidpryjemstva [Structure information flow in information systems manufacturing enterprises]. *Management of development of complex systems*, no 37. pp. 197–208 [in Ukrainian].
12. Evernden R., Evernden E. (2011) *Information first: Integrating Knowledge and Information Architecture for Business Advantage*. London: Elsevier, 242 p.
13. Khosrow-Pour M. (Ed.) (2006) *Advanced Topics in Information Resources Management*. Vol. 5. London: Idea Group, 370 p.
14. Sage A. P., Rouse W. B. (2009) *Handbook of Systems Engineering and Management*. New Jersey: Wiley-Interscience 2009. 1504 p.

Лысак В. Н.

Хмельницкий национальный университет

НАПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПОТОКОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ В КОНТЕКСТЕ СОЗДАНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Резюме

В статье рассмотрены основные потоки экономической информации на машиностроительном предприятии. Автором детерминировано понятие качества экономической информации в форме сочетания таких ее характеристик, как достоверность, достаточность объемов, своевременность поступления и представления, что позволило рассматривать такую информацию как товар. На основе этого предложено учитывать динамику характеристик экономической информации на предприятии на протяжении всех этапов ее жизненного цикла. Описана динамика таких характеристик информации, как уровень ее использования, затраты на ее обслуживание, ценность и качество на каждом из шести предложенных этапов жизненного цикла. Сформирована обобщающая структурная схема прохождения основных типов информационных потоков на машиностроительном предприятии и предложены направления для уменьшения затрат на их формирование.

Ключевые слова: автоматизированная система управления предприятием, информационный поток, экономическая информация, характеристики экономической информации.

Lysak Viktor

Khmelnyskiy National University

WAYS TO REDUCE THE COST OF FORMING THE FLOWS OF ECONOMIC INFORMATION AT THE ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF CREATING AN AUTOMATED MANAGEMENT SYSTEM

Summary

The article deals with the main flows of economic information at the machine-building enterprise. The author determined the concept of economic information quality in the form of a combination of her characteristics, such as reliability, sufficiency, timeliness of receipt and presentation, which allowed us to consider the information as a commodity. On this basis, it is proposed to take into account the dynamics of economic information characteristics at the enterprise during all stages of the information life cycle. The author describes the dynamics of such characteristics of information as the level of its use, the cost of its maintenance, value (importance) and quality at each of the six proposed stages of the life cycle. The article presents a generalized structural diagram of the main types of information flows in the machine-building enterprise and offers ways for reducing the costs of their forming. Among the ways to reduce the cost of generating economic information flows at a machine-building enterprise are: strengthening financial control by generalizing all financial activity; optimization of enterprise resource management; planning and implementation of propositions to optimize costs on the forming and servicing of information flows; optimization of human resources and labor costs by organizing optimal information flow and so on. Because the external flows of economic information initiate events and processes within the enterprise we need do integration of the information flows at the base of interaction of such subsystems as: financial management, production management, personnel management, resource and logistics management, service management, etc. The integration and automation of information flows should take into account the dynamics of such basic characteristics of financial and economic information like the level of information using, indicators of its value and quality, and also need to take into account the costs of servicing information at all stages of its life cycle. The author proposes to implement a tool for measuring and evaluating the characteristics of economic information at the module level of an enterprise information management system in order to ensure efficient management of information and material flows.

Keywords: enterprise management system, information flow, economics information, characteristics of economic information.

УДК 659.15

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-25>

Лисюк Т. В.

Терещук О. С.

Мельничук Р. В.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ОСОБЛИВОСТІ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено основні аспекти розвитку виставкової діяльності як найбільш дієвого інструменту у спробах підприємства донести інформацію до своїх клієнтів, модифікувати їхню поведінку, привернути увагу до пропонованих послуг, створити позитивний імідж самого підприємства. Визначено, що виставкова діяльність у туризмі та сфері гостинності дуже важлива, оскільки участь у виставках дає широкі можливості представити свою фірму і свій продукт, укласти контракти, знайти нових партнерів, поширити інформацію через широке коло відвідувачів і журналістів, обмінятися досвідом роботи. Обґрунтовано основні особливості виставкової діяльності, а саме однією з особливостей виставкової діяльності є те, що вона входить у сферу послуг. Але послуга, що надається виставками, незвичайна, оскільки є складною і багатофункціональною.

Ключові слова: виставка, виставкова діяльність, ярмарок, реклама, маркетинг, маркетингові комунікації.

Постановка проблеми. В умовах, коли на ринку пропонується безліч однотипних продуктів, послуг, сервісів, практично за однаковими цінами і приблизно з однаковою якістю, виставкова діяльність є одним із головних аргументів у конкурентній боротьбі підприємств сфери туризму та гостинності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зауважити, що проблеми розвитку виставково-ярмаркової діяльності досить детально розглянуто у працях низки відомих іноземних та вітчизняних науковців: Н.В. Александрова, І.М. Грищенко, О.В. Гуменної, Є.В. Добробабенко, Н.С. Добробабенко, Г.П. Захаренко, Н.А. Крахмальова,

Л.В. Лукашової, В.П. Мікловда, В.А. Пекара, Н.О. П'ятницької, Г.Т. П'ятницької, Н.І. Редіна, Є.В. Ромата, Г.В. Савицької, О.В. Сініціна, Є.Є. Старобінського, Р.А. Фатхутдінова, Л.Е. Фарберова, Л.М. Шульгіної та ін.

Водночас така динамічна галузь діяльності, як організація виставок і ярмарків, потребує постійного моніторингу проблем та тенденцій її розвитку і, відповідно, постійної уваги з боку науковців.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Слід відзначити, що недостатньо вивчено особливості організації виставкової діяльності підприємств сфери туризму та гостинності, а також не досить повно досліджено виставкову

діяльність як невід'ємну частину подієвої індустрії (EventIndustry) як індустрії, пов'язаної з наданням широкого спектру послуг з організації різноманітних заходів ділової, культурно-розважальної, рекреаційної та спортивної спрямованості. Фахівці до ділових заходів відносять, перш за все, професійні виставки та ярмарки, спеціалізовані симпозиуми, конгреси, конференції, круглі столи тощо, події, спрямовані на обговорення професійних питань, демонстрацію досягнень, просування на ринки товарів, установа ділових контактів та укладання угод.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є характеристика теоретичних і практичних аспектів організації виставкової діяльності підприємств сфери туризму та гостинності. Необхідно обґрунтувати основні особливості виставкової діяльності туристичних і готельно-ресторанних підприємств, проаналізувати позитивні властивості просування туристичного продукту і готельно-ресторанних послуг через виставки.

Виклад основного матеріалу. Виставкова діяльність дає змогу використовувати всі можливі способи для захоплення ринку і досягнення оптимального результату діяльності підприємств туризму та гостинності.

Виставкова діяльність – це, з одного боку, величезний яскравий, ефектний спектакль і важка, кропітка щоденна робота – з іншого. Ця робота включає збір аналітичної і статистичної інформації, підготовку необхідного обладнання тощо [4].

В індустрії туризму та гостинності виставки є одним із засобів маркетингових комунікацій. Серед різних видів просування (реклама, формування громадської думки, персональні продажі) виставки визнані одним із найефективніших інструментів маркетингу, оскільки в них одночасно беруть участь і фахівці, і виробники, і споживачі. Це дає можливість учасникам паралельно вирішувати проблеми збуту, визначати коло покупців і партнерів.

Виставки є дієвим інструментом і формування політики ціноутворення, й аналізу продукту конкурента, і розроблення стратегії просування продукції та послуг, і вдосконалення самого туристського продукту та надання послуг.

Виставкові заходи займають особливе місце в маркетингу, надаючи підприємствам туризму та гостинності можливість одночасного розповсюдження й отримання необхідної інформації. Вони допомагають оцінити розвиток галузі, правильно зорієнтуватися у цінній політиці, перейняти досвід колег і, звичайно ж, отримати економічний ефект від участі, який може виражатися як у розширенні клієнтської бази фірм, так і в кількості укладених договорів з іншими підприємствами. Перевага також полягає й у тому, що підприємства туризму та гостинності (експоненти) володіють численними можливостями, щоб перетворити для клієнта відвідування виставки на свято за допомогою, наприклад, організації шоу-програм, вікторин, лотерей. Участь у роботі виставок і ярмарків є ефективним засобом формування маркетингових комунікацій підприємств туризму і гостинності, що включає такі елементи комплексу маркетингових комунікацій, як:

- реклама (друкована, виставки та ін.);
- пропаганда, особистий продаж (робота стендистів й стимулювання збуту (роздача сувенірів, надання знижок та ін.)) [5].

Організація виставок та ярмарків не лише задовольняє потреби суб'єктів економічної дія-

ності у представленні їхньої продукції, налагодженні ділових контактів та їх формалізації, а й служить способом ознайомлення широких верств населення з новими товарами чи послугами. Відповідно, суттєво урізноманітнюються регіональні ринки, забезпечується задоволення потреб різних суб'єктів економічної діяльності, а також зростають доходи місцевих бюджетів. Усе це зумовлює особливе поширення та інтенсифікацію виставково-ярмаркової діяльності й у нашій державі.

Попри швидкі темпи розвитку цієї сфери в Україні, накопичилися і стали помітними негативні явища: недостатній розвиток виставкової інфраструктури, непрозорість виставкового ринку та його розпорошеність, відсутність системи освіти підприємців, недостатня міжнародна участь в Україні, відсутність чіткої і прозорої політики щодо виставкових заходів. Існування такого суттєвого переліку проблемних питань зумовлює необхідність більш глибокого дослідження цієї сфери діяльності.

Сфера послуг сьогодні швидко розвивається, тому будь-які заходи, пов'язані з підвищенням її ефективності, призводять до загального економічного зростання і поліпшення макроекономічних показників. Сьогодні виставкова діяльність вимагає глибокого аналізу, оцінки чинників її розвитку та ефективності в різних сферах економіки, визначення цілей і завдань виставкового бізнесу в системі міжнародних економічних відносин.

Розглянемо основні особливості виставкової діяльності [1].

Однією з основних особливостей виставкової діяльності є те, що вона входить у сферу послуг. Але послуга, що надається виставками, незвичайна, оскільки є складною і багатофункціональною. Виробництво цієї послуги переслідує завжди кілька цілей, тому необхідно розподіляти виставкові послуги за важливістю ознак. Іноді це інформаційна ознака, іноді – ділові послуги (рекламна діяльність, банківське обслуговування), іноді – продаж експоната (товару або послуги) кінцевому споживачеві.

Другою особливістю є те, що виставкова діяльність відноситься до сфери ділових послуг. Для неї характерні ті ж особливості, що і для послуги взагалі.

Третя особливість полягає у тому, що будь-який виставковий захід є видом рекламної послуги і містить у собі такі властивості, як:

- імовірнісний характер досягнення корисного ефекту;
- індивідуальний характер надання послуг;
- недостатня передбачуваність реакції споживачів.

Наступна особливість полягає у тому, що виставка є елементом маркетингових комунікацій. Зазвичай до комунікацій у маркетингу відносять рекламу, стимулювання збуту, publicrelations і прямий маркетинг.

Виставкова діяльність є засобом рекламної послуги, хоча може розглядатися й як самостійний багатоцільовий вид послуг поряд із рекламними послугами і більше того – супроводжуваний ними. Однак домінуючою ознакою виставкової діяльності є її рекламна спрямованість. Тому необхідно розглядати специфіку рекламної послуги як виду спеціальної (ділової) послуги, маючи на увазі й виставкову діяльність як її різновид.

За всієї своєї різноманітності рекламні послуги мають ті ж чотири характеристики, що й усі послуги взагалі. Визначається це такими відомими ознаками, як невідчутність, нерозривність

виробництва і споживання послуги, неоднорідність або мінливість якості, нездатність рекламних послуг до зберігання. Зазвичай, приймаючи рішення про участь у виставці, намагаються вирішити кілька завдань, що стоять перед підприємствами індустрії туризму та гостинності [2]:

- демонстрація продукту, послуги: на виставці можливе подання великої кількості туристичного продукту і послуг; наочні матеріали про послуги і туристичний продукт (відеозаписи, каталоги, проспекти та ін.) можна показати великому колу фахівців і покупців;

- вивчення ринків збуту: на виставці можна вивчити попит на більшість туристичних продуктів, послуг, уточнити ринки збуту, визначити нові міжнародні ринки збуту.

На виставки, особливо міжнародні, зазвичай з'їжджаються представники фірм, підприємці, торгові агенти з усього світу, а також з усіх кінців України і ближнього зарубіжжя (у разі проведення виставки в Україні);

- реклама товарів, послуг: за правильно поставленою рекламою на виставці можуть відпрацюватися відразу кілька її видів: імідж-реклама, стабілізуюча реклама. Із погляду імідж-реклами виставка – прекрасне місце для зустрічі з представниками преси, комерсантами, фахівцями, керівниками різних міжнародних, державних і комерційних структур та об'єднань;

- збут туристичної продукції: виставка – вдале місце для укладення договорів про продаж, а також договорів про партнерство та співробітництво. Наприклад, на туристських виставках часто намагаються укласти контракти на оптовий продаж або купівлю турів;

- вивчення продукції конкурентів: на виставці вивчення продукції пов'язане з найменшими труднощами. Тут можливі безпосередні контакти з представниками конкуруючих фірм. Під час таких переговорів нейтральність території має великі переваги. Участь у виставках для туристських підприємств розглядається як перспективна діяльність із розширення партнерських зв'язків. Велика кількість учасників і публіки у щорічних заходах подібного роду підтверджує їх цінність для успішної роботи турпідприємства. Для того щоб виставки зайняли належне місце серед інструментів маркетингу, необхідний ретельний відбір: вибір по регіонах і цільових групах, а також відбір експонатів та персоналу. У світі виставок цей принцип відбору давно став визначальним. Особливо диференціація розвинена в Німеччині – країні виставок.

Вибір виставки відстежується завчасно на основі ретельного аналізу, оскільки в остаточному рішенні повинні бути враховані основні критерії, які до того потрібно системно оцінити. Спрощення у пошуках рішення, що базується на принципі «все конкуренти тут, тому ми теж повинні бути представлені», не повинно допускатися.

Для правильного вибору виставки потрібно визначити регіон і ринок збуту, тематику й час проведення виставки, проаналізувати історично сформовані зв'язки, продумати дилерську мережу для розповсюдження продукції.

Перш ніж цей вибір зробити, доцільно, за можливості, поетапно здійснити такий аналіз [3]:

1. Встановити ієрархію намічених підприємством ринків збуту відповідно до програми маркетингу; з'ясувати тип, радіус дії і час проведення ярмарків/виставок для кожного охопленого цими ринками регіону. Це дасть змогу відібрати най-

більш перспективний регіон продажів для конкретного продукту і виявити специфічні завдання проведених там виставок.

Кожна виставка, українська або міжнародна, проходить у конкретних регіонально-економічних та історичних умовах і «працює» на один або кілька ринків: місцевий, регіональний, національний, міжнародний (європейський та ін.), всесвітній. Чим більша й авторитетніша виставка, тим на більшу кількість ринків вона поширює свій вплив і тим краще участь у ній.

2. Сформулювати модель (образ) виставки/ярмарки відповідно до поставлених цілей: установити співвідношення місця і часу, вид експонатів, спосіб участі (із власними або орендованими стендами), зібрати інформацію про кожного цікавого у виставковому заході.

3. Оцінити відібрані заходи з позицій:

- кількісно-якісного складу експонатів-конкурентів;

- престижу виставки-ярмарки;

- зміни за часом провідних параметрів, включаючи зміни експозиційних площ;

- місця її проведення;

- вартості обов'язкових і додаткових виставкових послуг.

4. Вибрати відповідну виставку як результат збігу цілей маркетингу і можливостей, що відкриваються участі у виставці.

Якщо внутрішні можливості підприємства індустрії туризму та гостинності та цілі участі відповідають темі виставки, якщо на виставці представлений репрезентативний спектр пропонованих продуктів/послуг і при цьому охоплені цільові для підприємства групи покупців або виставка відкриває вихід на них, вибір буде ефективним.

Непрямими чинниками цього вибору є якісні характеристики місця проведення виставки/ярмарки, а саме:

- географічне положення і транспортне обслуговування;

- кількісний і якісний рівень послуг виставкового сервісу, готельного обслуговування та ін.;

- громадська безпека і стан криміногенної обстановки в місті або регіоні;

- доброзичливість місцевого населення;

- культурна і туристична інфраструктура;

- якісний рівень служб супроводу (митна служба, страхування, транспортні послуги, медичне обслуговування та ін.);

- можливості для здійснення покупок і розваг тощо.

Висновки і пропозиції. Значна кількість вітчизняних підприємств індустрії туризму і гостинності не бере самостійної участі у зарубіжних виставках (ярмарках) не тільки через слабкий рівень менеджменту, маркетингу, обмежені економічні можливості. Головною причиною є побоювання самостійних дій, оскільки економічна підтримка з боку держави є надто слабкою або її зовсім немає: у разі будь-яких негараздів підприємства можуть розраховувати тільки на благодійну допомогу та часто ще й із боку своїх іноземних конкурентів.

На нашу думку, жодне підприємство не матиме успіху, якщо:

- не створить менеджменту пристосування до структурних змін, спричинених вільним поширенням товарів і послуг;

- не усвідомить, що міжнародний ринок – це не замкнений простір, а відкрите середовище взаємодії комерційних пропозицій внутрішнього і зовнішнього ринків;

– не адаптує продукцію до конкурентних умов, каналів продажу, якості та цін, які формуються у новому глобальному економічному середовищі.

Вирішення зазначених проблем допоможе активізувати участь українських підприємств та

організацій у міжнародних виставках із метою розширення присутності вітчизняних товаровиробників на найбільш значних зовнішніх ринках і виходу на нові перспективні ринки збуту українських товарів та послуг.

Список використаних джерел:

1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности : учебное пособие. Москва : Дашков и К0, 2010. 228 с.
2. Вдовічена О.Г. Виставкова діяльність як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств регіону. *Перспективи і проблеми забезпечення розвитку відкритих конкурентоспроможних економічних систем в умовах глобалізації* : I Всеукраїнська наук.-практ. конф., 8–9 грудня 2011 р. Кривий Ріг, 2011. С. 35–37.
3. Пекар В.О. Основи виставкової діяльності : навчальний посібник. Київ : Євроіндекс, 2009. 348 с.
4. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности : учебник. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 447 с.
5. Сініціна О.В. Сучасні тенденції та стратегічні орієнтири розвитку виставкової діяльності в регіонах України. *Ефективна економіка*. 2011. № 6. С. 8–15.

References:

1. Berdyshev S. N. (2010). Organizatsiya vystavochnoy deyatel'nosti: ucheb. posobiye. [Organization of exhibition activities: textbook. allowance]. Corporation Dashkov and Co.
2. Vdovichena O. H. (2011). Vystavkova diyalnist yak faktor pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpriyemstv rehionu [Exhibition activity as a factor of increasing the competitiveness of enterprises of the region]. Prospects and problems of ensuring the development of open competitive economic systems in the conditions of globalization: I All-Ukrainian scientific-practical. Conf., December 8-9, 2011 Krivoy Rog, P. 35 – 37.
3. Pekar V. O. (2009). Osnovy vystavkovoy diyalnosti: navch. posib. dlyastud. vyshch. navch. zakl. VNZ «In-t reklamy»; Vyshcha shkola vystavkovoho menedzhmentu [Basics of exhibition activity: tool. for students. higher. teach. closed Institute of Advertising Advertising; High School of Exhibition Management]. Kyiv: Euroindex, 348 p.
4. Petelin V. G (2005). Osnovy menedzhmenta vystavochnoy deyatel'nosti [Fundamentals of exhibition management: textbook. for stud. universities]. Moscow. UNITY DANA.
5. Sinitsina O. V. (2011). Suchasni tendentsiyi ta stratehichni oriyentyry rozvytku vystavkovoy diyal'nosti v rehionakh Ukrainy [Modern tendencies and strategic orientations of development of exhibition activity in the regions of Ukraine]. An efficient economy. № 6. – P. 8-15.

Лысюк Т. В.

Терещук О. С.

Мельничук Р. В.

Восточноевропейский национальный университет
имени Леси Украинки

ОСОБЕННОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ, ГОСТИНИЧНЫХ И РЕСТОРАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

В статье исследованы основные аспекты развития выставочной деятельности как действенного инструмента в попытках предприятия информировать своих клиентов, модифицировать их поведение, привлечь внимание к предлагаемым услугам, создать положительный имидж самого предприятия. Определено, что выставочная деятельность в туризме и сфере гостеприимства очень важна, поскольку участие в выставках дает широкие возможности представить свою фирму и свой продукт, заключить контракты, найти новых партнеров, распространить информацию через широкий круг посетителей и журналистов, обменяться опытом работы. Обоснованы основные особенности выставочной деятельности, а именно одной из особенностей выставочной деятельности является то, что она входит в сферу услуг. Но услуга, предоставляемая выставками, необычная, поскольку является сложной и многофункциональной.

Ключевые слова: выставка, выставочная деятельность, ярмарка, реклама, маркетинг, маркетинговые коммуникации.

Lisyuk Tatiana
Tereshchuk Oksana
Melnychuk Roman

Lesya Ukrainka Eastern European National University

FEATURES OF EXHIBITION ACTIVITIES OF TOURIST AND HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES

Summary

The article explores the main aspects of the development of exhibition activity as the most effective tool in the enterprise's attempts to convey information to its customers, modify their behavior, attract attention to the services offered, and create a positive image of the enterprise itself. It is determined that exhibition activity in tourism and hospitality is very important, since participation in exhibitions gives a wide opportunity to present your company and your product, conclude contracts, find new partners, disseminate information through a wide range of visitors and journalists, exchange experience. The main purpose of the exhibition is defined, which is to help the consumer (potential tourist) and the tourist companies – the sellers of services to navigate a huge number of tourist offers, and on the other hand, to help the tour operator to find sales partners in other countries and regions qualitatively and quantitatively satisfy the requirements of the tour operator for sale. The basic features of exhibition activity are substantiated, namely that one of the features of exhibition activity is that it is included in the sphere of services. But the service provided by exhibitions is unusual, because it is complex and multifunctional. The production of this service always pursues several goals, so it is necessary to distribute exhibition services according to the importance of features. Sometimes it is an information feature, sometimes it is a business service (advertising, banking), in the third case – the sale of an exhibit (product or service) to the end consumer. The exhibition activity is analyzed as a means of advertising service, which can be considered as an independent multipurpose type of services along with advertising services and, moreover, accompanied by them. However, the dominant feature of the exhibition activity is its advertising orientation. Therefore, it is necessary to consider the specificity of the advertising service as a type of special service, referring to the exhibition activity as its kind. In all its variety, advertising services have the same four characteristics as all services in general. It is defined by such well-known signs as insensitivity, continuity of production and consumption of the service, heterogeneity or variability of quality, inability of advertising services to storage.

Keywords: exhibition, exhibition activity, fair, advertising, marketing, marketing communications.

УДК 338.656.1(73.31.75)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-26>

Мазур Ю. В.

ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»

РИНОК ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Досліджено сучасний стан транспортного ринку в Україні, обґрунтовано проблеми, які перешкоджають його ефективному функціонуванню, та визначено основні перспективи розвитку. Доведено, що темпи зміни транспортних перевезень є індикатором змін в економіці країн. Проведено кореляційний аналіз залежності між темпами зміни обсягу наданих послуг транспортною сферою та такими змінними, як: темп зміни випуску товарів і послуг (усього); оптова та роздрібна торгівля; переробна промисловість; добувна промисловість; сільське господарство; будівництво. За обсягом і структурою перевезених вантажів в Україні найбільшу питому вагу займає автомобільний транспорт – 69,2–73,4%, він має низку переваг порівняно з іншими видами транспорту: оптимальне співвідношення; мобільність; універсальність; швидкість доставки вантажу; контрольованість місцезнаходження автомобіля та його вантажу. Обґрунтовано основні напрями розвитку сфери перевезень вантажів.

Ключові слова: транспортний ринок, перевезення вантажів, обсяг перевезених вантажів, поштова та кур'єрська діяльність, транспортна стратегія розвитку.

Постановка проблеми. Транспорт здійснює різного роду зв'язки між виробництвом і споживанням, промисловістю й сільським господарством, видобувними та обробними підприємствами, економічними районами й населенням, отже, він є матеріальною базою суспільного поділу праці та впливає на весь процес розширеного відтворення, тривалість виробничого циклу, виробничі запаси.

Людство за період свого існування пережило як мінімум три транспортних революції, а нині має місце четверта: перша революція була пов'язана з винайденням колеса, друга – з використанням тягової сили тварин, третя – з винаходом і виготовленням транспортних засобів, що дало змогу зменшити час і витрати людських сил на вантажоперевезення; проявом четвертої транспортної рево-

люції є використання безпілотних вантажівок. Вантажоперевезення – це процес, унаслідок якого відбувається переміщення будь-яких об'єктів у задане місце за допомогою будь-якого транспорту. Нині вантажоперевезення є невіддільним елементом інфраструктури держави. Вони дають можливість здійснювати торгові угоди на різній відстані, сприяють розвитку економічних зав'язків і зростанню добробуту країни та її окремих регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку транспортної інфраструктури, ефективного функціонування ринку транспортних послуг досліджували багато вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких: А. Абрамов, Д. Бенсон, О. Бойко, А. Воркут, Б. Героніmus, О. Голиков, А. Вельможин, Є. Жуков, В. Загорський,

В. Іванов, В. Канарчук, Л. Канторович, В. Константинов, С. Кульчицький, В. Левин, Є. Лебідь, М. Макаренко, С. Мирошниченко, М. Окландер, А. Пасічник, Л. Харсун, В. Шинкаренко тощо.

Проте в наукових джерелах недостатньо уваги приділено аналізу сучасного стану та перспектив розвитку сучасного ринку перевезень вантажів, обґрунтуванню проблем, які перешкоджають його ефективному функціонуванню.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є аналіз сучасного стану транспортного ринку в Україні, обґрунтування проблем, які перешкоджають його ефективному функціонуванню, та визначення основних перспектив розвитку.

Виклад основного матеріалу. На думку М. Макаренка, транспортний ринок є системою економічних, технологічних та інших зв'язків, по-перше, між транспортом і його споживачами (клієнтурою), а по-друге, між видами транспорту й транспортними підприємствами [1]. О. Бойко вважає транспортний ринок інтегрованим поєднанням ринку транспортних послуг і того сектору транспортного ринку, де відбувається відтворення (виробництво) виробничо-ресурсного складника за сприятливого впливу ринково забезпечувальної інфраструктури [2].

Л. Харсун розглядає ринок транспортних послуг як співвідношення пропозиції і попиту на перевезення з боку підприємств, установ чи фірм, що виступають виробниками, споживачами, експортерами чи імпортерами, транспортними підприємствами та посередниками, котрі вступают в економічні та комерційно-правові взаємовідносини, регламентовані національними нормативними актами та міжнародними правовими нормами і торговими звичаями [3].

Основою транспортного ринку є транспортна система. Відповідно до статті 21 Закону України «Про транспорт», транспортна система повинна відповідати вимогам суспільного виробництва та національної безпеки, мати розгалужену інфраструктуру для надання всього комплексу транспортних послуг, у тому числі для складування і технологічної підготовки вантажів до транспор-

тування, забезпечувати зовнішньоекономічні зв'язки України [4].

Транспортна система України є однією з базових галузей економіки, але нині у цілому задовольняє лише основні потреби населення та економіки в перевезеннях за обсягом, але не за якістю [5]. Так, протягом 2014–2018 рр. на транспорт, складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність припадала невелика частка валового внутрішнього продукту: 6,1% – у 2014 р., 6,6% – у 2015 р., та 6,3% – у 2016–2018 рр. (табл. 1).

Суб'єктами ринку транспортних послуг є учасники транспортного процесу: виробники, замовники, покупці продукції, транспортні підприємства, посередники, що вступають в складні економічні та комерційно-правові взаємовідносини, які визначені різноманітними нормативними актами, регульовані національним законодавством, міжнародними правовими нормами та традиціями [7].

Пропозицію на ринку транспортних послуг створюють підприємства-перевізники. Динаміку кількості суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності «Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність» у 2014–2018 рр. представлено в табл. 2. Частка суб'єктів господарювання за транспортним сектором становила: у 2014 р. – 5,8%, у 2015 р. – 6,0%, у 2016 р. – 5,9%, у 2017 р. – 5,3%, у 2018 рр. – 4,9% у загальній кількості вітчизняних суб'єктів господарювання, причому їх кількість протягом 2014–2018 рр. зменшилася на 19,0%.

Особливістю ринку транспортних послуг України є переважання у цій сфері малих і мікросуб'єктів господарювання, їхня частка становить 82,2–87,5% до загальної кількості підприємств, що функціонують у цій сфері. А це є перешкодою для техніко-технологічного оновлення рухомого складу та активізації інноваційної діяльності внаслідок браку достатніх оборотних коштів (рис. 1, табл. 2).

Відповідно до Закону України «Про транспорт», єдину транспортну систему України становлять: транспорт загального користування

Таблиця 1

Динаміка виробленого ВВП та сектору «Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність» протягом 2014–2018 рр.

Показники	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Випуск товарів і послуг у ринкових цінах, млн грн	3558223,0	4488398,0	5420433,0	6719718,0	8035875,0
Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність, млн грн	217287,0	295634,0	341938,0	420484,0	503326,0
Частка сектору «Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність» у ВВП, %	6,1	6,6	6,3	6,3	6,3

Джерело: розроблено на основі [6]

Таблиця 2

Динаміка кількості суб'єктів господарювання (усього) та за сектором «Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність» у 2014–2018 рр.

Показники	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Усього суб'єктів господарювання, одиниць	1932161,0	1974439,0	1865631,0	1805144,0	1839672,0
Суб'єктів господарювання за сектором «Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність», одиниць	111807,0	119037,0	109334,0	95815,0	90591,0
у відсотках до загальної кількості	5,8	6,0	5,9	5,3	4,9
Підприємства, одиниць	14909,0	15148,0	13716,0	15252,0	16085,0
у відсотках до загальної кількості	13,3	12,7	12,5	15,9	17,8
Фізичні особи – підприємці, одиниць	96898,0	103889,0	95618,0	80563,0	74506,0
у відсотках до загальної кількості	86,7	87,3	87,5	84,1	82,2

Джерело: розроблено на основі [8]

(залізничний, морський, річковий, автомобільний і авіаційний, а також міський електротранспорт, у тому числі метрополітен); промисловий залізничний транспорт; відомчий транспорт; трубопровідний транспорт; шляхи сполучення загального користування [4].

Головна мета, пріоритети комплексного формування транспортної політики та ефективного державного управління, а також основні напрями розвитку транспортної сфери України знайшли своє відображення в Національній транспортній стратегії України на період до 2030 р. [5].

В Україні функціонує розгалужена мережа всіх видів транспорту: залізничний, автомобільний (наземні), морський, річковий, повітряний, трубопровідний, які тісно пов'язані між собою, взаємно доповнюють один одного та забезпечують перевезення вантажів і пасажирів. «Перевезення вантажів – загальний обсяг вантажів, який навантажено та транспортовано рухомим складом окремих видів транспорту (вантажними автомобілями, залізничними вагонами, річковими та морськими суднами, літаками) або трубопроводами, вимірюється в тоннах (перекачка газу, аміаку – в тоннах або кубічних метрах)» [9, с. 150]. Динаміку обсягу та структуру перевезених вантажів за

видами транспорту протягом 2014–2018 рр. представлено в табл. 3.

Інтенсивність вантажоперевезень залежить від стану та тенденцій розвитку економіки країни, активності її суб'єктів на внутрішньому і зовнішньому ринках. Динаміка розвитку вітчизняного сектору перевезень вантажів є відбиттям тенденції змін економічних показників: індексу ВВП, обсягу промислової та сільськогосподарської продукції, оптового та роздрібного товарообороту у 2010–2018 рр. (табл. 4).

Із метою статистичного дослідження (стохастичної) залежності між темпами зміни обсягу наданих послуг за сферою «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» і такими змінними, як: темп зміни випуску товарів і послуг (усього), обсягу продукції за видами економічної діяльності «Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство», «Добувна промисловість», «Переробна промисловість», «Будівництво», «Оптова та роздрібна торгівля» у 2010–2018 рр., нами проведено кореляційний аналіз.

Кореляційний аналіз – це статистичне дослідження між випадковими величинами, що застосовується для знаходження щільності зв'язку між випадковими величинами. Для визначення

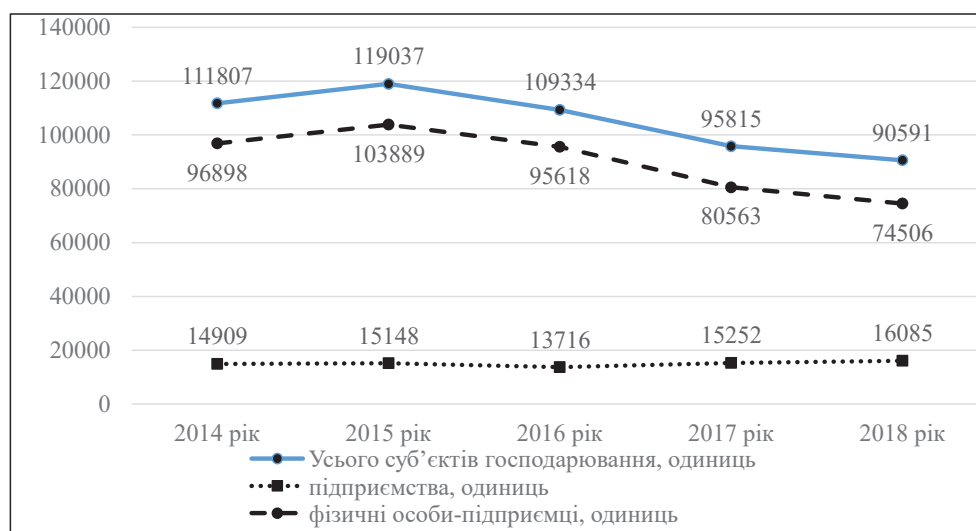


Рис. 1. Динаміка та структура кількості суб'єктів господарювання за сектором «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» у 2014–2018 рр.

Джерело: розроблено на основі [8]

Таблиця 3
Динаміка обсягу та структура перевезених вантажів за видами транспорту протягом 2014–2018 рр.

Рік	Залізничний	Морський	Річковий	Автомобільний	Авіаційний	Трубо-провідний
<i>Обсяг перевезених вантажів за видами транспорту, тис т</i>						
2014	386277	2805,3	3144,8	1131313	78,6	99679,5
2015	349995	3291,6	3155,5	1020604	69,1	97231,5
2016	343434	3032,5	3641,8	1085663	74,3	106729,2
2017	339551	2253,1	3640,2	1121674	82,8	114810,4
2018	322342	1892	3698	1205531	99,1	109418,2
<i>Структура перевезених вантажів усіма видами транспорту, %</i>						
2014	23,80	0,17	0,19	69,69	0,08	6,14
2015	23,74	0,22	0,21	69,22	0,07	6,59
2016	22,26	0,20	0,24	70,38	0,07	6,92
2017	21,46	0,14	0,23	70,90	0,07	7,26
2018	19,62	0,12	0,23	73,37	0,09	6,66

Джерело: розроблено на основі [9]

кореляційної функції розглядається випадкова величина – добуток відхилення значень x від його середнього Mx і відхилення y від свого середнього My . Якщо x і y незалежні, то $R_{xy} = 0$. Якщо x і y залежні, то, звичайно, $R_{xy} \neq 0$, причому в тих випадках, коли залежність повна, тоді або $R_{xy} = 1$ (x та y зростають одночасно), або $R_{xy} = -1$ (за збільшення однієї з них інша зменшується). Отже: $-1 \leq R_{xy} \leq 1$ [10].

Отримані коефіцієнти кореляції показали значну залежність між темпами зміни обсягу наданих послуг у транспортній сфері й такими змінними, як: темп зміни випуску товарів і послуг (усього) ($R=0,893889$); оптова та роздрібна торгівля ($R=0,788962$); переробна промисловість ($R=0,783736$); добувна промисловість ($R=0,715929$); сільське господарство ($R=0,649843$), будівництво ($R=0,636368$).

За обсягом і структурою перевезених вантажів по суші на короткі й середні відстані найбільшу питому вагу займає автомобільний транспорт – 69,2–73,4%, причому його частка зростає на 3,68 в. п. протягом 2014–2018 рр.; також відбулося незначне збільшення частки трубопровідного транспорту, річкового та авіаційного транспорту – відповідно на 0,52 в. п., 0,03 в. п. і 0,01 в. п. Разом із тим питома вага залізничних та морських перевезень зменшилася відповідно на 4,18 в. п. і 0,06 в. п. (рис. 2).

Затребуваність автомобільного транспорту пояснюється тим, що даний вид транспорту має низку переваг порівняно з іншими видами транспорту:

- оптимальне співвідношення показників – оперативність доставки/вартість, більша оперативність можлива лише повітряним транспортом, але вартість перевезення вантажів у 3–5 разів дорожче;

- мобільність – автомобільні перевезення не обмежені розкладом відправлень як, наприклад, перевезення залізницею; не залежать від погодних умов; існує можливість доставки вантажів у будь-яке місце країни чи регіону завдяки розгалуженій мережі магістралей та використанню технології перевезень «від дверей до дверей» і логістичній концепції «точно в строк»;

- універсальність – автомобілем можна доставляти будь-які вантажі: небезпечні й негабаритні, рідини та продукти, які вимагають особливого температурного режиму;

- швидкість доставки вантажу – навіть великогабаритний і місткий автомобіль розвиває значну швидкість руху;

- контрольованість місцезнаходження автомобіля та його вантажу (супутникові системи контролю руху дають можливість розрахувати точний час прибуття вантажу та інформувати відправника й одержувача про його місцезнаходження).

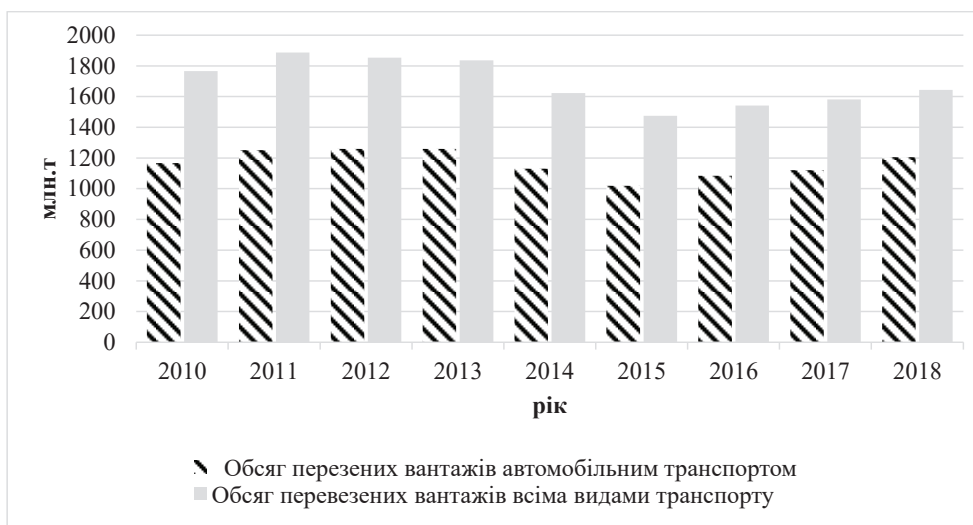


Рис. 2. Обсяг перевезених вантажів автомобільним і всіма видами транспорту протягом 2010–2018 рр.

Джерело: побудовано на основі [9]

Таблиця 4

Темп зміни обсягу ВВП та випуску продукції основних видів економічної діяльності протягом 2011–2018 рр. (% до попереднього року)

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Випуск товарів і послуг (усього)	121,4	106,2	100,8	109,1	126,1	120,8	124,0	119,6
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	133,9	103,2	117,3	124,2	146,6	117,3	110,9	119,9
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	131,4	97,1	101,6	101,5	119,2	136,3	135,6	120,7
Переробна промисловість	119,7	100,4	92,7	110,4	123,6	121,0	123,7	114,1
Будівництво	120,4	111,8	93,8	97,2	116,0	127,4	135,9	131,1
Оптова та роздрібна торгівля	122,5	110,0	102,3	113,2	124,0	117,5	129,0	115,1
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	127,3	103,1	103,6	98,8	136,1	115,7	123,0	119,7

Джерело: розроблено на основі [6]

Висновки і пропозиції. Потенціал України на міжнародному ринку транспортних послуг досить високий. Але низка проблем перешкоджає розвитку даної сфери діяльності в Україні, серед яких можна назвати такі: низька якість транспортної інфраструктури; корупція в секторі будівництва автошляхів, що є наслідком неефективного управління сферою діяльності; найгострішою проблемою, яка пов'язана з якістю автошляхів, є безпека дорожнього руху; забруднення автотранспортом навколишнього середовища викидами шкідливих газів і транспортний шум; технологічне відставання транспортної інфраструктури; низький рівень впровадження сучасних технологій на автомобільному транспорті; відсутність вагового контролю; недотримання принципів добросовісної конкуренції на ринку автоперевезень вантажів; невідповідність європейським вимогам доступу до ринку тощо.

В умовах реформування економіки України необхідна виважена державна транспортна політика, яка враховувала б особливості сфери діяльності та її роль у процесах економічних і соціальних перетворень.

Отже, для сталого розвитку сфери перевезень вантажів в Україні необхідні: вдосконалення управління транспортною системою; впровадження вимог Хартії якості міжнародних автомобільних вантажних перевезень, контроль над виконанням вимог ЄС щодо рухомого складу та соціальних гарантій працівників транспорту; дотримання принципів чесної конкуренції на ринку автоперевезень вантажів та у сфері будівництва і реконструкції доріг; впровадження сучасних інноваційних технологій; забезпечення ефективного контролю безпеки дорожнього руху; впровадження енергозберігаючих та екологічних технологій.

Список використаних джерел:

1. Макаренко М.В. Основи управління економічними процесами на залізничному транспорті України. Київ : КУЕТТ, 2003. 478 с.
2. Бойко О.В. Структура транспортного ринку: основні та забезпечуючі складові. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2010. № 44.
3. Харсун Л.Г. Міжнародні детермінанти формування транспортного забезпечення зовнішньої торгівлі країни. *Ефективна економіка*. 2012. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1557> (дата звернення: 19.02.2020).
4. Про транспорт : Закон України від 10.11.1994 № 232/94-ВР, чинний, поточна редакція. URL : https://kodeksy.com.ua/pro_transport.htm (дата звернення: 21.02.2020).
5. Національна транспортна стратегія України на період до 2030 р. : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 травня 2018 р. № 430-р. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80#n13> (дата звернення: 15.02.2020).
6. Валовий внутрішній продукт (у фактичних цінах). *Державна служба статистики України*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2020).
7. Брайковська А. Дослідження особливостей формування ринку транспортних послуг як середовища функціонування підприємств. *Економіст*. 2012. № 9. С. 50–54. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_9_14 (дата звернення: 21.02.2020).
8. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності. *Державна служба статистики України*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2020).
9. Транспорт і зв'язок України – 2018 : статистичний збірник / Відп. за вип. О. Мислінський. Київ, 2019. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2020).
10. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник. Москва : Проспект, 2007. 424 с.

References:

1. Makarenko M. (2003) *Osnovi upravlinnya ekonomichnimi protsesami na zalsznichnomu transports Ukrayini* [Fundamentals of economic processes management on Ukrainian railways]. Kiyivskiy un-t ekonomiki s tehnology transportu. Kiyiv: KUETT. (in Ukrainian)
2. Boyko O. (2010) *Struktura transportnogo rinku: osnovni ta zabezpechuyuchi skladovi* [Structure of the transport market: basic and supporting components]. *Visnik Chernigivskogo derzhavnogo tehnologichnogo universitetu*, № 44. (in Ukrainian).
3. Harsun L. (2012) *Mizhnarodni determinanti formuvannya transportnogo zabezpechennya zovnishnoyi torglivl krayini*. [International Determinants of the Formation of Foreign Trade Transportation Assistance]. *Efektivna ekonomika. Elektronne naukovе fahove vidannya Akademiyi munitcipalnogo upravlinnya*, № 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1557> (accessed 19 February 2020).
4. Pro transport [About transport]. *Zakon Ukrayini vid 10.11.1994. № 232/94-VR chinni, potochna redaktsiya*. Available at: https://kodeksy.com.ua/pro_transport.htm (accessed 21 February 2020).
5. Kabinet ministriv Ukrainy. (2018). *Natsionalna transportna stratehiia Ukrainy na period do 2030 roku* [National Transport Strategy of Ukraine till 2030]. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80#n13> (accessed 15 February 2020).
6. Derzhavna sluzhba statistiki Ukrayini. *Valoviy vnurishniy produkt (u faktichnih tsinah)* [Gross domestic product (at actual prices)]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 15 February 2020).
7. Braykovska A. *Doslidzhennya osoblivostey formuvannya rinku transportnih poslug yak seredovischa funktsionuvannya pidpriemstv transportu* (2012) [Research of features of formation of the market of transport services as an environment of functioning of transport enterprises]. *Ekonomist*. 2012. № 9. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_9_14 (accessed 21 February 2020).
8. *Kilkist sub'ektiv gospodaryuvannya za vidami ekonomichnoyi diyalnosti za 2018 rik* [Number of economic entities by type of economic activity]. *Statistichniy zbirnik*. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm (accessed 15 February 2020).
9. Derzhavna sluzhba statystyki Ukrainy (2019). *Transport i zviazok Ukrainy – 2018* [Transport and communications of Ukraine – 2018] *Statystichnyi zbirnyk*. Statistical collection. State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 15 February 2020).
10. Kovalev V., Volkova O. (2007) *Analiz hozyaystvennoy deyatelnosti predpriyatiya: ucheb* [Analysis of the economic activity of the enterprise]. Moskva: TK Velbi, izd-vo Prospekt. (in Russian).

Мазур Ю. В.

Учебно-научный институт менеджмента, экономики и финансов
ЧАО «ВУЗ «Межрегиональная Академия управления персоналом»

РЫНОК ПЕРЕВОЗОК ГРУЗОВ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Резюме

Исследовано современное состояние транспортного рынка в Украине, обоснованы проблемы, которые препятствуют его эффективному функционированию, и определены основные перспективы развития. Доказано, что темпы изменения транспортных перевозок являются индикатором изменений в экономике стран. Проведен корреляционный анализ зависимости между темпами изменения объема предоставленных услуг транспортной сферой и такими переменными, как: темп изменения выпуска товаров и услуг (всего), оптовая и розничная торговля; перерабатывающая промышленность; добывающая промышленность; сельское хозяйство, строительство. По объему и структуре перевозимых грузов в Украине наибольший удельный вес занимает автомобильный транспорт – 69,2–73,4%, он имеет ряд преимуществ по сравнению с другими видами транспорта: оптимальное соотношение; мобильность; универсальность; скорость доставки груза; контролируемость местонахождения автомобиля и его груза. Обоснованы основные направления развития сферы перевозок грузов.

Ключевые слова: транспортный рынок, перевозки грузов, объем перевезенных грузов, почтовая и курьерская деятельность, транспортная стратегия развития.

Mazur Juliia

Educational and Scientific Institute of Management, Economics and Finance
JSC “Higher Education Institution
“Interregional Academy of Personnel Management”

THE CARGO MARKET: THE CURRENT SITUATION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Summary

State of the transport market in Ukraine is investigated, the problems that hinder its effective functioning and the basic prospects of development are substantiated. The peculiarities of the market of transport services of Ukraine are determined; this is the predominance of small and micro-entities, their share is from 82,2-87,5% to the total number of enterprises operating in this field. It is proved that the rate of change of transportation is an indicator of changes in the economy of the countries. Correlation analysis between the rate of change in the volume of services rendered by the sphere “Transport, warehousing, postal and courier activities” and such variables as: the rate of change in the volume of output of goods and services (total) ($R = 0,893889$); wholesale and retail trade ($R = 0,788962$); manufacturing ($R = 0,783736$); mining ($R = 0,715929$); agriculture ($R = 0,649843$); construction ($R = 0,636368$) showed significant dependence. In terms of volume and structure of goods transported in Ukraine, the largest share is occupied by road transport – 69,2-73,4%, it has several advantages in comparison with other modes of transport: optimum ratio; mobility; versatility; speed of delivery of cargo; controllability of the location of the car and its load. But a number of problems hinder the development of this area of activity in Ukraine, among which are the following: poor quality of transport infrastructure; corruption in the road construction sector; technological backlog of transport infrastructure; low level of implementation of modern technologies in road transport; lack of weight control on; non-observance of the principles of fair competition in the freight transportation market; non-compliance with European market access requirements, etc. The basic directions of development of sphere of freight transportation are substantiated: improvement of management of the transport system; implementation of the requirements of the Charter of Quality of international road haulage, control over the fulfillment of EU requirements on rolling stock and social guarantees of transport workers; observance of the principles of fair competition in the freight transportation market; introduction of modern innovative technologies; ensuring effective control of road safety; introduction of energy saving and environmental technologies.

Keywords: transport market, cargo transportation, volume of goods transported, postal and courier activities, transport development strategy.

УДК 339.138:65.012.61

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-27>Ніколайчук Ю. Ю.
Язвінська Н. В.Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**ВНУТРІШНІЙ МАРКЕТИНГ: ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ, ЦІННІСТЬ,
ЧИННИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ**

У статті розглянуто еволюцію поглядів на внутрішній маркетинг, систематизовано позиції щодо внутрішнього маркетингу різних наукових шкіл та основні аспекти внутрішнього маркетингу, які вони наголошують. Визначено цілі та проаналізовано основні чинники впровадження та розвитку внутрішнього маркетингу на підприємстві. Зазначено, які навички особистої та професійної ефективності будуть корисними для збільшення якісної комунікації між співробітниками та збільшення синергії на підприємстві для досягнення більшого економічного ефекту. Досліджено цінність внутрішнього маркетингу для підприємства та різних контактних груп підприємства. Визначено ролі топ-менеджменту, маркетингової служби та служби управління персоналом в управлінні внутрішнім маркетингом на підприємстві; розглянуто, коли необхідно впроваджувати та розвивати внутрішній маркетинг на підприємстві. Показано взаємозв'язок впровадження та розвитку внутрішнього маркетингу та управління знаннями на підприємстві. Практичне значення статті вбачаємо у тому, що розвиток методології управління внутрішнім маркетингом розширює можливості підвищення ефективності діяльності та конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: внутрішній маркетинг, управління маркетингом, впровадження та розвиток внутрішнього маркетингу.

Постановка проблеми. Через постійні зміни на ринку підприємствам украї важливо змінюватися, щоб залишатися конкурентоспроможними. Починаючи з розвитку концепції соціально-етичного маркетингу маркетинг більше не займається виключно розвитком конкурентних переваг, а стурбований задоволенням потреб і окремого споживача, і співробітників компанії, і суспільства загалом. Однією з таких концепцій маркетингу є внутрішній маркетинг, але не всі компанії розуміють його переваги та спосіб впровадження, зокрема через брак теоретико-методичного забезпечення цього процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Внутрішній маркетинг досліджували такі зарубіжні науковці: Л. Беррі, А. Парасураман, К. Лавлок, П. Друкер, Ф. Котлер, К. Гронроос, П. Войма. Серед українських науковців важливими є ідеї та розробки А.В. Войчак, А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, О. Окуневої, О. Третяк, М. Сагайдак.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявні дослідження внутрішнього маркетингу українськими та зарубіжними науковцями, сьогодні бракує системної методології впровадження та розвитку внутрішнього маркетингу на підприємстві.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розвиток теоретико-методичного забезпечення впровадження внутрішнього маркетингу на підприємстві. Для виконання дослідження було використано такі методи: аналіз, синтез, моделювання, логічний підхід, опис та інтерпретація.

Виклад основного матеріалу. У забезпеченні сталого розвитку будь-якого підприємства та підвищенні ефективності його ринкової діяльності зокрема значну роль відіграє задоволеність співробітників своєю роботою, ставленням до неї, ставленням до підприємства та колег, а також можливостями співробітника виконувати добре свою роботу. Саме на ці важливі аспекти спрямований внутрішній маркетинг.

Теорія внутрішнього маркетингу бере свій початок із моменту першої згадки про неї в наукових виданнях наприкінці 1970-х років. Далі до

формування та розвитку цієї теорії були причетні багато наукових шкіл, у яких можна знайти як узгодженості, так і заперечності.

Уперше термін «внутрішній маркетинг» використав Леонард Беррі у 1976 р. Він був представником американської школи маркетингу послуг, яка започаткувала філософію «ставлення до працівника як до внутрішнього клієнта» та спрямувала увагу на працю в організації як на певний продукт [1, с. 450].

Розвиваючи цю тезу та філософію, представники американської школи маркетинг-менеджменту розглянули цю концепцію з управлінського погляду. Тож вони розглядали внутрішню маркетингову діяльність як об'єкт менеджменту і сформували рекомендації для менеджерів щодо застосування внутрішнього маркетингу на підприємстві. Філіп Котлер дає таке визначення: «Внутрішній маркетинг – забезпечення прийняття належних маркетингових принципів усіма працівниками організації, й особливо її вищим керівництвом» [2, с. 38].

Скандинавська школа послуг сформувала власну модель внутрішнього маркетингу, яка базується на застосуванні загального управління якістю на сервісному підприємстві. П. Войма та К. Гронроос формують власне визначення внутрішнього маркетингу. Внутрішній маркетинг із погляду відносин – це процес визначення, встановлення, підтримки, розвитку і, якщо потрібно, завершення відносин із працівниками й іншими внутрішніми споживачами на всіх рівнях організації з метою задоволення вимог усіх задіяних сторін, що досягається через обмін взаємними зобов'язаннями та їх виконанням [3, с. 1036].

Учені української школи маркетингу також підходили до визначення внутрішнього маркетингу. Слід відзначити, що сучасний етап розвитку маркетингу в Україні можна визначити як холистичний, складником якого є й внутрішній маркетинг, отже, його варто розглядати як інструмент ефективної реалізації зовнішньої стратегії [4]. А.В. Войчак та І.Л. Решетнікова визначають, що внутрішній маркетинг націлений на

контактний персонал фірми і призначений для створення таких мотиваційних та організаційних умов праці, які б активно сприяли функціональній якості обслуговування [5, с. 21].

Розглянувши попередні точки зору, можемо визначити, що внутрішній маркетинг є елементом корпоративної культури, його використовують для мотивації співробітників, співпраці між відділами, впровадження інновацій та поліпшення якості продукції й більш ефективного спілкування з клієнтами.

Важливим є визначення С. Суслівим основних аспектів внутрішнього маркетингу [6, с. 8]:

1) спосіб внутрішньої комунікації, метою якого є забезпечення працівників інформацією та отримання їх підтримки цілей організації;

2) інструмент залучення та мотивації персоналу;

3) метод розвитку та реалізації високих стандартів якості обслуговування клієнтів;

4) підхід до управління сприйняттям інновацій усередині організації, механізму ефективної реалізації стратегії, досягнення ринкових цілей компанії;

5) взаємодія на внутрішньому ринку організації між постачальниками (працедавцями) та покупцями (працівниками).

Розглянувши існуючі погляди, можемо зазначити, що головною метою внутрішнього маркетингу є формування трудового колективу, команди однодумців-професіоналів, які однаково розуміють мету та завдання, цілі підприємства, усвідомлюють власну відповідальність за їх досягнення, згодні докласти достатньо зусиль для досягнення мети. За добре налаштованого внутрішнього маркетингу кожен працівник розуміє, яку цінність він приносить компанії і за що відповідає, як його робота та комунікація впливають на колега та їхню роботу, тому зацікавлений якісно виконувати покладені на нього завдання, ефективно комунікувати з робочих питань та вдосконалювати свій професіоналізм. Разом із цим через взаємодію з позитивно налаштованими, конструктивними, ефективними, високомотивованими професіона-

лами-колегами кожен співробітник підприємства отримує підвищення загального рівня задоволення від своєї роботи, підтримку, посилення мотивації та ентузіазму. Тобто можна казати про взаємодію у рамках парадигми «виграв – виграв». При цьому позитивний досвід такої співпраці дає змогу змінити очікування від життя і діяти у рамках співробітництва, а не конкуренції. Це сприятиме підвищенню рівня якості життя співробітників, їх задоволенню життям та інвестуванню в особистісний розвиток.

Упровадження та розвиток внутрішнього маркетингу на підприємстві пов'язані з рівнем навиків особистої ефективності усіх співробітників підприємства. Ці навички систематизував, класифікував та розкрив Стівен Кові, назвавши їх навичками високоєфективних людей [7]. Цікаво відзначити, що подальший розвиток цих навиків відбувається без вкладення значних зусиль. Поява взаємної, кругової залежності роботи підвищує відповідальність. Висловити непопулярну думку, яка стане неочікуваним вирішенням проблеми або виходом із ситуації, може колега, який безпосередньо незадіяний у даній діяльності, тому має інший набір знань і при цьому не чекає, поки до нього звернуться, а проактивно діє. Можливість зрозуміти колега показує спільний шлях досягнення однієї й тієї ж цілі. І додатково кожній людині приємно, коли її розуміють та дослухаються, отже, соціально-психологічний клімат у колективі стає приємнішим.

Також розвиток внутрішнього маркетингу потребує заохочення особистих перемог співробітників, які ведуть до спільної перемоги робочої команди та підприємства. Знання цього кожним співробітником і відповідне прагнення до таких перемог максимальної кількості співробітників є важливою рухомою силою, яку створює внутрішній маркетинг.

Забезпечення за рахунок внутрішнього маркетингу якісної взаємодії всіх співробітників та відділів підприємства створює синергію, отже, вся команда працює ефективніше, а підприємство досягає вищих результатів.

Таблиця 1

Еволюція поглядів щодо внутрішнього маркетингу

Наукова школа	Представники	Аспекти внутрішнього маркетингу, які отримали увагу
Американська школа маркетингу	Леонард Беррі	– ставлення до працівника як до внутрішнього клієнта; – праця в організації як продукт
	Філіп Котлер	– внутрішня маркетингова діяльність як об'єкт менеджменту; – забезпечення прийняття належних маркетингових принципів усіма працівниками організації, й особливо її вищим керівництвом
Скандинавська школа маркетингу	Пейви Войма, Крістіан Гронпроос	– внутрішній маркетинг як процес визначення, встановлення, підтримки, розвитку і завершення відносин із працівниками й іншими внутрішніми споживачами на всіх рівнях організації; – задоволення вимог усіх сторін досягається через обмін взаємними зобов'язаннями та їх виконанням
Українська школа маркетингу	О.В. Окунєва	– внутрішній маркетинг як інструмент ефективної реалізації зовнішньої стратегії
	А.В. Войчак, І.Л. Решетнікова	– націлений на контактний персонал фірми; – призначений для створення мотиваційних та організаційних умов праці; – активно сприяє функціональній якості обслуговування
	Авторське бачення	– забезпечення прийняття та безпосередня інтеграція в робочий процес належних маркетингових принципів усіма працівниками організації починаючи з вищого керівництва; – сприяє розвитку навиків високої ефективності усіма співробітниками; – заохочує особисті перемоги співробітників, які ведуть до спільної перемоги робочої команди та підприємства; – забезпечує якісну взаємодію всіх співробітників та відділів підприємства для створення синергії у загальній ефективності підприємства; – підвищує рівень задоволеності життям та загальною якістю життя співробітників підприємства; – приносить користь не лише співробітникам та власникам підприємства, а й усім учасникам ринку

З огляду на те, що внутрішній маркетинг відноситься до холистичної концепції маркетингу, можна стверджувати, що цей інструмент буде приносити користь усім учасникам ринку. Цінність внутрішнього маркетингу для різних категорій при цьому буде різною. Наприклад, для топ-менеджменту компанії можна відзначити підвищення ефективності виконання поставлених цілей, утримання сильної корпоративної культури, яка буде зосереджена на цінності кожного співробітника, взаємоповазі.

Для лінійних менеджерів цінність внутрішнього маркетингу може полягати в кращому розумінні своїх підлеглих. Завдяки цьому з'являється можливість скласти команди, які зможуть працювати з кращим результатом, відійти від конкуренції до співпраці, і це можливо за розуміння того, що те, до чого прагне кожен – частина загальної мети. Так само збільшується самостійність співробітників. Вони стають більш підконтрольними один одному, отже, з'являється можливість вибудувати міцніші та ефективніші горизонтальні відносини.

Для самих співробітників цінність полягає у тому, що вони більше не виступають як гвинтики однієї величезної системи, а важливі як окремі особистості. Їх готові слухати, їм готові давати бажане, враховується їхній потенціал, можливості та прагнення. Самі співробітників вибудовують між собою зручніші зв'язки, вони можуть легше, швидше і в кращій формі отримати дані, інформацію або інші потрібні ресурси,

На клієнтах внутрішній маркетинг відбивається здебільшого опосередковано, завдяки більш злагодженій роботі на підприємстві та вищій задоволеності своєю роботою та життям усіх співробітників підприємства. Незважаючи на опосередкованість впливу внутрішнього маркетингу на клієнтів підприємства, він є значним щодо ринкових результатів та сталості розвитку підприємства. При цьому не можна не відзначити, що

співробітники, які безпосередньо спілкуються з клієнтами, водночас діляться своїм ставленням до компанії. І коли вони задоволені, самі хочуть і споживають товар або послугу, яку виробляє їхня компанія, це позитивно впливає й на клієнтів підприємства.

Цінність внутрішнього маркетингу для суспільства можна відзначити тим, що кожна окрема вдоволена особистість у цілому робить суспільство більш задоволеним.

Цінність внутрішнього маркетингу для різних контактних груп зображено на рис. 1.

Для ефективного впровадження та розвитку внутрішнього маркетингу необхідна узгоджена взаємодія вищого керівництва маркетингової служби та служби управління персоналом (рис. 2).

Забезпеченням співпраці відділів повинен займатися топ-менеджмент підприємства. Служба управління персоналом починаючи з моменту працевлаштування співробітників покликана сформувати у кожного розуміння важливості якісної взаємодії між співробітниками підприємства, забезпечити прийняття ними належних принципів маркетингу та вміння їх застосовувати в безпосередньому виконанні своїх посадових обов'язків та взаємодії з колегами та іншими контактними аудиторіями. Важливо, щоб кожен співробітник підприємства розумів, що будь-яка особа з його робочих контактних аудиторій (колега, начальник, підлеглий, представник партнерської організації, споживач чи хтось інший) є його безпосереднім клієнтом/споживачем, а отже, мав би на меті забезпечити високу задоволеність цієї особи від взаємодії та її високу лояльність.

На етапі впровадження внутрішнього маркетингу на підприємстві роль служби управління персоналом також полягає у тому, щоб у цілому співробітники були зацікавлені у зміні звичної структури роботи, готові змінюватися і навчатися неспецифічним методам роботи, незнайомим інструментам. Тут варто зацікавити працівників

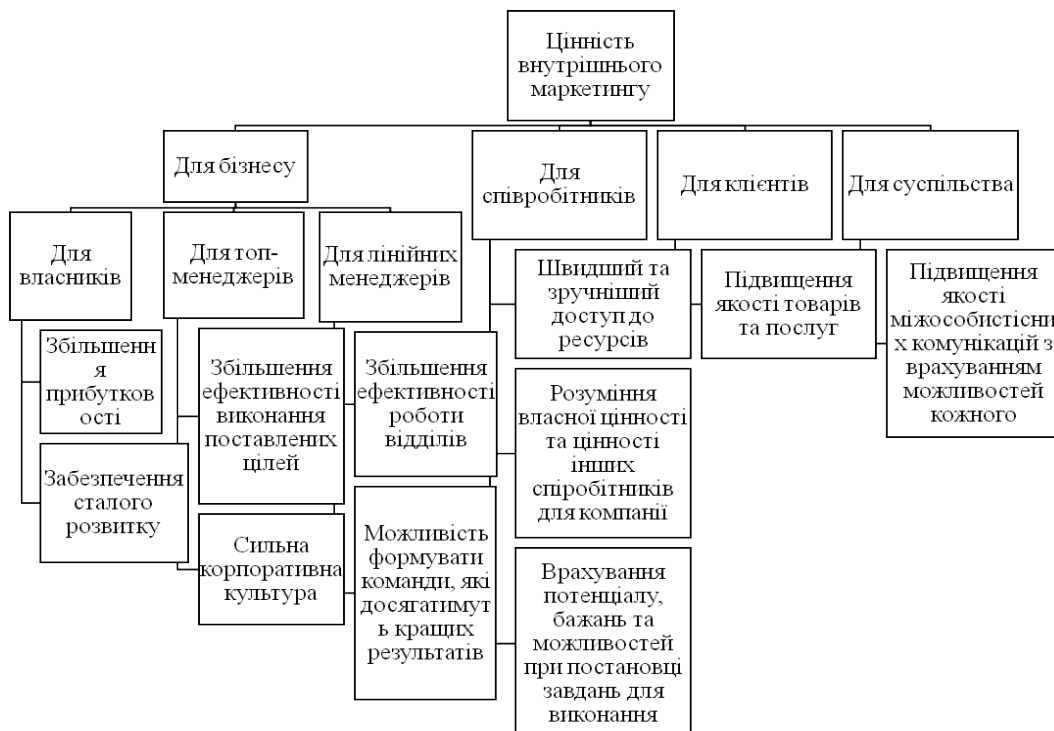


Рис. 1. Цінність внутрішнього маркетингу



Рис. 2. Упровадження внутрішнього маркетингу на підприємстві

шукати інноваційні підходи, що мають вдосконалити їх робочий процес, процес створення, просування і збуту продукції або послуг. Така інноваційна діяльність більш ефективна, ніж «спущені зверху» вказівки. По-перше, тому, що ці ідеї формуються безпосередньо на основі власних спостережень і є більш практичними та дієвими. По-друге, пошук цих інсайдів робить співробітника більш уважним до деталей та відповідальним. По-третє, можливість проявити себе та ініціативу слугує додатковою мотивацією.

Необхідність упровадження внутрішнього маркетингу керівництво кожної компанії має вирішувати самостійно, адже різні підприємства знаходяться на різних етапах розвитку. Але найкраще для компанії – це запроваджувати внутрішній маркетинг від самого початку створення. Це допоможе одразу вибудувати ланцюг цінності, якісних взаємовідносин між співробітниками, що матиме вплив на зовнішнього клієнта, адже працівники, які задоволені своєю роботою, виконують свої обов'язки краще і завзятіше розповідатимуть про переваги компанії та продукту

Якщо компанія знаходиться на переломному моменті й очевидно, що зміни необхідні, варто розглянути різні концепції, які можуть допомогти компанії розвиватися. Звісно, компанії, які вже давно функціонують на ринку і прагнуть отримувати кращі результати, шукають нові методи функціонування підприємства. Компанії, які готові до змін, одним із напрямів реінжинірингу можуть розглядати впровадження та розвиток внутрішнього маркетингу. Готовність підприємства до змін визначають самі власники або топ-менеджмент. Упровадження і розвиток внутрішнього маркетингу є доречним також у кризовий час. Варто відзначити, що виникнення кризи часто викликане комплексом чинників, тому і вихід із кризи забезпечується комплексними рішеннями та діями. У цей момент компанія має вибрати век-

тор свого подальшого розвитку, і зміни у внутрішніх комунікаціях добре вписуються у загальний формат змін.

Важливою передумовою ефективного впровадження та розвитку внутрішнього маркетингу на підприємстві є наявність на підприємстві (у керівництва та співробітників) компетенції управління знаннями.

Для успішного впровадження і розвитку внутрішнього маркетингу топ-менеджмент має розуміти, що в основу підвищення ефективної взаємодії між співробітниками будуть покладені знання. Ці знання акумулюються у всіх співробітників і можуть використовуватися у різних сферах. Важливою передумовою успішного генерування нових ідей, трансформацій старих технологій є обмін знаннями.

Управління знаннями передбачає навчання, обмін інформацією, розроблення та застосування інформаційних технологій та систем, системи наставництва та тісно пов'язане з розвитком корпоративної культури і створенням спільнот професіоналів.

Погоджуємося з О.В. Венгеровою [8] у тому, що для управління знаннями на підприємстві конструктивним є застосування моделі SECI, запропонованої І. Нонакі та Х. Такеучі [9]. Застосування на підприємстві даної моделі сприяє впровадженню та розвитку внутрішнього маркетингу.

Можна відзначити, що нові знання з'являються у працівників весь час у процесі їхньої роботи, тому процес управління знаннями слід запровадити на постійній основі. Цей обмін є важливим у внутрішньому маркетингу, але також необхідно враховувати особисті та професійні компетенції співробітників, їх вмотивованість та ресурсність.

Висновки і пропозиції. Результати проведеного дослідження вказують, що внутрішній маркетинг варто розглядати як важливий елемент корпоративної культури, який за повної інтеграції в

робочий процес усіма працівниками сприяє підвищенню ефективної роботи кожного окремо взятого співробітника, забезпечує якісну взаємодію всіх співробітників та відділів підприємства, що сприяє сталому розвитку підприємства, збільшенню його

ефективності, конкурентоспроможності та прибутковості. Також варто відзначити цінність внутрішнього маркетингу не лише для співробітників, топ-менеджменту та власників окремого підприємства, а й для всіх учасників ринку.

Список використаних джерел:

1. Mohammed Rafiq. Advances in the Internal Marketing Concept: Definition, Synthesis and Extension. *Journal of Services Marketing*. 2000. Vol. 14. № 6. P. 449–462.
2. Котлер Ф., Джайн Д., Мэйсинс С. Маневры маркетинга. Современные подходы к прибыли, росту и обновлению. Москва : Олимп-Бизнес, 2003. 224 с.
3. Внутренний маркетинг – перспектива партнерских отношений / П. Войма и др. ; под ред М. Бейкера. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 1200 с.
4. Окунева О.В. Генезис концепції внутрішнього маркетингу. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2011. № 7. С. 50–54.
5. Маркетинг / А.Ф. Павленко та ін. Київ : КНЕУ, 2008. 600 с.
6. Суслов С.С. Формирование и развитие системы управления внутренним маркетингом в сфере общественного питания : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Санкт-Петербург. 2012. 22 с.
7. Кови С. 7 навыков высокоэффективных людей / пер. с англ. О.М. Кириченко. Москва : Альпина Паблишер, 2019. 396 с.
8. Венгерова О.В. Особливості запровадження внутрішнього маркетингу на підприємстві. *Економічний простір*. 2018. № 133. С. 157–165.
9. Ikujiro Nonaka. The Knowledge-Creating Company. *HarvardBusinessReview*. URL : <https://hbr.org/2007/07/the-knowledge-creating-company> (дата звернення: 20.11.2019).

References:

1. Mohammed Rafiq. Advances in the Internal Marketing Concept: Definition, Synthesis and Extension. *Journal of Services Marketing*. 2000. vol. 14. no 6. pp. 449 – 462.
2. Kotler P., Jain D., Macinsy S. (2003) Manevry marketinga. Sovremennye podhody k pribyly, rostu i obnovleniu [Marketing Moves: A New Approach to Profits, Growth, and Renewal]. Moscow: Olimp-Biznes. (in Russian)
3. Voyma P., Gronroos C. (1992) Vnutrenniy marketing – perspektiva partnerskih otnosheniy [Internal marketing – the prospect of partnerships]: St. Petersburg: Piter. (in Russian)
4. Okuneva O.V. (2011) Genesis koncepcii vnutrishnogo marketyngu [The genesis of the concept of internal marketing]. *Economichny visnyk NTUU KPI*. no 7. pp. 50-54.
5. Pavlenko A.F., Reshetnikova I. L., Voychak A.V. (2008) Marketing [Marketing]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
6. Suslov S.S. (2012) Formirovaniye i razvitiye systemy upravleniya vnutrennim marketingom v sfere obschestvennogo pitaniya [Formation and development of internal marketing management system in the sphere of catering] (PhD Thesis), St. Petersburg: St. Petersburg State Agrarian University.
7. Covi S. (2019) 7 navykov vysokoefektivnyh ludey [7 skills of highly efficient people] Moscow: Alpina Publisher. (in Russian)
8. Vengerova O.V. (2018) Osoblyvosti zaprovadzennya vnutrishnogo marketyngu na pidpryemstvi [Features of introduction of internal marketing at the enterprise] *Economichny prostir*. no. 133. pp. 157-165.
9. Ikujiro Nonaka (2007) The Knowledge-Creating Company. Available at: <https://hbr.org/2007/07/the-knowledge-creating-company> (accessed 20 November 2019).

Николайчук Ю. Ю.

Язвинская Н. В.

Национальный технический университет Украины

«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ: ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ, ЦЕННОСТЬ, ФАКТОРЫ ВНЕДРЕНИЯ И РАЗВИТИЯ

Резюме

В статье рассмотрена эволюция взглядов на внутренний маркетинг, систематизированы позиции относительно внутреннего маркетинга различных научных школ и основные аспекты внутреннего маркетинга, которые они подчеркивают. Определены цели и проанализированы основные факторы внедрения и развития внутреннего маркетинга на предприятии. Указано, какие навыки личной и профессиональной эффективности будут полезными для увеличения качественной коммуникации между сотрудниками и повышения синергии на предприятии для достижения большего экономического эффекта. Исследована ценность внутреннего маркетинга на предприятии и различных контактных групп предприятия. Определены роли топ-менеджмента, маркетинговой службы и службы управления персоналом в управлении внутренним маркетингом на предприятии; рассмотрено, когда необходимо внедрять и развивать внутренний маркетинг на предприятии. Показана взаимосвязь внедрения и развития внутреннего маркетинга и управления знаниями на предприятии. Практическое значение статьи видим в том, что развитие методологии управления внутренним маркетингом расширяет возможности повышения эффективности деятельности и конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: внутренний маркетинг, управление маркетингом, внедрение и развитие внутреннего маркетинга.

Nikolaychuk Yulia
Iazvinska Nadiia
National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

INTERNAL MARKETING: EVOLUTION OF VIEWS, VALUE, FACTORS OF IMPLEMENTATION AND DEVELOPMENT

Summary

The article examines the evolution of views on internal marketing; positions on the internal marketing of different academic schools and the main aspects of internal marketing that they emphasize were systematized; goals and main factors of introduction and development of internal marketing at the enterprise were defined; it is stated that internal marketing can be considered as a tool for effective implementation of external strategy; it was determined that one of the goals is the formation of a team, which makes the transition to a new paradigm "win – win", which contributes to increasing life satisfaction and investing in professional development; skills of personal and professional effectiveness that will be useful for increasing the quality of communication between employees and increasing the synergy in the enterprise for greater economic effect were indicated; the value of internal marketing for the enterprise and for various contact groups of the enterprise was investigated; new connections are formed at the enterprise and what benefits top management, line managers and employees receive from it was intended; team performance will increase due to improved communication and access to resources, especially information, was identified; what exactly and how competitive advantages the company can get in the implementation and development of internal marketing was determined; how internal marketing affects customer loyalty and company employees and what overall impact it has on society was identified; the role of top management, marketing and human resources service in managing internal marketing in the enterprise were defined; time when it is necessary to implement and develop internal marketing in the enterprise was considered; the interconnection between implementation and development of internal marketing and knowledge management in the enterprise was revealed. The practical significance of the article is that the development of internal marketing management methodology extends the possibilities of increasing the efficiency of activity and competitiveness of enterprises.

Keywords: internal marketing, marketing management, implementation and development of internal marketing.

УДК 338

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-28>

Обруч Г. В.

Український державний університет залізничного транспорту

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ МЕГАТРЕНД ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Досліджено процеси глобалізації, що супроводжуються лібералізацією світової торгівлі товарами та послугами, формуванням єдиного торговельно-економічного простору, транснаціоналізацією капіталу та інтернаціоналізацією бізнесу. Встановлено, що нині цифровізація виступає ключовим мегатрендом трансформації глобального економічного середовища. Розглянуто особливості протікання процесів цифровізації економіки і суспільства в Україні та світі. Деталізовано особливості цифровізації, розкрито цифрові можливості та цифрові виклики, що супроводжують процеси цифрової трансформації бізнесу й суспільства. Доведено, що врахування визначених викликів у процесі формування стратегії цифрової трансформації бізнесу та країни загалом дасть змогу досягти мультиплікативного ефекту і максимально ефективно використати наявні цифрові можливості для забезпечення збалансованого розвитку бізнес-суб'єктів і національної економіки.

Ключові слова: глобалізація, цифровізація, транснаціоналізація, цифрові можливості, цифрові виклики.

Постановка проблеми. Сьогоднішні трансформаційні процеси, що відбуваються у світі, мають характер експоненціальних змін. Глобалізація, інформатизація, цифровізація, соціалізація й екологізація – невичерпний перелік глобальних трансформацій, вплив яких кардинально змінює принципи функціонування світової екосистеми, її національних та регіональних складників. З огляду на це, вагомого значення набуває ґрунтовне вивчення сучасних глобальних трендів розвитку економіки і суспільства, насамперед цифровізації, особливостей їх протікання й впливу на національну екосистему.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню процесів глобалізації і цифровізації економіки та суспільства присвячено наукові праці широкого кола вчених, серед яких: В. Дикань,

І. Воловельська, В. Компанієць, М. Корінь, В. Овчиннікова, І. Токмакова, М. Черняков та ін. [1–9]. Науковцями розглянуто місце цифровізації в переліку тенденцій розвитку економіки та суспільства, визначено позитивні та негативні аспекти цифрової трансформації.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне науковим здобуткам розглянутих учених, слід відзначити, що сьогодні особливо вагомого значення набуває визначення цифрових можливостей та цифрових викликів із метою побудови дієвої стратегії та програм упровадження цифрових рішень як на локальному бізнес-рівні, так і на державному.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є здійснення ґрунтовного дослідження цифровізації як мегатренду трансформації глобального економіч-

ного середовища, визначення її особливостей, розкриття цифрових можливостей і викликів, зумовлених експоненціальними змінами зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу. Глобалізація сьогодні очолює перелік мегатрендів, які знаходяться в основі виникнення більшості змін у галузях і бізнес-моделях компаній країни. Загалом глобалізація розглядається як процес економічної, політичної, соціальної і культурної уніфікації та інтеграції країн у глобальну систему. Наслідками глобалізації економіки насамперед стали лібералізація світової торгівлі товарами та послугами і формування єдиного торговельно-економічного простору, транснаціоналізація капіталу та інтернаціоналізація бізнесу. Зокрема, слід указати, що відбувається зростання темпів експорту товарів та послуг у світі протягом 2009–2018 рр. Протягом 2018 р. обсяг світової торгівлі товарами зріс на 2,3%. До п'ятірки основних експортерів світу увійшли Китай (2 487 млрд дол., 12% від загального обсягу світового експорту товарів), США (1 664 млрд дол., 8,5%), Німеччина (1 561 млрд дол., 8,0%), Японія (738 млрд дол., 3,8%), Нідерланди (723 млрд дол., 3,7%) і Республіка Корея (605 млрд дол., 3,1%) [10].

Обсяг світової торгівлі послугами протягом 2018 р. також зріс на 7,7%. Перше місце світового рейтингу експортерів послуг займають США (808 млрд дол., 13,9% від загального обсягу експорту послуг), на другому – Німеччина (381 млрд дол., 6,6%), на третьому – Великобританія (337 млрд дол., 5,8%), на четвертому – Франція (287 млрд дол., 5,0%) і на п'ятому – Китай (265 млрд дол., 4,6%). При цьому варто вказати на прискорення темпів експорту транспортних послуг із 652,4 млрд дол. у 2009 р. до 996,8 млрд дол. у 2018 р. [10]. Зокрема, спостерігається нарощення обсягів перевезень залізничним транспортом, що пов'язано з його ефективністю в економічному та екологічному сенсі.

Показовим у контексті транснаціоналізації капіталу та інтернаціоналізації бізнесу є те, що нині близько 1/5 частини світової продукції виробляється саме транснаціональними корпораціями. Загалом дохід 500 найбільших світових компаній у 2018 р. досяг 32,7 трлн дол., а прибуток – 2,15 трлн дол. Компанії, що увійшли до цього рейтингу, мають представництва в 34 країнах, а штат їхніх співробітників становить 69,3 млн осіб. Зокрема, до топ-10 указаного рейтингу увійшли такі компанії, як: Walmart (дохід – 514,4 млрд дол., США), Sinopac Group (414,6 млрд дол., Китай), Royal Dutch Shell (396,6 млрд дол., Нідерланди), China National Petroleum (393,0 млрд дол., Китай), State Grid (387,1 млрд дол., Китай), Saudi Aramco (355,9 млрд дол., Саудівська Аравія), BP (303,7 млрд дол., Великобританія), Exxon Mobil (290,2 млрд дол., США), Volkswagen (278,3 млрд

дол., Німеччина) і Toyota Motor (272,6 млрд дол., Японія) [11].

При цьому в епоху інформатизації вражають темпи ринкової капіталізації технологічних компаній. Вартість 100 найбільших компаній світу за квітень 2018 р. – березень 2019 р. зросла на 5% (за аналогічний період 2017–2018 рр. – 15%), досягнувши рекордної позначки в 21 трлн дол. Найбільшою кількістю компаній у рейтингу представлені США (54 компанії вартістю 13,29 трлн дол.), Китай (15 компаній, 3,19 трлн дол.) і Великобританія (6 компаній, 870 млрд дол.). Загалом до рейтингу увійшло 18 країн, дев'ять з яких представлені однією компанією. Перші шість позицій рейтингу займають компанії зі США: Microsoft (905 млрд дол.); Apple (896 млрд дол.); Amazon (875 млрд дол.); Alphabet (817 млрд дол.); Berkshire Hathaway (494 млрд дол.); Facebook (476 млрд дол.). Сьоме і восьме місця рейтингу посіли китайські компанії Alibaba (472 млрд дол.) і Tencent (438 млрд дол.), на дев'ятому та десятому місцях – американські компанії Johnson & Johnson (372 млрд дол.) і Exxon Mobil (342 млрд дол.) [12].

У цьому контексті варто вказати на те, що відбувається прискорення темпів розвитку технологій і скорочення їхнього життєвого циклу, що призводить до суттєвих економічних і соціальних змін у суспільстві. Так, наприклад, якщо період часу з моменту появи телефону і до його масового використання становив 35 років, то мобільного пристрою – 13, а глобальної мережі Інтернет – лише сім. Нині це значення продовжує невпинно скорочуватися і може досягати двох-п'яти років залежно від різновиду технології. Зокрема, йдеться про технології майбутнього, виникнення яких до недавнього часу здавалося неможливим.

На рис. 1 наведено перелік технологій майбутнього, сформований інвестиційним фондом Bank of America Merrill Lynch, які внесуть значні корективи в життя суспільства і функціонування промислових підприємств, загальною вартістю близько 13 трлн дол. [13].

При цьому варто відзначити, що найбільшим попитом протягом останніх років користувалися такі напрями впровадження технологій, як: роботизація та автоматизація бізнес-процесів (машинне навчання і боти); Big Data (технології Hadoop і Spark); «розумні» додатки (I-Apps); Інтернет речей (IoT); DevOps (методологічні інструменти); Angular і React (технологічні рішення для написання web-додатків; хмарні обчислення (гібридна інфраструктура); доповнена і віртуальна реальність; блокчейн; штучний інтелект [14]. Глобальними трендами на ринку технологічних розробок безпосередньо в 2019 р. стало збільшення попиту на «хмарні рішення», технологічні новації у сфері кібербезпеки і комплексні проекти щодо цифрової трансформації бізнесу.

Обчислення	Зміни клімату	Взаємодія	Матеріали наступного покоління	Відстань
Квантовий комп'ютер	Геоінженерія	6G	Нанотехнології	Hyperloop
Технологічна сингулярність	Ядерний синтез	Наносупутники	Графен	Космічний туризм
Поведінкова біометрія для забезпечення безпеки	Масове вертикальне і парникове землеробство	LiFi	3D-біодрук	Глибоководний вибуток

Рис. 1. Перелік проривних технологій майбутнього [13]

Зважаючи на означені тенденції, сьогодні цифровізацію варто розглядати як ключовий імператив розвитку глобального економічного і соціального середовища. Це підтверджується й дослідженнями міжнародних компаній. Так, Бостонська консалтингова група (The Boston Consulting Group) прогнозує, що обсяг цифрової економіки до 2035 р. може досягти 16 трлн дол. Ліва частина цієї вартості створюється в найбільших економіках світу: 35% – у США, 13% – у Китаї, 8% – в Японії і близько 25% – у країнах Європи. Глобальна цифрова економіка зростає в 2,5 рази швидше, ніж світовий ВВП в останні 15 років. За оцінками експертів, кожен вкладений у цифрові технології долар за останні три десятиліття додає у середньому 20 дол. до ВВП. При цьому великого значення набуває той факт, що цифрова економіка є більш зрілою в розвинених країнах: її внесок в економіку коливається в межах від 10% до 35% ВВП у розвинених країнах і від 2% до 19% ВВП – у країнах, що розвиваються (в Україні цей показник коливається в межах 3–4%). За оцінками Бюро економічного аналізу США, за період 2006–2016 рр. середньорічні реальні темпи зростання доданої вартості, створеної цифровою економікою, становили 5,6% і перевищували середньорічні темпи зростання економіки у цілому (1,5%). У 2016 р. цифрова економіка здійснила вагомий внесок у забезпечення економічного розвитку США: 6,5% ВВП і 6,2% валового обсягу виробництва в поточних цінах, 3,9% зайнятих і 6,7% фонду оплати праці. Такими темпами зростання цифрова економіка може досягти 24,3% світового ВВП до 2025 р. [15; 16].

Однією з характерних особливостей цифрової епохи є поява значного масиву інформації, яку потрібно не лише зберігати, а й аналізувати, оскільки близько 90% інформації у цифровому вигляді з'явилося за останні два роки. За аналітичними прогнозами, до 2025 р. обсяг даних у світі становитиме 163 зеттабайт (ЗБ). Це в 10 разів більше, ніж загальний обсяг даних станом на 2016 р. Для порівняння: ще в 2006 р. обсяг інформації, виробленої людством за всю свою історію, дорівнював 0,16 ЗБ. При цьому аналітики зазначають, що в найближчі роки основний обсяг даних буде створено не користувачами, а компаніями. Підприємствами промисловості та інших сфер економіки генеруватиметься до 60% усіх даних (у 2015 р. підприємствам належало близько 1/3 даних) [17]. У таких умовах підприємствам варто завчасно підготуватися до таких викликів і сформулювати належний технологічний базис обробки такого обсягу даних з урахуванням можливих ризиків несанкціонованого доступу до інформації.

Найбільшого схвилювання у цьому сенсі викликає загроза низького рівня захисту інформації і можливості втрати конфіденційності особистих даних. Держава та бізнес значно занепокоєні ймовірністю посилення і почастішання кіберзагроз, вплив яких може мати катастрофічні непередбачувані наслідки. Провідними компаніями світу та державними органами реалізується низка заходів щодо локалізації кіберзагроз, зокрема застосування проактивного управління ними. Найчастіше такого роду заходи передбачають модернізацію нормативно-законодавчого забезпечення і діяльності регуляторних інституцій. Так, Європейською Комісією прийнято акт про кібербезпеку, положення якого визначили загальноєвро-

пейські підходи до управління кіберзагрозами, у США і Великобританії діють національні стратегії кібербезпеки тощо.

Своєю чергою, в Україні нормативно-правове забезпечення управління кіберзагрозами має фрагментарний характер. Нині чинними нормативно-правовими актами у цій сфері є: Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України», Стратегія кібербезпеки України, у т. ч. щорічні плани щодо реалізації зазначеної стратегії, і «Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки». Попри це, зазначені законодавчі ініціативи містять лише узагальнені положення і перелік заходів інформаційного характеру щодо подолання можливих кіберзагроз інформаційного простору і не враховують новітні зміни цифрового середовища і сегменту промислової цифровізації. Також слід указати на несвоєчасність затвердження планів заходів із реалізації зазначеної вище стратегії, зокрема відповідний план на 2017 р. було затверджено в березні, у 2018 р. – у липні. При цьому затвердження запланованого плану на 2019–2020 рр. не відбулося.

Попри це, позитивним аспектом виникнення глобальної мережі Інтернет і зростання кількості осіб, які ним користуються, є поліпшення доступності інформації, що, своєю чергою, сприяє підвищенню прозорості в усіх сферах, у т. ч. бізнесу, зусилля якого будуть скоцентовані на гіперпрозорості бізнес-процесів із метою завоювання прихильності як клієнтів, так і майбутніх партнерів. Єдине, що викликає схвилювання у цьому сенсі, це можливість отримання недостовірної інформації і маніпулювання свідомістю суспільства.

На хвилі розвитку глобального тренду цифровізації набула поширення концепція «бережливого споживання» й «економіки спільного користування», що полягає у бажанні особистості не повноцінного оволодіння товаром чи послугою, а тимчасового користування на період задоволення конкретної потреби. З огляду на це, залишилися в минулому методи масового виробництва й актуалізуються тенденції персоналізації споживання і кастомізації продукції, оскільки в умовах цифрової економіки споживач має можливість приймати безпосередню участь у процесі розроблення індивідуалізованої продукції завдяки застосуванню цифрових технологій. Останні значно спрощують процес виробництва такої продукції підприємством та усувають необхідність його переобладнання під виробництво кожного конкретного замовлення.

Нині набуває змін і процес взаємодії стейкхолдерів на основі розвитку нових організаційних форм віртуальної та мережевої співпраці. Значно зросла кількість підприємств, які застосовують такий цифровий інструмент, як створення веб-сайтів для забезпечення взаємодії з клієнтами та партнерами. Сьогодні наявність корпоративного вебсайту вважається загальноприйнятим стандартом і елементом цифрової культури підприємства. Попри це, можливості корпоративного сайту є доволі обмеженими, що спонукає бізнес-суб'єктів до використання нових бізнес-моделей, заснованих на платформових цифрових технологіях, виробничих новаціях та економіці спільного споживання.

Загалом слід зазначити, що ідея формування платформ є не новою. Як традиційні платформи можна розглядати торгові центри та майданчики. Однак особливістю нового різновиду платформ є нівелювання впливу чинника територіального

розміщення і забезпечення мережевої взаємодії стейкхолдерів. Як результат, відбувається формування цифрових екосистем для максимально ефективного використання нових цифрових рішень як основи оптимізації бізнес-процесів на підприємстві і поліпшення партнерських взаємовідносин.

Попри очевидні переваги цифрових екосистем і платформ, бізнес-суб'єкти схвилювані інституційними прогалинами в системі нормативно-правового забезпечення процесів цифровізації на державному рівні, питаннями безпеки і захисту інформаційних даних, визначенням оптимальної міри відкритості цифрової платформи, низькою якістю наявних цифрових платформових рішень, високим рівнем використання паперового та змішаного документообігу тощо.

На тлі кардинальної перебудови ринку праці і появи нових «цифрових робочих місць» змінюються й моделі управління персоналом, зміщується фокус у бік формування HR-бренду, впровадження HR-аналітики і рекрутмент-маркетингу. Зокрема, ключове місце займає HR-бренд компанії, завдяки якому вдається залучати цінних кадрів, утримувати найкращих співробітників і підвищувати залученість у роботу. Згідно з дослідженнями, 75% кандидатів вивчають репутацію компанії, перш ніж відправити резюме, з яких 69% претендентів не готові влаштуватися в фірму із сумнівною репутацією [18].

Зважаючи на те, що вже в 2022 р. близько 22% нових робочих місць у глобальній економіці буде створено завдяки «цифровим професіям» (digital positions), значна увага топ-менеджерів буде зосереджена на smart-рекрутингу персоналу, що передбачає постійний моніторинг тенденцій на ринку праці, зміни бажань і вподобань потенційних кандидатів, формування персоналізованих пропозицій компаніями з урахуванням останніх, реалізацію заходів щодо поліпшення сприйняття компанії її потенційними співробітниками.

Загрозливого характеру для України у цьому сенсі набуває відтік кваліфікованих кадрів із країни, особливо на тлі посилення глобальної конкуренції компаній за високоінтелектуальних фахівців. За офіційними даними, кількість зайнятого населення в країні невпинно знижується: якщо в 2014 р. значення показника становило 18 073,3 тис осіб, то в 2018 р. на 9,5% менше – 16 360,9 тис осіб. Однією з основних причин такого стану є невдоволеність українців рівнем оплати праці, що спровокувало посилення потоку трудової міграції за кордон. Так, починаючи з 2010 р. Україну покинуло близько 4 млн українців, що становить майже 10% населення. Згідно з результатами проведеного опитування, близько 3% українців (1,3 млн осіб у розрахунку на 42,4 млн населення) планують працювати за кордоном і не бажають повертатися назад, а 9% (3,8 млн осіб) мають намір працювати за кордоном із подальшим поверненням в Україну [19].

Розглядаючи особливості домінування мегатренду цифровізації, варто акцентувати увагу й на загостренні екологічних проблем та поширенні концепції екологізації бізнесу. Орієнтація на екологізацію частково розвивається як система відповідь на екологічні проблеми в різних куточках Землі, які стають усе більш очевидними. Згідно з доповіддю Living Planet Report, за 1970–2020 рр. зникло дві третини популяції диких тварин. На важливість екологічних ризиків указують не тільки екологи, а й така організація, як Світовий економічний форум. У доповіді

Global Risk Report 2017 різні загрози, які стоять перед людством, оцінюються за ступенем впливу і їх імовірності. Більшість ризиків із високою оцінкою і потенційного впливу, і можливою ймовірністю відноситься до екологічних. Необхідні серйозні превентивні дії, щоб уникнути природних катастроф, створених людиною, або провалу в регулюванні змін клімату [20].

Тобто поряд із позитивними рисами цифрової економіки варто приймати до уваги й нові цифрові виклики, зумовлені реалізацією цифрових технологій. Науковою спільнотою активно обговорюється питання щодо ймовірності виникнення різного роду цифрових загроз. Так, О. Тимошенко виділяє такі ризики: загрози зловмисного використання «цифрового багатства» (злочини в кіберпросторі); ризики інтелектуально-кадрових ресурсів, технологічне безробіття; ризики забруднення навколишнього природного середовища; класичні ризики (інвестиційні, інноваційні, ризики ресурсного забезпечення, адміністративно-правового регулювання); ризики стандартів, ризики неузгодженості, ризики управління підприємствами, ризики хмар, ризики роботи з великими базами даних тощо [7].

У роботі [8] автором виділено технологічний, політичний, економічний, соціальний та психологічний ризики цифрової економіки. При цьому особливу увагу вчений пропонує сконцентрувати на інноваційному ризику в рамках економічної групи загроз, що викликані появою великої кількості нових інформаційно-комунікаційних технологій, які характеризуються новими видами вразливостей (недоліків, помилок реалізації).

Колектив авторів у науковій публікації [9] виділяє такі типи загроз цифрової економіки, як: зростання кіберзлочинності; технологічна вразливість створеної цифрової інфраструктури; швидке старіння техніки і наявність проблеми її утилізації; зростання технологічної залежності від зарубіжних постачальників і ослаблення технологічної та економічної безпеки як на рівні країни у цілому, так і окремих галузей і підприємств.

Зважаючи на особливості протікання процесів цифровізації економіки та суспільства і приймаючи до уваги ризики, з якими можуть зіткнутися країни, орієнтовані на реалізацію ініціатив цифрової трансформації ключових галузей і економіки загалом, варто виділити цифрові можливості та цифрові виклики, що потребують урахування їх цифрового розвитку (рис. 2). Отже, серед особливостей цифровізації слід виділити: формування нових ринкових моделей поведінки і бізнес-моделей розвитку; зміну традиційних і появу нових галузей; трансформацію глобальних ланцюгів створення вартості; персоналізацію бізнесу та клієнтів; формування цифрових платформ взаємодії; електронізацію торгівлі; поглиблення сегментації ринку; алгоритмізацію управління; нові моделі управління змінами; наскрізний характер технічних рішень; гіперпрозорість бізнесу та бізнес-процесів.

Цифровими можливостями, які можна отримати у разі впровадження цифрових рішень на локальному бізнес-рівні та державному рівні, є: скорочення транзакційних витрат; підвищення ринкової капіталізації підприємств; створення більш гнучкого ланцюга формування цінності; підвищення інформаційної прозорості бізнесу; оптимізація бізнес-процесів; підвищення продуктивності праці; формування відкритих кон-

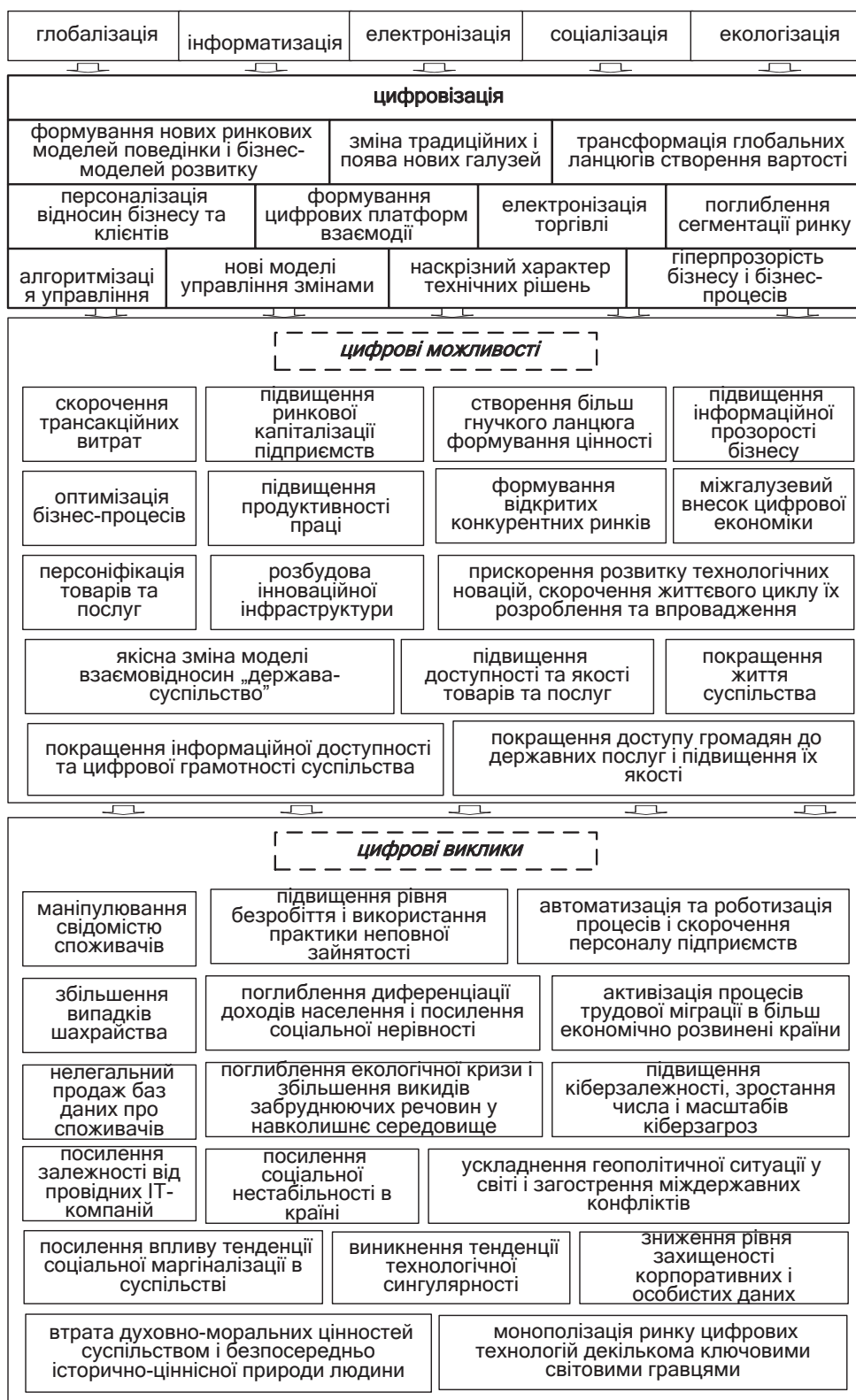


Рис. 2. Систематизація особливостей цифровізації економіки та суспільства, цифрових можливостей та викликів

курентних ринків; міжгалузевий внесок цифрової економіки; персоніфікація товарів та послуг; розбудова інноваційної інфраструктури; прискорення розвитку технологічних новацій, скорочення життєвого циклу їх розроблення та впровадження; якісна зміна моделі взаємовідносин «державо – суспільство»; підвищення доступності та якості товарів і послуг; поліпшення життя су-

спільства; покращення інформаційної доступності та цифрової грамотності суспільства; поліпшення доступу громадян до державних послуг і підвищення їхньої якості.

Однак варто враховувати високу ймовірність виникнення цифрових викликів, що знижують ефект від впровадження цифрових рішень, серед яких: маніпулювання свідомістю споживачів;

підвищення рівня безробіття і використання і практики неповної зайнятості; автоматизація та роботизація процесів і скорочення персоналу підприємств; збільшення випадків шахрайства; поглиблення диференціації доходів населення і посилення соціальної нерівності; активізація процесів трудової міграції в більш економічно розвинені країни; нелегальний продаж баз даних про споживачів; поглиблення екологічної кризи і збільшення викидів забруднюючих речовин у навколишнє середовище; підвищення кіберзалежності, зростання числа і масштабів кіберзагроз; посилення залежності від провідних ІТ-компаній; посилення соціальної нестабільності в країні; ускладнення геополітичної ситуації у світі і загострення міждержавних конфліктів; посилення впливу тенденції соціальної маргінальності в суспільстві; втрата духовно-моральних цінностей суспільством і безпосередньо історично-цінності

природи людини; зниження рівня захищеності та особистих даних; монополізація ринку цифрових технологій декількома ключовими світовими гравцями; виникнення тенденції технологічної сингулярності тощо.

Висновки і пропозиції. Вивчення процесів трансформації сучасного глобального економічного середовища дало змогу дійти висновку щодо домінування тренду цифровізації і поширення процесів цифрової трансформації бізнесу, держави та суспільства. Досліджено особливості протікання процесів цифровізації економіки та суспільства у світі, а також окреслено потенціал України щодо забезпечення цифрових змін. Систематизовано особливості цифровізації економіки та суспільства, цифрові можливості й цифрові виклики. Як подальший напрям наукових досліджень визначено формування концептуальних засад цифровізації бізнес-суб'єктів.

Список використаних джерел:

1. Дикань В.Л., Воловельская И.В. Разработка организационно-экономической модели инновационной платформы. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. Вип. 68. С. 9–17.
2. Дикань В.Л., Обруч А.В. Украина в глобальной миросистеме: особенности и последствия государственной экономической политики. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. С. 11–19.
3. Компаниец В.В. Концептуальный анализ перспектив цифровизации экономики и железнодорожного транспорта. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 197–200.
4. Коринь М.В. Развитие транспортно-логистических услуг на железнодорожном транспорте Украины за счет внедрения интеллектуальных технологий. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2017. № 58 (Додаток). С. 67–68.
5. Овчинникова В.О., Торопова В.І. Развитие предприятий железнодорожного транспорта Украины в условиях цифровизации. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. Вип. 68. С. 175–181.
6. Цифровая трансформация железнодорожного транспорта как фактор його інноваційного розвитку / І.В. Токмакова та ін. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. Вип. 68. С. 125–134.
7. Тимошенко О.В. Вызовы та угрозы четвертой промышленной революции: наследки для Украины. *Бізнес Інформ*. 2019. № 2. С. 21–29.
8. Черняков М.К., Чернякова М.М. Инновационные риски цифровой экономики. *Национальные приоритеты России*. 2018. № 4(31). С. 63–68.
9. Волкова А.А., Плотников В.А., Рукинов М.В. Цифровая экономика: сущность явления, проблемы и риски формирования и развития. *Управленческое консультирование*. 2019. № 4. С. 38–49.
10. Trends in global export volume of trade in goods from 1950 to 2018. *statista.com*. URL: <https://www.statista.com/statistics/264682/worldwide-export-volume-in-the-trade-since-1950/> (дата звернення: 25.12.2019).
11. Global 500. *fortune.com*. URL : <https://fortune.com/global500/2019/search/> (дата звернення: 25.01.2020).
12. Топ-100 крупнейших компаний мира. Microsoft впервые возглавила рейтинг. *nv.ua* : вебсайт. URL: <https://nv.ua/biz/economics/100-samyh-dorogih-kompaniy-mira-reyting-pwc-novosti-ekonomiki-50037777.html> (дата звернення: 20.01.2020).
13. Тенденции мирового ИТ-рынка. *tadviser.ru* : вебсайт. URL: <http://www.tadviser.ru/> (дата звернення: 25.12.2019).
14. ТОП-10 технологий 2018: итоги развития индустрии ИТ. *geoline-tech.com* : вебсайт. URL : <https://geoline-tech.com/it-2018/> (дата звернення: 20.01.2020).
15. International trade statistics. *trademap.org*. URL: <https://www.trademap.org/tradestat> (дата звернення: 25.12.2019).
16. Определение и измерение цифровой экономики. *Европейская экономическая комиссия ООН* : вебсайт. URL: https://www.unecce.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/ge.20/2019/mtg1/Item_7_RUS.pdf (дата звернення: 20.01.2020).
17. Объем данных всего мира к 2025 году увеличится в 10 раз. *aboutdata.ru* : вебсайт. URL : <https://aboutdata.ru/2017/04/27/volume-of-data-by-2025/> (дата звернення: 20.01.2020).
18. Главные HR-тренды второй половины 2019 года: аналитика, поколение Z и agile-управление. *finassessment.net* : вебсайт. URL: <https://finassessment.net/blog/trendy-hr-2019> (дата звернення: 25.01.2020).
19. Трудовая миграция украинцев: Сколько людей покидает страну. *112.ua* : вебсайт. URL : <https://112.ua/mnenie/trudovaya-migraciya-ukraincev-skolko-lyudey-pokidaet-stranu-495493.html> (дата звернення: 20.01.2020).
20. Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире. *spkurdyumov.ru* : вебсайт. URL : <http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/10/navyki-budushhego-cto-nuzhno-znat-i-umet-v-novom-slozhnom-mire.pdf> (дата звернення: 20.01.2020).

References:

1. Dykan V.L. and Volovel'skaya I.V. (2019) Razrabotka organizatsionno-ekonomicheskoy modeli innovatsionnoy platformy [Development of the organizational and economic model of the innovation platform]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 68, pp. 9-17.
2. Dykan V.L. and Obruch H.V. (2017) Ukraina v global'noy mirosisteme: osobennosti i posledstviya gosudarstvennoy ekonomicheskoy politiki [Ukraine in the global world system: features and consequences of state economic policy]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 59, pp. 11-19.
3. Kompaniets V.V. (2018) Kontseptual'nyy analiz perspektiv tsifrovizatsii ekonomiki i zheleznodorozhnogo transporta [Conceptual analysis of the prospects for digitalization of the economy and railway transport]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 62, pp. 197–200.
4. Korin M. V. (2017) Rozvytok transportno-lohistychnykh posluh na zaliznychnomu transporti Ukrainy za rakhunok vprovadzhennia intelektual'nykh tekhnolohij [Development of transport and logistics services in the railway transport of Ukraine through the introduction of intelligent technologies]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 58 (addition), pp. 67-68.

5. Ovchynnikova V.O. and Toropova V.I. (2019) Rozvytok pidpriemstv zaliznychnoho transportu Ukrainy v umovakh tsyfrovizatsii [Development of railway transport enterprises in Ukraine in the conditions of digitalization]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 68, pp. 175-181.
6. Tokmakova I.V., Cherednychenko O.Yu., Vojtov I.M. and Palamarchuk Ya.S. (2019) Tsyfrova transformatsiia zaliznychnoho transportu iak faktor joho innovatsijnoho rozvytku [Digital transformation of railway transport as a factor of its innovative development]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 68, pp. 125-134.
7. Tymoshenko O. V. (2019) Vykylyky ta zahrozy chetvertoi promyslovoi revoliutsii: naslidky dlia Ukrainy [Challenges and threats of the fourth industrial revolution: consequences for Ukraine]. *Biznes inform*, vol. 2, pp. 21-29.
8. Chernyakov M.K. and Chernyakova M.M. (2018) Innovatsionnye riski tsyfrovoy ekonomiki [Innovative risks of the digital economy]. *Natsional'nye priority Rossii*, vol. 4 (31), pp. 63-68.
9. Volkova A.A., Plotnikov V.A. and Rukinov M.V. (2019) Tsyfrovaya ekonomika: sushchnost' yavleniya, problemy i riski formirovaniya i razvitiya [Digital economy: the essence of the phenomenon, problems and risks of formation and development]. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie*, vol. 4, pp. 38-49.
10. *Statista.com* (2019) Trends in global export volume of trade in goods from 1950 to 2018. Available at: <https://www.statista.com/statistics/264682/worldwide-export-volume-in-the-trade-since-1950/> (accessed 25 December 2019).
11. *Fortune.com* (2019) Global 500. Available at: <https://fortune.com/global500/2019/search/> (accessed 25 January 2020).
12. *Nv.ua* (2019) Top-100 krupneyshikh kompaniy mira. Microsoft vperve vozglavila reyting [Top 100 largest companies in the world. Microsoft topped the rating for the first time]. Available at: <https://nv.ua/biz/economics/100-samyh-dorogih-kompaniy-mira-reyting-pwc-novosti-ekonomiki-50037777.html> (accessed 20 January 2020).
13. *Tadviser.ru* (2019) Tendentsii mirovogo IT-rynka [Trends in the global it market]. Available at: <http://www.tadviser.ru/> (accessed 25 December 2019).
14. *Geoline-tech.com* (2019) TOP-10 tekhnologiy 2018: itogi razvitiya industrii IT [TOP 10 technologies 2018: results of the it industry development]. Available at: <https://geoline-tech.com/it-2018/> (accessed 20 January 2020).
15. *Trademap.org* (2019) International trade statistics. Available at: <https://www.trademap.org/tradestat> (accessed 25 December 2019).
16. *United Nations Economic Commission for Europe* (2019) Opredelenie i izmerenie tsyfrovoy ekonomiki [Defining and measuring the digital economy]. Available at: https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/ge.20//mtg1/Item_7_RUS.pdf (accessed 20 January 2020).
17. *Aboutdata.ru* (2017) Ob"em dannykh vsego mira k 2025 godu uvelichitsya v 10 raz [The volume of data from all over the world will increase by 10 times by 2025]. Available at <https://aboutdata.ru/2017/04/27/volume-of-data-by-2025/> (accessed 20 January 2020).
18. *Finassessment.net* (2019) Glavnye HR-trendy vtoroy poloviny 2019 goda: analitika, pokolenie Z i agile-upravlenie [The main HR trends of the second half of 2019: Analytics, generation Z and agile management]. Available at <https://finassessment.net/blog/trendy-hr-2019> (accessed 25 January 2020).
19. *112.ua* (2019) Trudovaya migratsiya ukrainsev: Skol'ko lyudey pokidaet stranu [Labor migration of Ukrainians: how Many people leave the country]. Available at: <https://112.ua/mnenie/trudovaya-migratsiya-ukraincev-skolko-lyudey-pokidaet-stranu-495493.html> (accessed 20 January 2020).
20. *Spkurdyumov.ru* (2017) Navyki budushhego. Chto nuzhno znat' i umet' v novom slozhnom mire [Skills of the future. What you need to know and be able to do in a new complex world]. Available at: <http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/10/navyki-budushhego-chto-nuzhno-znat-i-umet-v-novom-slozhnom-mire.pdf> (accessed 20 January 2020).

Обруч А. В.

Украинский государственный университет железнодорожного транспорта

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК КЛЮЧЕВОЙ МЕГАТРЕНД ТРАНСФОРМАЦИИ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

Резюме

Исследованы процессы глобализации, сопровождающиеся либерализацией мировой торговли товарами и услугами, формированием единого торгово-экономического пространства, транснационализацией капитала и интернационализацией бизнеса. Установлено, что сейчас цифровизация выступает ключевым мегатрендом трансформации глобальной экономической среды. Рассмотрены особенности протекания процессов цифровизации экономики и общества в Украине и мире. Детализированы особенности цифровизации, раскрыты цифровые возможности и цифровые вызовы, сопровождающие процессы цифровой трансформации бизнеса и общества. Доказано, что учет определенных вызовов в процессе формирования стратегии цифровой трансформации бизнеса и страны в целом позволит достичь мультипликативного эффекта и максимально эффективно использовать имеющиеся цифровые возможности для обеспечения сбалансированного развития бизнес-субъектов и национальной экономики.

Ключевые слова: глобализация, цифровизация, транснационализация, цифровые возможности, цифровые вызовы.

Obruch Anna

Ukrainian State University of Railway Transport

DIGITALIZATION AS A KEY MEGATREND FOR TRANSFORMING THE GLOBAL ECONOMIC ENVIRONMENT

Summary

The processes of globalization accompanied by the liberalization of world trade in goods and services, the formation of a single trade and economic space, the transnationalization of capital and the internationalization of business are studied. It is established that now digitalization is a key megatrend of the transformation of the global economic environment. The features of the processes of digitalization of the economy and society in Ukraine and the world are considered. The features of digitalization are detailed, digital opportunities and digital challenges that accompany the processes of digital transformation of business and society are revealed. It is pointed out that it is necessary to take into account such digital challenges: manipulation of consumers' consciousness; increasing the level of unemployment and the use and practice of part-time employment; automation and robotization of processes and staff reductions in enterprises; increasing fraud; deepening income differentiation and increasing social inequality; activation of labor migration to economically developed countries; illegal sale of consumer databases; deepening the environmental crisis and increasing emissions of pollutants into the environment; increasing cyber security, increasing the number and scale of cyber threats; increasing dependence on leading IT companies; increasing social instability in the country; complications of the geopolitical situation in the world and aggravation of inter-state conflicts; increasing the influence of the trend of social marginality in society; loss of spiritual and moral values by the society and the immediate historical and cultural nature of man; reducing the level of security and personal data; monopolization of the digital technology market by several key global players; the emergence of a trend of technological singularity, and so on. It is proved that taking into account certain challenges in the process of forming a strategy for digital transformation of business and the country as a whole will allow achieving a multiplicative effect and making the most effective use of existing digital opportunities to ensure a balanced development of business entities and the national economy.

Keywords: globalization, digitalization, transnationalization, digital opportunities, digital challenges.

РОЗДІЛ 5

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 332.122

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-29>

Безхлібна А. П.
Пухальська Г. В.

Національний університет «Запорізька політехніка»

СТАЛИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК У КОНЦЕПЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Дослідження проблем сталого економічного розвитку в концепції регіональної конкурентоспроможності є основною метою статті. Праотцем концепції сталого економічного розвитку прийнято вважати вченого В.І. Вернадського та його дослідження про «ноосферу». Концепція сталого розвитку є синтезом забезпечення ефективного функціонування трьох сфер: економічної, соціальної та екологічної. З метою забезпечення сталого розвитку регіону запропоновано його розуміння як трьох складових систем: екології, економічної системи регіону та забезпечення системи. Значну увагу приділено вивченню видів загроз безпеці регіону. Виокремлено такі види безпеки регіону: регіональна, політична, економічна, екологічна, інформаційна, інвестиційна, продовольча, енергетична, безпека життєдіяльності.

Ключові слова: регіональна конкурентоспроможність, регіон, економічний розвиток, сталий економічний розвиток, концепція, безпека, загроза.

Постановка проблеми. Питання сталого розвитку регіонів України потребують вивчення через свій характер всеосяжності та поглибленості. Економічна система регіону розвивається згідно із законами діалектики, проте кожен розвиток повинен бути збалансованим. Конкурентоспроможність регіону, будучи складним соціально-економічним явищем, має бути розглянута у площині сталого економічного розвитку як його результат. Розуміння природи і характеру сталого економічного розвитку допомагає виокремити чинники та передумови підвищення конкурентоспроможності територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «стійкий розвиток» став набувати широкого визнання наприкінці 1980-х років після появи в Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future [1].

Діяльність Римського клубу у 80–90-х роках ХХ ст. сприяла розробленню концепції сталого розвитку через обґрунтування концепції динамічного зростання [2], концепції органічного зростання [2–4] та концепції динамічної рівноваги [2; 3].

Х.Н. Гізатуллін та В.А. Троїцький зазначають [5]: «Загальне для всіх цих підходів – зіставлення глобальної економічної системи з живим організмом – особливо яскраво проявилось в концепції органічного зростання. Кількісний ріст не грає ролі в еволюції живих організмів або біологічних систем. Головне місце тут належить життєвій силі і здатності до виживання, тобто якісному вдосконаленню та пристосуванню до навколишнього середовища. Органічне зростання призводить до динамічної рівноваги, тому що живий, зрілий організм постійно оновлюється. Товариством, яке досягло стану динамічної чи стійкої рівноваги, є таке суспільство, яке у відповідь на зміну внутрішніх і зовнішніх умов здатне встановлювати нову, відповідну до цих змін рівновагу як усередині себе, так і в межах середовища свого проживання».

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. За результатами проведеного аналізу встановлено, що дослідження сталого розвитку

регіону в концепції регіональної конкурентоспроможності потребує подальшого дослідження.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження теорії сталого економічного розвитку з позиції функціонування регіону як складової частини національної економічної системи. Водночас необхідно встановити, які види загроз та небезпек загрожують сталому економічному розвитку регіону в процесі набуття їм конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Прабатьком та попередником концепції сталого розвитку на початку ХХ ст. була концепція В.І. Вернадського про «ноосферу». Розуміння ноосфери передбачало єднання людства (суспільства) у процесі розумової діяльності з біосферою та технологіями (біотехнофером) (рис. 1). Подібне єднання, «співробітництво» формує певне «поле», за В.І. Вернадським «сферу розуму», що спричиняє інтенсивні темпи науково-технічного прогресу, який, своєю чергою, веде до низки позитивних та негативних впливів, серед яких – розширення можливостей використання ресурсів природи, антропогенний тиск на природну середу, екологічні дисбаланси.

Концепція стійкого розвитку з'явилася у результаті об'єднання трьох основних поглядів: економічного, соціального та екологічного. Узгодження цих різних поглядів досягається шляхом великих зусиль, оскільки всі три елементи сталого розвитку повинні розглядатися збалансовано. Важливі також і механізми взаємодії цих трьох концепцій. Економічний і соціальний елементи, взаємодіючи один з одним, породжують такі нові завдання, як досягнення справедливості всередині одного покоління (наприклад, щодо розподілу доходів), включаючи боротьбу з бідністю та зайнятість. Механізм взаємодії економічного та екологічного елементів породив нові ідеї щодо вартісної оцінки вироблених товарів і послуг, а також обліку в собівартості продукції негативних впливів економічної діяльності на навколишнє середовище. Нарешті, зв'язок соціального та екологічного елементів ставить питання щодо



Рис. 1. Схематичне зображення вчення В.І. Вернадського про ноосферу

Джерело: розроблено авторами

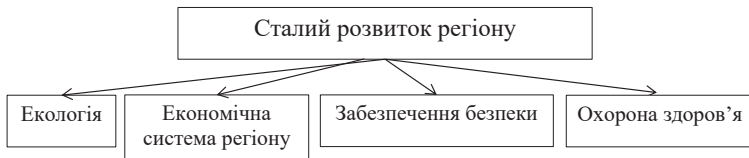


Рис. 2. Складники забезпечення сталого розвитку регіону в концепції підвищення конкурентоспроможності

Джерело: розроблено авторами

дотримання прав майбутніх поколінь і участі населення в процесі прийняття рішень [6].

Під сталим розуміється такий розвиток, який «задовольняє потреби сучасного часу, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [7].

На початку XIX ст. термін «сталый розвиток» став використовуватися не лише громадськими та політичними діячами, науковими колами, а й увірвався в повсякденне життя громадян.

Сталый розвиток у сучасному світі може виявляти себе у таких площинах [8, с. 25]:

- поширення переваг економічного зростання серед усіх громадян;
- планування екологічно чистих міських житлових проєктів;
- збільшення освітніх можливостей як для дівчаток, так і для хлопців;
- використання інноваційних виробничих процесів із метою більшої енергоефективності та меншого забруднення;
- включення громадян та зацікавлених сторін у процеси формування політики.

Усе більше уваги на світовому рівні під час обґрунтування проблем сталого розвитку приділяється проблемам підвищення показників здоров'я, пропагування здорового способу життя та використання принципів «зеленої економіки» у різних сферах світового господарства. Як результат, Всесвітньою організацією здоров'я підготовлено документ [9] що висвітлює ключові тези:

1. Здоров'я є важливим внеском у сталый розвиток. Без здоров'я немає сталого розвитку; здорові люди краще вміють вчитися, працювати та позитивно сприяти розвитку економіки та суспільства.

2. Сталый розвиток надає більше здоров'я. Збалансований розвиток у таких галузях, як транспорт, житло, енергетика та сільське господарство, може принести більше користі для здоров'я та менші ризики, особливо для неінфекційних захворювань, лише в тому разі, якщо здоров'я є ключовим критерієм вибору політики сталого розвитку і стратегічних планів.

3. Важливо, щоб «зелена економіка» визначала пріоритетні заходи, які сприятимуть здоров'ю якомога більшої кількості людей.

4. Система охорони здоров'я може вимірювати показники ефективності розвитку ініціативи; сприяти оцінці впливу на здоров'я, встановленню цілей, визначенню показників контролю (наприклад, як політика, що реалізується іншими секторами, сприяє здоров'ю).

Тому вважаємо за доцільне виокремити чотири складники забезпечення сталого розвитку регіону в концепції підвищення конкурентоспроможності (рис. 2).

Що стосується регіонального розвитку системи охорони здоров'я, то у звіті [10] щодо аналізу прогресу та викликів регіонів окреслено такі висновки:

1. Надання первинної медичної допомоги в регіонах сильно просунулося переважно завдяки реформі охорони здоров'я, проте великі виклики залишаються, особливо щодо забезпечення надання первинної медичної допомоги в регіонах.

2. Залишаються важливі проблеми, зокрема ті, що пов'язані зі здоров'ям міських мешканців.

3. Тоді як бідність у регіоні зменшується, залишається нерівність розподілу економічних благ

4. Зафіксовано великий прогрес у поліпшенні доступу до води та основних санітарних умов у регіонах, однак деякі проблеми, такі як водовідведення, не вирішені належним чином.

5. У багатьох сферах (утилізація небезпечних відходів, викиди вуглецю, охорона праці та боротьба з пестицидами), як і раніше, існують прогалини.

Дослідження питань безпеки сталого розвитку призвело до появи терміна «гнучка безпека». Гнучка безпека була визначена як «ретельно збалансоване поєднання гнучкості, де це важливо для створення робочих місць та захисту там, де це потрібно для соціального забезпечення ... на основі координації з питань зайнятості та соціальної політики» [11]. Ця модель розвитку ринку праці найбільш тісно ототожнюється з континентальною Європою, а також із Данією, Росією, Нідерландами.

«Золотий трикутник» – взаємодопоміжне поєднання гнучкого ринку праці, щедрої схеми добробуту та активної політики на ринку праці – часто використовується для ілюстрації гнучкої безпеки в Данії [12].

Модель гнучкої безпеки передбачає низку припущень, які необхідно враховувати. Вона заснована на понятті, що інтереси капіталу та праці сумісні, а не суперечливі. Це вимагає ідеальної політичної економічної домовленості, яка забезпечує баланс між силами маркетингу та соціального захисту. Потрібне макроекономічне середовище, в якому функція соціальної політики та ринків праці є закріпленою. Модель також допускає, що

бізнес-цикли, включаючи періоди економічних криз та рецесій, – це природна і неминуча частина економіки. Роль освіти полягає в її здатності впливати на людський капітал, продуктивність ринку праці та працездатність працівників [13].

У Росії економічна безпека привірюється до добробуту працівників, тоді як психологічне здоров'я нехтується. Різні версії моделі гнучкої безпеки були реалізовані в європейських країнах. Наприклад, у Чехії була реалізована програма забезпечення гнучкості за рахунок безпеки. В Італії було вибрано практику «вибіркової гнучкої безпеки». У Німеччині аналіз різних рівнів нестабільного ризику був пов'язаний із різними формами нестандартної зайнятості. Цей досвід країн підкреслює необхідність вироблення не лише загального концепту, а й реалізаційних рамок для кожної країни окремо з урахуванням особливостей її розвитку [13].

Регіональне просування принципів «зеленої економіки» в рамках міжнародного управління екологією враховує такі підґрунтя підвищення регіональної конкурентоспроможності [13, с. 40–41]:

1. Ефективне використання природних ресурсів.
2. Важливість задоволення потреб людини в галузі тривалий період (навчання, кар'єрне зростання, забезпечення безпеки праці та психологічного комфорту).
3. Просування регіонального капіталу в межах та між регіонами.
4. Необхідність «зеленої економіки» бути всеосяжною та сприяти гідному майбутньому для всіх (особливо молоді, жінок, корінних жителів).
5. Необхідність базуватися на реальній, а не спекулятивній економіці.
6. Необхідність базуватися на перспективі прав та повазі до прав працівника.
7. Сприяння демократичній економіці.
8. Пошук соціальної справедливості та вдосконалення систем соціального захисту.

Для всебічного аналізу складника забезпечення сталого розвитку в концепції підвищення регіональної конкурентоспроможності було виокремлено види безпек та загроз регіону (табл. 1) на

основі аналізу літературних джерел, присвячених інвестиційній [14], екологічній [15], економічній [16–18], національній [19], політичній [20] та продовольчій [21; 22] безпеці.

У межах розроблення регіональної політики підвищення конкурентоспроможності можуть бути запропоновані потенційні рішення [13, с. 46], що передбачають короткий перелік економічних та соціальних реформ:

1. Взаємодія та регулювання діяльності бізнес-середовища.
2. Комплексний медичний та соціальний захист.
3. Сприяння субсидіям на захист навколишнього середовища економічної діяльності.
4. Державні закупівлі для сприяння екологічній та соціальній стійкості.
5. Усунення субсидій для галузей, які не є екологічно стійкими (наприклад, промисловості з вичерпним паливом), даючи змогу надавати субсидії для галузей, які поліпшують результати сталого розвитку, у т. ч. використання гнучкості, щоб дозволити доступну дифузії нових «зелених технологій».

Єдиний спосіб, завдяки якому ми можемо зберегти свою нинішню систему, – продовжувати її розвивати [23].

Висновки і пропозиції. Таким чином, установлено, що сталий економічний розвиток регіону охоплює такі складники: економічну систему регіону, забезпечення безпеки, формування принципів «зеленої економіки» (велика увага до екології) та охорону здоров'я мешканців. Збалансований динамічний розвиток перелічених складників сприятиме підвищенню регіональної конкурентоспроможності.

Майбутні дослідження повинні розглянути шляхи подолання поточних прогалин у вивченні того, як політика регіонального ринку праці, розвитку інфраструктури впливає на соціальні детермінанти здоров'я мешканців регіону, оскільки підвищення добробуту, у т. ч. здоров'я, – основне завдання конкурентоспроможності. Також це важливо для продовження дослідження та оцінки державного регулювання та політики на ринку праці.

Таблиця 1

Види безпек і загроз сталому розвитку регіону та підвищення його конкурентоспроможності

Види безпеки	Види загроз
Регіональна	Національні виклики, що загрожують сталому розвитку всіх сфер регіону.
Політична	Загрози воєнно-політичної нестабільності та озброєних конфліктів на території регіону; втручання у внутрішні справи органів місцевої влади та інфраструктури.
Економічна	Залежність регіонального ринку від товарів імпорту; неефективне використання та дефіцит місцевих бюджетів; недостатня регіональна спеціалізація економіки, що призводить до проблем зайнятості; недостатнє впровадження інновацій в економічну діяльність суб'єктів господарювання.
Екологічна	Екологічний тиск на природні ресурси регіону (повітря, вода, земля, рослинний і тваринний світ); підвищення захворюваності у населення (серцево-судинними, раковими, дихальними хворобами); зміна екосистеми регіону аж до зміни клімату.
Інформаційна	Загроза розкриття інформації. Цілісність інформаційних ресурсів, у тому числі комерційна таємниця.
Інвестиційна	Залежність регіонального ринку від кон'юнктури зовнішнього ринку; конкуренція для вітчизняних виробників; відсутність моделі співробітництва держави та закордонних інвесторів.
Продовольча	Незбалансованість внутрішнього регіонального продовольчого ринку за попитом та пропозицією; залежність від імпортних поставок продовольства; низька ефективність діяльності суб'єктів агропромислового комплексу; незадовільна матеріально-технічна база, низька технологічна та технічна оснащеність сільськогосподарського виробництва; нераціональне використання земельних ресурсів.
Енергетична	Затримка з формуванням безпечного ринку енергоресурсів регіону; низькі темпи оновлення обладнання на енергетичних підприємствах регіону.
Безпека життєдіяльності	Загрози безпеці життя людини та життєдіяльності суспільства загалом хімічної, техногенної, антропогенної природи, що полягають у загрозах здоров'ю, навколишньому середовищу, біосистемі регіону.

Джерело: розроблено авторами

Список використаних джерел:

1. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future 300 p. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (дата звернення: 15.02.2020).
2. Печчеи А. Человеческие качества. Москва : Прогресс, 1980. 302 с.
3. Пестель Э. За пределами роста. Москва : Прогресс 1988. 154 с.
4. Кинг А. Введение. Пестель Э. За пределами роста. Москва : Прогресс. 1988.
5. Гизатуллин Х.Н., Троицкий В.А. Концепция устойчивого развития: новая социально-экономическая парадигма. *Общественные науки и современность*. 1998. № 5. С. 124–130.
6. Айрапетова А.Г. Концепция устойчивого развития единой эколого-экономической системы. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2014. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsepsiya-ustoychivogo-razvitiya-edinoj-ekologo-ekonomicheskoy-sistemy> (дата звернення: 15.02.2020).
7. Матвеева О. Императивы стало розвитку територіальних громад та його загальнонаукові засади. *Ефективність державного управління*. 2017. № 1(50). Ч. 2. С. 224–232
8. Strange T., Bayley A. Sustainable Development Linking economy, society, environment. 2008. 25 p.
9. World Health Organization. Strategy and Plan of Action for the Prevention and Control of Noncommunicable Diseases. Provisional Agenda Item 4.4 for the 150th Session of the Executive Committee. June 2012. URL : http://new.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=17707&Itemid= (дата звернення: 15.02.2020).
10. Pan American Health Organization. Informe de la reuni3n de consulta sobre salud y desarrollo sostenible en la Regi3n de las Am3ricas, Sao Paulo, Brasil, 10 a 11 de noviembre del 2011. URL : http://new.paho.org/tierra/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=262&Itemid=77&lang=en (дата звернення: 15.02.2020).
11. Viebrock, Elke and Clasen, Jochen. Flexicurity: A State-of-the-Art Review, Working Papers on the Reconciliation of Work and Welfare in Europe. RECWP 01/2009 Edinburgh: RECOWE Dissemination and Dialogue Centre. 2009. URL: <http://ssrn.com/paper=1489903> (дата звернення: 15.02.2020).
12. Wilthagen T., Tros F. The concept of 'flexicurity': a new approach to regulating employment and labour markets. *Transfer: European Review of Labour and Research*. 2004. № 10(2). P. 166–186.
13. Health, Environment and Sustainable Development: Towards the Future We Want. Washington, DC : PAHO. 2013. 154 p.
14. Нікітенко Д.В. Загрози інвестиційній безпеці держави: сутність та класифікація. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/100.pdf (дата звернення: 15.02.2020).
15. Іванюта С.П. Екологічна безпека регіонів України: порівняльні оцінки. *Стратегічні пріоритети*. 2013. № 3(28). С. 157–164.
16. Андрієнко В.М. Специфічні загрози та особливості організації забезпечення економічної безпеки будівельних підприємств. *Ефективна економіка*. 2012. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2368> (дата звернення: 15.02.2020).
17. Акімова Л.М. Сутнісна характеристика основних загроз в економічній безпеці держави. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2016. № 10. URL : <http://www.du.nayka.com.ua/?op=1&z=1247> (дата звернення: 15.02.2020).
18. Губський Б.В. Внутрішні та зовнішні фактори економічної безпеки України. *Стратегічна панорама*. 2006. № 1–2. С. 75–79.
19. Криленко В.І. Економічна безпека регіону як складова забезпечення національної економічної безпеки. *Ефективна економіка*. 2013. № 2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1779> (дата звернення: 15.02.2020).
20. Косілова О.І. Політична безпека в системі національної безпеки України. *Правова інформатика*. 2011. № 1(29). С. 72–78.
21. Шойко В.А. Зовнішні та внутрішні загрози продовольчої безпеки на державному рівні. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/76.pdf (дата звернення: 15.02.2020).
22. Манзій І.Б. Продовольча безпека: структура, принципи, реальність загроз. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2008. Вип. 8/1(31). С. 27–31.
23. UK Sustainable Development Commission. Prosperity without Growth? 2009. URL : http://www.sd-commission.org.uk/data/files/publications/prosperity_without_growth_report.pdf (дата звернення: 15.02.2020).

References:

1. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. 300 p. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (accessed 15 February 2020).
2. Pechchei, A. (1980). Chelovecheskie kachestva [Human qualities]. Moscow. (in Russian)
3. Pestel', E. (1988). Za predelami rosta [Beyond growth]. Moscow. (in Russian)
4. King, A. (1988). Vvedenie. Pestel' E. Za predelami rosta. Moscow. (in Russian)
5. Gizatullin, H.N., Troickij, V.A. (1998). Konceptiya ustojchivogo razvitiya: novaya social'no-ekonomicheskaya paradigma [The concept of sustainable development: a new socio-economic paradigm]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'* [Social Sciences and the Present], 5, 124-130. (in Russian)
6. Ajrapetova, A.G. (2014). Konceptiya ustojchivogo razvitiya edinoj ekologo-ekonomicheskoy sistem [The concept of sustainable development of a unified environmental and economic system]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the St. Petersburg State University of Economics]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsepsiya-ustoychivogo-razvitiya-edinoj-ekologo-ekonomicheskoy-sistemy> (accessed 15 February 2020).
7. Matveeva, O. (2017). Imperativi stalogo rozvitku teritorial'nih gromad ta jogo zagal'noteoretichni zasadi [Imperatives of the steel development of territorial communities and that of the most radical theoretical ambush]. *Efektivnist' derzhavnogo upravlinnya* [Efficiency of the sovereign administration], 1(50), 224-232. (in Ukrainian)
8. Strange, T., Bayley, A. (2008). Sustainable Development Linking economy, society, environment, 25.
9. World Health Organization (2012). Strategy and Plan of Action for the Prevention and Control of Noncommunicable Diseases. Provisional Agenda Item 4.4 for the 150th Session of the Executive Committee. June 2012. URL: http://new.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=17707&Itemid= (accessed 15 February 2020).
10. Pan American Health Organization (2011). Informe de la reuni3n de consulta sobre salud y desarrollo sostenible en la Regi3n de las Am3ricas, Sao Paulo, Brasil, 10 a 11 de noviembre del 2011. URL: http://new.paho.org/tierra/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=262&Itemid=77&lang=en (accessed 15 February 2020).
11. Viebrock, E., Clasen, J. (2009). Flexicurity: A State-of-the-Art Review, Working Papers on the Reconciliation of Work and Welfare in Europe. RECWP 01/2009 Edinburgh: RECOWE Dissemination and Dialogue Centre; 2009. URL: <http://ssrn.com/paper=1489903>. (accessed 15 February 2020).
12. Wilthagen T, Tros F. (2004). The concept of 'flexicurity': a new approach to regulating employment and labour markets. *Transfer: European Review of Labour and Research* 2004;10(2):166-86.).
13. Health, Environment and Sustainable Development (2013): Towards the Future We Want. Washington, DC: PAHO, 154.
14. Nikitenko, D.V. (2018). Zagrozi investicijnij bezpeci derzhavi: sutnist' ta klasifikaciya [Threats to the Investment Security of the State: Essence and Classification]. *Efektivna ekonomika* [Effective Economics], 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/100.pdf (accessed 15 February 2020).

15. Ivanyuta, S.P. (2013). Ekologichna bezpeka regioniv Ukraїni: porivnyal'ni ocinki [Ecological safety of Ukrainian regions: comparative assessments]. *Strategichni prioriteti* [Strategic priorities], 3(28), 157 – 164.
16. Andrienko V.M. (2012). Specificzni zagrozi ta osoblivosti organizacii zabezpechennya ekonomichnoї bezpeki budivel'nih pidpriemstv [Specific threats and peculiarities of the organization of ensuring the economic security of construction enterprises]. *Efektivna ekonomika* [Effective Economics], 12 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2368> (accessed 15 February 2020).
17. Akimova, L.M. (2016). Sutnisna charakteristika osnovnih zagroz v ekonomichnij bezpeci derzhavi [Essential characteristics of major threats to the economic security of the state]. *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvitok* [Public administration: improvement and development], 10. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1247> (accessed 15 February 2020).
18. Hubs'kyj, B.V. (2006). Vnutrishni ta zovnishni faktori ekonomichnoї bezpeki Ukraїni [Internal and external factors of economic security of Ukraine]. *Stratehichna panorama* [Strategic panorama], 1-2, 75–79.
19. Krilenko, V.I. (2013). Ekonomichna bezpeka regionu yak skladova zabezpechennya nacional'noї ekonomichnoї bezpeki. [Economic security of the region as a component of ensuring national economic security]. *Efektivna ekonomika* [Effective Economics], 2, URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1779> (accessed 15 February 2020).
20. Kosilova, O.I. (2011). Politichna bezpeka v sistemi nacional'noї bezpeki Ukraїni [Political Security in the National Security System of Ukraine]. *Pravova informatika* [Legal Informatics], 1(29), 72-78.
21. Shojko, V.A. (2018). Zovnishni ta vnutrishni zagrozi prodovol'choї bezpeki na derzhavnomu rivni [External and internal threats to food security at the state level] // *Efektivna ekonomika* [Effective Economics], 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/76.pdf (accessed 15 February 2020).
22. Manzij, I.B. (2008). Prodovol'cha bezpeka: struktura, principy, real'nist' zagroz [Food safety: structure, principles, reality of threats]. *Visnik Sums'kogo nacional'nogo agrarnogo univ'ersitetu*. [Bulletin of Sumy National Agrarian University], 8/1 (31), 27 – 31. (accessed 15 February 2020).
23. UK Sustainable Development Commission. (2009). Prosperity without Growth? URL: http://www.sd-commission.org.uk/data/files/publications/prosperity_without_growth_report.pdf (accessed 15 February 2020).

Бесхлебная А. П.

Пухальская Г. В.

Национальный университет

«Запорожская политехника»

УСТОЙЧИВОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В КОНЦЕПЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Резюме

Исследование проблем устойчивого экономического развития в концепции региональной конкурентоспособности является основной целью статьи. Праотцом концепции устойчивого экономического развития принято считать ученого В.И. Вернадского и его исследования о «ноосфере». Концепция устойчивого развития является синтезом обеспечения эффективного функционирования трех сфер: экономической, социальной и экологической. С целью обеспечения устойчивого развития региона предложено его понимание как составляющих трех систем: экологии, экономической системы региона и обеспечения системы. Значительное внимание в исследовании уделено изучению видов угроз безопасности региона. Выделены следующие виды безопасности региона: региональная, политическая, экономическая, экологическая, информационная, инвестиционная, продовольственная, энергетическая, безопасность жизнедеятельности. **Ключевые слова:** региональная конкурентоспособность, регион, экономическое развитие, устойчивое экономическое развитие, концепция, безопасность, угроза.

Bezkhlibna Anastasiia

Puhal's'ka Gulnara

National University Zaporizhzhia Polytechnic

SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE CONCEPT OF REGIONAL COMPETITIVENESS

Summary

Sustainable development issues in the regions of Ukraine need to be explored because of their comprehensiveness and depth. The economic system of the region is developing according to the laws of dialectics, but each development must be balanced. The competitiveness of the region, being a complex socio-economic phenomenon, must be considered as a result of sustainable economic development. Research on sustainable economic development in the concept of regional competitiveness is the main purpose of the article. Scientist VI was considered the father of the concept of sustainable economic development. Vernadsky and his research on the noosphere. The concept of sustainable development is a synthesis of ensuring the effective functioning of three spheres: economic, social and environmental. In order to ensure the sustainable development of the region, it is proposed to understand it as an integral part of three systems: ecology, economic system of the region and provision of the system. Much attention is paid to the study of the types of security threats to the region. The following types of security of the region are distinguished: regional, political, economic, environmental, information, investment, food, energy, life safety. Within the framework of the development of a regional competitiveness policy, the following potential solutions may be proposed, providing a short list of economic and social reforms: 1. Interaction and regulation of business environment; 2. Complex medical and social protection; 3. Promoting environmental subsidies for economic activity; 4. Public procurement to promote environmental and social sustainability; 5. Eliminating subsidies for industries that are not environmentally sustainable. Thus, it has been established that the sustainable economic development of the region encompasses the following components: the economic system of the region, security, the formation of green economy principles (great attention to the environment) and the health protection of the inhabitants. The balanced dynamic development of these components contributes to the enhancement of regional competitiveness. **Keywords:** regional competitiveness, region, economic development, sustainable economic development, concept, security, threat.

УДК 332

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-30>**Шпильова В. О.**

ЧФ ПВНЗ «Європейський університет»

Лаврова-Манзенко О. О.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЕЛЕМЕНТИ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

У статті досліджено основні підходи до сутності інфраструктури розвитку регіональних інвестиційних процесів та встановлення її складу. Критичний аналіз узагальнених поглядів науковців дав змогу обґрунтувати та сформулювати власне бачення досліджуваної проблеми. Обґрунтовано окремі елементи такої інфраструктури, до яких віднесено фінансування інноваційного розвитку, нормативно-правове забезпечення, інституційні складники та дослідження інноваційного попиту. Проведено конкретизацію окремих елементів шляхом встановлення конкретних форм їх функціонування. У результаті вдалося здійснити структурування інфраструктурного забезпечення розвитку регіональних інноваційних процесів у формі схеми з основними напрямками реалізації взаємозв'язків та окреслити основні перспективні переваги функціонування інфраструктури саме в такій формі.

Ключові слова: інновації, інфраструктура, потенціал, регіон, розвиток.

Постановка проблеми. Будь-яка діяльність потребує оптимального середовища, котре формується з інфраструктурних елементів. Для нормального ведення бізнесу необхідні юридична підтримка, розвинений ринок збуту, система транспортної та складської логістики, структурована мережа центрів адміністративних послуг тощо. Ті елементи зовнішнього середовища, котрі чинять позитивний вплив на процеси ведення бізнесу та є компонентами реалізації окремих процесів, можна вважати його інфраструктурою. Відповідно, розвиток окремого аспекту ведення господарської діяльності потребує створення певної інфраструктури.

В умовах турбулентності економіки, стрімкого розвитку техніки та технологій видозмінюються процеси управління бізнесом і виникає потреба в постійному розвитку. Одним із напрямів забезпечення стрімкого та динамічного поступу на всіх рівнях господарювання є стимулювання інновацій. При цьому окремим підприємствам самостійно достатньо важко здійснювати наукові дослідження, розробки, технологічний пошук, упровадження та апробацію інновацій, оскільки такі процеси потребують відповідного кадрового та технологічного забезпечення. Саме тому органи місцевого самоврядування мають бути максимально зацікавлені у створенні регіонального пулу інноваційного розвитку, котрий, з одного боку, сприятиме реалізації загальних напрямків державної політики, а з іншого – створюватиме передумови для розвитку окремих підприємств в області. Отже, постає необхідність у дослідженні складу, стану та потреб у створенні нових елементів інфраструктурного забезпечення розвитку регіональних інноваційних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями інфраструктурного забезпечення інноваційного розвитку регіонів задавалися багато науковців, зокрема В. Узунов, Н. Рудь, С. Ганзюк та ін. Окремі складники інноваційного розвитку регіонів вдало презентовано у працях В. Кравчук, М. Жук, В. Шовкалюк, А. Монтерісі. Варто також відзначити теоретико-прикладні напрацювання в напрямі досліджень щодо створення передумов розвитку в регіоні, котрі представлені в роботах Т. Потапенко, Л. Панкової та Є. Сич.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на популярність теми

інноваційного регіонального розвитку в наукових колах та не применшуючи здобутки дослідників, усе ж варто відзначити, що елементний склад інфраструктури забезпечення розвитку регіональних інноваційних процесів розкритий недостатньою мірою, особливо в контексті мінливості економічного середовища.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є встановлення елементного складу інфраструктурного забезпечення розвитку регіональних інноваційних процесів.

Виклад основного матеріалу. Розвиток інноваційних процесів повинен забезпечуватися на всіх рівнях суспільного розвитку: національному, регіональному та кожним окремим підприємством. При цьому відбуваються дані процеси у постійній тісній взаємодії всіх окремих суб'єктів та об'єктів інноваційного розвитку. На державному рівні відбувається розроблення програм підтримки інноваційного розвитку регіонів, порядку їх фінансування та окремих заходів, систем моніторингу ефективності їх реалізації та інших інструментів реалізації державної інноваційної політики. Серед таких інструментів варто виокремити встановлення спеціальних (пільгових) режимів оподаткування підприємств, що здійснюють інноваційну діяльність. Також важливим аспектом стане стимулювання та підтримка кадрового потенціалу країни, науково-дослідної та матеріально-технічної основи інноваційного розвитку. Сьогодні, на жаль, передові наукові кадри покидають країну, особливо в галузі прикладних та природничих наук.

Інструментом стимулювання інноваційного розвитку регіонів із позиції держави має стати цільове фінансування. Тобто кошти мають спрямовуватися не просто на науковий розвиток, а в основній своїй частині на конкретні, економічно обґрунтовані проекти та стартапи. Такий підхід можна вважати суперечливим, адже в результаті може бути втрачений потенціал багатопрофільних науково-дослідних установ, однак, на нашу думку, в умовах обмеженості та дефіцитності фінансових ресурсів саме обґрунтування доцільності їх розміщення має стати основним критерієм відбору напрямів державної підтримки на регіональному рівні.

Розроблення окремих інноваційних програм регіонального розвитку може здійснюватися в межах інноваційного кластеру, окремими нау-

ково-дослідними установами, підприємцями або органами місцевого самоврядування. Процес реалізації таких програм матиме певні визначені етапи: розгляд та схвалення органами регіональної влади, лобювання фінансування, безпосереднє впровадження інновації, оцінка її ефективності та подальше коригування дій і наслідків. Відповідно, забезпечення регіонального інноваційного розвитку потребує власної інфраструктури. Окремі її елементи вже існують, однак, як зазначає В. Узун, на сучасному етапі їх розвитку відслідковуються такі недоліки функціонування:

- безсистемність та непослідовність у формуванні та розвитку регіональної інноваційної інфраструктури;
- недостатня нормативно-правова урегульованість питань розвитку інноваційної інфраструктури регіону;
- відсутність державної і регіональної підтримки створення та розвитку інституцій інноваційної інфраструктури;
- низький рівень фінансування всіх елементів інноваційної інфраструктури регіону;
- відсутність постійно доступної систематизованої інформації про завершення розроблення новітніх технологій у регіонах держави [1].

Відповідно, означена інфраструктура потребує структуризації та систематизації для встановлення чітких взаємозв'язків та порядку реалізації окремих загальних етапів для різноманітних проєктів. Елементами такої інфраструктури, окрім фінансування та нормативно-правового забезпечення, мають стати спеціалізовані інституційні одиниці. Як відзначає М. Жук, державна інституційна політика на національному рівні повинна базуватися на трьох постулатах:

- наукові знання повинні стати рушійною силою сталого розвитку економіки; технології є двигуном соціально-економічного розвитку;
- відповідальність державних інститутів за розвиток науки і технологій;
- стимулювання інноваційної діяльності [2].

Важливим елементом інноваційного розвитку регіонів має стати також створення попиту на інновації, тобто стимулювання бізнесу до впровадження виробничих інновацій, а не лише видів продукції. Саме новітні способи та засоби виробництва створюватимуть перспективу подальшого розвитку ноу-хау, адже вимагають розробок і нового обладнання, кадрів відповідної кваліфікації, а тому – освітньо-наукових установ, системи транспортування та зберігання, торговельного обладнання, засобів маркетингу тощо. Для цих цілей необхідний розвиток науково-дослідних систем повного циклу – від пошуку альтернативних джерел ресурсів до інноваційних форм забезпечення потреб споживачів. Варто погодитися з думкою В. Шовкалюк, що модель інституційного забезпечення розвитку інноваційної інфраструктури повинна бути спрямована на розбудову взаємодії наукових інституцій, що забезпечують розроблення сучасних технологій і продукують новітні виробничого сектору, здатного сприйняти ці технології і новітні та здійснити випуск конкурентоздатної продукції, а також інфраструктури, що забезпечує процес кадровими, фінансовими, інформаційними та іншими ресурсами, а також надають послуги щодо виходу на міжрегіональні й міжнародні ресурсні і споживчі ринки [3].

Основними формами такої взаємодії є створення інноваційних кластерів, технополісів, технологічних парків, інноваційно-технологічних центрів,

бізнес-інкубаторів, зон інноваційного бізнесу та підтримки класичних багатопрофільних університетів із потужною науково-дослідною базою. Головна мета таких формувань полягає не лише у безпосередньому розробленні інновацій у сфері регіонального розвитку в будь-якому напрямі, а й у залученні довгострокового фінансування. Джерелами коштів мають бути не лише бюджетні надходження, а й приватні інвестиції та доходи самих інноваційних інституцій. Ноу-хау мають патентуватися та реалізовуватися на комерційній основі в рамках правового поля натомість існуючих тінювих схем. Коли наукова діяльність ведеться за бюджетні кошти, а її результати передаються приватному бізнесу без дотримання авторських прав (за готівкові кошти) та дотримання інтересів держави чи регіону. Створюючи інфраструктуру інноваційного розвитку, варто розраховувати не лише на опосередковані доходи в результаті загального соціально-економічного розвитку, а й на прямі зиски від розробок.

Як відзначає А. Монтерісі, регіональна і місцева влада зацікавлена в розвитку інноваційної діяльності та ефективності функціонування інфраструктури інноваційного процесу, тому що він дає змогу створювати додаткові місця для високоінтелектуальної праці, залучає додаткові інвестиції для інноваційного розвитку регіону, поліпшує життєвий рівень населення. Місцева влада підтримує інноваційні та високотехнологічні підприємства регіону, які задіяні в процесі, надає фінансову допомогу інноваційній інфраструктурі, бере участь у створенні місцевого інноваційного та інших фондів розвитку тощо [4].

Сфера відповідальності регіональних елементів поширюється на інформаційне забезпечення інноваційного розвитку (формування бази даних інноваційних проєктів і програм), лобювання інтересів регіону на державному рівні, створення взаємозв'язку між генераторами інновацій та їх споживачами, стимулювання інноваційного підприємництва, обдарованої молоді та науковців, контроль ефективності реалізації інновацій. Отже, під інфраструктурним забезпеченням розвитку регіональних інноваційних процесів варто розуміти сукупність взаємопов'язаних спеціалізованих інститутів, способів та джерел фінансування, нормативно-правового забезпечення, котрі забезпечують розвиток і підтримку всіх стадій регіонального інноваційного розвитку.

Варто погодитися з думкою Н. Рудь, котра зазначає: «Для постійного вдосконалення інноваційної інфраструктури необхідно здійснювати фінансування у її формуванні та розвитку, створення нових елементів інфраструктури. Фінансувати інноваційну інфраструктуру можуть як комерційні організації, так і державні органи влади та громадські організації. У кожного з них є свої мотиви фінансування» [5, с. 141].

Цікавий підхід до елементного складу такої інфраструктури представлено В. Узуним. Зокрема, як зазначає науковець, до основних елементів розвитку регіональної інноваційної інфраструктури, які свідчать про можливість формування конкурентних переваг регіону та сприяють розвитку його інноваційного потенціалу, необхідно віднести:

- виробничо-технологічні структури (технопарки, наукові парки, інноваційно-технологічні центри, бізнес-інкубатори, інноваційно-технологічні та інжинірингові фірми, фірми, що роблять імпортозаміщувальну продукцію);

- юридичних (податкових) консультантів;
- організації з підготовки і перепідготовки кадрів у сфері технологічного менеджменту (поява нової категорії фахівців з комерціалізації результатів НДДКР);
- фінансові структури (бюджетні, позабюджетні, венчурні, страхові фонди, кредитно-гарантійні організації небанківського сектору, банки, фінансово-промислові групи, орієнтовані на технологічну інноваційну діяльність);
- аналітичні центри інноваційного ринку, регіональні центри інноваційного розвитку, віртуальні біржі;
- кластери [1].

На нашу думку, цей перелік варто доповнити елементами нормативно-правового забезпечення та інститутами стимулювання інноваційного попиту – маркетинговими консультантами та спеціалізованими фірмами, котрі здійснюють постійний моніторинг ринку та основних тенденцій потреб як виробників, так і споживачів. Отже, проаналізувавши основні існуючі підходи до елементного складу та сутності інфраструктурного забезпечення розвитку регіональних інвестиційних процесів, можемо сформулювати власне його бачення (рис. 1).

Висновки і пропозиції. Основні переваги розвитку такої інфраструктури для представників бізнесу носитимуть як прямий, так і опосередкований характер:

- наявність удадо організованої інфраструктури даватиме змогу швидко та безперешкодно впроваджувати власні інновації;
- створення кадрового потенціалу розвитку бізнесу;
- скорочення витрат на розроблення та розвиток новітніх технологій;
- зростання загального рівня розвитку регіону призводитиме до нарощення рівня життя населення та його купівельної спроможності;
- інновації в регіоні створюватимуть потенціал для залучення закордонних інвесторів та виходу на міжнародні ринки;
- в умовах ефективного господарювання фінансові інститути легше йдуть на співпрацю з бізнесом, створюючи привабливіші умови кредитування та обслуговування;
- поліпшення екологічного та ресурсного стану регіону дасть змогу розвивати еко- та соціально орієнтовані напрями діяльності, формуючи власний позитивний імідж.

Інфраструктура забезпечення розвитку регіональних інноваційних процесів вибудовується на всіх рівнях співпраці: органи місцевого самоврядування працюють у даному напрямі за активної державної підтримки та з повним залученням бізнесу. У результаті забезпечуються підтримка високого інноваційного потенціалу регіону та широкі перспективи його розвитку.



Рис. 1. Елементи інфраструктурного забезпечення розвитку регіональних інноваційних процесів

Джерело: узагальнено автором на основі [1; 2; 5]

Список використаних джерел:

1. Узунов В.В. Розвиток інноваційної інфраструктури регіонів України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2012. № 8. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=638> (дата звернення: 02.01.2020).
2. Жук М. Функціонування національної інноваційної інфраструктури в умовах трансформації: інституціонально-економічний аспект. *Демократичне врядування: Науковий вісник*. 2013. № 12. URL: http://vivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnik12/fail/Zhuk.pdf (дата звернення: 02.01.2020).
3. Шовкалюк В.С. Сучасна інноваційна політика: стан, проблеми та перспективи розвитку. *Матеріали III Міжнародного форуму Німецького товариства технічного співробітництва (GTZ)*; Дніпропетровська ОДА. Дніпропетровськ, 2009. С. 10–26.
4. Monterisi A. Regional innovation strategies: the Apulian experience and the role of ARTI. Brussels. 2009. 18 p.
5. Рудь Н.Т. Інноваційний потенціал регіону: нові підходи до оцінки. *Регіональна економіка*. 2011. № 4. С. 140–150.

References:

1. Uzunov V. (2012) Rozvytok innovatsiinoi infrastruktury rehioniv Ukrainy [Development of innovative infrastructure of Ukrainian regions]. *Public Administration: Improvement and Development*, vol. 8. Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=638> (accessed 02 January 2020).
2. Zhuk. M. (2013) Funktsionuvannya natsionalnoi innovatsiinoi infrastruktury v umovakh transformatsii: instytutsionalno-ekonomichnyi aspekt [Functioning of national innovation infrastructure in the conditions of transformation: institutional and economic aspect]. *Democratic Governance: A Bulletin of Science*, vol. 12. Available at: http://vivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnik12/fail/Zhuk.pdf (accessed 02 January 2020).
3. Shovkaliuk V. (2009) Suchasna innovatsiina polityka: stan, problemy ta perspektyvy rozvytku [Modern innovation policy: state, problems and prospects of development]. *Materialy III Mizhnarodnoho forumu Nimetskoho tovarystva tekhnichnoho spivrobotnytstva (GTZ)* [Proceedings of the 3rd International Forum of the German Society for Technical Cooperation (GTZ)]. Dnepropetrovsk Regional State Administration. P. 10-26.
4. Monterisi A. Regional innovation strategies: the Apulian experience and the role of ARTI. Brussels. 2009. 18 p.
5. Rud N. (2011) Innovatsiinyi potentsial rehionu: novi pidkhody do otsinky [Innovative potential of the region: new approaches to assessment]. *Regional economy*, vol. 4, pp. 140-150.

Шпилева В. А.

ЧФ ЧВУЗ «Европейский университет»

Лаврова-Манзенко Е. А.

Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого

ЭЛЕМЕНТЫ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Резюме

В статье исследованы основные подходы к сущности инфраструктуры развития региональных инвестиционных процессов и установлению ее состава. Критический анализ обобщенных взглядов ученых позволил обосновать и сформулировать собственное видение исследуемой проблемы. Обоснованы отдельные элементы такой инфраструктуры, к которым отнесены финансирование инновационного развития, нормативно-правовое обеспечение, институциональные составляющие и исследование инновационного спроса. Проведена конкретизация отдельных элементов путем установления конкретных форм их функционирования. В результате удалось осуществить структуризацию инфраструктурного обеспечения развития региональных инновационных процессов в форме схемы с основными направлениями реализации взаимосвязей и определить основные перспективные преимущества функционирования инфраструктуры именно в такой форме.

Ключевые слова: инновации, инфраструктура, потенциал, регион, развитие.

Shpilevaya Vera

Cherkasy Branch of Private Higher Educational Establishment
“European University”

Lavrova-Manzenko Elena

Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy

ELEMENTS OF INFRASTRUCTURE SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF REGIONAL INNOVATION PROCESSES

Summary

The main approaches to the essence of the infrastructure of development of regional investment processes and establishment of its composition are investigated in the article. Critical analysis of the generalized views of scientists allowed to substantiate and formulate their own vision of the problem under study. The author substantiates certain elements of such infrastructure, which include financing of innovative development, regulatory legal support, institutional components and research of innovative demand. Specification of individual elements by establishing specific forms of their functioning was carried out. As a result, it was possible to structure the infrastructural support for the development of regional innovation processes in the form of a scheme with the main directions of implementation of interconnections, and to outline the main perspective advantages of the functioning of the infrastructure in this form. Infrastructural support for the development of regional innovation processes should be understood as a set of interconnected specialized institutes, methods and sources of funding, regulatory and legal support that ensure the development and support of all stages of regional innovation development. The main benefits of developing such an infrastructure for business representatives will be both direct and indirect: having a well-organized infrastructure will allow you to innovate quickly and seamlessly; increasing the overall level of development of the region will lead to an increase in the standard of living of the population and its purchasing power; innovations in the region will create the potential for attracting foreign investors and entering international markets; in an efficient economy, financial institutions are easier to engage with, creating more attractive lending and service conditions; improving the environmental and resource status of the region will allow the development of eco- and socially-oriented areas of activity, forming its own positive image. The infrastructure to support the development of regional innovation processes is being built at all levels of cooperation: local governments work in this direction with active state support and full involvement of business. As a result, the high innovation potential of the region and the broad prospects for its development are maintained.

Keywords: innovation, infrastructure, potential, region, development.

РОЗДІЛ 6

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК (69.003:699.87:502.1:338.28)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-31>

Шпакова Г. В.

Київський національний університет будівництва і архітектури

АДАПТАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ПЕРЕХОДУ ДО БІОСФЕРОСУМІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БУДІВНИЦТВІ

У статті розглядаються основні етапи вибору раціональних виробничих технологій, які адаптовані до еколого-економічних обмежень, що діють відповідно до міжнародних нормативних актів про стан навколишнього середовища. Представлено межі виокремлення оптимальних рішень та алгоритм етапності їх оцінки на засадах сталого розвитку з урахуванням екологічних, економічних та соціальних імперативів. На прикладі будівельної галузі запропоновано шляхи її переходу на нову концептуальну основу розвитку, у рамках якої пріоритетні цілі поводження з природними ресурсами забезпечуватимуть рух у напрямі «кругової» економіки з каскадним використанням ресурсів і мінімізацією обсягів залишкових продуктів. Проаналізовано та запропоновано перспективні напрями застосування ІТ-інструментарію та біосферосумісних технологій для забезпечення сталого розвитку.

Ключові слова: екологізація економіки, екологічний аудит, вторинна сировина, рециклінг, біосферосумісні технології.

Постановка проблеми. Починаючи з другої половини минулого століття людство усвідомило, що координація зусиль зі збору, зберігання та переробки інформації про стан навколишнього середовища є необхідністю, зумовленою можливістю подальшого існування. У березні 1970 р. під егідою ООН пройшла Стокгольмська конференція з охорони довкілля, де була прийнята Програма з навколишнього середовища (UNEP). У ній було розроблено основну концепцію і програму моніторингу та оцінки стану довкілля, а також спільну термінологію, у тому числі визначення поняття «моніторинг» як комплексної системи спостережень, оцінки та прогнозу змін стану навколишнього середовища під впливом антропогенних чинників. Із цього часу підприємства та компанії країн Європи і Америки несуть юридичну відповідальність за спричинення збитків навколишньому середовищу [1]. Це призвело до значних додаткових фінансових утрат, які почали відчувати компанії. Фінансово-фіскальні інструменти спричинили зрушення в психології бізнесу в бік дотримання норм екологічного законодавства у своїй діяльності. Зовні такі заходи дуже нагадували фінансовий аудит [1; 2]. Через це процедура екологічної експертизи одержала назву екологічного аудиту. У числі перших компаній, які розробили та запровадили власні програми екологічної експертизи, були компанії US Steel, Allied Chemical і Occidental Petroleum. Лідерами з проходження екологічного аудиту початково були індустріально розвинені країни Нового світу, Західної та Північної Європи. Сьогодні європейськими керманічами в екоекспертизі є Чехія та Польща.

Процедура проведення екологічного аудиту, його результати дають змогу врегульовувати деякі конфлікти між компаніями – правопорушниками екологічного законодавства і національними органами з охорони довкілля. Найбільше поширення має спеціалізований екологічний аудит із питань обліку відходів виробництва, визначення їх без-

печності та супутніх чинників, що впливають на стан навколишнього середовища, професійні захворювання тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що сучасний екологічний аудит – це не тільки перевірка стану підприємства на предмет відповідності вимогам природоохоронного законодавства, а й основа для розроблення комплексу заходів для запобігання його можливим порушенням [3; 4]. У такий спосіб екологічний аудит перетворюється зі звичайного адміністративного інструменту контролю над дотриманням закону на економіко-правовий інструмент стимулювання природоохоронної діяльності підприємства [4].

В Україні основним складником системи екологічної оцінки є екологічна експертиза, яка виконується державними природоохоронними органами. «Екологічна експертиза в Україні – вид науково-практичної діяльності спеціально уповноважених державних органів, еколого-експертних формувань та об'єднань, що ґрунтується на міжгалузевому екологічному дослідженні, аналізі та оцінці передпроектних, проектних та інших матеріалів чи об'єктів, реалізація та дія яких може негативно впливати або впливає на стан навколишнього природного середовища та здоров'я людей» [5, с. 241].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні в Європі діє вже понад 50 міжнародних угод і директив Європейського Співтовариства, які безпосередньо стосуються питань моніторингу довкілля та аудиту стану підприємств і прилеглої території. Створено спеціальні робочі групи, завданням яких є розроблення рекомендацій та планів дій із питань моніторингу довкілля для країн – членів ООН. Право й екологічна політика Співтовариства виходить із завдань запобігання утворення відходів, сприяння повторному використанню, вторинній переробці та відновленню відходів із метою зменшення їхнього впливу на навколишнє середовище. Пріоритетною метою при цьому постає

перетворення відходів на ресурси і зниження обсягів їх утворення. Вітчизняне законодавство у цій сфері, незважаючи на досить розвинену нормативно-правову базу, не повністю або лише частково відповідає вимогам ЄС. Отже, імплементація зазначених директив пов'язана зі значними змінами і доповненнями в правовому полі. Передусім Україна стоїть перед необхідністю переходу на нову концептуальну основу економічного розвитку. Більшість галузей народного господарства, які є ресурсоемними через пряму залежність від сировинної бази, побудовано на лінійній моделі економіки. Лінійна модель передбачає зростання витрат ресурсів прямо пропорційно до обсягів виробництва, що суперечить завданню збереження цінних природних ресурсів. На противагу лінійній моделі кругової (циркулярної) економіки зорієнтована на безперервний або каскадний оборот технічних і біологічних матеріалів під час виробництва й мінімізацію обсягів залишкових продуктів. Такий підхід збігається з біосферосумісним орієнтуванням людської діяльності та екологічними імперативами [6–8]. Але механізми екологізації економіки, їх успішність залежать від кореляції конкретних програм у кожній галузі народного господарства. Стратегія модернізації будівельної галузі як однієї з ресурсоемних, що продукує й значні обсяги залишкового лому, є однією з нагальних проблем сучасної України.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження адаптаційних механізмів переходу до біосферосумісних технологій у будівництві.

Виклад основного матеріалу. Директива 2008/98/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 19 листопада 2008 р. про відходи та скасування окремих директив запроваджує заходи із захисту довкілля та здоров'я людей шляхом попередження або зниження негативних впливів виробництва й поводження з відходами, а також зменшення загальних наслідків використання ресурсів та підвищення ефективності такого використання [3]. В основі документа закладено досить амбітну мету – наближення Європейського Союзу до «суспільства рециклінгу». Вона надає пріоритет заходам із рециклінгу, заохочує роздільне збирання відходів та повторне використання продуктів. Директива встановлює критерії віднесення відходів до категорії побічних продуктів і процедури, за якими настає кінець статусу відходів, коли відходи вважаються не відходами, а потенційними ресурсами. Переваги надаються технологіям, що ґрунтуються на енергоресурсах із віднов-

люваних джерел та вторинної сировини. Але така умова є обмеженістю не тільки у використанні первинних ресурсів довкілля (як причина), а й в економічному розвитку (як наслідок). Поняття обмеженості стосовно природного середовища має декілька векторів:

1) обмеженість основних природних ресурсів і джерел енергії, необхідних для продовження процесу розвитку та економічного зростання;

2) обмеженість основних компонентів природного довкілля, що характеризують його якісні параметри, оцінку стану, який, з одного боку, є похідною від величини емітованих забруднень, з іншого – від здатності до саморегулювання різних наземних екосистем;

3) обмеженість у соціально-економічному вимірі, який пов'язується з затребуваністю (попитом) на чисте довкілля, тобто обмеженість у задоволенні різними елементами природного середовища потреб психологічного, естетичного рекреаційного характеру;

4) обмеженість функцій наземних екологічних систем як природного капіталу планети [9, с. 34].

Головна проблема на мікроекономічному рівні, де локалізовані та просторово детерміновані еколого-економічні проблеми, – це необхідність прийняття важкого вибору між «економічно екзальтованим» та біосферосумісним технічним прогресом. Не кожна нова технологія виробництва, яка є вигідна з погляду продуктивності праці і капіталу, є доцільною для довкілля. Це означає необхідність оцінки технології за екологічним стандартом за показником емітованих забруднень і/або показником використання первісних природних ресурсів. Таким чином, вибір, який у зв'язку з екологізацією нових технологій і продуктів здійснюють підприємства, буде залежати не лише від чисто економічних чинників (економічний розрахунок), а й від обов'язкового юридичного регулювання та екологічної експертизи і – особливо у разі продуктивних інновацій – від знань і екологічної свідомості споживачів та вироблених ними економічних благ.

Тобто оцінка нової технології суб'єктом господарювання полягає у визначенні балансу між вибором і обмеженнями. Зробити вибір на користь економічно-ефективної технології, яка б задовольняла екологічним стандартам та могла бути впроваджена в життя в певному регіоні, базуючись на матеріально-технічних і людських ресурсах, без якісно нової методики та інструментів еколого-економічного аналізу важко. На рис. 1 за допо-

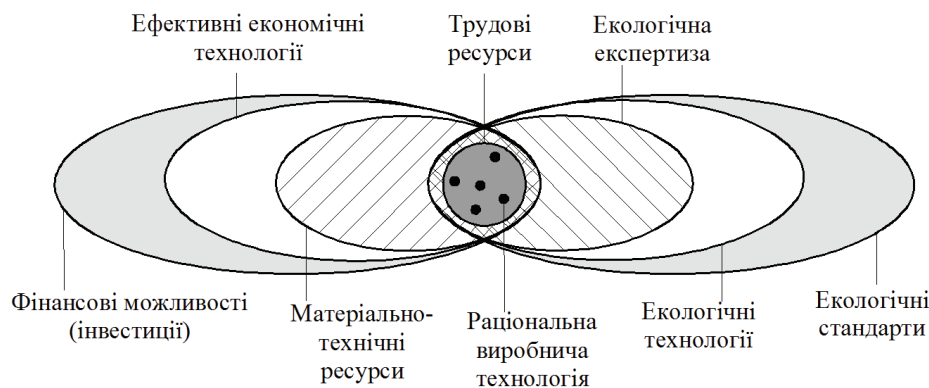


Рис. 1. Візуалізація вибору біосферосумісної технології за еколого-економічних обмежень

Джерело: розроблено автором

могою кругів Ейлера представлено виокремлення виробничої технології за врахування вибору та обмежень еколого-економічних аспектів розвитку.

Ускладнення вибору зумовлюється ще й багатовекторністю екологічної політики, тобто своєрідним надлишком цілей, які в умовах обмеженості фінансових, матеріальних і трудових ресурсів не можуть бути одночасно реалізовані. Тому потрібно оцінити перспективну технологію за таким кумулятивним показником, який урахує еколого-економічні обмеження, фінансові можливості сьогодення та здатний до трансформації протягом часу відповідно до змін правового та технологічного середовища. Послідовність вибору та оцінки раціональної виробничої технології представлено на рис. 2.

Алгоритм може бути адаптовано до будь-якої галузі господарювання з додаванням специфічних блоків обмежень та варіативних блоків, які характеризують особливості та етапність вибору технологічних рішень. Для будівельної галузі України в алгоритм додається нормативна база (ДБН, ДСТУ), яка вже має посилення та узгодження з екологічними стандартами відповідно до Директиви 2011/92/ЄС про оцінку впливу окремих державних і приватних проєктів на навколишнє середовище (кодифікація) [3].

База екологічних технологій для будівельної галузі має формуватися за основоположним принципом законодавства ЄС у сфері управління відходами, а саме зменшення кількості відходів, які спрямовуються на остаточне захоронення. Із цією метою всі технології, пов'язані саме з будівництвом (проектування будівель і споруд, випуск будівельних матеріалів напівфабрикатів, конструкцій та виробів, а також знешкодження), мають бути спрямовані на застосування чіткої ієрархії поводження з відходами. Пріоритетом є принцип запобігання

утворенню будівельних відходів, мінімізація (або повна відсутність) утилізації.

Згідно з Угодою про асоціацію, передбачається наближення галузевого законодавства України до вимог принаймні трьох джерел права ЄС у сфері управління відходами, а саме: Директиви 2008/98/ЄС про відходи (рамкова директива), Директиви 1999/31/ЄС про захоронення відходів та Директиви 2006/21/ЄС про управління відходами видобувної промисловості.

Основоположним принципом законодавства ЄС у сфері управління відходами є зменшення кількості відходів, які спрямовуються на остаточне захоронення, шляхом застосування ієрархії поводження з ними, а саме: запобігання утворенню; підготовка до повторного використання; перероблення (рециклінг); інша утилізація, зокрема відновлення енергії; видалення.

Процес повторного використання відходів за тим же призначенням після їх переробки – рециклінг будівельних матеріалів та конструкцій – один із напрямів екологізації будівельних технологій. Сьогодні в нашій країні немає єдиної вартісної оцінки проєкту з використанням переробленого будівельного сміття, а відсутність нормативної бази, яка б узаконювала (а інколи й спрощувала) застосування виробів із вторинних ресурсів, не сприяє масовому поширенню екологічних рішень. Слід також відзначити, що вартість переробки вторинної сировини занадто висока передусім через відсутність належного початкового сортування; по-друге, відсутня ефективно діюча система контролю та покарання за недотримання екологічних норм; по-третє, не сформована колективна соціально-екологічна свідомість спільноти, спрямована на підтримку нематеріальних цінностей. Шляхом подолання є централізоване запровадження системи обов'язкової переробки будівельного сміття і

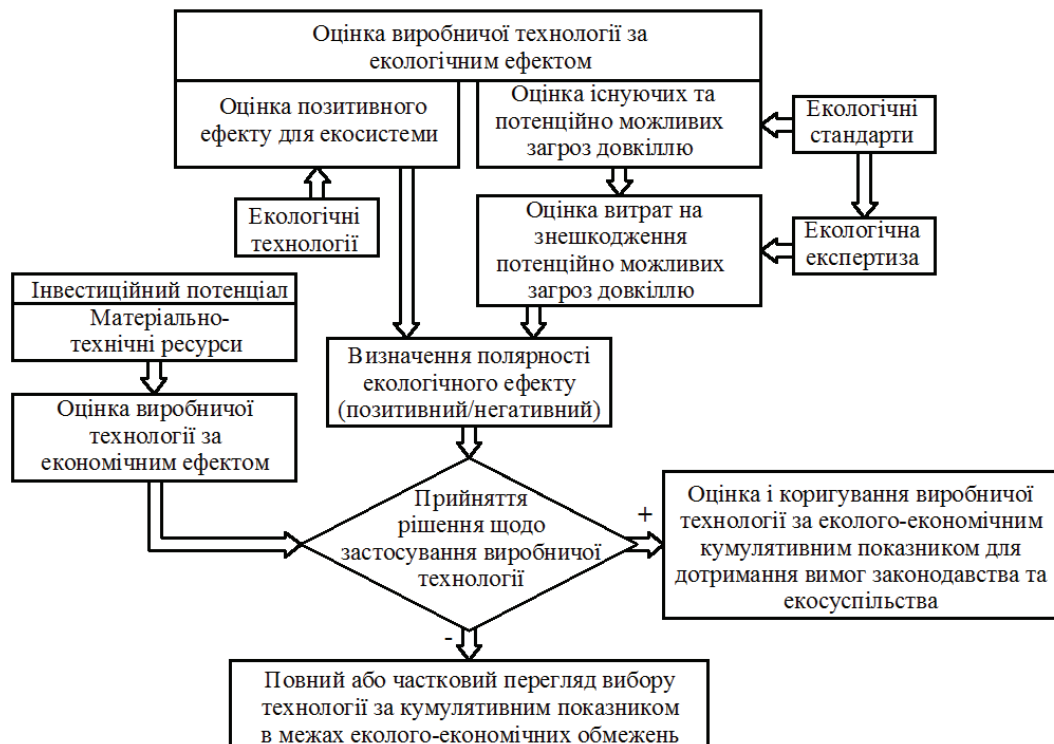


Рис. 2. Алгоритм вибору та оцінки раціональної виробничої технології в межах дії еколого-економічних обмежень

Джерело: розроблено автором

його рециклінга, підпорядкування проєктних технологічних та економічних рішень екологічним обмеженням і принципу збалансованого природо-користування; технологічне переозброєння будівельного виробництва під екологічним контролем із боку держави і територіальної громади.

Висновки і пропозиції. Законодавство України потребує перегляду на предмет узгодження понятійного апарату, зокрема надання визначень «роздільне збирання», «запобігання утворенню», «повторне використання», «підготовка до повторного використання», «найкращі доступні технології», «утримувач відходів», уведення поняття суб'єктів дилера і брокера тощо.

Для ефективної реалізації європейських стандартів в Україні недостатньо лише приведення у відповідність правових аспектів. Водночас потребують розроблення та коригування, зокрема, будівельні норми для збільшення можливостей застосування будівельного лому як конструктивного матеріалу, розширення меж використання рециклінга та виробів із вторинної сировини. Водночас слід більш широко впроваджувати ІТ-технології в процес усього життєвого циклу об'єкта, що дає можливість для реалізації багатьох аспектів еколого-економічного розвитку, а саме:

– своєчасної оцінки стану будівельного об'єкта з метою забезпечення гарантійного і постгарантійного терміну експлуатації для подовження життєвого циклу;

– проєктування термінів і обсягів проведення модернізації, реконструкції, утилізації будівель-

ного об'єкта для прогнозування виробничих потужностей будівельних та переробних підприємств;

– упровадження нових концепцій у підході до проєктування будівель і споруд, які б ураховували зміни у функціональній доцільності об'єктів на ринку нерухомості – концепція функціональної трансформації [10].

Технологія є необхідним чинником економічного розвитку і зростання. Немає ніяких сумнівів, що нові технології дають перевагу в економічному розвитку. Але в умовах екологічних обмежень, що накладаються на економічне зростання, було б неввірно пройти повз соціальний складник сталого розвитку. Екологізація економіки супроводжується переміщенням центру економічного аналізу з витрат і проміжних результатів на кінцеві результати економічної діяльності і далі на прогнозовані тенденції розвитку відповідно до принципів соціальної відповідальності. Тому досягнення збалансованих соціально-еколого-економічних рішень повинно базуватися на зміні еколого-економічної орієнтації структури людських потреб і стандартів добробуту в бік відмови від диктату пропозиції і штучної стимуляції вторинних факультативних потреб. Для будівельної галузі це – стимулювання переробного виробництва, рециклінга, запровадження нових концепцій у проєктуванні, спрямованих на збільшення життєвого циклу об'єкта шляхом універсалізації архітектурно-конструкторських рішень на основі парадигми біосферосумісності.

Список використаних джерел:

1. Повестка дня на XXI век, 1992 г. / Конференция ООН по окружающей среде и развитию. Рио-де-Жанейро (Организация Объединенных Наций) Конф. 151/4. URL : <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf> (дата звернення: 12.02.2020).
2. ОЕСР. Стан справ з розширеною відповідальністю виробників, можливостями і проблемами : проблемний документ Глобального форуму з навколишнього середовища, м. Токіо, 17–19 червня 2014 р. URL : <http://www.oecd.org/environment/waste/Global%20Forum%20Tokyo%20Issues%20Paper%2030-5-2014.pdf> (дата звернення: 12.02.2020).
3. Директива Європейського Парламенту та Ради 2008/98/ЄС від 19 листопада 2008 року про відходи та скасування деяких директив. *Офіційний портал Міністерства енергетики та захисту довкілля*. URL : <https://menr.gov.ua/news/31288.html> (дата звернення: 12.02.2020).
4. Національна стратегія управління відходами в Україні до 2030 року : Розпорядження КМУ № 820-р. від 8.11.2017 р. *Офіційний сайт КМ України*. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/820-2017-%D1%80> (дата звернення: 12.02.2020).
5. Смовженко Т.С., Скринник З.Е. Українська людина в європейському світі: виміри ідентичності : навчальний посібник. Київ : УВС НБУ, 2015. 609 с. ISBN 978-966-484-240-9.
6. Дедикоат К. Кругова економіка: що це значить, як туди добратися. URL : <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-importance-of-a-circular-economy> (дата звернення: 12.02.2020).
7. Кругова економіка як альтернативна екологічно орієнтована економічна концепція для України / В. Євдокимов та ін. *Економіст*. 2018. № 3. С. 347–362. URL : <http://www.ekonomista.info.pl/?rok=2018&nr=3&t=2&lang=1> (дата звернення: 12.02.2020).
8. Орловська Ю.В., Яковичина Т.Ф., Орловський Є.С. Зелене будівництво як складова політики ЄС щодо розвитку циркулярної економіки. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2014. № 5(05). С. 365–371. URL : http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/5_2016/70.pdf (дата звернення: 12.02.2020).
9. Гринів Л.С. Екологічна економіка : навчальний посібник. Львів : Магнолія 2006, 2010. 358 с.
10. Шпакова Г.В. Планувально-технологічна концепція одно- та багатоядерних будівельних об'єктів багатфункціонального призначення на принципах модульності. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2019. № 39. Ч. 1. С. 190–196. ISBN 978-617-7748-27-3.

References:

1. Agenda 21, 1992 United Nations Conference on Environment & Development. Rio de Janeiro (United Nations) A Conf. 151/4. Retrieved from <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf> (2020, February, 12).
2. OECD. The State of Play on Extended Producer Responsibility, Opportunities and Challenges: Issues Paper of Global Forum on Environment, Tokyo, June 17–19, 2014 [Electronic source]. URL: <http://www.oecd.org/environment/waste/Global%20Forum%20Tokyo%20Issues%20Paper%2030-5-2014.pdf> (2020, February, 12).
3. Dyrektyva Yevropejs'koho Parlamentu ta Rady 2008/98/Yes vid 19 lystopada 2008 roku pro vidkhody ta skasuvannia deiakykh Dyrektyv [Directive of the European Parliament for the sake of 2008/98 / ЄС від 19th of the list of fall 2008 in the year of 2008 on the issue of the passage of directives] // Ofitsijnyj portal Ministerstva enerhetyky ta zakhystu dovkillia. [The official portal of the Ministry of Energy and the Environment.] Retrieved from: <https://menr.gov.ua/news/31288.html> (2020, February, 12).
4. NATSIONALNA STRATEHIJA upravlinnia vidkhodamy v Ukraini do 2030 roku, 2017. (Rozporiadzhennia KМУ № 820-r. vid 8.11.2017 r.) [NATIONAL STRATEGY waste management in Ukraine until 2030. (Order of the Cabinet of Ministers

- of Ukraine from 8.11.2017 p. № 820-p.)] Ofitsiynyi sait KM Ukrainy [Official website of CM of Ukraine] Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/820-2017-%D1%80> (2020, February, 12).
5. Smovzhenko, T. S., Skrynnyk, Z. E. (2015). The Ukrainian person in the European world: dimensions of identity. Kyiv: NBU NBU. P. 609.
 6. Chris Dedicat Circular economy: what it means, how to get there [electronic source]. Retrieved from: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-importance-of-a-circular-economy>. (2020, February, 12)
 7. Ievdokymov V., Oliinyk O., Ksendzuk V., Sergiienko L. (2018). Kruhova ekonomika iak al'ternatyvna ekolohichno orientovana ekonomichna kontseptsiiia dlia Ukrainy. [Circular Economy as an Alternative Environment Oriented Economic Concept for Ukraine]. Ekonomista [Electronic source], no. 3, pp. 347-362. Retrieved from: <http://www.ekonomista.info.pl/?rok=2018&nr=3&t=2&lang=1> (2020, February, 12)
 8. Orlovskaya, Yu. V., Yakovyshina, T. F., Orlovsky, E. S. (2014). Zelene budivnytstvo iak skladova polityky YeS schodo rozvytku tsyrkuliarnoi ekonomiky. [Green building as a component of the EU policy on circular economy development]. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia. [Eastern Europe: Economics, Business and Management]. [Electronic source], no. 5 (05), pp. 365 –371. Retrieved from: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/5_2016/70.pdf. (2020, February, 12)
 9. Hryniv L. (2010). Ekolohichna ekonomika [Ecological Economics]. Lviv. Mahnoliia-2006. p. 358.
 10. Shpakova, H. V. (2019). Planuval'no-tekhnologichna kontseptsiiia odno- ta bahatoiadernykh budivel'nykh ob'iektiv bahatofunktsional'noho pryznachennia na pryntsyakh modul'nosti. [Planning and technological concept of single and multi-core multifunctional construction objects based on modularity principles]. Shliakhy pidvyschennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn. [Ways to increase the efficiency of construction in the conditions of formation of market relations], no. 39/1, pp. 190-196.

Шпакова А. В.

Киевский национальный университет строительства и архитектуры

АДАПТАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПЕРЕХОДА К БИОСФЕРОСОВМЕСТИМЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Резюме

В статье рассматриваются основные этапы выбора рациональных производственных технологий, которые адаптированы к эколого-экономическим ограничениям, действующим в соответствии с международными нормативными актами о состоянии окружающей среды. Представлены области выявления оптимальных решений и алгоритм этапности их оценки на основе устойчивого развития с учетом экологических, экономических и социальных императивов. На примере строительной отрасли предложены пути ее перехода на новую концептуальную основу развития, в рамках которой приоритетные цели обращения с природными ресурсами обеспечивают движение в направлении «круговой» экономики с каскадным использованием ресурсов и минимизацией объемов остаточных продуктов. Проанализированы и предложены перспективные направления применения IT-инструментария и биосферосовместимых технологий для обеспечения устойчивого развития.

Ключевые слова: экологизация экономики, экологический аудит, вторичное сырье, рециклинг, биосферосовместимые технологии.

Shpakova Hanna

Kyiv National University of Construction and Architecture

ADAPTATION MECHANISMS OF TRANSITION TO BIOSPHERIC COMPATIBLE TECHNOLOGIES IN CONSTRUCTION

Summary

Humanity has realized long ago that the coordination of efforts to collect, store and process information about the state of the environment is a necessity. Under the patronage of the UN, a concept and program for monitoring and assessing the state of the environment has been developed. Environmental controls are very similar to auditing. The most widespread today is a specialized environmental audit on waste accounting. The priority objective of environmental monitoring and enterprises auditing is to turn waste into resources and reduce their generation. Domestic legislation in this area does not fully or only partially comply with EU requirements. Ukraine needs to move to a new conceptual basis for economic development. Most industries are resource-intensive through direct dependence on the resource base. They are built on the basis of a linear model of the economy. Modernization of the construction industry in Ukraine, which produces significant volumes of residual wastes, is one of the pressing problems. EU directives aim to build a “recycling society”. Renewable resource technologies and green energy are in trend. But in such conditions the economic development is difficult to provide. It is difficult to choose a cost-effective technology according to environmental standards for implementation in a particular region without the methodology and tools of environmental and economic analysis. A phased algorithm for the selection and adjustment of decisions on the selection of rational technology is proposed. The promising directions of adaptation to biosphere compatibility have been proposed for the construction industry. One of the directions in the greening of construction technologies is the recycling of building materials and structures. A wider introduction of IT technologies in the process of the object life cycle is proposed: when assessing the state of a construction object in order to extend the life of the facility; when designing the periods of time and scope of modernization, reconstruction, disposal of a construction site; when introducing new concepts during the initial design in order to simplify the modernization, reconstruction, disposal of the construction site. The choice of rational technologies does not depend only on economic choice and environmental restrictions. The social component of humanity, which is responsible for the dictatorship of the proposal and the artificial stimulation of secondary needs, which led to the environmental crisis, must change.

Keywords: economy greening, environmental audit, secondary raw materials, recycling, biosphere-compatible technologies.

РОЗДІЛ 7

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК:005.95:005.96:331.5

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-32>

Захарчин Г. М.

Склярчук Т. В.

Вовк Ю. І.

Національний університет «Львівська політехніка»

МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ: НОВІ СЕНСИ Й ТЕНДЕНЦІЇ

Обґрунтовано вплив сучасних тенденцій у глобальному й локальному вимірах на появу якісно нових сенсів менеджменту персоналу. Зазначено, що під впливом соціогуманістичної парадигми менеджменту нового сенсу набувають, насамперед, ідеологічні засади менеджменту, його філософія, цінності, ментальні установки. У рамках соціогуманістичної парадигми менеджменту новими гуманітарними технологіями менеджменту персоналу стають сучасна управлінська культура та культура відповідальності, які передбачають принципи прозорості, відкритості, залучення та довіри. Охарактеризовано сучасні виклики, загрози й можливості для менеджменту персоналу, породжені процесами інтелектуалізації, інформатизації та віртуалізації суспільства. Паралельно з динамічним прискоренням цих процесів змінюються попит і пропозиція на ринку праці, що, своєю чергою, вимагає нових механізмів, форм та технологій HR-менеджменту; визнання пріоритетних компетенцій та розширення форм організаційного навчання й розвитку персоналу. Наголошено, що завдяки різним практикам навчання й розвитку персоналу формуватимуться нові якості людини, сучасні моделі кар'єри, які сприятимуть швидкій адаптації і мінімізуватимуть ризик потрапити в категорію відчуженого класу суспільства.

Ключові слова: менеджмент персоналу, тенденції, людиноцентричне спрямування, цифрова економіка, компетенції, організаційне навчання, управління талантами, емоційний інтелект, культура креативного мислення.

Постановка проблеми. Сучасний світ розвивається під впливом багатьох викликів, які окреслюють тенденції, відкривають нові закономірності й перспективи причинно-наслідкового мислення і, відповідно, вимагають адекватного реагування. Сьогоднішній виток розвитку відбувається на основі стрімкого поширення інтелектуально-інформаційного складника у соціально-економічному просторі, наукового знання, модерної технологізації суспільної діяльності. Паралельно відбуваються процеси гуманізації праці і пересмислення ролі людини як носія знань, емоційного інтелекту, комунікативної культури. Соціогуманістичні тенденції у цивілізаційному розвитку набувають особливої ваги і закладають основи для людиноцентричної концепції, спрямованої на розвиток людського потенціалу. У системі управління персоналом з'являються нові сенси, що змінюють філософію менеджменту, традиційні підходи до управління персоналом і формують потребу в нових персонал-технологіях. Це висуває проблему дослідження впливу новітніх тенденцій на менеджмент персоналу в науковій, методологічній та технологічно-прикладній площинах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначена у статті тематика є багатогранною і багатоаспектною за своєю суттю й викликає плідні дискусії в науковому середовищі. Науковці досліджують тенденції сьогодення і визнають їхній вплив на всі сфери життєдіяльності суспільства, у тому числі на управлінські процеси та, зокрема, на менеджмент персоналу. Тенденції у сфері управління персоналом через інноваційні аспекти розглянуто у публікаціях [1; 2; 4], в яких висвітлюються сучасні технології управ-

ління персоналом, практика управління персоналом конкурентоспроможного підприємства. Вплив чинників зовнішнього середовища на формування сучасних тенденцій у системі менеджменту персоналу викладено у публікаціях [5; 6], які аналізують окреслену у статті проблематику через призму деформації ринку праці, зумовлену трудовою міграцією та процесами інформатизації, роботизації. Світоглядні аспекти управління персоналом через ціннісні категорії, зокрема інтелектуальної культури та духовного інтелекту, викладені в авторській статті [3], а в монографії [7] представлено комплексне дослідження теоретичних та методичних засад оцінювання якості управління персоналом. Однак, незважаючи на багаточисельні дослідження у сфері управління персоналом, недостатньо розкрито глибинні основи появи нових сенсів в управлінні персоналом, які якісно змінюють управлінську ментальність під впливом сучасних тенденцій.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є обґрунтування впливу сучасних тенденцій на появу якісно нових сенсів менеджменту персоналу.

Виклад основного матеріалу. Сучасна система менеджменту персоналу зазнає якісних змін і набуває нових сенсів під впливом тенденцій сьогодення. Основні тенденції у сфері менеджменту персоналу є наслідком процесів різного характеру, які відбуваються в глобальному й локальному вимірах. Це багатогранні процеси, що охоплюють усі сфери буття й свідомості людини і стосуються як економіки, так й ідеології. Ці процеси можуть нести загрози, але, за умов їх осмислення і завчасного реагування, пропонувати й нові можливості. У контексті досліджуваної проблематики, тобто стосовно управління персоналом, нові сенси сто-

суються насамперед ідеологічних засад менеджменту, які закладають будівничі основи світогляду, формують цінності, що впливають на поведінку персоналу, і визначають корпоративну культуру організації. В умовах сьогодення, коли актуалізується соціогуманістична парадигма менеджменту, світоглядно філософія менеджменту має виражене людиноцентричне спрямування. Власне, сучасна світоглядно-ціннісна філософія менеджменту персоналу є первинною в системі менеджменту персоналу і впливає на вибір практичних механізмів, інструментів, технологій та моделей управління персоналом. Людиновимірність як ідеологічна засада менеджменту зміщує акценти із сутнісного сприйняття людини та побудови її відносин у суспільстві і формування зв'язків у системі менеджменту. Розуміння людини як цінності, а не одного з ресурсів, призводить до необхідності не тільки берегти цю цінність, а й створювати умови для її розвитку та поліпшення добробуту. Нова тенденція нашого тисячоліття – збереження й розвиток людського потенціалу, новий сенс – якість, що досягається зростанням ролі соціально-психологічних чинників в управлінських процесах, свободою творчості та переходом до суб'єкт-суб'єктних відносин. Розвиток партисипативного менеджменту призводить до видозміни суб'єкта й об'єкта управління, зміни суті соціально-виробничих відносин. Отже, суб'єкт-суб'єктні відносини стають не тільки новою методологічною основою менеджменту, а й у прикладному сенсі стимулюють нову модель відносин – самоорганізацію. Оскільки менеджмент розглядається як соціокультурне явище, то йому притаманні й культурологічні сенси, таким чином, поняття смислу співвідносяться з розумінням явища. У рамках соціогуманістичної парадигми менеджменту новими гуманітарними технологіями менеджменту персоналу стають сучасна управлінська культура та культура відповідальності. Сучасна управлінська культура передбачає принципи прозорості, відкритості й залучення та довіри, вона є наслідком відсутності традиційних ієрархій та лідерства. Залучення персоналу до виробничих й управлінських процесів підвищує довіру колективу і стимулює новий виклик сьогодення – створювати культуру відповідальності. Культура відповідальності стає мотиваційним інструментом, вона поширюється на весь персонал, оскільки ініціатива, пропозиції, управлінські рішення не мають строго авторитарного характеру, а є спільнодією усього колективу.

Нові виклики, загрози й можливості для менеджменту персоналу породжують процеси інтелектуалізації, інформатизації та віртуалізації суспільства. Паралельно з динамічним прискоренням цих процесів змінюються попит й пропозиція на ринку праці, що, своєю чергою, вимагає нових механізмів, форм і технологій HR-менеджменту; визнання пріоритетних компетенцій та розширення форм організаційного навчання й розвитку персоналу. Динамічне нарощування інформаційних технологій і проникнення їх у всі галузі й сфери свідчать про формування цифрової економіки. З огляду на це, в Україні стартувала Концепція розвитку цифрової економіки і суспільства України на 2018–2020 рр., відповідно до якої передбачено заходи щодо активізації цього процесу. У названому документі зазначено, що «цифрова економіка означає діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні дані,) як числові, так і текстові» [6]. Цифрова економіка, наділена

позитивними якостями й можливостями розвитку, водночас породжує низку проблем, які стосуються ринку праці і, відповідно, менеджменту персоналу. Ознакою цифрової економіки є присутність віртуального світу, який поширюється і на робочі місця, і просторово віддалені форми праці. Відокремлення наукомістких видів діяльності, поширення аутсорсингу, розповсюдження фрілансингу не тільки вплинуло на сферу зайнятості, а й змінило режим праці, процедуру трудових взаємовідносин. Менеджмент персоналу вийшов за межі територіально окресленої організації з чітким розпорядком режиму праці, відкидаючи регламентовані трудовим законодавством норми й приписи. Цифрова економіка змінює підходи до ведення бізнесу, поділу праці й до управління персоналом. Однак, попри позитивні можливості цифрової економіки, спостерігаємо негативні наслідки, зокрема зникнення певних професій, руйнування робочих місць у реальному економічному секторі, загострення конфліктності через неврегульованість законодавством цієї сфери діяльності. Цифрові технології суттєво змінюють предмет праці, методи роботи і призводять до нового виду взаємодії, зокрема поява взаємодії «людина – робот» відбувається на рівні технічному, інтелектуальному, сервісному. У виробничому апараті з'являються нові структури – мережі, які стають основою мережевого менеджменту. Дослідження специфіки цифрової економіки показують, що в проблемне поле потрапляють види діяльності з високим ступенем ручної роботи та рутинних операцій, і персонал, зайнятий такою працею, піддається ризику витіснення чи відчуження. Однак спостерігається інша тенденція – зростання попиту на гуманітарні професії, які не дуже піддаються автоматизації. У зв'язку із цим категорію залучених людей поповнюватимуть гуманітарії. Отже, сьогодні на ринку праці присутні полярні тенденції – соціально-економічне залучення й відчуження, зумовлені наслідками інтелектуалізації праці та інформатизації економіки, що призводить до деформації на ринку праці, зміни змісту трудової діяльності та появи нових професій. Окрім того, на підприємствах ситуацію загострює реальний розрив між потенціалом персоналу та ступенем його використання, між інтересами, цінностями різних поколінь. Якщо для покоління старшого віку важливою мотивацією є матеріальний складник, то для покоління Z (народжених після 2000 р.) прагнення до сенсів важить більше, ніж заробітна плата.

Поява нових професій і зміна змісту трудової діяльності, своєю чергою, стимулюють до постійного розвитку та самонавчання, щоб бути залученим у процеси та не потрапити у категорію відчуженого класу. Підвищення конкурентоспроможного потенціалу працівників старшого віку уможливується завдяки програмам, які сприяють залученню до навчання протягом життя. Досвід економічно активного населення старшого віку є цінністю, яку за умов ефективного менеджменту можна трансформувати в репутаційний капітал. Для зменшення соціальної напруги і зменшення числа відчужених людей ефективними можуть стати програми раціонально збалансованої соціальної політики як на макро-, так і на мікрорівні та розширення практики соціальних інвестицій. На макрорівні необхідними є заходи щодо відповідного інституційного забезпечення трудових відносин на ринку праці. Дослідники демографічних і соціально-економічних процесів та ринку праці зазначають, що «вкрай потрібною

є трансформація соціальної підтримки працездатного населення, зокрема стимулювання активної поведінки на ринку праці (зайнятості, підприємництва, самозайнятості, сімейного бізнесу тощо), підвищення диференціації пенсій відповідно до тривалості страхового стажу, вибудова і дотримання співвідношень мінімальних державних гарантій (мінімальна заробітна плата має істотно перевищувати всі інші за винятком адресованих людям з особливими потребами)» [5, с. 23].

Вплив глобальних тенденцій і диференціація робочої сили змушують вищий менеджмент не тільки шукати механізми управління різними поколіннями, мотивування працівників різних вікових груп, а й реагувати на потребу в нових компетенціях персоналу. Очевидно, що пріоритетними визнаватимуться компетенції, які породжені потребою ринкового середовища, тенденціями та рекомендаціями Всесвітнього економічного форуму в Давосі. Сучасний світ призвів до зміни традиційних знань і появи нових навичок, до яких здебільшого відносять: критичне мислення, емоційний інтелект, когнітивну гнучкість, здатність управляти змінами, проактивне пізнання, креативність, цифрову грамотність, емпатію, прикладну уяву, мистецтво комунікування. Критичне мислення разом із когнітивною гнучкістю дають змогу усвідомлювати перспективу розвитку, враховуючи ризики й загрози, оцінюючи виклики та можливості.

Командна співпраця у вирішенні тактичних та стратегічних завдань потребує синтезу комунікативності та емоційного інтелекту.

Емоційний інтелект належить до сучасних компетентностей, якими повинен володіти менеджер, а в умовах загострення конфліктогенних явищ розвиток емоційного інтелекту стає запорукою успіху. Науковці стверджують, що «успіх людини, вміння будувати соціальні зв'язки і досягати поставлених цілей безпосередньо залежать від його емоційного інтелекту. Сьогодні успішні люди беруть у союзники не тільки логіку, а й емоції. Брендове поняття «бізнес-інтуїція» засноване в першу чергу на аналізі емоційної інформації, яка точніше і багатогранніша, ніж логічна. «Емоційний розум» працює в десятки тисяч разів швидше, ніж неокортекс (область кори головного мозку, що відповідає за вищі нервові функції), і встигає обробити значно більше інформації» [7, с. 154]. Оскільки відчутною є тенденція еволюційних змін статусної ролі менеджера з персоналу – від дженераліста, бізнес-партнера до бізнес-лідера, то розширюється коло фахових і світоглядних компетенцій. З огляду на це, критичне мислення, інноваційність, здатність управляти змінами повинні доповнюватися не тільки емоційним інтелектом, а й духовним інтелектом та інтелектуальною культурою. Обґрунтування необхідності введення в економічний обіг поняття духовного інтелекту та інтелектуальної культури викладено в авторській статті, де зазначено, що «завдяки синтезу інтелектуальної культури і духовного інтелекту формується нова формула мислення, одним із принципів якої є самоусвідомлення. Самоусвідомлення – як здатність зв'язувати причини й наслідки в одне ціле, як поєднання розуміння зі знанням, як уміння не виділяти свою окремішність, а бачити себе в команді, ставати духовним лідером і водночас командним гравцем. Духовний інтелект якнайкраще спонукає до ефективної командної співпраці, без якої не обійтися в інно-

ваційних процесах. Поєднуючи інтелектуальну культуру й духовний інтелект, можна досягнути інформаційно-духовної мобільності, що в умовах глобалізованого простору розширює масштабність і горизонти інноваційної діяльності» [3, с. 128].

Набуття нових компетентностей вимагає постійного навчання та самонавчання, а поява талант-центричних організацій доводить, що креативне мислення й творчий розвиток є пріоритетними для сучасного менеджменту. Організаційне навчання й управління талантами набувають також нового сенсу під впливом багатьох чинників, серед яких – інтеграція у світові структури з європейськими стандартами управління персоналом, крос-культурними відмінностями; акценти на відновлення персоналу та поліпшення добробуту; утвердження екосистеми трудових ресурсів. Важливу роль відіграє й те, що в Україні паралельно відбуваються реформи в суміжних ринках. Наприклад, реформа у сфері охорони здоров'я чи державного управління вимагає набуття компетентностей, властивих HR-менеджерам, стрімко зростає попит на висококваліфікованих HR-менеджерів різного функціонального характеру. Отже, виникає потреба у другій вищій освіті, тобто з'являється навчання подвійного циклу та повторне навчання, які стосуються причин і способів заміни організації праці. Процес навчання стає безперервним, поєднуючи індивідуальне (персональне інтелект-знання), командне, організаційне знання. У цьому контексті вбачаємо позитивну тенденцію партнерства науки освіти, бізнесу та розвитку культури кар'єрної мобільності в корпораціях.

Висновки і пропозиції. З огляду на виклики й трансформації сьогодення, змінюються моделі управлінської практики, а система менеджменту персоналу набуває нових сенсів у методологічному, теоретичному й прикладному аспектах. В умовах інтелектуалізації й інформатизації суспільства з'являється новий тип працівника – інтелектуальний, для якого необхідні тонко планові форми управління, а спрощення організаційної структури та залучення всього персоналу до управлінських дій змінюють систему соціально-економічних відносин, розвиваючи суб'єкт-суб'єктні відносини. Процеси гуманізації праці та соціалізації визначають нові сенси менеджменту персоналу. У зв'язку із цим соціогуманістична парадигма стає концептуально-методологічним підґрунтям для творення нової культури креативного мислення і нових сенсів розуміння цінності людського потенціалу в досягненні успіху. У прикладній площині нової якості набуватимуть механізми, технології та інструментарій HR-менеджменту, які змінюватимуться під впливом тенденцій інформатизації суспільства, побудови цифрової економіки, трансформації дії закону попиту і пропозиції на ринку праці. Завдяки різним практикам навчання й розвитку персоналу формуватимуться нові якості людини, нові компетенції, нові моделі кар'єри, які сприятимуть швидкій адаптації та знижуватимуть ризик потрапити в категорію відчуженого класу суспільства. Оскільки нові тенденції стають закономірним явищем, то подальші дослідження повинні спрямовуватися на стратегічні цілі менеджменту персоналу, моделювання поведінки персоналу різних поколінь і пошук ефективних шляхів залучення їх до співпраці, визначення пріоритетних цінностей, розвиток мистецтва самоуправління.

Список використаних джерел:

1. Технології управління персоналом : монографія / О.А. Гавриш та ін. Київ : НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», 2017. 494 с.
2. Касич А.О., Бурба О.А. Інноваційні підходи в практиці управління персоналом конкурентоспроможного підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 16. Ч. 1. С. 130–134.
3. Захарчин Г.М. Інтелектуальна культура та духовний інтелект як сучасні чинники інноваційного розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 45. С. 125–129.
4. Кушинова Н.Г. Запровадження та розвиток сучасних персонал-технологій в управління персоналом. *Економічні науки. Вісник Запорізького національного університету*. 2018. № 4(40). С. 134–141.
5. Лібанова Е.М. Зовнішні трудові міграції українців: масштаби, причини, наслідки. *Демографія та соціальна економіка*. 2018. № 2(33). С. 10–26.
6. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядження Кабінету міністрів України від 17.01.2018 № 67.
7. Швець І.Б., Коваленко Т.В. Комплексна оцінка якості управління персоналом : монографія. Донецьк : ДонНТУ, 2013. 159 с.

References:

1. Gavrish O.A., Dovgan L.E., Krejdich I.M., Semenchenko N.V. (2017). *Tekhnologhiji upravlinnja personalom: monoghrafija* [Personnel management technologies: monograph]. Kyiv: Igor Sikorsky NTUU. (in Ukrainian)
2. Kasich A.O., Burba O.A. (2017.) *Innovacijni pidkhody v praktyci upravlinnja personalom konkurentospromozhnogho pidpryjemstva* [Innovative approaches in the practice of personnel management of a competitive enterprise]. *Naukovyj visnyk Uzhgorodskijogho nacionaljnogho universytetu* [Scientific Bulletin of Uzhgorod National University]. vol. 16, part 1, pp. 130-134. (in Ukrainian)
3. Zakharchyn G.M. (2019). *Intelektualjna kuljtura ta dukhovnyj intelekt jak suchasni chynnyky innovacijnogho rozvytku* [Intellectual culture and spiritual intellect as modern factors of innovative development]. *Prychornomorsjki ekonomichni studiji. Naukovyj zhurnal* [Black Sea Economic Studies. Scientific journal]. No. 45, pp. 125-129. (in Ukrainian)
4. Kushinova N.G. (2018). *Zaprovadzhenja ta rozvytok suchasnykh personal-tekhnologhij v upravlinnja personalom* [Introduction and development of modern personnel technologies in personnel management]. *Ekonomichni nauky. Visnyk Zaporizkogo nacionaljnogho universytetu* [Economic sciences. Bulletin of Zaporizhzhya National University]. Vol. № 4 (40), pp. 134-141. (in Ukrainian)
5. Libanova E.M. (2018). *Zovnishni trudovi mighraciji ukrajinciv: masshtaby, prychny, naslidky* [External labor migration of Ukrainians: scale, causes, consequences]. *Demoghrafija ta socialjna ekonomika* [Demography and the social economy]. vol. 2 (33), pp. 10-26. (in Ukrainian)
6. *Pro skhvalennja Konceptiji rozvytku cyfrovoi ekonomiky ta suspilstva Ukrajinny na 2018-2020 roky ta zatverdzhennja planu zakhodiv shhodo jiji realizaciji: Rozporjadzhennja Kabinetu ministriv Ukrajinny vid 17.01.2018 r.* On approval of the Concept of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020 and approval of the plan of measures for its implementation: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 17.01.2018. № 67. (in Ukrainian)
7. Shvab I.B., Kovalenko T.V. (2013). *Kompleksna ocinka jakosti upravlinnja personalom: monoghrafija* [Comprehensive assessment of the quality of personnel management: monograph]. Donetsk: DVNZ "DonNTU". (in Ukrainian)

Захарчин Г. М.

Склярчук Т. В.

Вовк Ю. І.

Національний університет «Львівська політехніка»

МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛА: НОВЫЕ СМЫСЛЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Резюме

Обосновано влияние современных тенденций в глобальном и локальном измерениях появления качественно новых смыслов менеджмента персонала. Отмечено, что под влиянием социогуманистической парадигмы менеджмента новый смысл приобретают, прежде всего, идеологические основы менеджмента, его философия, ценности, ментальные установки. В рамках социогуманистической парадигмы менеджмента новыми гуманитарными технологиями менеджмента персонала становятся современная управленческая культура и культура ответственности, предусматривающие принципы прозрачности, открытости, привлечения и доверия. Охарактеризованы современные вызовы, угрозы и возможности для менеджмента персонала как следствие процессов интеллектуализации, информатизации и виртуализации общества. Параллельно с динамичным ускорением этих процессов меняются спрос и предложение на рынке труда, что, в свою очередь, требует новых механизмов, форм и технологии HR-менеджмента; признания приоритетных компетенций и расширения форм организационного обучения и развития персонала. Отмечено, что благодаря различным практикам обучения и развития персонала формируются новые качества человека, современные модели карьеры, способствующие быстрой адаптации и уменьшению риска попасть в категорию отчужденного класса общества.

Ключевые слова: менеджмент персонала, тенденции, цифровая экономика, компетенции, организационное обучение, управление талантами, эмоциональный интеллект, культура креативного мышления.

Zakharchyn Halyna
Skliaruk Tetiana
Vovk Yuliia

Lviv Polytechnic National University

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT: NEW MEANINGS AND TRENDS

Summary

The influence of current trends on the emergence of qualitatively new meanings of human resource management in global and local dimensions has been substantiated. It has been stated that under the influence of socio-humanistic paradigm of management ideological principles of management, its philosophy, values and mental attitudes acquire new meaning. Within the socio-humanistic paradigm of management, modern management culture and culture of responsibility which provide the principle of transparency, openness, involvement and trust, become new humanitarian technologies for human resource management. It is emphasized that in the conditions of intellectualization of society there is a new type of employee – the intellectual, for which subtly planned forms of management are required, and the simplification of organizational structure and involvement of all personnel in management actions changes the system of socio-economic relations, developing subject-subject relations. Current challenges, threats and opportunities for human resource management, generated by the processes of intellectualization, informatization and virtualization of the society, have been described. Alongside with the dynamic acceleration of these processes, demand and supply in the labor market are being changed, what in its turn requires new mechanisms, forms and technology of HR management, as well as recognition of priority competences and expansion of forms of organizational training and human resource development. It is noted that there are polar trends in the labor market – socio-economic involvement and alienation, and in enterprises there is a real gap between the potential of the staff and the degree of its use, between interests and values of different generations. However, it is emphasized that the emergence of new professions and changes in the content of work activities, in turn, stimulate the constant development and self-study. It has been highlighted that due to various training and human resource development practices, new human qualities and modern career models, which facilitate the rapid adaptation and minimize the risk of becoming an alienated class of society will be formed. To reduce social tensions and reduce the number of estranged people, programs of balanced social policy, both at the macro and micro levels, and the expansion of social investment practices can become effective. At the macro level, there is a need for appropriate institutional support for labor relations in the labor market.

Keywords: human resource management, trends, human-centered direction, digital economy, competencies, organizational training, talent management, emotional intelligence, culture of creative thinking.

РОЗДІЛ 8 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.144

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-33>

Адвокато́ва Н. О.

Карнауше́нко А. С.

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ЗАСТОСУВАННЯ КРАУДФАНДИНГУ ЯК АКТИВІЗАТОРА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті досліджено теоретичну суть краудфандингу, визначено суб'єктів краудфандингових операцій, його форми, які передбачають використання фінансових ресурсів із боку зацікавлених у результатах проєкту суб'єктів за допомогою спеціалізованої краудфандингової платформи, показано переваги його використання в сучасному суспільстві. Виділено шість основних ознак Інтернет-краудфандингу, які дають змогу стати ефективним інноваційним способом фінансування проєктів. Здійснено порівняльну характеристику основних краудфандингових платформ в Україні. Під час дослідження було проведено соціологічне онлайн-опитування, яке дало можливість проаналізувати інформацію про обізнаність українців щодо можливостей, які надає краудфандинг. Визначено найпопулярніші сфери поширення краудфандингу та його пріоритетні напрями. Здійснено аналіз кількості краудфандингових платформ у світі.
Ключові слова: краудфандинг, краудфандингова платформа, бекери, донори, IT-технології.

Постановка проблеми. Сьогодні глобалізаційні процеси у світовій ринковій економіці зумовлюють господарюючих суб'єктів на підвищення власної конкурентоспроможності, що потребує залучення грошових коштів на подальший розвиток бізнесу. Існуючі способи фінансування підприємницької діяльності часто є недоступними на початковому етапі проєкту. У зв'язку із цим постає необхідність у пошуку новітніх фінансових інструментів підтримки. Одним із таких інструментів є краудфандинг.

Цей метод з'явився недавно, але зарекомендував себе як інноваційний фінансовий інструмент, за допомогою якого можна швидко отримати підтримку власного проєкту та стартапу. Окрім того, краудфандинг допоможе вже діючому підприємству залучити грошові кошти на розвиток.

Особливістю даного методу фінансування є те, що будь-яка фізична чи юридична особа може знайти в краудфандингу спосіб додаткового фінансування своєї діяльності. Однак виникає низка особливостей, які залежать від того, чи несе компанія, яка використовує краудфандинг, певні зобов'язання перед інвесторами; чи має хтось із них право на частку в компанії або чи це благодійна допомога. Залишається відкритою проблема практичного використання краудфандингу, оскільки, на думку багатьох експертів, в Україні дуже низький рівень довіри населення до новацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження питання фінансування бізнес-проєктів шляхом краудфандингу зробили такі закордонні та українські науковці, як: Ю. Петрушенко [1], О. Дудкін [2], Д. Демченко [3], Н. Гончарук [4], А. Фоменко [5], Л. Некрасова [6], В. Поліщук [7], А. Рогова [8], І. Химич [9], В. Красномоєць [10], Л. Кадол [11], К. Лебедева, М.К. Санін, Є.Ю. Безуглова.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є узагальнення теоретичних та дослідження практичних основ із використання такого фінансового інструменту, як краудфандинг, а також визначення подальших перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу. Краудфандинг – це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, застосовуючи мережу Інтернет заради того, щоб підтримати ідеї інших людей або підприємств. За допомогою громадського фінансування досягаються різні поставлені цілі: допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку вболівальників чи фанатів, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-компаній та молодіжного підприємництва, створення вільного програмного забезпечення тощо [1].

Термін «краудфандинг» запропонував Джефф Хау (Jeff Howe) у 2006 р. Уважається, що термін «краудфандинг» з'явився одночасно з терміном «краудсорсинг», однак саме явище громадського фінансування з'явилося набагато раніше.

Якщо перекладати дослівно термін «краудфандинг» з англійської мови (crowdfunding), то це означає «фінансування натовпом». На думку авторів, доцільним буде адаптувати даний переклад до української мови та викласти цей термін як «народне (колективне) фінансування». У такому перекладі приховується основна суть цього явища.

За своєю суттю краудфандинг – це народне фінансування ідеї або залучення грошових коштів від усіх бажаючих за допомогою мережі Інтернет, щоб підтримати будь-який проєкт. Він може бути як комерційним, так і некомерційним. Ті люди, які намагаються зібрати фінанси подібним чином, мають назву «реципієнти», а ті, хто вкладають грошові кошти, іменуються «донорами» [2].

У класичній моделі краудфандинга повинно бути три учасники:

– перший – це автори ідеї або проєкту (реципієнти), який необхідно профінансувати та в подальшому реалізувати. Краудфандинг надає можливість отримати прямий доступ до ресурсів і отримати фінансову підтримку від зацікавлених осіб;

– другий – це потенційні інвестори (донори), які вирішили фінансово підтримати запропоновані проєкти та в результаті ризикують, а в подальшому очікують винагороду. Здійснивши

вибір найцікавішого проєкту (на їхню думку), вони стають співучасниками його реалізації;

– третій – це краудфандингова платформа – інструмент, за допомогою якого зустрічаються перші два учасника.

На думку авторів, у моделі краудфандингу повинен бути четвертий учасник – держава (рис. 1).

Зазвичай для того щоб виставити свій проєкт на платформу краудфандингу, потрібно вказати ціль даної ідеї, визначити необхідну суму та скласти калькуляцію всіх витрат. Окрім того, під час збирання коштів усі користувачі повинні мати доступ до даної інформації [3].

Можна виділити такі риси Інтернет-краудфандингу, що роблять його ефективним інноваційним способом фінансування проєктів [4–6].

По-перше, краудфандингова платформа має певні переваги порівняно з економічними агентами, що традиційно виділяють та розподіляють кошти за напрямками витрат (фінансовими посередниками або державними установами), та поєднує дві функції, такі як акумуляція коштів та визначення напрямів витрат. Порівняно з фінансовими посередниками краудфандинг характеризується більшою гнучкістю й може містити експерименти за напрямками діяльності та проєктами. Порівняно з державними установами проєкти краудфандингу мають такі переваги, як швидкість виділення коштів (термін збору коштів чітко визначений), прозорість інформації щодо проєкту, підзвітність і відповідальність перед спільнотою.

По-друге, використання краудсорсингових технологій дає змогу виробляти комерційні блага, а також локальні суспільні блага, виробленням яких у значних обсягах займалася держава. Зокрема, це проєкти локального благоустрою, допомога певним соціальним категоріям населення тощо. Це стає можливим під час підготовки проєкту: оцінки попиту на результати впровадження проєкту, просування серед зацікавленої аудиторії, дистрибуція результатів проєкту серед краудінвесторів (першочергове надання благ, диференціація залежно від суми внеску та ін.).

По-третє, спостерігається зниження трансакційних витрат на організацію фінансування проєктів завдяки меншій кількості посередників. Під час отримання фінансування такими посередниками є краудфандингова платформа та банківська установа, що обслуговують вклади. Таким чином, кількість ієрархічних рівнів, на яких ухвалюються рішення щодо особливостей фінансування, істотно скорочується, натомість спектр можливих краудінвесторів надзвичайно розширюється.

По-четверте, краудфандинг масово залучає інвесторів, звертаючись не лише до економічних мотивів, а й до спільних соціальних інтересів.

Серед великої кількості потенційних краудінвесторів необхідно виділити критерії, що їх об'єднують. Досвід успішного фінансування свідчить, що попитом користуються проєкти, пов'язані з інтересами та ідентичністю представників конкретної економічної спільноти. Тому для авторів проєктів важливо визначити характеристики спільноти, її склад, а в подальшому просувати проєкт, орієнтуючись на неї. Необхідно зауважити, що спільноти можуть поєднуватися різними способами. У разі спільноти зі спільними складниками ідентичності (наприклад, професійні групи) ініціатори проєкту стикаються з додатковими трансакційними видатками на інформування широкого кола осіб. Натомість під час роботи з проєктами розвитку локальних громад видатки на інформування зацікавленої групи значно скорочуються, оскільки розмір і склад спільноти чітко визначено та збігаються з певними територіальними межами. Додатковою перевагою роботи в територіальних громадах є вищий рівень соціального капіталу, ніж під час роботи з не пов'язаними між собою індивідуумами. Це стає можливим за рахунок тісних та різномісних зв'язків усередині спільноти.

По-п'яте, колективні способи фінансування проєктів істотно розширюють перелік способів традиційного інвестування. Підтвердженням цього є те, що у США у 2012 р. відбулися зміни в законодавстві, що підвищили обсяг інвестицій, які можуть залучатися організаціями за допомогою колективного фінансування без відповідної емісії цінних паперів до суми 1 млн дол. [5].

По-шосте, краудфандингова схема фінансування має істотні переваги для інвестування інноваційних проєктів, оскільки знімає низку істотних обмежень традиційних способів фінансування.

Сьогодні для більшості українських компаній характерним є брак коштів, щоб інвестувати у власні бізнес-проєкти, тому дедалі частіше вони вдаються до залучення коштів від індивідуальних та інституційних інвесторів через краудфандингові платформи [7].

Через слабкий розвиток українського фондового ринку не вдається повноцінно використовувати його можливості та інструменти. Також для більшої частини населення процес інвестування коштів є доволі складним, незрозумілим і через нестабільну економічну ситуацію не викликає довіри. Таким чином, стає майже неможливим залучення коштів юридичних і фізичних осіб для реалізації різноманітних проєктів.

Сьогодні ринок краудфандингу є найбільш перспективним у сфері інформаційних технологій, тому українська платформа народного фінансування може стати першим кроком до стабілізації економіки та в подальшому для ефективного роз-

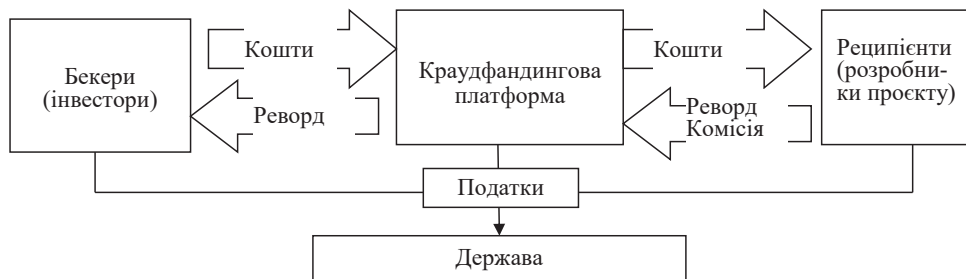


Рис. 1. Взаємозв'язок учасників краудфандингового фінансування

Джерело: розроблено авторами

витку нашої країни і виходу на одну позицію зі світовими лідерами [8].

Позитивними результатами розвитку краудфандингу в Україні є те, що він має переважно соціальну спрямованість. Таким чином, це сприяє формуванню традицій інвестування, реалізації соціальних і економічних інновацій, появи альтернативного банківського фінансування. Іноземний досвід демонструє ефективність такої соціальної моделі, тому це важливо врахувати Україні для забезпечення економічного зростання та зменшення залежності від позичених ресурсів [9; 10].

Краудфандинг сьогодні демонструє і закріплює філософію бізнесу, що працює за принципом «давайте зробимо разом». Йдеться не тільки про залучення у фінансування проекту великих груп людей. Навколо ідеї також обов'язково будуватиметься спільнота, здійснюватиметься зворотна комунікація, тестуватиметься і рекламуватиметься новий продукт.

В Україні зараз тільки розвиваються краудфандингові платформи, орієнтовані на місцевий ринок. Вони популяризуються і застосовуються в різних громадських нішах – від чисто комерційних структур до культурних, творчих, соціальних та інноваційних.

Першою українською краудфандинговою платформою стала «Велика Ідея» (biggggidea.com), яка створена у вересні 2012 р. [10]. На офіційному сайті платформи виділяють три розділи: «Спільнокошт», «Практикита» та «Можливості». Сьогодні ресурс об'єднує соціальних інноваторів, митців, критиків, соціальних підприємців, журналістів та громадських активістів з усієї України. Сто тисяч людей зі всього світу щомісяця відвідують платформу. Ресурс охоплює сфери, що безпосередньо впливають на суспільні зміни: соціальні інновації, відновлювальна енергетика, ІТ, ефективність людських ресурсів та продуктивність роботи, реформи країн світу, культурні проекти, відповідальне підприємництво, венчурна філантропія [11; 12].

Стартовий капітал для початку роботи «Великої Ідеї» було надано фондом Конрада Аденауера в розмірі 14 тис грн. Більшість коштів було витрачено на створення та запуск сайту платформи. Сьогодні «Велика Ідея» частково фінансується міжнародними фондами та організаціями-донорами: Charles Stewart Mott Foundation, PactInc., USAID, National Endowment for Democracy. «Велика Ідея» отримує часткове фінансування завдяки комісії з кожного успішного проекту [13].

Однією з найуспішніших українських краудфандингових платформ є Na-Starte.com із головним офісом в Одесі. Розробники платформи запускають проекти в багатьох містах України (у Запоріжжі, Києві, Черкасах та Дніпрі) [14]. За

допомогою платформи Na-Starte.com було зібрано 3,7 млн грн (124% від заявленої суми збору) на зйомки фільму Георгія Делієва «Одеський підкидьок» (табл. 1).

За період із 2012 по 2018 р. українські розробники досягли неабияких результатів за допомогою краудфандингу. Так, наприклад, у 2015 р. український стартап Conceptor анонсував новинку – iBlazr 2. На запуск другого покоління спалаху стартап вирішив зібрати 70 тис дол. У результаті на платформі Kickstarter iBlazr 2 профінансували за три дні, а за весь час кампанії вдалося зібрати 253,578 тис дол. [15–17].

У 2015 р. розробники проекту Robo запустили кампанію на Kickstarter, метою якої було зібрати 70 тис дол. на розвиток продукту. У результаті Robo Wunderkind залучив набагато більше – 246,613 тис дол. У цьому ж році стартап Ecoisme запустив кампанію на Indiegogo, щоб зібрати 50 тис дол. на доопрацювання сенсора до стану готового продукту та запуску у виробництво першої невеликої партії пристроїв. У результаті було зібрано 67,732 дол.

Проект FORCE зареєструвався на Kickstarter із метою зібрати 30 тис дол. на запуск власної продукції в масове виробництво. За 30 днів даний проект зібрав суму в розмірі 30,314 тис дол. [18].

За допомогою проведеного соціального опитування у соціальній мережі Facebook встановлено, що більшість респондентів чули поняття «краудфандинг» та знають його значення, але залишається велика частка тих, хто не знає, що таке краудфандинг, або не знає його суті (рис. 2).

Таким чином, поняття «краудфандинг» відоме українцям, але тільки 11% опитаних скористалися таким фінансовим інструментом для отримання підтримки з метою реалізації власних ідей.

Сфера поширення краудфандингу досить різноманітна, але все ж дає змогу виділити пріоритетні напрями використання як у світі, так і в Україні (рис. 3).

На першому місці соціальна сфера (27,4%), також висока частка бізнесу і приватного підприємництва (16,9%), з метою виробництва і просування фільмів і кіноіндустрії використовується 11,9%, музика і звукопис – 7,5%, у сфері енергетики і навколишнього середовища – 5,9%, мода – 5,5%, мистецтво у цілому – 4,8%, інформаційні та комунікаційні технології – 4,8%, журналістика, книги, фотовидавництво – 3,5%, наука і техніка – 3,2% [18].

Сумарно на проекти в галузі науки і техніки, а також інформаційних технологій припадає близько 8% усіх проектів у системі краудфандингу [16]. Краудфандинг став інструментом для фінансування і стимулювання інновацій. Хоча

Таблиця 1

Порівняльна характеристика основних краудфандингових платформ в Україні

Порівняльні ознаки	Spilnokosht	Ukrainian Charity Exchange	Na-Starte
Спеціалізація	Ініціативні проекти від дієвих громадян та громад	Підтримує благодійні та соціальні проекти	Функціонує як онлайн-магазин передпродажу
Вид краудфандингових кампаній	Все або нічого	До цілі	Все або нічого + до цілі
Кількість успішно реалізованих проектів	276	3241	24
Кількість інвесторів	33904	6211	9200
Сума коштів успішних проектів, млн грн	20,852	199,682	6,176

Джерело: сформовано авторами на основі [14; 16; 17]

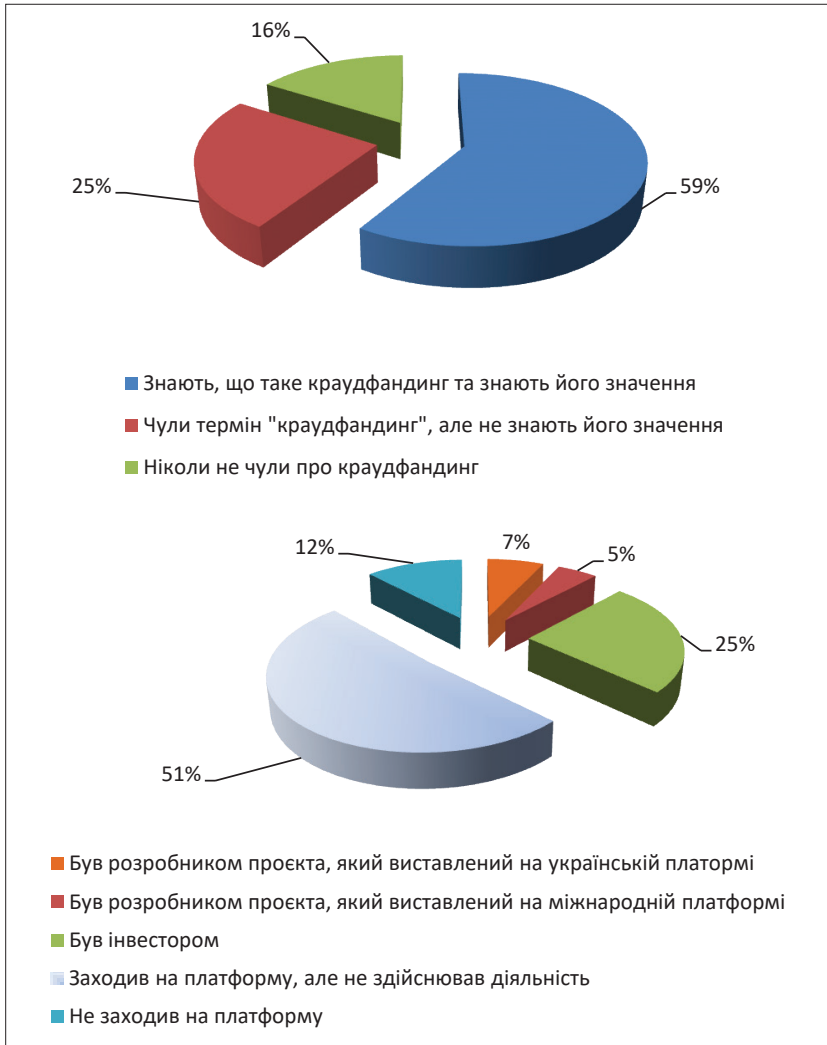


Рис. 2. Результати проведеного соціологічного опитування у соціальній мережі Facebook

Джерело : соціальне опитування авторів

все ще залишається популярним у декількох розвинених країнах, країни, що розвиваються, можуть швидко перейняти досвід.

Понад 80% Інтернет-користувачів регулярно спілкуються у соціальних мережах, яких легко проінформувати про цікавий бізнес-проект. Це величезна потенційна база, навіть з урахуванням того, що 65% населення світу (4,6 млрд осіб) усе ще не мають доступу до Інтернету [17].

Сьогодні у світі існує 1 250 краудфандингових платформ, але з кожним роком їх стає більше. Майже половина (46%) всіх існуючих краудфандингових платформ працює на території Північної Америки [18] (рис. 4).

Усе більше Інтернет-користувачів дізнаються про краудфандингові проекти та беруть участь в їх фінансуванні. Дослідники прогнозують 200% зростання краудфандингу в Україні, а також його використання як інструменту для вирішення соціальних проблем населення й окремих регіонів країни [19]. Прискорити процес упровадження даного виду фінансування на вітчизняний ринок могли б посилені медіапідтримка та створення ефективної законодавчої бази. Найближчим часом саме краудфандинг стане основним способом фінансування благодійних проектів, а також проектів соціального та креативного плану. На разі більш вигідного способу отримати початковий капітал на розвиток бізнесу, ніж застосувавши краудфандинг, у нашій країні немає [19].

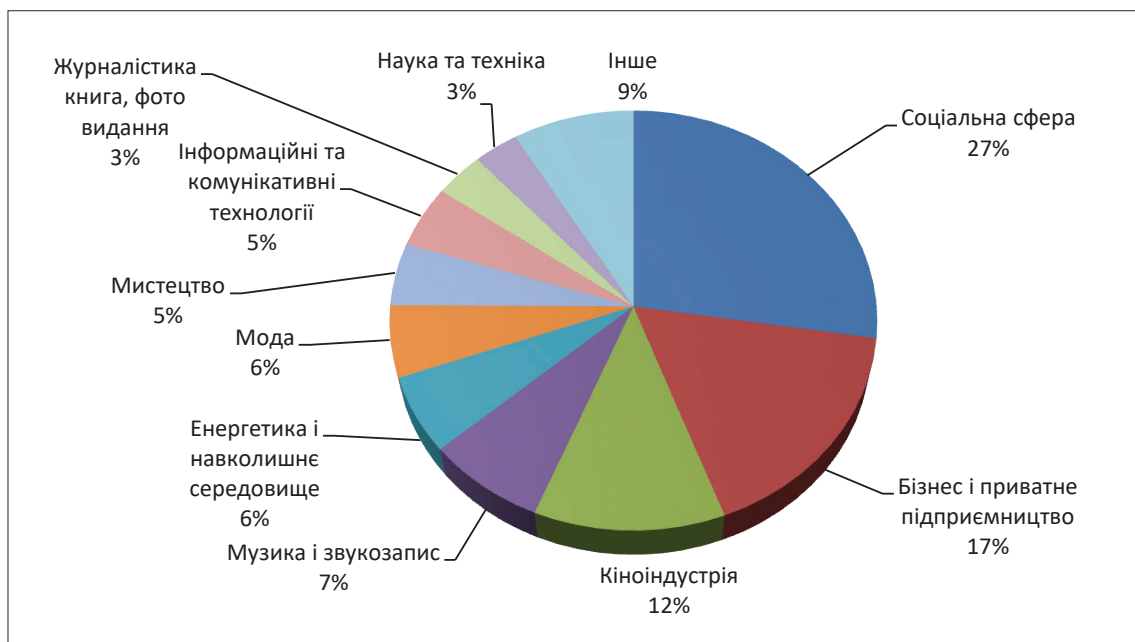


Рис. 3. Пріоритетні напрями проектів, які реалізовані за допомогою краудфандингу, %

Джерело: сформовано авторами на основі [2; 11; 18]

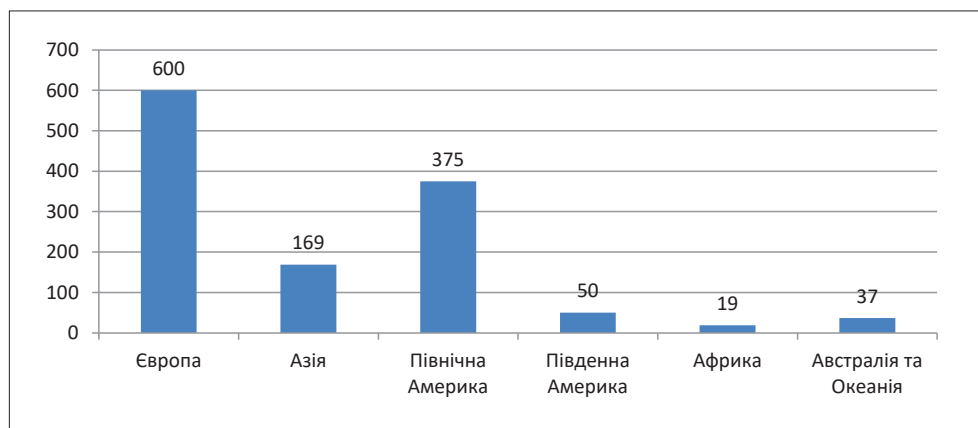


Рис. 4. Кількість краудфандингових платформ у світі в 2018 р.

Джерело: сформовано авторами на основі [16–18]

Висновки і пропозиції. У системі джерел фінансування підприємництва виділено краудфандинг як інструмент фінансування перспективних проєктів, які не знайшли своєї підтримки у банкірів або приватних інвесторів. Краудфандинг є способом залучення грошей у формі благодійності або інвестицій від суспільства. Залежно від цілі інвестування грошей виділяють три різні моделі краудфандинга: модель благодійності, модель кредитування та інвестиційну модель. Найбільш популярною і часто використовуюваною моделлю краудфандинга у світі є модель благодійності, коли люди роблять фінансовий внесок у проєкт без очікування фінансової прибутковості.

Переваги краудфандингу для фінансування інноваційних проєктів полягають у: зменшенні ролі фінансових посередників; незалежності від банківського кредитування; просуванні інноваційного проєкту і його реклами; тестуванні інноваційної ідеї; публічності і прозорості інвестування в конкретні проєкти; збільшенні швидкості розвитку компанії; збереженні контролю над реалізацією інноваційного проєкту з боку інноватора.

Встановлено, що на розвиток краудфандингу впливають обізнаність населення, соціальні норми та ефективність місцевого самоврядування. Краудфандингові платформи найчастіше виникають і добре розвиваються в країнах із високим коефіцієнтом довіри населення, низькою вартістю виходу на ринок і адекватним захистом прав інвесторів. За допомогою краудфандингових платформ звичайні Інтернет-користувачі перетворюються на інвесторів, які не претендують на дивіденди або частку в бізнесі, які готові інвестувати в зрозумілі та відкриті проєкти. Це зумовлює привабливість краудфандингу для підприємців, але водночас зобов'язує їх розробляти цікавий і зрозумілий продукт.

Краудфандинг як модель фінансування в Америці, Канаді і Великобританії, безсумнівно, більш розвинений, аніж в Україні. Згідно зі статистикою, розмір залучених коштів за допомогою краудфандингу в США перевищує 660 млн дол., 54 млн дол. у Великобританії й 44 млн дол. у Канаді, в Україні цей показник становить приблизно 3 млн дол.

Невисокий рівень розвитку краудфандингу в Україні зумовлюється демографічною ситуацією в країні, низьким коефіцієнтом довіри населення, відносно слабким поширенням електронної комерції і практично повною відсутністю регулюючої нормативно-правової бази. Однак краудфандинг в Україні як модель фінансування показує стабільне зростання. Кількість платформ неухильно зростає, сумарні збори українських краудфандинг-сервісів підвищуються з року в рік, люди стають усе більш лояльними до даного способу залучення коштів.

Сучасний ринок традиційного інвестування має певний фінансовий поріг, краудфандинг знімає це обмеження для потенційного інвестора і дає змогу авторам ідей обійти консерватизм інвестиційного ринку і реалізувати найсміливіші проєкти.

Краудфандинг у всьому світі і в Україні зокрема вже перетворився з невеликого експерименту на відмінний фінансовий інструмент із подальшими перспективами, який продовжує розвиватися, набирати популярність і залучати нових інвесторів.

Список використаних джерел:

- Петрушенко Ю.М., Дудкін О.В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проєктів соціально-економічного розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 1. С. 172–182. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2014_1_19. (дата звернення: 15.11.2019).
- Демченко Д. В 2018 году украинцы собрали на краудфандинге больше 2 млн дол. США. Вот 15 самых успешных проєктов. *AIN.UA*. 2018. URL : <https://ain.ua/2018/12/18/kraudfanding-ukrainy-2018/> (дата звернення: 15.11.2019).
- Гончарук Н. Краудфандинг, или Народное финансирование. *Институт эволюционной экономики*. 2012. URL : http://iee.org.ua/ru/prog_info/22113/ (дата звернення: 15.11.2019).
- Фоменко А.О. Сучасні умови розвитку краудфандингу в Україні. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2013. № 3(23). С. 93–96. URL : <http://old.bumib.edu.ua/ru/visnyk/3232013/suchasni-umovi-rozvitku-kraudfandingu-v-ukraini> (дата звернення: 15.11.2019).
- Некрасова Л.А., Давиденко М.В. Впровадження краудфандингу для стимулювання інноваційної діяльності підприємств України в ІТ-сфері. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2014. Т. 19. С. 76–81. URL : [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vonuecon_2014_19_2\(3\)_19](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vonuecon_2014_19_2(3)_19) (дата звернення: 15.11.2019).
- Поліщук В.Г. Зарубіжний досвід фінансування проєктів за схемою краудфандинг. *Молодий вчений*. 2014. № 12(15). С. 63–66. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/12/89.pdf> (дата звернення: 15.11.2019).

7. Мосс А. Что такое краудфандинг? *Crowdsourcing.ru* : портал крауд-сервисов. 2012. URL : http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowd (дата звернення: 15.11.2019).
8. Рогова А.В. Краудсорсинг как инструмент социально-экономического развития региона. *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 5. URL : <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10531> (дата звернення: 15.11.2019).
9. Химич І. Краудсорсинг – сучасна фінансово-маркетингова стратегія підприємства. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2014. Вип. 1(10). С. 242–249. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid_2014_1_28 (дата звернення: 15.11.2019).
10. Красномоветц В.А., Рой А.І. Сучасний стан та перспективи розвитку краудфандингу в Україні. *Сучасні підходи до управління підприємством*. 2016. № 1. URL : <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72884>. (дата звернення: 15.11.2019).
11. Попович Д.В., Назар Н.В., Савчин Н.В. Краудфандинг як новітній спосіб фінансування в Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 10(62). С. 873–876. URL : <http://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/PDF-24-1.pdf> (дата звернення: 15.11.2019).
12. Боровець Л. П'ять способів використання краудфандингу для освіти. *AIN.UA*. 2018. URL : <https://ain.ua/2018/04/30/kraudfanding-dlya-osviti/> (дата звернення: 15.11.2019).
13. Що таке краудфандинг і як використати його можливості для реалізації власного проекту. *Вінницька обласна Асоціація органів місцевого самоврядування* : вебсайт. URL : <http://sg.vn.ua/news/shho-take-kraudfandynng-i-yak-vykorystaty-jogo-mozhlyvosti-dlya-realizatsiyi-vlasnogo-proektu/> (дата звернення: 15.11.2019).
14. Спорыш К., Лебедева К. Краудфандинг: досвід письменниці. *Будуй своє*. 2019. URL : <https://buduysvoe.com/publications/50-tys-grn-na-vydannya-knygy-zaprosto> (дата звернення: 15.11.2019).
15. Санін М.К., Безуглова Є.Ю. Краудсорсинг в інноваційній діяльності. *Праці гуманітарного факультету. Збірник наукових статей НДУ ІТМО*. 2014. С. 301–306.
16. Коламбет К. Все, что вы хотели узнать про краудфандинг, но стеснялись спросить. *Netpeak.net*. 2019. URL : <https://netpeak.net/ru/blog/vsyo-cto-vy-hoteli-uznat-pro-kraudfanding-no-stesnyalis-sprosit/> (дата звернення: 15.11.2019).
17. Куксін В. Краудфандинг в Україні: чи легко проекту зібрати гроші на Kickstarter. *Shotam.info*. 2019. URL : <https://shotam.info/kraudfandynh-v-ukraini-chy-lehko-proektu-zibraty-grosi-na-kickstarter/> (дата звернення: 15.11.2019).
18. Kickstarter против Indiegogo: какая краудфандинговая платформа лучше подходит для вашего проекта. *Delo.UA*. 2017. URL : <https://delo.ua/special/kickstarter-protiv-indiegogo-kakaja-kraudfandyngovaja-platforma-333036/> (дата звернення: 15.11.2019).
19. Petrenko V., Karnauschenko A. Joint enterprises in foreign trade activity of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. Vol. 3. № 5. P. 203–207. URL : <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/286> (дата звернення: 15.11.2019).

References:

1. Petrushenko YU. M., Dudkin O. V. (2014), Kraudfandynh yak innovatsiynny instrument finansuvannya proektiv sotsial'noekonomichnoho rozvytku. [Crowdfunding as an innovative financing tool for socio-economic development projects]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*. No.1, pp. 172-182. available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2014_1_19 (accessed 15 November 2019).
2. Demchenko D. (2018), V 2018 roku ukraintsy sobraly na kraudfandynhe bil'she 2 mln dol. SSHA. Vot 15 samykh uspeynykh proektiv. [In 2018, Ukrainians raised more than \$ 2 million at crowdfunding. USA. Here are the 15 most successful projects]. *AIN.UA*. available at: <https://ain.ua/2018/12/18/kraudfanding-ukrainy-2018/> (accessed 15 November 2019).
3. Honcharuk N. (2012), Kraudfandynh yly narodnoe fyansyrovanye. [Crowdfunding or popular financing.] *Ynstytut ivolyutsyonnoy ykonomiky*. available at: http://iee.org.ua/ru/prog_info/22113/ (accessed 15 November 2019)
4. Fomenko A. O. (2013), Suchasni umovy rozvytku kraudfandynhu v Ukraini. [Current conditions of development of crowdfunding in Ukraine]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*. No. 3(23). pp. 93-96 available at: <http://old.bumib.edu.ua/ru/visnyk/3232013/suchasni-umovi-rozvitku-kraudfandynhu-v-ukraini> (accessed 15 November 2019).
5. Nekrasova L.A., Davydenko M.V. (2014), Vprovadzhennya kraudfandynhu dlya stymulyuvannya innovatsiynoi diyal'nosti pidpryyemstv Ukrainy v IT-sferi. [Implementation of crowdfunding to stimulate innovation activity of Ukrainian enterprises in the IT sphere]. *Visnyk Odeskogo nacionalnogo universitetu. Ekonomika*. No. 19. pp. 76-81 available at: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Vonuecon_2014_19_2\(3\)_19](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Vonuecon_2014_19_2(3)_19) (accessed 15 November 2019).
6. Polishchuk V.H. (2014), Zarubizhnyy dosvid finansuvannya proektiv za skhemoy kraudfandynh. [Foreign experience in crowdfunding projects financing] *Molodyy vchenyy*. No. 12 (15), pp. 63-66. available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/12/89.pdf> (accessed 15 November 2019).
7. Moss A. (2012), Chto takoe kraudfandynh? [What is crowdfunding?] *Crowdsourcing.ru: portal kraud-servysov*. available at: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowd (accessed 15 November 2019).
8. Rohova A. V. (2013), Kraudsorsynh kak ynstrument sotsyal'no-ikonomycheskoho razvytya rehyona. [Crowdsourcing as a tool for socio-economic development of the region]. *Sovremennyye problemy nauky y obrazovanyya*. No. 5, available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10531> (accessed 15 November 2019).
9. Khymych I. (2014), Kraudsorsynh – suchasna finansovo – marketynhova stratehiya pidpryyemstva. [Crowdsourcing – modern financial and marketing strategy of the enterprise.]. *Sotsial'no-ekonomichni problemy i derzhava*. No. 1 (10). pp. 242-249. available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid_2014_1_28 (accessed 15 November 2019).
10. Krasnomovets' V.A., Roy A.I. (2016), Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku kraudfandynhu v Ukraini. [Current status and prospects of crowdfunding in Ukraine.] *Suchasni pidkhody do upravlinnya pidpryyemstvom*. No 1, available at: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72884> (accessed 15 November 2019).
11. Popovych D.V., Nazar N.V., Savchyn N.V. (2018), Kraudfandynh yak novitniy sposib finansuvannya v Ukraini. [Crowdfunding as the newest way of financing in Ukraine.]. *Molodyy vchenyy*. No. 10 (62), pp. 873-876 available at: <http://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/PDF-24-1.pdf> (accessed 15 November 2019).
12. Borovets' L. (2018), P'yat' sposobiv vykorystannya kraudfandynhu dlya osvity. [Five ways to use crowdfunding for education]. *AIN.UA*. available at: <https://ain.ua/2018/04/30/kraudfanding-dlya-osviti/> (accessed 15 November 2019).
13. Shcho take kraudfandynh i yak vykorystaty yoho mozhlyvosti dlya realizatsiyi vlasnogo proektu. [What is crowdfunding and how to use it to implement your own project.]. *Vinnits'ka oblasna Asotsiatsiya orhaniv mistsevoho samovryaduvannya*. available at: <http://sg.vn.ua/news/shho-take-kraudfandynng-i-yak-vykorystaty-jogo-mozhlyvosti-dlya-realizatsiyi-vlasnogo-proektu/> (accessed 15 November 2019).
14. Sporysh K., Lebedeva K. (2019), Kraudfandynh: dosvid pys'mennytsi. [Crowdfunding: The Writer's Experience.]. *Buduy svoeye*. available at: <https://buduysvoe.com/publications/50-tys-grn-na-vydannya-knygy-zaprosto> (accessed 15 November 2019).
15. Sanin M.K., Bezuhlova YE.YU. (2014), Kraudsorsynh v innovatsiynoi diyal'nosti. [Crowdsourcing in innovation. Proceedings of the Faculty of Humanities.]. *Pratsi humanitarnoho fakul'tetu. Zbirnyk naukovykh statey NDU ITMO*. No. 2, pp. 301-306.

16. Kolambet K. (2019) Vse, chto vy khotely uznat' pro kraudfandynh, no stesnyalis' sprosyit'. [Everything you wanted to know about crowdfunding, but were hesitant to ask.] *Netpeak.net*. available at: <https://netpeak.net/ru/blog/vsyo-chto-vy-hoteli-uznat-pro-kraudfanding-no-stesnyalis-sprosit/> (accessed 15 November 2019).
17. Kuksin V. (2019), Kraudfandynh v Ukraini: chy lekho proektu zibraty hroshi na Kickstarter. [Crowdfunding in Ukraine: Is it Easy for a Project to Raise Money on Kickstarter.]. *Shotam.info*. available at: <https://shotam.info/kraudfandynh-v-ukraini-chy-lekho-proektu-zibraty-hroshi-na-kickstarter/> (accessed 15 November 2019).
18. Kickstarter protyv Indiegogo: kakaya kraudfandynhovaya platforma luchshe podkhodyt dlya vashoho proekta. [Indiegogo: Which crowdfunding platform is best for your project.], *Delo.UA*. available at: <https://delo.ua/special/kickstarter-protiv-indiegogo-kakaya-kraudfandingovaya-platforma-333036/> (accessed 15 November 2019).
19. Petrenko V., Karnaushenko A. (2017), Joint enterprises in foreign trade activity of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 3, No. 5, pp. 203-207. available at: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/286> (accessed 15 November 2019).

**Адвокатов Н. А.
Карнаушенко А. С.**

ГВНЗ «Херсонский государственный аграрный университет»

ПРИМЕНЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА КАК АКТИВИЗАТОРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Резюме

В статье исследована теоретическая суть краудфандинга, определены субъекты краудфандинговых операций, его формы, которые предполагают использование финансовых ресурсов со стороны заинтересованных в результатах проекта субъектов с помощью специализированной краудфандинговой платформы, показаны преимущества его использования в современном обществе. Выделены шесть основных признаков Интернет-краудфандинга, которые позволяют стать эффективным инновационным способом финансирования проектов. Осуществлена сравнительная характеристика основных краудфандинговых платформ в Украине. В ходе исследования проведен социологический онлайн-опрос, который дал возможность проанализировать информацию об осведомленности украинских граждан о возможностях, предоставляемых краудфандингом. Определены самые популярные сферы распространения краудфандинга и его приоритетные направления. Осуществлен анализ количества краудфандинговых платформ в мире.
Ключевые слова: краудфандинг, краудфандинговая платформа, бекеры, доноры, ИТ-технологии.

**Advokatova Nadiia
Karnaushenko Alla**

Kherson State Agrarian University

APPLICATION OF CRAUDFUNDING AS AN ENTREPRENEURSHIP OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Summary

A key issue addressed in this study was crowdfunding, a new phenomenon for domestic practice that links the efforts of people who voluntarily pool their money or other resources together using the Internet to support the ideas of others or businesses.. Public funding achieves different goals – disaster relief, support from fans or fans, support for political campaigns, financing start-ups and youth entrepreneurship, creating free software and more. The study examines the economic nature of crowdfunding, identifies the subjects of crowdfunding operations, its forms, which involve the use of financial resources by those interested in the results of the project by means of a specialized crowdfunding platform, formulated the benefits of using in modern society. The emergence of crowdfunding is driven by the broader ability of the enterprise to obtain financing for its own projects through specialized platforms. Crowdfunding has emerged at the intersection of marketing, innovation, transaction cost theory, has emerged and met the needs of members of the public in opportunities to invest personal resources in various projects. The survey highlighted six key features of online crowdfunding that make it an effective, innovative way of financing projects. Comparative characteristics of major crowdfunding platforms in Ukraine have been made. During the survey, an online sociological survey was conducted which provided an opportunity to analyze information about the awareness of Ukrainians about the opportunities provided by crowdfunding. The most popular areas of crowdfunding and its priority areas are identified. The number of crowdfunding platforms in the world is analyzed. The low level of crowdfunding in Ukraine is driven by the demographic situation in the country, the low confidence level of the population, the relatively weak spread of e-commerce and the almost complete absence of a regulatory framework. However, crowdfunding in Ukraine as a financing model shows steady growth. The number of platforms is steadily increasing, the total fees of Ukrainian crowdfunding services are increasing year by year, people are becoming more and more loyal to this method of raising funds. The modern market for traditional investing has a certain financial threshold, crowdfunding removes this restriction for the potential investor and allows the authors of ideas to get around the conservatism of the investment market and implement the most daring projects.

Keywords: crowdfunding, crowdfunding platform, backers, donors.

УДК 336.71

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-34>Артем'єва О. О.
Гордієнко Т. В.

Університет державної фіскальної служби України

ДЕПОЗИТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

У статті розглянуто депозитні операції, які відіграють особливу роль у банківській системі України, завдяки яким банкам вдається сформувати найбільш стабільну частину ресурсної бази. Наведено дефініції понять «депозит» і «вклад» із погляду нормативно-правових актів України, позицій українських та закордонних учених. Досліджено і проаналізовано функціонування депозитного ринку України за допомогою порівняння макроекономічних показників. Розглянуто чинники впливу депозитного ринку на розвиток економіки, проаналізовано динаміку рівня змін депозитних ставок за вкладками в Україні та країнах Європейського Союзу. Визначено головні чинники, що впливають на довіру вкладників до банківської системи, а також наведено рейтинги банків за різними критеріями. Проаналізовано особливості функціонування Фонду гарантування вкладів фізичних осіб та запропоновано альтернативні депозитним вкладкам варіанти інструментів.

Ключові слова: депозит (вклад), депозити фізичних та юридичних осіб, банківські ресурси, індекс ставок, Фонд гарантування вкладів фізичних осіб, депозитний сейф, банківські метали, депозитний сертифікат.

Постановка проблеми. На сучасному етапі економічного розвитку формування ресурсної бази банків має велике значення для їх ефективної діяльності. Наявність достатнього обсягу фінансових ресурсів дає змогу здійснювати активні операції з метою отримання максимального рівня прибутку.

Одними з ключових та базових функцій банків є залучення грошових коштів фізичних і юридичних осіб у вклади, розміщення зазначених коштів від свого імені і за свій рахунок, а також відкриття та ведення банківських рахунків фізичних і юридичних осіб.

Особливу роль у виконанні цих функцій відіграють депозитні операції. Їх роль і значення полягають у тому, що переважна частина ресурсів банку формується не за рахунок власних, а за рахунок залучених коштів. Тому від того, наскільки ефективно організована в банку дана ділянка роботи та точно сформовані стратегія й тактика проведення депозитних операцій, залежить не тільки фінансове, а й економічне (передусім конкурентне) становище банку на ринку банківських продуктів та послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль депозитних операцій у діяльності банків висвітлюється в багатьох роботах вітчизняних і зарубіжних учених. Великий внесок у розроблення даних питань зробили такі науковці, як: О.В. Васюренко, Л.О. Примостка, А.М. Герасимович, Н.А. Лунякова, Н.І. Волкова, В.В. Коваленко, А. Мороз, А. Шкляр, Е. Шульц, Б. Райзберг, П. Роуз, Н. Уолл.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження стану депозитного ринку України в період здійснення трансформаційних процесів банківської системи та виявлення чинників, на які необхідно звернути увагу банківським установам для оптимізації своєї діяльності у цій сфері.

Виклад основного матеріалу. У період трансформації банківської системи України з метою її інтеграції у світовий простір банки шукають найбільш оптимальний варіант для формування банківських ресурсів. Строкові вклади становлять найбільшу частку банківських ресурсів, але через нестабільну економіку України підвищується ступінь недовіри вкладників і грошові ресурси населення знаходяться поза межами банківського сектору, які могли б бути розміщені в банках України.

Банківські ресурси з погляду джерел утворення поділяються на дві великі групи: власні ресурси банку і зобов'язання. Структуру банківських ресурсів зображено на рис. 1 [1, с. 84].

Для дослідження стану депозитного ринку України насамперед необхідно з'ясувати сутність понять «депозит» і «вклад», визначити основні дефініції, пов'язані з ними. Слід відзначити, що сьогодні не існує однозначної позиції щодо визначення депозитних ресурсів банку, а основні дискусії між науковцями та практиками точаться навколо трактування термінів «депозит» і «вклад». Вчені, які досліджували сутність депозитів, характеризують депозит як гроші або грошові кошти, що надані банку під певний відсоток на зберігання (табл. 1).

Для узагальнення поняття «депозит» варто виходити з тих класифікаційних ознак, які можуть допомогти розкрити сутність цієї категорії. До них потрібно віднести:

- зв'язок між грошовими коштами, отриманими клієнтом, та їхньою частиною, яка буде внесена на депозит;
- мету укладення депозиту;
- кількість пропозицій на депозитному ринку [1, с. 39].

Формування ресурсної бази банків особливо важливо за умов тотального скорочення кількості фінансових установ. Варто зазначити, що кількість діючих банків із кожним роком зменшується. Станом на 01.01.2015 в Україні налічувалося 163 банки, але до кінця року їх кількість зменшилася до 117, а станом на 01.12.2019 кількість банків становить 75 одиниць. Таким чином, за останні чотири роки число банків в Україні зменшилося більше ніж у два рази. «Ощадбанк» є лідером за кількістю підрозділів із 2 980 відділеннями, а «ПриватБанк» із кількістю 2 108 відділень займає друге місце. Багато підрозділів мають такі банки, як «Райффайзен Банк Аваль» – 504 відділення і «Укрсиббанк» – 315 відділень [16].

Для того щоб оцінити ризики, що пов'язані з формуванням строкових вкладів клієнтам (як компаніям, так і фізичним особам), слід мати певні орієнтири. У табл. 2 наведено процентні ставки депозитів різних банків України. За останні роки можемо помітити тенденцію до зниження ставок за депозитами як у національній, так і в іноземній валюті.

За результатами рейтингу найкращі депозитні програми пропонують такі банки, як «ПриватБанк», «Ощадбанк», «Укресімбанк», «Альфа-банк». Із банківського ринку масово зникають депозити з правом поповнення та можливістю дострокового розірвання. Отже, депозитний ринок прямує у бік спрощення, за якого залишиться лише два види депозитів: строкові без права зняття та ощадні з вільним рухом коштів [15].

У низці європейських країн депозит у банку надає своєму власникові і додаткові переваги: можливість отримати більш дешеву страховку або взяти кредит. Латвійські банки навіть пропонують своїм вкладникам допомогу в отриманні посвідки на проживання у цій країні терміном на п'ять років. Щоправда, тільки для тих з них, хто розмістив значні суми (від 300 тис євро) на тривалий термін (п'ять років і більше) [23].

Наведемо ставки по депозитах у деяких банках країн Європейського Союзу (табл. 3).



Рис. 1. Структура банківських ресурсів

Джерело: складено авторами на основі [1]

Із наведеної табл. 3 видно, що серед аналізованих зарубіжних банків Естонія залишається на першій позиції, пропонуючи вкладникам вигідні відсоткові ставки.

Таблиця 1

Сутність термінів «вклад» і «депозит» різними авторами

Джерело	Сутність поняття
Законодавство України та нормативно-правові акти	
ЗУ «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» [2]	Вклад (депозит) – кошти в готівковій або безготівковій формі у валюті України або в іноземній валюті, які залучені банком від вкладника (або які надійшли для вкладника) на умовах договору банківського вкладу (депозиту), банківського рахунку або шляхом видачі іменного депозитного сертифіката, включаючи нараховані відсотки на такі кошти.
ЗУ «Про банки і банківську діяльність» [3]	Вклад (депозит) – це кошти в готівковій або безготівковій формі, у валюті України або в іноземній валюті, які розміщені клієнтами на їхніх іменних рахунках у банку на договірних засадах на визначений строк зберігання або без зазначення такого строку і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору.
Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами [4]	Вклад (депозит) – це грошові кошти в готівковій або безготівковій формі у валюті України або в іноземній валюті або банківські метали, які банк прийняв від вкладника або які надійшли для вкладника на договірних засадах на визначений строк зберігання чи без зазначення такого строку (під процент або дохід в іншій формі) і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору.
Вітчизняні	
О. Васюренко [5]	Депозит – гроші, передані в банк їхнім власником для зберігання, які залежно від умов зберігання числяться на тому чи іншому банківському рахунку.
В. Стельмах [6]	Депозит (вклад) – грошові суми чи цінні папери, передані фізичними та юридичними особами, банківськими установами для зберігання на певних умовах.
С. Фролов [7]	Депозит – грошові кошти чи цінні папери (акція, облігація), що вносяться для зберігання в кредитні установи (банк, ощадкаса). Вклад – грошові кошти населення, підприємств та організацій, що внесені для зберігання в банки на певних умовах.
М. Савлук [8]	Депозит (вклад) – це грошові кошти в національній та іноземній валюті, що передані їх власником або іншою особою за його дорученням у готівковій або безготівковій формі на рахунок власника для зберігання на певних умовах.
С. Мочерний [9]	Банківські депозити – грошові засоби, які вносять у банк у вигляді вкладів, за які банк виплачує відсотки. Вклад – грошові кошти, внесені на зберігання в банк або інші фінансові установи. Депозит – гроші або цінні папери, внесені до кредитних установ (банків, ощадних інститутів) на зберігання підприємствами, організаціями та громадянами.
Зарубіжні	
А. Грязнова [10]	Банківські депозити (вклади) – грошові ресурси клієнтів у банках у формі вкладів за домовленостями та угодами. Вклад – це грошові ресурси фізичних осіб, що розміщені на рахунках у комерційних банках на певних умовах. Депозит – вклад у банки, грошові ресурси, що розміщені на зберігання в банку від імені фізичних та юридичних осіб на договірній основі.
Б. Райзберг [11]	Банківські депозити – внески, грошові кошти, що вносяться в банки у вигляді вкладів, за якими банк виплачує проценти. Вклади – грошові кошти, що вносяться на зберігання в банк чи іншу фінансову установу.
П. Роуз [12]	Депозити – фінансові вимоги до банку з боку підприємств, приватних осіб та державних установ.
Н. Уолл [13]	Банківський депозит – суми, що розміщені в банку його клієнтами.

Джерело: згруповано авторами

Таблиця 2

Процентні ставки депозитів банків України станом на 2020 р. (без права дострокового зняття)

№ з/п	Банк	У гривнях на 3 міс., %	У гривнях на 6 міс., %	У гривнях на 12 міс., %	У доларах на 3 міс., %	У доларах на 6 міс., %	У доларах на 12 міс., %
1.	ПриватБанк	12,35	13,55	14,47	1,50	1,76	2,01
2.	Ощадбанк	12,86	13,55	13,92	2,00	2,26	2,78
3.	Укресімбанк	12,80	13,05	13,05	1,00	1,50	2,20
4.	Альфа-банк	14,50	15,00	14,50	2,00	2,00	2,25
5.	Райффайзен Банк Аваль	10,00	11,50	12,55	0,01	0,01	0,01
6.	Укргазбанк	12,00	13,00	13,14	1,75	2,00	2,75
7.	ПУМБ	14,00	14,40	14,40	1,10	1,40	1,60
8.	Креді Агріколь Банк	13,00	15,00	13,00	0,01	0,01	0,01
9.	Південний	15,50	16,00	16,00	2,00	2,50	3,00
10.	ОТП банк	13,00	13,60	13,35	0,25	0,25	0,25

Джерело: побудовано авторами на основі [14]

Таблиця 3

Ставки по депозитах у країнах Європейського Союзу на червень 2019 р.

Країна	Банк	Ставка % / термін
Латвія	Nordea Banka	1,6 в нац. валюті / 5 років 0,6 річних в євро / 5 років
	Swedbank	0,05 річних в євро / 5 років
Литва	Siauli Bankas	0,6 річних в євро / 5 років
Естонія	Marfin Pank Eesti	3,5 річних в євро / 3 років
	Bigbank	0,8 – 1 річних в євро / 5 років
	Eesti Krediidipank	1,1 річних в євро / 10 років
Чехія	Рольовни spořitelna	0,9 – 1,3 в нац. валюті / 1 рік
	ČSOB	0,9 – 1,3 в нац. валюті / 1 рік
Польща	Bank Pekao	2,5 в нац. валюті / 1 рік
	Citi Handlowy	0,1 в нац. валюті / 1 рік 0,05 річних в євро / 1 рік
Угорщина	MKB Bank	0,01 в нац. валюті / 1 рік
	KDB Bank	0,03 в нац. валюті / 1 рік

Джерело: побудовано авторами на основі [14]

Але у закордонних депозитів є один істотний недолік: процентна ставка. Для більшості українців 1–2% річних, пропоновані в багатьох західних банках, здаються несуттєвими, а про 14–15% річних за депозитом, звичайні для України, європейці навіть не мріють (щоправда, у Росії процентні ставки в деяких банках за вкладками в рублях перевищують 11% річних, але ситуація з надійністю таких установ наближена до української). Окрім того, умови дострокового зняття депозитів у європейських банках суворіші: існує не тільки ймовірність утратити нараховані відсотки, а й сплатити штраф за дострокове розірвання. Також залежно від держави і без того невисокий процентний дохід може оподатковуватися. Наприклад, у Латвії банк відразу утримує з нарахованих відсотків 10% податку на приріст капіталу [23].

Далі проаналізуємо відсоткові ставки по депозитах у банках України. (табл. 4). Для того щоб розраховувати процентну ставку по внесках, треба враховувати термін і валюту вкладу. Щоб депозит був прибутковим, значення має не тільки підвищена процентна ставка, а й можливість регулярного поповнення. Це передбачено для депозитів із невеликою прибутковістю, а вклади з високою процентною ставкою зазвичай поповнювати не можна.

О. Білан, головний економіст Dragon Capital, зазначила, що якщо не буде зовнішніх ризиків і Україна залишиться в програмі з МВФ, НБУ продовжить швидко знижувати облікову ставку. Цілком можливо, що ставка НБУ досягне нейтрального рівня 8% у 2020 р. (із поточних 13,5%) [17].

Однак у кінці 2019 р. НБУ знизив облікову ставку на 2%, і практично на 2% знизилася ставка за депозитами, а причина в тому, що банки не зацікавлені у вкладах від населення. Кошти для кредитного портфеля вони можуть із набагато меншими зусиллями отримувати від облігацій внутрішньої державної позики (ОВДП).

Разом із тим зниження банківської ставки дасть змогу знизити відсотки за кредитами, а це дасть можливість більше інвестувати в економіку. Зокрема, з 01.01.2020 у рамках Програми підтримки малого та середнього підприємництва передбачається видача кредитів суб'єктам мікро- та малого бізнесу розміром до 1,5 млн грн терміном на п'ять років під 5% річних, якщо передбачається виручка до 25 млн грн і створюються мінімум два робочих місця, під 7% річних – для бізнесу з виручкою до 25 млн грн, який не створює нових робочих місць, але за кожного нового працівника ставку буде знижено на 0,5%, і під 9% річних – для бізнесу з виручкою до 50 млн грн.

Отже, ставки за кредитами і депозитами банків будуть знижуватися, але не так стрімко, оскільки банки, як і раніше, будуть конкурувати за заощадження населення, і захист прав кредиторів залишається слабким.

Очікується, що вартість гривневих кредитів знизиться до 14% річних із поточних 17%, ставки за гривневими депозитами знизяться до 10% із поточних 13%. Варто, зазначити, що за 2019 р. національна валюта очолила рейтинг найбільш

Таблиця 4

Відсоткові ставки по депозитах в українських банках

Вид депозиту	Банк	Ставка % в рік	Виплата процентів	Пролонгація	Нормативний документ банку
Стандарт	ПриватБанк	14,4	щомісяця	Так	№ 22 від 5.10.2011
На старт	Ідея Банк	18% в 3 міс	у кінці терміну	Ні	№ 96 від 04.11.2011
Мій депозит	Ощадбанк	14	капіталізація	Так	№ 4 від 31.12.1991
Капітальний	Альянс Банк	19	капіталізація	Ні	№ 97 від 17.11.2011
Надійний	Кредит Дніпро Банк	16,5	в кінці терміну, щомісяця	Ні	№ 70 від 22.10.2018
Альфа-Депозит із вибором терміну	Альфа-Банк	17	в кінці терміну	Ні	№ 61 від 05.10.2011
Швидкий відсоток	Мегабанк	16	в кінці терміну	Ні	№ 163 від 12.11.2018
Надійний дохід	Укрсиббанк	7	щомісяця	Ні	№ 75 від 05.10.2011
Класичний	Агропросперіс Банк	17,8	щомісяця	Так	№ 241 від 16.02.2016
Стабільний	Таскомбанк	15,5	щомісяця, в кінці терміну	Так	№ 84 від 25.10.2011
Комфортний	Південний	16,38	в кінці терміну, капіталізація, щомісяця	Ні	№ 65 від 07.10.2011
Стандарт строковий	А-Банк	17	щомісяця	Так	№ 16 від 26.10.2011
Класичний Строковий	Райффайзен Банк Аваль	16	в кінці терміну	Ні	№ 10 від 18.06.2018
Зручний	Укрексімбанк	16,5	капіталізація	Так	№ 2 від 07.08.2019
Оптимальний	Кредобанк	15	в кінці терміну, щомісяця	Так	№ 43 від 11.10.2011
Дохідний	ПУМБ	17,5	щомісяця	Так	№ 8 від 06.10.2011
Строковий	OTP Bank	13	в кінці терміну	Так	№ 1 91 від 05.10.2011
Депозит monobank	Monobank	18	щомісяця	Так	№ 92 від 10.10.2011

Джерело: побудовано авторами на основі [16]

Таблиця 5

Індекс ставок за депозитами фізичних осіб на 31.01.2020 (% річних)

Строки депозитів	Депозити в гривні,%	Депозити в доларах,%	Депозити в євро,%
3 місяці	13,24	1,21	0,48
6 місяців	13,86	1,67	0,80
9 місяців	14,06	1,97	0,92
12 місяці	14,00	2,17	1,10

Джерело: побудовано авторами на основі [16]

зміцнюваних (на 19%) локальних валют до долара США, чому сприяли рекордний урожай зернових і приплив іноземного капіталу.

Велику роль грає індекс ставок за депозитами фізичних осіб для розвитку депозитного ринку. Український індекс ставок за депозитами фізичних осіб (англ. Ukrainian Index of Retail Deposit Rates – UIRD) – індикативні ставки, розраховані компанією Thomson Reuters за методикою, розробленою разом із НБУ. Розрахунок проводиться на основі номінальних ставок депозитів фізичних осіб, що оголошені основними учасниками українського ринку банківських депозитів – 20 лідерами комерційних банків України [18].

Упродовж довготривалого періоду депозитні ставки змінювали свій розмір, станом на 31.01.2020 значення ставок на вклади фізичних осіб зупинилися на рівні, вказаному в табл. 5.

Таким чином, банки слабо диференціюють депозитні ставки залежно від строковості: вартість депозитів у гривні на 6, 9 та 12 місяців перебувала на рівні близько 14% річних. Вартість річних депозитів у доларах залишалася на історичному мінімумі – 2% річних. Оскільки кредитування населення здійснюється тільки в національній валюті, тому у банків немає гострої потреби в доларах та євро і, відповідно, такі

низькі процентні ставки за доларовими та євро-депозитами.

Серед великої кількості банківських установ кожен представник фізичних і юридичних осіб має можливість самостійно вибрати банк, якому може довірити свої кошти, і цим самим сприяти рейтингу даної установи на депозитному ринку [19]. НБУ сформував рейтинг банків України за депозитами фізичних осіб станом на 2018 р. (табл. 6).

Із табл. 6 можна побачити, що лідерами закладами фізичних осіб є «ПриватБанк», «Ощадбанк» та «Альфа-Банк». Перше місце займає «ПриватБанк», депозити фізичних осіб становлять 178 689,42 млн грн, тоді як банк «Південний» займає останню сходинку у рейтингу, депозити становлять 9 245,17 млн грн, що майже у 19 разів менше від депозитів «ПриватБанку».

Також із табл. 6 видно, що для юридичних осіб найкращим є «Укрексімбанк», який залучив 46 427,88 млн грн вкладів, а останнє місце в рейтингу займає «Альфа-Банк», депозити якого становлять 18 641,98 млн грн.

Банківський депозит користується серед населення попитом, оскільки він є менш ризикованим інструментом порівняно з іншими способами інвестування. Це пов'язано, перш за все, з існу-

Таблиця 6

Топ-10 банків України за депозитами фізичних та юридичних осіб, млн грн

№ з/п	Банк	Депозити фізичних осіб	Банк	Депозити юридичних осіб
1.	ПриватБанк	178689,42	Укрексімбанк	46427,88
2.	Ощадбанк	95239,82	Укргазбанк	44119,49
3.	Альфа-Банк	31397,85	ПриватБанк	42951,46
4.	Укрексімбанк	25585,42	Ощадбанк	38877,93
5.	Райффайзен Банк Аваль	21941,60	Райффайзен Банк Аваль	32014,24
6.	Укргазбанк	20145,46	УкрСиббанк	24433,06
7.	ПУМБ	16644,04	ПУМБ	23355,57
8.	УкрСиббанк	14254,68	Креді Агріколь Банк	23266,42
9.	ОТП Банк	11109,68	СИТІБанк	20284,12
10.	Південний	9245,17	Альфа-Банк	18641,98

Джерело: побудовано авторами на основі [16]

Таблиця 7

Дані про вклади фізичних осіб в учасниках Фонду гарантування вкладів фізичних осіб за 2015–2019 рр.

Період	Кількість вкладників, тис вкладників	Загальна сума вкладів, млн грн	Середній розмір вкладу, грн
01.01.2015	46 524	382 082	8 213
01.01.2016	44 703	362 278	8 104
01.01.2017	41 102	382 150	9 298
01.01.2018	40 952	413 769	10 104
01.01.2019	40 677	438 353	10 776

Джерело; складено авторами на основі [22]

Таблиця 8

Альтернативні інструменти залучення коштів клієнтів у банківській сектор

Інструменти	Характеристика
Депозитний сейф	Можливість розміщення коштів у дохідні програми та інструменти. Часто величина дохідності прив'язана до суми вкладу і терміну, на який клієнт хоче його розмістити. Водночас слід розуміти, що чим вища дохідність, яку пропонує фінансова установа, тим вищий ризик утрати коштів.
Гривневі та валютні вклади	Засіб зберігати та примножувати кошти, повністю покладаючись на спроможність банку виконати взяті перед клієнтом зобов'язання, клієнт захищений від їх несподіваної втрати у разі пограбування. Залежно від суми вкладу та термінів зберігання клієнт має дохід у вигляді відсотків за депозитом, який хоча й частково, але зменшує втрати від об'єктивного інфляційного знецінення. Але дохід від депозитів із кожним роком зменшується, бо чим стабільніша економіка, тим під менші відсотки банки залучатимуть кошти.
Депозитні сертифікати	Цінні папери, які є іменними і дохід за якими можна отримати тільки коли термін сертифікату спливає. Проте, і за ставками дохідності, і за емітентами сертифікатів вони мало чим відрізняються від депозитів. Інструмент розрахований на замовних вкладників, сума депозитного сертифікату починається з декількох десятків тисяч гривень. Купуючи такі цінні папери, вкладник проходить додатковий контроль із боку фінмоніторингу.
Банківські метали	Дохідність даного інструменту слабо прогнозована, бо банківські метали не завжди дорожчають. Золото, срібло, платину можуть купувати клієнти, у яких є сума, кратна злитку золота в грамах, які емітуються банком. Проте, окрім невідомої дохідності, є національні особливості поводження з банківським металом. В Україні немає біржового ринку цінних металів, де можна продати метал без утрат. Продати можна у тому банку, де цей метал купувався. Утім, ціна викупу банком металу буде з досить великим спредом (різниця між купівлею і продажем) і може нівелювати весь дохід від ймовірного росту ціни на банківські метали на світових ринках.
ОВДП	Уряд випустив для фізичних осіб облігації внутрішньої державної позики (ОВДП). Зокрема, під 5% річних у валюті та 15% у гривнях. Але одна облігація є дорогою, ціна її еквівалентна \$1000. Позитивним моментом ОВДП є те, що з 1 січня 2017 р. дохід по них не оподатковується ПДФО, а це 18%.

Джерело: складено авторами за [24]

ванням Фонду гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО), учасниками якого обов'язково повинні бути українські банки. Він сьогодні компенсує вкладникам суму в межах 200 тис грн за умови визнання банку неплатоспроможним [21, с. 73].

Усі банківські установи є учасниками ФГВФО за винятком «Ощадбанку». Банк стає учасником Фонду у момент отримання ним банківської ліцензії. На 01.01.2020 учасниками Фонду є 74 банки. Показники функціонування Фонду за період 2015–2019 рр. наведено в табл. 7.

Проаналізувавши дані табл. 7, можна побачити, що в 2015 р. було 46 524 тис вкладників, а в 2019 р. кількість вкладників зменшилася на 5 847 тис, тобто становила 40 677 тис вкладників.

Але водночас загальна сума вкладів збільшилася на 56 271 млн грн порівняно з 2015 р., збільшився також і середній розмір вкладу – на 2 563 грн.

Таким чином, сьогодні депозит не є джерелом накопичення і дохідності, а слугує джерелом для поповнення обігових коштів підприємств за рахунок кредитних ресурсів банківської системи. Тому клієнтам банків варто розглядати альтернативні інструменти, такі як інвестиції, вкладення, що дасть більший дохід, аніж банківський депозит. Отже, розглянемо декілька варіантів альтернативних інструментів докладніше (табл. 8).

Висновки і пропозиції. Отже, можна зробити висновок, що існує кілька значень терміна «депозит»: це і грошові кошти, які вносять боржники

у фінансово-кредитні установи для оплати боргу, і внески вкладників, розміщені на певний термін із метою отримання прибутку, і джерело позичкового капіталу, завдяки якому банк здійснює видачу кредитів і дрібних позик.

Депозитні вклади банку є основою залучення позикових коштів, що становлять значну частину фінансових ресурсів банку. Для банків головним видом пасивних операцій є депозит. Він має унікальну двоїсту природу. Для вкладника депозит – це капітал, який приносить йому дохід, а для банку залучені кошти формують більшу частину фінансових ресурсів банку (активів). А це означає, що від депозитних операцій безпосередньо залежать кредитні операції і, відповідно, доходи самого банку. Із цього випливає, що депозити вигідні не тільки вкладнику, а й банку.

Організація депозитного процесу повинна бути зорієнтована на максимальне повне задоволення

потреб клієнтів, видах депозитних послуг, на збільшення обсягів депозитних операцій, на підвищення якості депозитного портфеля клієнтів і банку за суворого дотримання чинного законодавства України. Із боку банків потрібно докласти неабияких зусиль, щоб відновити довіру своїх клієнтів. Аби зацікавити клієнтів для вкладення своїх коштів, необхідно розробити варіанти вкладів на вигідніших умовах, аніж ті, які є зараз, запропонувати більш оптимальні і вигідні умови, щоб кожен клієнт міг вибрати той депозит, який йому сподобався.

Попри нестабільність депозитного ринку, результати проведеного дослідження демонструють позитивну динаміку в організації депозитної діяльності українських банків. Обсяг депозитних ресурсів за останні роки збільшився, що свідчить про поступове відновлення довіри клієнтів вкладників до банківської системи.

Список використаних джерел:

1. Аналіз банківської діяльності : підручник / А.М. Герасимович та ін. ; за ред. А.М. Герасимовича. Київ : КНЕУ, 2010. 599 с.
2. Про систему гарантування вкладів фізичних осіб : Закон України від 23 лютого 2012 р. № 4452-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4452-17> (дата звернення: 05.02.2020).
3. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07 грудня 2000 р. № 2121-III / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14> (дата звернення: 05.02.2020).
4. Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами : Закон України від 03 грудня 2003 р. № 1256-03 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1256-03> (дата звернення: 06.02.2020).
5. Васюренко О. Банківські операції : навчальний посібник. Київ : Знання, 2000. 243 с.
6. Енциклопедія банківської справи України / редкол.: В. Стельмах та ін. Київ : Молодь, Ін Юре, 2007. 680 с.
7. Фролов С. Банківська справа і основи митного регулювання в Україні: теорія та практика : навчальний посібник. Суми : Університетська книга, 2004. 368 с.
8. Гроші та кредит : підручник / М. Савлук та ін.; за ред. М. Савлука ; 6-е вид. Київ : КНЕУ, 2011. 589 с.
9. Економічна енциклопедія : у 3-х т. / редкол. С. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : Академія, 2005. 864 с.
10. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под общ. ред. А. Грязновой. Москва : Финансы и статистика, 2002. 1168 с.
11. Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Е. Современный экономический словарь. Москва : ИНФРА-М, 2006. 496 с.
12. Роуз П. Банковский менеджмент / пер. с англ. Москва : Дело Лтд., 2011. 768 с.
13. Экономика и бизнес: словарь-справочник / Н. Уолл и др. ; пер. с англ. К. Ткаченко. Москва : ФАИР-ПРЕСС, 1999. 624 с.
14. Депозити для фізичних осіб 2020 – калькулятор, надійні банки, детальні умови. URL: <https://finsee.com/%d0%b4%d0%b5%d0%bf%d0%be%d0%b7%d0%b8%d1%82%d0%b8/#%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%81%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B8> (дата звернення: 07.02.2020).
15. Закордонні депозити для українців: дешево, але дуже надійно. URL : https://bankchart.com.ua/depoziti/statti/zakordonn_i_depoziti_dlya_ukrayintiv_deshevo_ale_duzhe_nadijno (дата звернення: 07.02.2020).
16. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/ua/> (дата звернення: 08.02.2020).
17. Як зміняться відсоткові ставки депозитів і кредитів у 2020 році – прогноз. URL : <https://dragon-capital.com/ua/media/our-comments/kak-izmenyatsya-protsentnye-stavki-depozitov-i-kreditov-v-2020-godu-prognoz/> (дата звернення: 08.02.2020).
18. Офіційні рейтинги банків України. URL : <http://banker.ua/officialrating/> (дата звернення: 08.02.2020).
19. Шкляр А.І. Банківський нагляд: недогляд обертається збитками. *Урядовий кур'єр*. 2015. 14 серпня.
20. Шульц Е.П. Особливості сучасної депозитної політики банків. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2015. № 3(113). С. 29–32.
21. Синяк А.А. Мажливі напрями вдосконалення депозитної політики комерційних банків України на сучасному етапі. URL : <http://masters.donntu.org/2013/iem/sinyak/library/article2.htm> (дата звернення: 10.02.2020).
22. Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. URL : <http://www.fg.gov.ua/statystyka> (дата звернення: 10.02.2020).
23. Бідюк О.О. Депозитна політика банків у період трансформації банківської системи України. *Економічний вісник: серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2017. Вип. 1. С. 29–37.
24. Смолий Я. Чи існує в Україні альтернатива депозитам? URL: <https://mind.ua/openmind/20176699-chi-isnuje-v-ukrayini-alternativa-depozitam> (дата звернення: 08.02.2020).

References:

1. Gerasymovych A. M., Alekseyenko M. D., Parasij-Vergunenko I. M. ta in. Analiz bankivs'koi' dijalnosti: pidruchnyk / za red. A.M. Gerasymovycha. Kyi'v: KNEU, 2010. 599 s.
2. Pro systemu garantuvannja vkladiv fizychnyh osib: Zakon Ukrai'ny vid 23 ljutogo 2012 r. № 4452-VI. Verhovna Rada Ukrai'ny. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4452-17> (accessed: 05. 02. 2020).
3. Pro banky i bankivs'ku dijalnist'. Zakon Ukrai'ny vid 07 grudnja 2000 r. № 2121-III / Verhovna Rada Ukrai'ny. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14> (accessed: 05. 02. 2020).
4. Polozhennja pro porjadok zdijsnennja bankamy Ukrai'ny vkladnyh (depozytnyh) operacij z jurydychnymy i fizychnymy osobamy. Zakon Ukrai'ny vid 03 grudnja 2003 r. № 1256-03. Verhovna Rada Ukrai'ny. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1256-03> (accessed 06. 02. 2020).
5. Vasjurenko O. Bankivs'ki operacii' : navchal'ni posibnyk. Kyi'v. T-vo "Znannja", 2000. 243 s.
6. Encyklopedija bankivs'koi' spravy Ukrai'ny / redkol.: V. Stel'mah ta in. Kyi'v. Molod', In Jure, 2007. 680 s.

7. Frolov S. Bankivs'ka sprava i osnovy mytnogo reguljuvannja v Ukraї'ni: teorija ta praktyka: navchal'nyj posibnyk. Sumy. VTD "Universytets'ka knyga", 2004. 368 s.
8. Savluk M., Moroz A., Lazepko I. ta in. Groshti ta kredyt: pidruchnyk / za red. M. Savluka. 6-te vyd. Kyi'v. KNEU, 2011. 589 s.
9. Ekonomichna encyklopedija: u 3 t. / redkol. S. Mochernyj (vidp. red.) ta in. Kyi'v. vydavnychyj centr "Akademija", 2005. 864 s.
10. Fynansovo-kredytnyj encyklopedycheskyj slovar': kolektyv avtorov, pod obshh. red. A. Grjaznoj. Moskva: Fynansy y statystyka, 2002. 1168 s.
11. Rajzberg B., Lozovskij L., Starodubceva E. Sovremennyj ekonomycheskyj slovar'. Moskva. YNFRA-M, 2006. 496 s.
12. Rouz P. Bankovskij menedzhment / per. s angl. Moskva. Delo Ltd., 2011. 768 s.
13. Uoll N., Markuze Ja., Lajnz D., Martyn B. Экономыка y byznes: slovar'-spravochnyk / per. s angl. K. Tkachenko. Moskva: FAYR-PRESS, 1999. 624 s.
14. Depozyty dlja fizychnyh osib 2020 – kal'kuljator, nadijni banky, detal'ni umovy. URL: <https://finsee.com/%d0%b4%d0%b5%d0%bf%d0%be%d0%b7%d0%b8%d1%82%d0%b8/#%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%81%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B8> (accessed 07. 02. 2020).
15. Zakordonni depozyty dlja ukrai'nciv: deshevo, ale duzhe nadijno. URL: <https://bankchart.com.ua/depoziti/statti/zakordonni-depoziti-dlya-ukrayintsiv-deshevo-ale-duzhe-nadijno> (accessed 07. 02. 2020).
16. Oficijnyj sajt Ministerstva finansiv Ukraї'ny. URL: <https://minfin.com.ua/ua/> (accessed 08. 02. 2020).
17. Jak zminjat'sja vidsotkovi stavky depozytiv i kredytiv u 2020 roci – prognoz. URL: <https://dragon-capital.com/ua/media/our-comments/kak-izmenyatsya-protcentnye-stavki-depozitov-i-kreditov-v-2020-godu--prognoz/> (accessed 08. 02. 2020).
18. Oficijni rejtyngy bankiv Ukraї'ny. URL: <http://banker.ua/officialrating/> (accessed 08. 02. 2020).
19. Shkljar A. I. Bankivs'kyj nagljad: nedogljad obertajet'sja zbytkamy. Urjadovyj kur'jer. 2015. 14 serpnja.
20. Shul'c E.P. Osoblyvosti suchasnoi' depozytnoi' polityky bankiv. Social'no-ekonomichni problemy suchasnogo periodu Ukraї'ny. 2015. № 3(113). S. 29-32.
21. Synjak A.A. Mozhlyvi naprjamy udoskonalennja depozytnoi' polityky komercijnyh bankiv Ukraї'ny na suchasnomu etapi. URL: <http://masters.donntu.org/2013/iem/sinyak/library/article2.htm> (accessed 10. 02. 2020).
22. Oficijnyj sajt Fondu garantuvannja vkladiv fizychnyh osib. URL: <http://www.fg.gov.ua/statystyka> (accessed 10. 02. 2020).
23. Bidjuk O.O. Depozytna polityka bankiv u period transformacii' bankivs'koi' systemy Ukraї'ny. Ekonomichnyj visnyk: serija: finansy, oblik, opodatkuvannja. Vyp.1. Irpin'. UDFSU, 2017. S.29-37 s.
24. Smolij Ja. Chy isnuje v Ukraї'ni al'ternatyva depozytam? URL: <https://mind.ua/openmind/20176699-chi-isnuje-v-ukrayini-alternativa-depozitam> (accessed 08. 02. 2020).

Артемова О. А.

Гордиенко Т. В.

Университет государственной фискальной службы Украины

ДЕПОЗИТНЫЙ РЫНОК УКРАИНЫ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Резюме

В статье рассмотрены депозитные операции, которые играют особую роль в банковской системе Украины и благодаря которым банкам удается сформировать наиболее стабильную часть ресурсной базы. Приведены дефиниции понятий «депозит» и «вклад» с точки зрения нормативно-правовых актов Украины, позиций украинских и зарубежных ученых. Исследовано и проанализировано функционирование депозитного рынка Украины при помощи сравнения макроэкономических показателей. Рассмотрены факторы влияния депозитного рынка на развитие экономики, проанализирована динамика изменений депозитных ставок по вкладам в Украине и в странах Европейского Союза. Определены главные факторы, влияющие на доверие вкладчиков к банковской системе, а также приведены рейтинги банков по разным критериям. Проанализированы особенности функционирования Фонда гарантирования вкладов физических лиц и предложены альтернативные депозитным вкладам варианты инструментов.

Ключевые слова: депозит (вклад), депозиты физических и юридических лиц, банковские ресурсы, индекс ставок, Фонд гарантирования вкладов физических лиц, депозитный сейф, банковские металлы, депозитный сертификат.

Artemieva Oksana
Hordiienko Tetiana

State Fiscal Service University of Ukraine

DEPOSIT MARKET OF UKRAINE: THE CURRENT SITUATION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Summary

The efficiency of banks depends on the volume and structure of Bank resources, the bulk of which is formed by attracting temporarily free funds of individuals and legal entities. today is the urgent problem of attracting deposits in the post-crisis period, the requirements of customers regarding Bank selection and opportunities for conservation and enhancement of their savings given the changes in the banking system. The purpose of this article is to study the condition of the Deposit market of Ukraine during the implementation of the transformation processes of the banking system and to identify the factors that need to pay attention to banking institutions to optimize their activities in this area. In the article Deposit operations, which play a special role in the banking system of Ukraine, through which banks manage to form the most stable part of the resource base. Given the definitions about the concept of "Deposit" and "contribution" from the point of view of normative-legal acts of Ukraine on the positions of Ukrainian and foreign scientists. Researched and analyzed the functioning of the Deposit market of Ukraine by comparing macroeconomic indicators. Considered factors of influence of the Deposit market in economic development, analyzed the dynamics of changes in the level of Deposit rates on deposits in Ukraine and countries of the European Union. We identified the main factors affecting the confidence of depositors in the banking system and the banks' ratings according to various criteria. The features of functioning of Deposit guarantee Fund of individuals. In conclusion, the proposed use of Bank customers alternative instruments deposits, such as the safe-Deposit boxes, certificates of Deposit, deposits in precious metals, bonds of internal state loan, to develop options for deposits on more favorable terms than those which have now, to offer a more optimal and profitable conditions in the Deposit market. In fact, the effective functioning of the market of deposits necessary to ensure that normal banking activities, to regulate the money supply in Ukraine, successful implementation of banks as a traditional settlement and credit operations, and expanding the range of banking products.

Keywords: deposit, deposits of individuals and legal entities, banking resources, index rates, the Deposit guarantee Fund of individuals' deposits, Deposit safe, Bank metals, a certificate of Deposit.

УДК 336.027

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-35>

Григоришин Н. О.

Львівський державний університет внутрішніх справ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2312-4968>

НЕКОНВЕНЦІЙНІ ВИДИ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ

У статті розглянуто та проаналізовано основні та допоміжні типи монетарної політики, їхні інструменти та вплив на національну економіку та економічну безпеку держави у цілому; причини та загрози, які зумовили створення нових нетрадиційних типів та інструментів монетарної політики. На основі проведеного дослідження автор дійшов висновку про неприпустимість ігнорування причинно-наслідкової залежності між діями у сфері монетарного регулювання та його впливом на економічний розвиток держави, оскільки сьогоденні реалії вітчизняного фінансового ринку відображають недостатність лише економічних інструментів для забезпечення виконання цілей щодо досягнення фінансової стабільності. З метою обґрунтування впливу монетарної політики на економічне зростання запропоновано виділяти інструменти монетарної політики в межах їхнього впливу на економічну безпеку держави. Розроблено таблицю розподілу інструментів за типами монетарної політики та визначення їхнього впливу на економічну безпеку.

Ключові слова: монетарна політика, типи монетарної політики, інструмент, центральний банк, світова фінансова криза, економічна безпека держави.

Постановка проблеми. Монетарна політика на будь-якому етапі розвитку національної економіки є визначальним важелем, який дає змогу шляхом регулювання пропозиції грошей, валютного курсу, діяльності фінансово-кредитних установ суттєво впливати на соціально-економічний розвиток країни та забезпечувати фінансову стійкість її економічної системи.

Кожному виду монетарної політики притаманний певний набір інструментів, який центральний банк зазвичай використовує у визначений момент розвитку фінансової системи для досягнення конкретних цілей. Інструменти монетарної

політики залежать від кон'юнктури міжнародних ринків, результатів зовнішньоекономічної діяльності резидентів, а також визначаються структурними змінами і темпами відновлення вітчизняної економіки.

Новітні реалії світового економічного розвитку в посткризовий період докорінно змінили підходи до розуміння ролі центральних банків у забезпеченні фінансової стабільності й монетарному стимулюванні реального сектору економіки та зумовили виникнення нетрадиційних типів монетарної політики – неконвенційних монетарних політик, які відповідають сучасним вимогам роз-

виту економіки та поєднують досягнення цінової й макроекономічної стабільності, стимулюють кредитування, скорочення безробіття та сприяють розвитку економіки загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання класифікації видів монетарної політики, їх інструментарію та впливу монетарної політики на економічну безпеку держави розглядаються у працях багатьох українських та зарубіжних учених, серед яких: О.В. Дзюблюк, С.І. Ходакевич, О.О. Уткіна, О.К. Прімерова, В.О. Янчук, В.Я. Рудан, В. Тертичка, А.М. Мороз, М.Ф. Пуховкіна, М.І. Савлук, Л.М. Матросова, Т.В. Мельник, М. Fratzscher та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на численні наукові розробки та дослідження актуальних проблем у сфері фінансів, монетарної політики, становлення та розвитку фінансової системи, зміни темпів соціально-економічного розвитку, глобалізаційні фінансово-економічні тенденції, розширення спектра та зростання рівня негативного впливу ризиків і загроз об'єктивно зумовлюють нові виклики й загрози на всіх рівнях фінансових відносин.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є обґрунтування раціональних та більш ефективних механізмів впливу інструментів монетарної політики на економічну безпеку з метою ухвалення оптимальних рішень щодо їх використання чи відхилення для попередження та протидії виникненню системних фінансових криз, нейтралізації їхніх наслідків та протидії фінансовим злочинам.

Виклад основного матеріалу. Традиційно у науковій літературі стратегія монетарної політики виражається двома категоріями кількісних цілей: кількістю грошей в обігу та обсязі кредитів. Опіраючись на стратегічні цілі та стан господарської кон'юнктури, центральний банк може реалізувати один із двох основних типів монетарної політики, які взаємно протилежно впливають на динаміку грошової маси: рестрикційний та експансійний [1]. Обидва типи монетарної політики переслідують одну мету – досягнення цінової стабільності.

Політика експансії – це політика, спрямована на стимулювання кредитних відносин у країні й грошової емісії. Вона використовується в умовах циклічного зменшення обсягів виробництва і зростання безробіття [2, с. 205].

Політика рестрикції (обмеження) полягає у різкому скороченні пропозиції грошей, зменшенні їхньої маси в обороті, обмеженні емісії й кредитування. У таких умовах монетарна рестрикція супроводжується посиленням фіскально-бюджетних заходів впливу на кон'юнктуру ринку: підвищенням рівня оподаткування, зменшенням податкових пільг, скороченням бюджетних витрат і бюджетного дефіциту тощо [3, с. 556].

Ще донедавна експансійний та рестрикційний типи монетарної політики були єдиними, що традиційно застосовувалися центральними банками багатьох країн. Однак світова фінансово-економічна криза 2008 р. показала недовірливість цих типів монетарної політики, а їх головна мета – цінова стабільність виявилася обмеженою та несвоєчасною. Саме криза змусила центральні банки переглянути пріоритети й цілі, створила підґрунтя для відходу центральних банків від традиційного обмеженого кола інструментів монетарного впливу на економіку і переходу до активного застосування заходів неконвенційної монетарної політики як визначального шляху для подолання

реcesії та виведення економіки на шлях стійкого зростання.

Отже, під впливом кризи центральними банками було створено низку нетрадиційних видів та заходів монетарної політики, такі як: політика кількісного пом'якшення (Quantitative Easing (QE)), неопротекціоністська монетарна політика та комунікаційна. Розглянемо кожен вид і його вплив на монетарну політику в цілому.

Кількісне пом'якшення (Quantitative Easing (QE)) – це нетрадиційна монетарна політика, що використовується центральними банками для стимулювання національної економіки, коли традиційні монетарні методи вже не працюють. Під час реалізації політики кількісного пом'якшення центральний банк купує державні цінні папери або інші цінні папери з ринку з метою збільшення грошової маси та заохочення кредитування й інвестицій. У цьому разі активи викуповуються за рахунок емітованих грошей, що супроводжується розширенням балансу центрального банку та збільшенням грошової маси в економіці. Потужний приплив грошових коштів спрямований на зростання сукупного попиту, що, своєю чергою, стимулює зростання пропозиції та згодом призведе до відновлення й стабілізації національної економіки.

Одним із незаперечних позитивних результатів політики кількісного пом'якшення є те, що власники активів отримують вигоди порівняно з тими, хто ними не володіє.

Водночас політика кількісного пом'якшення має й низку недоліків. Так, якщо в економічну систему буде «закачано» занадто багато грошей, інфляція може прийняти неконтрольований характер, а іноземна валюта буде постійно дешевшати, що негативно відобразиться на вартості експорту та імпорту товарів [4, с. 4, 8].

Світова фінансова криза спонукала до формування ще одного нетрадиційного типу монетарної політики – політики неопротекціонізму.

Неопротекціонізм – це складний комплексний механізм економічної політики, спрямований на підвищення конкурентоспроможності національної економіки та її адаптації до «нової норми» світової економіки.

Неопротекціоністська монетарна політика передбачає фактичну відмову від інфляційного таргетування та перехід до таргетування валютного курсу в рамках валютного коридору, таргетування ліквідності банківської системи та таргетування темпів приросту ВВП. У такому азі обов'язковим завданням центрального банку та уряду є налагодження контролю над транскордонним рухом капіталу, впровадження довгострокових інструментів рефінансування за ставкою, нижчою за рівень рентабельності підприємств пріоритетних галузей економіки, розвиток фондового ринку та операцій РЕПО центрального банку [5, с. 290].

Необхідною умовою реалізації неопротекціоністської монетарної політики є створення державних спеціалізованих банків розвитку, які б стали трансляторами цієї політики, а центральний банк буде продуктивно перерозподіляти кредит за пріоритетними напрямками економіки, що буде стимулювати економічне зростання [6, с. 16, 21].

Монетарний неопротекціонізм дедалі активніше використовується і з метою стабілізації, і для стимулювальної політики розвинених країн. У кінцевому підсумку всі заходи будуть стиму-

лювати платоспроможний попит та економічне зростання.

З-поміж нетрадиційних типів монетарної політики виділимо комунікаційну. Ми вважаємо, що її доречно сприймати як допоміжний тип монетарної політики, тому що цей тип може доповнювати як традиційні, так і нетрадиційні типи політики, а її інструменти можуть використовуватися разом з інструментами основних типів.

В умовах недостатньої продуктивності застосування грошово-кредитного інструментарію, панічних настроїв у суспільстві через зростання девальваційних шоків, зростання частки проблемної заборгованості, недовіри населення до банківських та державних установ усі ці чинники свідчать про недостатність інформації на ринку банківських послуг, що й є одними з основних чинників, які призводять до дестабілізації банківської системи [7, с. 131, 142].

У межах реалізації *комунікаційної* монетарної політики виокремимо такі інструменти її реалізації: *транспарентність* та *вербальні інтервенції*.

Транспарентність центрального банку виступає необхідним елементом прийняття адекватних та зважених фінансових рішень усіма економічними агентами й є необхідною в аналізі, прогнозуванні та плануванні сталого соціально-економічного розвитку країни.

Вербальні інтервенції – це публічні висловлювання високопосадових осіб органів монетарної влади стосовно напряму їхньої політики, що впливатиме на процентні ставки, коливання валютного курсу, вартість активів, стан економіки, очікування учасників ринку.

Отже, традиційними типами монетарної політики сьогодні вважаються політика експансії та політика рестрикції. З-поміж нетрадиційних типів монетарної політики виділяємо два основні: політику кількісного пом'якшення й непротекціоністську політику, а також один допоміжний тип – комунікаційну політику. Кожен із виокремлених типів має свої переваги та недоліки і може бути використаний за певних макроекономічних обставин розвитку національної економіки, зважаючи на завдання й цілі, яких необхідно досягти у певний момент.

У світовій практиці традиційної монетарної політики використовують три основні інструменти, спрямовані на регулювання грошової маси і ставки відсотка: норму обов'язкових резервів, ставку рефінансування, операції на відкритому ринку [8, с. 357, 381].

1. *Норма обов'язкових резервів* – це інструмент монетарної політики для управління грошово-кредитним ринком, який накладає на банки зобов'язання зберігати частину залучених коштів на кореспондентському рахунку в Національному банку України [9].

2. *Зміна ставки рефінансування*. Ставка рефінансування (облікова ставка) – це ставка відсотка, за якою центральний банк видає позики (кредити) комерційним банкам. Знижуючи облікову ставку за стимулюючої монетарної політики, центральний банк здешевлює вартість кредиту для комерційних банків, що призводить до збільшення грошової маси в економіці. І навпаки, підвищуючи облікову ставку під час проведення стримуючої монетарної політики, центральний банк здорожує вартість кредиту для комерційних банків, величина запозичень останніх у центрального банку скорочується, що призводить до скорочення грошової маси в економіці.

3. *Операції на відкритому ринку* – купівля і продаж центральним банком державних облігацій на вторинному ринку. Операції на відкритому ринку є найбільш швидкодіючим інструментом монетарної політики. Купуючи облігації під час проведення стимулюючої політики, центральний банк розплачується за них грошима, тобто відбувається збільшення грошової маси в економіці. Переходячи на банківські рахунки, отримані спочатку від центрального банку гроші дають можливість комерційним банкам збільшити кредитування економіки, у результаті пропозиція грошей зростає. І навпаки, продаж державних облігацій на відкритому ринку під час проведення стримуючої монетарної політики призводить до скорочення грошової маси.

Звичайно, на практиці застосовується багато більше інструментів монетарної політики. Інструментарій монетарної політики постійно вдосконалюється та розвивається. Він охоплює широкий спектр дії, різних економічних агентів, має різну тривалість у часі тощо. Усі види монетарних інструментів досить ретельно досліджено, проаналізовано та класифіковано у сучасній вітчизняній та зарубіжній науковій літературі, тому вважаємо за доцільне зосередитися на розподілі інструментів за типами монетарної політики та визначити їхній вплив на економічну безпеку (табл. 1).

Як бачимо, кожен тип монетарної політики може позитивно та негативно впливати на економічну безпеку держави. Визначальним чинником у даному разі стає період використання тих чи інших інструментів, який повинен визначатися на основі змін у фінансовій системі та поєднуватися з інструментами допоміжного типу монетарної політики – комунікаційного, який може посилювати позитивний та послаблювати негативний вплив на економічну безпеку.

Висновки і пропозиції. Проаналізувавши типи монетарної політики, їхні інструменти та вплив на національну економіку та економічну безпеку, доходимо висновку про неприпустимість ігнорування причинно-наслідкової залежності між діями у сфері грошово-кредитного регулювання та їхнім впливом на економічний розвиток держави.

Необхідно мати на увазі, що розширення дії одних інструментів монетарної політики за рахунок обмеження дії інших може негативно вплинути на економічне зростання країни у цілому. Для обґрунтування впливу грошово-кредитного регулювання на економічне зростання пропонуємо виділяти інструменти монетарної політики в межах їхнього впливу на економічну безпеку. Приведення в дію систематизованих у такий спосіб інструментів повинно відбуватися з огляду на планування бажаного результату та прогнозування можливих наслідків. А тому методи та інструменти монетарної політики в контексті забезпечення економічного зростання повинні використовуватися з урахуванням їхнього майбутнього впливу на розвиток економіки країни у цілому.

Координація використання інструментів повинна здійснюватися паралельно з моніторингом стану фінансової сфери, що дасть змогу за необхідності відкоригувати дію грошово-кредитного інструмента або вибрати інший.

Цілком очевидно, що сьогоднішні реалії вітчизняного фінансового ринку відображають недостатність лише економічних інструментів для забезпечення виконання цілей щодо досягнення

Таблиця 1
Вплив інструментів монетарної політики на економічну безпеку держави

№	Тип монетарної політики	Інструменти	Вплив на економічну безпеку	
			позитивний	негативний
1. Традиційні типи монетарної політики				
1.1	Експансійний	<ul style="list-style-type: none"> – облікова ставка (ставка рефінансування); – валютні інтервенції; – норма обов'язкових резервів 	<ul style="list-style-type: none"> – нарощування обсягів виробництва; – зменшення безробіття; – розвиток кредитування; – пожевлення господарської кон'юнктури економіки 	<ul style="list-style-type: none"> – зростання рівня інфляції; – цінова та фінансова нестабільність; – зростання доларизації економіки; – зростання валютного курсу
1.2.	Рестрикційний	<ul style="list-style-type: none"> – облікова ставка (ставка рефінансування); – валютні інтервенції; – норма обов'язкових резервів; – таргетування інфляції 	<ul style="list-style-type: none"> – зниження рівня інфляції 	<ul style="list-style-type: none"> – розвиток тіньової економіки; – формування тіньового валютного ринку; – зростання безробіття; – зростання податкового тиску; – скорочення кредитування; – скорочення іноземного інвестування; – погіршення інвестиційної привабливості країни; – сповільнення економічного розвитку
2. Нетрадиційні (неконвенційні) типи монетарної політики: <i>основні</i>				
2.1.	Кількісне пом'якшення	<ul style="list-style-type: none"> – інтервенції на ринку цінних паперів; – емісія грошей 	<ul style="list-style-type: none"> – активізує виробництво, інвестиційну діяльність і економічне зростання; – забезпечує фінансову стабільність власникам активів. 	<ul style="list-style-type: none"> – утворення «фінансових бульбашок»; – зростання волатильності та ризиковості фінансового ринку; – збільшення грошової маси в обігу; – зростання інфляції
2.2.	Непротекціоністський	<ul style="list-style-type: none"> – таргетування валютного курсу; – таргетування ліквідності банківської системи; – таргетування темпів приросту ВВП; – рефінансування; – операції РЕПО 	<ul style="list-style-type: none"> – стабільність та зміцнення національної валюти; – протидія виведенню валюти за кордон – зниження доларизації економіки; – ліквідація тіньового ринку підвищення конкуренто-спроможності національної економіки; – розвиток фондового ринку 	<ul style="list-style-type: none"> – надмірна закритість національної економіки від іноземних економічних агентів; – бар'єри для імпортерів; – надмірний «перегрів» економіки; – створення конкурентного середовища лише між національними виробниками
<i>допоміжні</i>				
2.3.	Комунікаційний	<ul style="list-style-type: none"> – вербальні інтервенції; – транспарентність 	<ul style="list-style-type: none"> – зростання довіри суспільства до ЦБ; – зменшення панічних настроїв; – зменшення дестабілізації банківського сектору 	<ul style="list-style-type: none"> – надмірна відкритість ЦБ може зашкодити діяльності та бути використаною кіберзлочинцями і шахраями

Джерело: власна розробка автора

фінансової стабільності. Це визначає необхідність чіткого проголошення Національним банком намірів щодо сприяння правоохоронним органам у притягненні винних у вчинених порушеннях банківського законодавства до суворой відповідальності, аж до кримінальної, як це й має місце

в усіх цивілізованих країнах світу. Саме скоординована діяльність регулятора, уряду та правоохоронних органів держави дасть змогу цілковито забезпечити економічну безпеку та запобігти виникненню нових загроз та ризиків у фінансовій сфері.

Список використаних джерел:

1. Люзьяк М.Е., Бартош О.М. Инструменты грошово-кредитной политики НБУ та їх вплив на депозитний і кредитний ринки. *Ефективна економіка*. 2011. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=838> (дата звернення: 05.02.2020).
2. Андреева Л.Ю., Шевчик Е.В. Деньги, кредит, банки : учебное пособие. Краснодар ; Ростов-на-Дону : НИИЭ ЮФО, 2009. С. 205.
3. Центральний банк та грошово-кредитна політика : підручник / А.М. Мороз та ін. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Мороза і канд. екон. наук, доц. М.Ф. Пуховкіної. Київ : КНЕУ, 2005. С. 556.
4. Азаренкова Г., Шкодін І., Гойхман М. Вплив політики кількісного пом'якшення на фінансовий ринок. *Вісник НБУ*. 2013. Грудень. С. 4, 8. URL : <http://khibs.ubs.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/13.Vpliv-politiki.pdf> (дата звернення: 05.02.2020).
5. Дзюблук О.В., Рудан В.Я. Управління ліквідністю банківської системи України : монографія. Тернопіль : Вектор, 2016. С. 290.
6. Панченко В.Г. Використання нетрадиційної монетарної політики в країнах ЄС як приклад монетарного неопротекціонізму. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 23. С. 16, 21.
7. Забчук Г.М., Гнатів О.В. Аналіз факторів впливу на ефективність грошово-кредитної політики. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28. № 4. С. 131, 142.
8. Дзюблук О. Неконвенційні заходи монетарної політики: досвід федеральної резервної системи США. *Журнал європейської економіки*. 2017. Т. 16. № 3. С. 357, 381.
9. Инструменты монетарной политики. *Офіційний сайт НБУ*. URL : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=68708 (дата звернення: 15.01.2020).

References:

1. Ljuznjak M. E., Bartosh O. M. (2011). Instrumenty ghroshovo-kredytnoji polityky NBU ta jikh vplyv na depozytnyj i kredytnyj rynky, [Instruments of monetary policy of the NBU and their influence on the deposit and credit markets], *Efektivna ekonomika*. № 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=838> (accessed 5 February 2020).
2. Andreeva L.Ju., Shevchuk E.V. (2009). Denjghy, kredyt, banky. [Money, credit, banks] *Uchebnoe posobyje*. Krasnodar, Rostov-na-Donu: Yzd-vo NYUE JuFO.
3. A. M. Moroz, M. F. Pukhovkina, M. I. Savluk (2005) Centraljnij bank ta ghroshovo-kredytna polityka. [Central bank and monetary policy]. pidruchnyk za red. d-ra ekon. nauk, prof. A. M. Moroza i kand. ekon. nauk, doc. M. F. Pukhovkinoji. K.: KNEU.
4. Azarenkova Gh. Shkodina I. Ghojkhman M. (2013). Vplyv polityky kiljksinogho pom'jakhshennja na finansovyj rynok. [Influence of policy quantitative mitigation on the financial market]. *Visnyk NBU, ghrudenj*. S. 4, 8. Available at: <http://khibs.ubs.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/13.Vpliv-politiki.pdf> (accessed 5 February 2020).
5. Dzijubluk O. V. Rudan V. Ja. (2016). Upravlinnja likvidnistju bankivskojji systemy Ukrajinj. [Managements of liquidity of a banking system of Ukraine]. *Monoghracija, Ternopilj*: Vektor.
6. Panchenko V. Gh. (2017). Vykorystannja netradycijnnoi monetarnoji polityky v krajinakh JeS jak pryklad monetarnogho neoprotekcionizmu. [Uses of nonconventional monetary policy in EU countries as an example of monetary neo-protectionism] *Prychornomorsjki ekonomichni studiji*. vol. 23, pp. 16-21.
7. Zabchuk Gh. M., Ghnativ O. V. (2018). Analiz faktoriv vplyvu na efektyvnistj ghroshovo-kredytnoji polityky. [Analysis of factors of influence on efficiency of monetary policy]. *Ekonomichnyj analiz*. Ternopilj, Tom 28. № 4. pp. 131-142.
8. Dzijubluk, O. (2017). Nekonvencijni zakhody monetarnoji polityky: dosvid federaljnoji rezervnoji systemy SSHa. [Not conventional measures of monetary policy: experience of the U.S. Federal Reserve] *T*. 16, no. 3. pp. 357-381.
9. Instrumenty monetarnoji polityky Oficijnij sajt NBU. [Tools of monetary policy official site of the NBU]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=68708. (accessed 15 January 2020)

Григоршин Н. О.

Львовский государственный университет внутренних дел

НЕКОНВЕНЦИОННЫЕ ВИДЫ МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ГОСУДАРСТВА

Резюме

В статье рассмотрены и проанализированы основные и вспомогательные типы монетарной политики, их инструменты и влияние на национальную экономику и экономическую безопасность государства в целом; причины и угрозы которые обусловили создание новых, нетрадиционных типов и инструментов монетарной политики. На основе проведенного исследования автор пришел к выводу о недопустимости игнорирования причинно-следственной зависимости между действиями в сфере монетарного регулирования и его влиянием на экономическое развитие государства, поскольку настоящие реалии отечественного финансового рынка отражают недостаточность лишь экономических инструментов для обеспечения выполнения целей по достижению финансовой стабильности. С целью обоснования влияния монетарной политики на экономический рост предложено выделять инструменты монетарной политики в пределах их влияния на экономическую безопасность государства. Разработана таблица распределения инструментов по типам монетарной политики и определения их влияния на экономическую безопасность.

Ключевые слова: монетарная политика, типы монетарной политики, инструмент, центральный банк, мировой финансовый кризис, экономическая безопасность государства.

Grygoryshyn Nazarii

Lviv State University of Internal Affairs

NOT CONVENTIONAL TYPES OF MONETARY POLICY
AND THEIR INFLUENCE ON ECONOMIC SECURITY OF THE STATE**Summary**

In article it is considered and the main and auxiliary types of monetary policy, their tools and influence on national economy and economic security of the state in general are analysed; The Reasons and threats which caused creation of new, nonconventional types and tools of monetary policy. On the basis of the conducted research the author concluded that it is inadmissible to ignore the consequential dependence between actions in the sphere of monetary regulation and their influence on the economic development of the state. On the basis of the conducted research the author came to a conclusion about inadmissibility causal hereditary relationship between actions in the sphere of monetary and credit regulation and their influence on economic development of the state as real realities of the domestic financial market reflect insufficiency only of economic tools for ensuring performance of the purposes on achievements of financial stability. For the purpose of justification of influence of monetary and credit regulation on the economic growth by the author it was offered to allocate tools of monetary policy within their influence on economic security of the state. Also in article it was developed the table of distribution of tools on types of monetary policy and definition of their influence on economic security. Expansion of operation of some tools of monetary policy due to restriction of action of others can influence negatively economic growth of the country in general. Methods and tools of monetary policy in the context of ensuring economic growth have to be used taking into account their future influence on development of national economy in general. Tools of monetary policy constantly are improved and develops. They cover a broad spectrum of activity, various economic agents and have different duration in time. Coordination of use of tools has to be carried out in parallel with monitoring of a condition of the financial sphere that will allow to modify, as necessary, operation of the monetary and credit tool or to choose another. Coordinated activity of the regulator, the government and law enforcement agencies of the state will allow to ensure completely economic security and counteracts emergence of new threats and risks in the financial sphere.

Keywords: monetary policy, types of monetary policy, instrument, central bank, global financial crisis, economic security of the state.

УДК 336.713

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-36>

Циганова Н. В.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ КОНСОЛІДАЦІЇ БАНКІВ ТА ЇЇ СУЧАСНІ ПРОЯВИ

У статті розкрито передумови та сутність консолідації банків як економічного явища, що супроводжується зменшенням кількості банків і зростанням їх розміру та ринкової частки, яке веде до посилення контролю у банківській галузі. Визначено, що вплив консолідації на економічні процеси може відрізнятися залежно від стану національної банківської системи та її інтегрованості у глобальний фінансовий простір, інтенсивності конкуренції, циклічних проявів економіки та інших чинників. Розглянуто різноманітні види і форми консолідації банків та диференціацію її проявів та наслідків. Виявлено основні форми консолідації банків, серед яких: об'єднання у формі злиття, поглинання, участі у капіталі, стратегічного альянсу/партнерства; зростання банків за рахунок капіталізації прибутку та емісії акцій; скорочення кількості банків унаслідок ліквідації та реорганізації. Визначено критерії типологізації консолідації банків, серед яких – рівень консолідаційних процесів, склад учасників, спрямування, рівень її інтенсивності й наслідки. Розкрито специфічні прояви та наслідки консолідації банків.

Ключові слова: консолідація банків, злиття та поглинання банків, банківська система.

Постановка проблеми. Процеси консолідації притаманні будь-якій галузі й є проявом загальних закономірностей економічного розвитку та результатом дії законів конкуренції. Об'єктивна необхідність консолідації банківського сектору зумовлена сучасними тенденціями інноваційного розвитку техніки і технології, що спричиняють зростання вартості основних фондів і вимагають фінансування їх оновлення у зростаючих обсягах, глобалізацією економіки, змінами у конкурентному середовищі тощо. Основними передумовами консолідації банків є концентрація капіталу та зростання розміру бізнес-одиниць в інших галузях, які є клієнтами банків. Саме вдосконалення технологій, обладнання в умовах революційних інноваційних змін, що супроводжується відповідним зростанням їхньої вартості, ставить нові

вимоги до фінансування процесу розширеного відтворення у нових умовах. Банківська система у своєму розвитку спрямовується на забезпечення цих вимог. Здійснювати повноцінне довгострокове фінансування сучасного виробництва, оновлення основних фондів спроможні лише великі банки.

Водночас консолідація банків означає монополізацію ринку банківських послуг з усіма притаманними цьому явищу негативними наслідками. Суперечності, що спричиняють та супроводжують консолідаційні процеси у банківській сфері, мають вплив не лише на діяльність банків. Вплив консолідації на перерозподіл інвестиційних потоків на рівні національних економік і міжнародних ринків визначає кількісні й якісні параметри економічного розвитку. Формування сучасних регулятивних механізмів цих процесів актуалі-

зує проблему якісної діагностики та типологізації консолідації банків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні методологічні засади консолідації банківського сектору окреслено в публікаціях зарубіжних та вітчизняних дослідників, зокрема З. Васильченко, Н. Корецької, Т. Мельник, Ф. Мишкіна, В. Міщенко, М. Остролуцького, А. Саркісянца, Дж.Ф. Сінкі мол., І. Школьник та ін. С. Бровков, Е. Гнілітська, А. Єрмошенко, Л. Єрмошенко, С. Замковой, Л. Клапків, В. Кучеренко, А. Лобода, В. Мальцева, Д. Нестерова, Г. Олійник, Р. Пікус, М. Рисін, Л. Руденко, А. Седін, К. Старовойт, В. Тринчук, А. Угловська, О. Чеберяко та ін. досліджують міжгалузеву консолідацію, зокрема банків і страхових компаній. В.І. Сидоров, К.О. Макаручук, І.І. Д'яконова, Я.О. Костюченко розкривають передумови та специфіку консолідації банків на глобальних фінансових ринках.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У роботах вищезазначених та інших дослідників питання типологізації консолідації банків розглядаються лише фрагментарно. Проте різноманітність видів і форм консолідації банків зумовлює диференціацію її проявів та наслідків. Таке дослідження дає змогу сформувати виважені критерії оцінювання рівня консолідації та її впливу на економічні процеси.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення критеріїв типологізації консолідації банків та диференціації її сучасних проявів і наслідків у контексті формування виваженої стратегії сприяння реструктуризації банківського сектору.

Виклад основного матеріалу. Розвиток банківської галузі супроводжується досить стійкою тенденцією до консолідації. Прагнення до зростання прибутку як основна рушійна сила будь-якого бізнесу спричиняє нарощування обсягів діяльності. Крім того, більший банк отримує низку конкурентних переваг, серед яких – економія на витратах завдяки масштабам діяльності, можливість диверсифікувати портфелі активів і зобов'язань та знизити ризики, поліпшення іміджу, кращі можливості цінової конкуренції та ін. Зростання економіки і фінансових ринків суттєво збільшує обсяг ресурсів, які надходять у розпорядження банків, тому консолідація банківського сектору слід уважати закономірним наслідком розвитку ринку банківських послуг відповідно до дії законів конкуренції та закономірностей розширеного відтворення.

Проте зростання банків не є безмежним. Фінансові межі консолідації банків визначаються грошовим ринком та місцем на ньому банків як фінансових посередників. Тому своєрідним обмеженням є обсяг позичкового капіталу, який перерозподіляється через банківський сектор. Суттєві обмеження також формують бізнес-інтереси та можливості конкурентів.

На початкових етапах розвитку банківських систем кількість банків спочатку стрімко зростає, однак коли всі ринкові ніші виявляються зайнятими, розпочинаються закономірні процеси консолідації цих фінансових установ [1, с. 32–40]. У процесі формування національ-

них банківських систем спостерігалось кілька великих хвиль консолідації у банківському секторі, спричинених як загальноекономічними тенденціями та потребами фінансування розширеного відтворення, так і прагненням менеджменту і власників банків до збільшення прибутку та отримання конкурентних переваг завдяки зростанню масштабу бізнесу [2]. Початок цих процесів пов'язаний з індустріальною революцією XIX ст., яка посилила роль кредитного забезпечення функціонування і розширення бізнесу, та розвитком ринків кредитних послуг, у процесі якого започатковувалися ринкові ніші і зростала конкуренція кредитно-фінансових інститутів.

Протягом XX ст. внаслідок посилення конкуренції банків та небанківських фінансових установ, поглиблення міжнародного поділу праці і зростання міжнародних розрахунків та інвестицій процеси банківської консолідації поширилися за межі банківської галузі та національних економік (рис. 1).

У XXI ст. консолідація банків посилилася. Це було значною мірою пов'язане зі світовою кризою 2007–2009 рр. У передкризовий період європейський банківський сектор домінував у світових процесах консолідації банків. Якщо порівняти обсяги угод злиття і поглинання у країнах Європи та США, то консолідація європейських банків відбувалася швидшими темпами. Так, на початку світової кризи у 2007 р. обсяги таких угод становили 980 млрд євро в європейських країнах та 720 млрд дол. у США [3]. Найбільшими угодами стали придбання банком ABN Armo (Нідерланди) одного з найбільших англійських банків Barclays за 97 млрд дол. та купівля італійським UniCredit меншого за розміром італійського банку Capitalia за 29,5 млрд дол. У 2008 р. процеси консолідації уповільнилися: обсяги угод скоротилися до 870 млрд євро та 600 млрд дол. відповідно.

Консолідація європейських банків прискорила також завдяки створенню єдиної європейської валюти. Основна мета, яку ставили перед собою європейські банки, – досягнення оптимального рівня, який дасть змогу ефективно діяти на єдиному європейському ринку. Оскільки в результаті введення євро найбільші національні банки перетворилися на регіональні банки єдиної Європи, їх розмір мав бути відповідним масштабам зони євро. Так, у 1998 р. перед запроваджен-

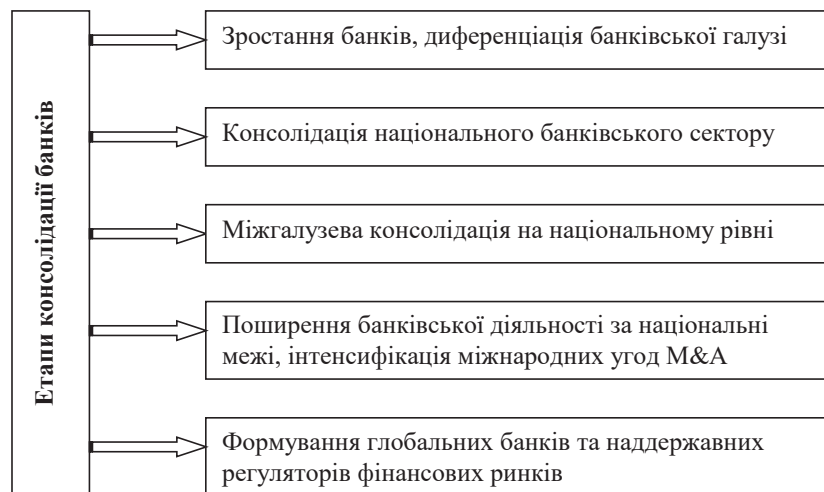


Рис. 1. Етапи консолідації банків в умовах глобалізації фінансових ринків

Джерело: розроблено автором

ням євро у безготівковий обіг вони акумулювали 20–30% національних заощаджень [1].

Консолідація банків на азійських ринках також значною мірою є наслідком кризових подій на фінансових ринках, особливо у кінці ХХ ст. В Японії суттєвий поштовх процесам консолідації банків надала фінансова криза 1990-х років. Процеси консолідації у банківській сфері, спричинені нею, що прискорилися із середини 90-х років ХХ ст., спричинили, за даними відомого журналу *The Banker*, суттєві зміни у складі провідних банків світу: у 2000 р. серед них було дев'ять японських банків. Після об'єднань вони перетворилися на справжні банки-гіганти, які впевнено увійшли до першої десятки світового рейтингу. Саме в Японії виник перший мегабанк з активами понад 1 трлн дол. [4].

У посткризовий період основними чинниками консолідації банків стають інноваційні зміни та конкурентний перерозподіл ринків унаслідок нерівномірності економічного розвитку країн та регіонів, що втілюється у показниках банківських рейтингів (табл. 1).

Як бачимо з даних табл. 1, перші позиції у світовому рейтингу посідають китайські банківські корпорації, стрімке зростання яких пов'язане не стільки з капіталізацією прибутку, скільки з використанням зовнішніх джерел, у тому числі й зарубіжного походження, та переваг консолідації. З 5-го по 8-е місця у рейтингу зайняли найбільші американські банки, які, по суті, є величезними багатонаціональними компаніями, які здійснили низку міжнародних угод М&А і приєднали низку зарубіжних банків та інших фінансових установ. Так само результатом міжнародних угод М&А є англійський HSBC Holdings та японський Mitsubishi UFJ Financial. Ці ж китайські та американські банки демонструють найвищі у світі показники чистого прибутку (табл. 2).

Отже, в основі руху до зростання банків лежить прагнення до максимального прибутку за мінімальних ризиків та конкуренція на ринку бан-

ківських послуг. Основною причиною зростання банків є загальні економічні закони, зокрема конкуренції, які вимагають розширення ринкового сегменту, нарощування ресурсної бази. В основі процесів консолідації банківського капіталу лежить суперечність між потребами у банківському фінансуванні та обслуговуванні економічних суб'єктів і наявними можливостями банків. Вона зумовлена цілою низкою об'єктивних і суб'єктивних чинників, серед яких чільне місце посідають технологічні зміни виробництва, що вимагають фінансування процесів розширеного відтворення у великих розмірах. Банківські консорціуми як форма централізації банківського капіталу є лише частковим вирішенням даної проблеми, що робить неминучим адекватне зростання банків. Істотно впливає на ці процеси конкуренція у банківській сфері, посилення якої штовхає банки до різних форм об'єднань. Часто злиття одних банків порушує ринкову рівновагу і тягне за собою об'єднання інших, викликаючи своєрідну ланцюгову реакцію.

Сам термін «консолідація» є новим і його використання у банківській сфері досить суперечливе. Цей термін не слід ототожнювати з поняттями «злиття банків», «концентрація» і «централізація» банківського капіталу [2]. Злиття банків є вужчим поняттям і лише одним із проявів консолідації у банківській сфері. Концентрація капіталу, яка являє собою збільшення капіталу окремих банків переважно за рахунок реінвестування частини прибутку, також є одним із проявів процесів консолідації у банківській галузі. Централізацію банківського капіталу, яка означає зростання окремих банків на основі об'єднання капіталів шляхом злиття, приєднання тощо, також можна віднести до проявів процесів консолідації.

Суперечливе ставлення науковців до сутності банківської консолідації частково пояснюється тим, що аналіз проводиться на різних економічних рівнях: на рівні окремих установ або національної банківської системи. Якщо на рівні

Таблиця 1
Найбільші банки світу за розміром капіталу за версією *The Banker* станом на липень 2019 р.

Місце банку у рейтингу	Назва банку	Країна	Капітал 1-го порядку, млрд дол.
1	Industrial & Commercial Bank of China	Китай	3378
2	China Construction Bank Corp.	Китай	287
3	Agricultural Bank of China	Китай	243
4	Bank of China Ltd	Китай	230
5	J.P. Morgan Chase	США	209
6	Bank of America	США	189
7	Wells Fargo	США	168
8	Citigroup	США	158
9	HSBC Holdings plc	Велика Британія	147
10	Mitsubishi UFJ Financial	Японія	146

Джерело: складено за [5]

Таблиця 2
Топ-5 банків світу за розміром чистого прибутку за версією *The Banker* станом на липень 2019 р.

Місце банку у рейтингу	Назва банку	Країна	Чистий прибуток, млрд дол.
1	Industrial & Commercial Bank of China	Китай	43,6
2	China Construction Bank Corp.	Китай	37,3
3	J.P. Morgan Chase	США	32,5
4	Agricultural Bank of China	Китай	29,5
5	Bank of America	США	28,1

Джерело: складено за [5]

окремого банку або кількох банків вживати термін «консолідація» як організаційне об'єднання у формі злиття чи поглинання, то даний погляд має право на існування. Хоча тут автори часто забувають про такі явища, як об'єднання банків на основі системи участі, створення банківських та фінансових холдингів. Однак на рівні банківської системи консолідація банків має трактуватися ширше і включати всі процеси, що сприяють зменшенню кількості банків і нарощуванню обсягів їхньої діяльності [2].

На думку фахівців групи 10, консолідація фінансового сектору – це посилення контролю над ресурсами сектору або шляхом зменшення кількості фінансових інститутів, або у зв'язку з послабленням конкуренції [6]. Вона може відбуватися у результаті об'єднання існуючих банків, зростання розміру банківських установ, виходу з ринку слабких банків. Як бачимо, такий підхід є ширшим за твердження окремих авторів, які під консолідацією банків розуміють лише трансформацію кредитних установ у формі злиття та поглинання (приєднання), що призводить до збільшення ринкової частки об'єданого банку [7]. Він поєднує поняття концентрації та централізації банківського капіталу, а також зменшення кількості банків у результаті конкуренції. Як свідчить досвід банківських криз ХІХ та ХХ ст., саме банкрутство багатьох банків дало поштовх прискоренню процесів консолідації банківського сектору.

Отже, консолідація банків являє собою процес об'єднання їхніх ресурсів у різних організаційних формах і на різних правових засадах. Консолідація банків – це економічне явище, що супроводжується зменшенням кількості банків і зростанням їх розміру та ринкової частки, яке веде до посилення контролю у банківській галузі [2]. Еволюція процесів консолідації банків демонструє різноманітність форм, у яких вони відбуваються. До основних форм консолідації банків можна віднести, по-перше, об'єднання наявних банків, тобто централізацію банківського капіталу; по-друге, зростання банків за рахунок капіталізації прибутку та емісії акцій, тобто концентрацію бан-

ківського капіталу; по-третє, ліквідацію банків із різних причин (рис. 2).

Домінування тих або інших форм консолідації банків тісно пов'язане як із рівнем розвитку банківської галузі, так і з циклічним розвитком економіки. Під час економічного зростання активізується концентрація банківського капіталу, під час депресії зростає число ліквідованих банків. Процеси централізації банківського капіталу характеризуються циклічністю, яку пов'язують із довготривалими економічними циклами.

Консолідація банків здійснюється як на національному, так і на міжнародному рівні. Мегазлиття відбуваються в американському, японському, французькому, англійському, італійському банківських секторах тощо. І хоча угоди М&А поки що відбуваються переважно на національних банківських ринках, міжнародні М&А зростають швидкими темпами. Особливо це відчутно на ринках країн, що розвиваються. Наприклад, в Україні практично всі подібні угоди впродовж останніх років відбуваються за участю іноземних банків.

У банківській, як і в інших галузях економіки, формуються стратегічні альянси, які також можна вважати формою прояву консолідації банків. Вони передбачають тісне співробітництво без втрати юридичної самостійності [8]. Стратегічні альянси передбачають більш тісну співпрацю, ніж зазвичай у банків-партнерів, яка може стосуватися спільного використання мережі банкоматів, формування інкасаторських та охоронних структур, тренінгових центрів тощо. Такі альянси можуть формуватися як на національних, так і міжнародних ринках банківських послуг. Їх утворення дає змогу банкам економити на деяких статтях витрат і зосереджувати ресурси на більш пріоритетних напрямках діяльності. Така взаємовигідна форма взаємодії і поєднання зусиль та ресурсів банків у подальшому часто втілюється у такі форми, як банківські холдинги, М&А тощо.

Консолідація банків може відбуватися на різних рівнях: національному, регіональному та глобальному (рис. 3). Залежно від рівня процеси консолідації відрізняються масштабами, передумовами та наслідками. Глобалізаційні хвилі ХІХ ст. відбувалися саме на місцевих та національних ринках банківських послуг і супроводжувалися концентрацією банківської галузі до рівня, що відповідав потребам фінансування розвитку промисловості та інших галузей економіки. ХХ ст. характеризується поглибленням міжнародного поділу праці, поширенням бізнес-діяльності за національні межі, що стимулює банки не лише до співпраці з зарубіжними партнерами, а й до виходу на фінансові ринки інших країн, у тому числі з використанням угод М&А. Тому розпочинається регіональна консолідація європейських, американських, азійських банків. Процеси фінансової глобалізації створюють передумови глобальної консолідації банків [9, с. 390–410].

Дж. Сінкі пропонує розріз-



Рис. 2. Основні форми консолідації банків

Джерело: складено за [2]

няти чотири типи консолідації у сфері фінансових послуг: консолідація у межах галузі в окремій країні; міжгалузєва консолідація в окремій країні; консолідація у межах галузі в різних країнах; міжгалузєва консолідація в різних країнах [10, с. 78–79].

У фінансовій сфері чітко простежуються усі зазначені типи консолідації. Однак розвиток міжнародної конкуренції та інтеграційних процесів значно інтенсифікують два останні. Причому зростає роль не лише міжбанківських М&А, а й об'єднань банків зі страховими компаніями та придбання інших посередників фінансового ринку.

Внутрішньогалузева та міжгалузєва консолідації містять суттєві відмінності за передумовами, наслідками, механізмами (рис. 4). Суттєвий поштовх до консолідації в межах банківської галузі надає банківська конкуренція, оскільки розмір банку є однією з найсуттєвіших конкурентних переваг. Також банки прагнуть до зростання для нарощування обсягів діяльності і прибутку. Внутрішньогалузева консолідація банків також є наслідком зростання бізнесу їхніх клієнтів і, відповідно, прагнення задовольняти потреби останніх у банківському обслуговуванні.

Консолідація банків та інших фінансово-кредитних установ мотивується переважно можливостями співпраці у сфері комплексного задоволення потреб клієнтів, коли їм пропонується не одна послуга, а цілий пакет, що стабілізує клієнтську базу, формує додаткові канали просування на ринок фінансових послуг і надає конку-

рентні переваги усім учасникам консолідаційних процесів. Банки також отримують постійний доступ на привабливих умовах до ресурсів, акумульованих страховиками, пенсійними фондами, інвестиційними та фінансовими компаніями. Своєю чергою, партнери банків отримують доступ до банківських ресурсів і послуг на більш привабливих умовах.

Також існують поняття «горизонтальна» та «вертикальна» інтеграція [10, с. 79]. Під першою розуміють придбання конкурентів, тобто реорганізація відбувається в межах банківської галузі. Вертикальна інтеграція – це купівля постачальників або дистрибуторів. І. Ніконова та М. Шамгунов пропонують також поняття «функціональної» інтеграції: злиття компаній із метою усунення коливань попиту, наприклад злиття банків і страхових компаній [12, с. 238]. На фінансових ринках представлено угоди, які можна віднести до горизонтальної, вертикальної та функціональної консолідації. Горизонтальна консолідація банків передусім зумовлена посиленням конкуренції на ринку банківських послуг і проявляється у зменшенні кількості банків на ринку та зростанні їхнього розміру. Вертикальна консолідація спрямована на забезпечення стабільного становища банку на фінансовому ринку завдяки формуванню більш тісної взаємодії з постачальниками ресурсів, інфраструктурними установами, дистрибуторами тощо. У її розпорядженні, на відміну від горизонтальної, значно вужчий інструментарій, що базується переважно на участі у капіталі.

Функціональна консолідація на фінансових ринках прискорюється наприкінці ХХ ст. внаслідок поширення банківської конкуренції за межі банківської сфери. І до конкуренції між банками та спеціалізованими небанківськими фінансовими установами на ринках лізингових, трастових, клірингових, депозитарних та інших подібних послуг, яка існувала і раніше, додається конкуренція за заощадження домогосподарств між банками та пенсійними фондами, інвестиційними компаніями, страховими компаніями з привабливими пропозиціями щодо накопичувального страхування, що стимулює інтеграцію банків з небанківськими організаціями. Розвиток інновацій у кінці ХХ та на початку ХХІ ст. відкриває додаткові перспективи розширення банківської діяльності та співпраці з фінтех-компаніями. Консолідація банків із небанківськими фінансовими установами прискорює консолідацію банківської сфери і поширює ці процеси за межі банківської галузі.

Банки також розширюють сферу своєї діяльності на основі вертикальної інте-

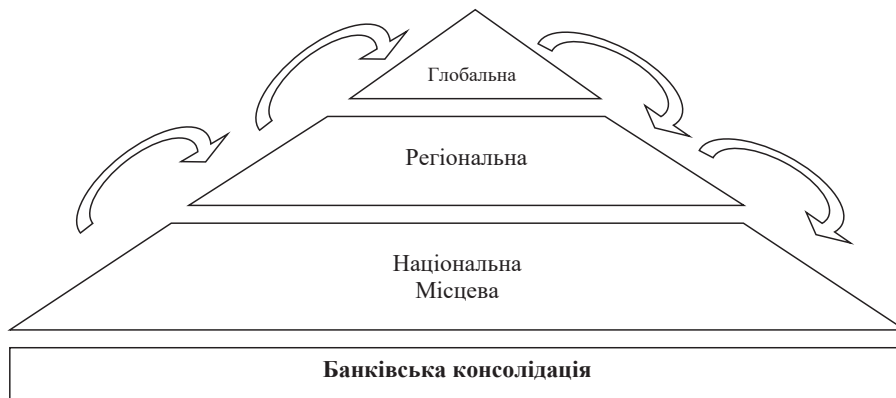


Рис. 3. Рівні банківської консолідації та їх взаємозв'язок

Джерело: розроблено автором

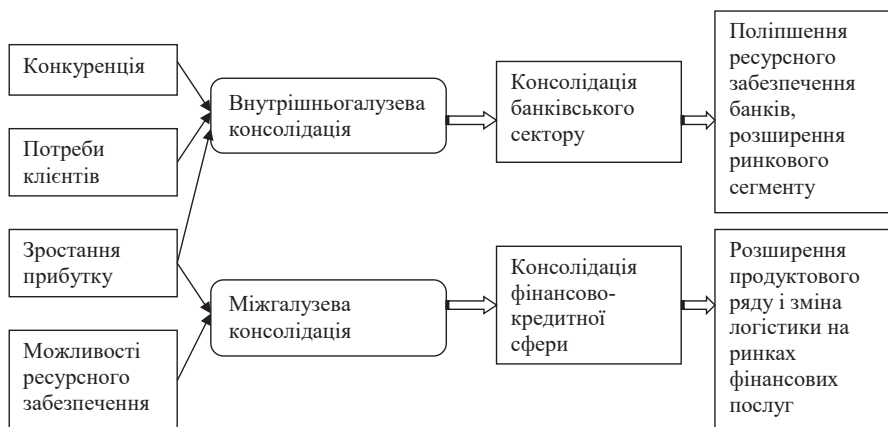


Рис. 4. Основні типи банківської консолідації за ознакою учасників

Джерело: розроблено автором

грації, коли прагнення до нарощування прибутковості й мінімізації ризиків завдяки диверсифікації поширюється за межі фінансово-кредитної діяльності. Передусім це інтеграція банківського, промислового і торговельного капіталів, зокрема у формі промислово-фінансових груп. Інтеграція банків із промисловими та торговими підприємствами відбувається на основі різних форм співробітництва та участі в капіталі.

За рівнем інтеграції науковці вирізняють повну та часткову інтеграцію, інтеграцію на основі участі, холдингу, спільної діяльності [12, с. 328; 13, с. 94]. Усі ці форми перебувають у розвитку, консолідація цих фінансових посередників поглиблюється.

Тенденції універсалізації фінансової діяльності втілюються в ідею інтегрованого фінансового посередника, який може функціонувати як фінансовий супермаркет або фінансовий конгломерат [14, с. 313].

Також консолідація на фінансових ринках може відрізнитися за кількісними параметрами. Відповідно до рівня інтенсивності та наслідків банківської консолідації можна вирізнити незначну, помірну, значну (надмірну) та цілковиту консолідацію. Для цього можуть бути використані різні показники рівня консолідації/концентрації ринку [1].

Залежно від участі державних регуляторів у процесах консолідації банківської системи вирізняють консолідацію економічного та адміністративного характеру [15, с. 159–161]. В основі економічної консолідації лежать ринкові процеси, серед яких домінує конкуренція. Консолідація адміністративного характеру пов'язана з недоліками державного регулювання та недостатнім рівнем ефективності регулятивних заходів. На практиці ці два види консолідації можуть органічно поєднуватися. Прикладом поєднання адміністративного сприяння консолідації та економічних чинників є банківський сектор США у кінці ХХ ст.

Висновки і пропозиції. Отже, консолідація банків є суперечливим явищем, роль якого у розвитку економіки і суспільства досить складна і неоднозначна, а її вплив на економічні процеси може відрізнитися залежно від стану національної бан-

ківської системи та її інтегрованості у глобальний фінансовий простір, інтенсивності конкуренції, циклічних проявів економіки та ін.

Консолідація банків супроводжується зменшенням кількості банків і зростанням їх розміру і ринкової частки, яке веде до посилення контролю у банківській галузі. До основних її форм слід віднести, по-перше, об'єднання наявних банків у формі злиття, поглинання, участі у капіталі, стратегічного альянсу/партнерства; по-друге, зростання банків за рахунок капіталізації прибутку та емісії акцій; по-третє, скорочення кількості банків унаслідок ліквідації та реорганізації. За рівнем консолідаційних процесів можемо виокремити місцеву, національну, регіональну, глобальну консолідацію банків. За ознакою учасників доцільно виокремити внутрішньогалузеву та міжгалузеву консолідацію. За спрямуванням доцільно розмежовувати горизонтальну, вертикальну й функціональну консолідацію. Відповідно до рівня інтенсивності й наслідків, можна вирізнити незначну, помірну, значну (надмірну) та цілковиту консолідацію. Ці типи та види консолідації мають специфічні прояви та наслідки, що потребують подальшого дослідження з метою оптимізації регулятивних заходів у банківській сфері.

У сучасних умовах чітко простежуються такі тенденції консолідації банківського капіталу:

- періодичне хвилеподібне прискорення процесів консолідації банків відповідно до циклічних коливань економіки;
- прискорення процесів консолідації на міжнародних фінансових ринках із виходом на глобальний рівень;
- посилення впливу транскордонного руху капіталу на процеси консолідації на національних ринках;
- об'єднання банків із небанківськими установами; посилення монополізації фінансових ринків і державного регулювання цих процесів;
- формування засад регуляторного впливу на міжнародному рівні.

Сучасна тенденція консолідації банків із небанківськими фінансовими посередниками одночасно прискорює консолідацію банківської сфери і поширює ці процеси за межі банківської галузі.

Список використаних джерел:

1. Циганова Н.В. Концентрація та централізація капіталу в банківській сфері : монографія. Київ : КНЕУ, 2014. 254 с.
2. Циганова Н.В. Консолідація у банківському секторі: закономірності, форми прояву і сучасні тенденції. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2013. № 5–6. С. 176–182.
3. Д'яконова І.І., Костюченко Я.О. Дослідження сучасних процесів М&А в міжнародній банківській справі. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2011. Вип. 1(10). Ч. II. С. 18–26.
4. Леонтьева Е. Японские корпорации и корпоративные группы. Эволюция институтов. Москва : ИМЭМО РАН, 2005. 78 с.
5. Top 1000 World Banks 2019. *The Banker*. URL : <https://www.thebanker.com/Top-1000-World-Banks/Top-1000-World-Banks-2019-The-Banker-China-Press-Release-for-immediate-release> (дата звернення: 19.01.2020).
6. Report on consolidation in the financial sector. *Group of Ten*. URL : www.bis.org/publ/gten05.pdf (дата звернення: 19.01.2020).
7. Угловская А.В. Влияние консолидации банков на функционирование нефинансового сектора российской экономики : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит». Москва, 2009.
8. Максименко І.Я., Сфімова М.О. Стратегічні альянси як форма інтернаціоналізації бізнесу. *Science, Research, Development*. 2019. № 24. Р. 12–13.
9. Глобалізація та регіоналізація як вектори розвитку міжнародних економічних відносин : колективна монографія / за ред. О.А. Довгаль, Н.А. Казакової. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2018. 472 с.
10. Синки Дж. Финансовый менеджмент в коммерческих банках и в индустрии финансовых услуг / пер. с англ. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2007. 1017 с.
11. Никонова И.А., Шамгунов Р.Н. Стратегия и стоимость коммерческого банка. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. 304 с.
12. Ткаченко Н.В. Моделі взаємодії банків і страхових компаній. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 2(46). С. 326–334.
13. Ермошенко Л., Ермошенко А. Зарубіжний досвід взаємодії страхових і банківських установ. *Вісник КНТЕУ*. 2008. № 3. С. 90–100.

14. Чеберяко О.В., Лобода А.Б. Інтегровані фінансові посередники як форма взаємодії банків та небанківських установ. *Проблеми економіки*. 2014. № 3. С. 312–318.
15. Цыганова Н.В. Процеси консолідації на ринку венчурних послуг. *Фінансова політика як складова економічного розвитку* : всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 16–17 квітня 2014 р. Київ : КНТЕУ, 2014. С. 159–161.

References:

1. Tsyganova N.V. (2014) *Kontsentratsiya ta tsentralizatsiya kapitalu v bankiv's'kij sferi: monohrafiya* [Capital concentration and centralization in banking: a monograph]. Kyiv: KNEU, 254 p.
2. Tsyganova N.V. (2013) *Konsolidatsiya u bankiv's'komu sektori: zakonirnosti, formy proyavu i suchasni tendentsiyi* [Consolidation in the banking sector: patterns, manifestations and current trends]. *Zovnishnya torhivlya: ekonomika, finansy, pravo*, no. 5–6, pp. 176–182.
3. D'yakonova I.I., Kostyuchenko YA.O. (2011) *Doslidzhennya suchasnykh protsesiv M&A v mizhnarodnyy bankiv's'kij spravi* [Research on current M&A processes in international banking]. *Finansovo-kredytna diyal'nist': problemy teorii ta praktyky : zb. nauk. prats'*, vol. 1(10), part II, pp. 18–26.
4. Leont'yeva Ye. (2005) *Yaponskiye korporatsii i korporativnyye gruppy. Evolyutsiya institutov* [Japanese corporations and corporate groups. The evolution of institutions]. Moskva : IMEMO RAN.
5. Top 1000 World Banks 2019. *The Banker*. URL: <https://www.thebanker.com/Top-1000-World-Banks/Top-1000-World-Banks-2019-The-Banker-China-Press-Release-for-immediate-release> (accessed 19 January 2020).
6. Report on consolidation in the financial sector. *Group of Ten*. URL: www.bis.org/publ/gten05.pdf (accessed 19 January 2020).
7. Uglovskaya A.V. (2009) *Vliyaniye konsolidatsii bankov na funktsionirovaniye nefinansovogo sektora rossiyskoy ekonomiki* [The effect of bank consolidation on the functioning of the non-financial sector of the Russian economy] (PhD Thesis). Moskva.
8. Maksymenko I.YA., Yefimova M.O. (2019) *Stratehichni al'yansy yak forma internatsionalizatsiyi biznesu* [Strategic alliances as a form of business internationalization]. *Science, Research, Development*, no. 24, pp. 12–13.
9. Dovhal' O.A., Kazakova N.A., red. (2018) *Hlobalizatsiya ta rehionalizatsiya yak vektory rozvytku mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn* [Globalization and regionalization as vectors for the development of international economic relations]. Kharkiv : KHNU im. V. N. Karazina.
10. Sinki Dzh. (2007) *Finansovyy menedzhment v kommercheskikh bankakh i v industrii finansovykh uslug* [Financial management in commercial banks and in the financial services industry]. Moskva : Al'pina Biznes Buks.
11. Nikonova I.A., Shamgunov R.N. (2005) *Strategiya i stoimost' kommercheskogo banka* [Strategy and value of a commercial bank]. Moskva : Al'pina Biznes Buks.
12. Tkachenko N.V. (2015) *Modeli vzayemodiyi bankiv i strakhovykh kompaniy* [Models of interaction between banks and insurance companies]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Ser. Ekonomika*, vol. 2 (46), pp. 326–334.
13. Yermoshenko L., Yermoshenko A. (2008) *Zarubizhnyy dosvid vzayemodiyi strakhovykh i bankiv's'kykh ustanov* [Foreign experience of interaction of insurance and banking institutions]. *Visnyk KNTEU*, no. 3, pp. 90–100.
14. Cheberyako O.V., Loboda A.B. (2014) *Intehrovani finansovi poserednyky yak forma vzayemodiyi bankiv ta nebankiv's'kykh ustanov* [Integrated financial intermediaries as a form of interaction between banks and non-banking institutions]. *Problemy ekonomiky*, no. 3, pp. 312–318.
15. Tsyganova N.V. (2014) *Protsey konsolidatsiyi na rynku venchurnykh poslug* [Processes of consolidation in the market of venture services]. *Finansova polityka yak skladova ekonomichnoho rozvytku: vseukr. nauk.-prakt. konf.* (Kyiv, 16–17 kvit. 2014 r.). Kyiv : KNTEU, pp. 159–161.

Цыганова Н. В.

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

ТИПОЛОГИЗАЦИЯ КОНСОЛИДАЦИИ БАНКОВ И ЕЕ СОВРЕМЕННЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ

Резюме

В статье раскрыты предпосылки и сущность консолидации банков как экономического явления, которое сопровождается уменьшением количества банков, увеличением их размера и рыночной доли и ведет к усилению контроля в банковской отрасли. Определено, что влияние консолидации на экономические процессы может отличаться в зависимости от состояния национальной банковской системы и ее интегрированности в глобальное финансовое пространство, интенсивности конкуренции, циклических проявлений экономики и других факторов. Рассмотрены виды и формы консолидации банков, дифференциация ее проявлений и последствий. Выявлены основные формы консолидации банков, среди которых: объединения в форме слияния, поглощения, участия в капитале, стратегического альянса/партнерства; рост банков за счет капитализации прибыли и эмиссии акций; сокращение количества банков вследствие ликвидации и реорганизации. Определены критерии типологизации консолидации банков, среди которых – уровень консолидационных процессов, состав участников, направление, уровень ее интенсивности и последствия. Раскрыты специфические проявления и последствия консолидации банков.

Ключевые слова: консолидация банков, слияния и поглощения банков, банковская система.

Tsyganova Nadiia

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

TYPOLOGY OF BANKS CONSOLIDATION AND ITS MODERN MANIFESTATIONS

Summary

The article reveals the preconditions and essence of bank consolidation as an economic phenomenon, which is accompanied by a decrease in the number of banks and an increase in their size and market share, which leads to increased control in the banking industry. It is determined that the impact of consolidation on economic processes may differ depending on the state of the national banking system and its integration into the global financial space, the intensity of competition, cyclical manifestations of the economy and other factors. The main stages of bank consolidation and their national specifics are revealed. Particular attention is paid to the impact of financial crises on the consolidation of the banking industry. Various types and forms of bank consolidation and differentiation of its manifestations and consequences are considered. The main forms of bank consolidation were identified, including mergers in the form of mergers, acquisitions, participation in capital, strategic alliance / partnership; growth of banks through capitalization of profit and share issue; reduction in the number of banks as a result of liquidation and reorganization. Types of bank consolidation typology are defined, including the level of consolidation processes, composition of participants, direction, level of its intensity and consequences. According to the level of consolidation processes, local, national, regional, global bank consolidation is distinguished. Intra-sectoral and cross-sectoral consolidation was revealed on the basis of participants. Horizontal, vertical and functional consolidation are distinguished by direction, and, in terms of intensity and impact, minor, moderate, significant (excessive) and complete consolidation. The specific manifestations and consequences of these types and types of bank consolidation are disclosed. Particular attention is paid to such current trends in bank consolidation as the link with economic cycles, the globalization of these processes, the expansion of consolidation beyond financial markets, the formation of the basic principles of regulatory influence on these processes internationally.

Keywords: bank consolidation, mergers and acquisitions of banks, banking system.

РОЗДІЛ 9

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 330.112.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-37>**Сакун А. Ж.**

Херсонський державний аграрний університет

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0910-4055>

Researcher ID: AAD-3434-2020

Пристемський О. С.

Херсонський державний аграрний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9743-3563>

РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Метою даної статті є визначення місця та ролі управлінського обліку в системі облікової й аналітичної інформації бізнес-процесів підприємств, з'ясування основних етапів, пов'язаних із упровадженням та організацією, а також основних принципів його побудови. Проаналізовано основні проблеми, що заважають упровадженню управлінського обліку, та обґрунтовано заходи для успішного здійснення цього процесу на підприємствах України. Визначено, що потрібна нова модель формування інформації для забезпечення управління бізнес-процесами підприємства, яка б разом з адекватним відображенням господарських явищ давала б необхідний матеріал у найбільш зручній формі для всього управлінського персоналу з метою прийняття ефективних рішень. У сучасних умовах такою системою є управлінський облік, який виступає інформаційним фундаментом управління.

Ключові слова: бухгалтерський облік, управлінський облік, інформаційне забезпечення, облікова й аналітична інформація, управлінське рішення, управління підприємством, системи побудови управлінського обліку, бізнес-процес.

Постановка проблеми. Питання облікового забезпечення управління належить до пріоритетних напрямів удосконалення системи бухгалтерського обліку. Передусім йдеться про чітку організацію управлінського обліку, спрямовану на формування багатоваріантної економічної інформації, значення якої підсилюється нестабільністю умов господарювання та невизначеністю середовища бізнесу.

Стрімкий розвиток трансформаційних процесів зумовлює необхідність перегляду підходів до облікового забезпечення системи управління підприємствами з метою підвищення ефективності використання даних для вирішення сучасних проблемних завдань. Отже, доцільно дослідити теоретичні й практичні аспекти управлінського обліку, зокрема визначення його місця та ролі в системі інформаційного забезпечення управління бізнес-процесами підприємства з урахуванням сучасних тенденцій менеджменту та розвитку світової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні десятиліття проблематиці розвитку управлінського обліку приділяється багато уваги. Теоретичні та практичні його засади висвітлювали у своїх наукових працях П.Й. Атамас, Ентоні А. Аткинсон, П. Атрілл, Е. Мак Лейни, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, К. Друрі, Л.В. Нападовська, М.С. Пушкар, М.Г. Чумаченко, М.Т. Щирба та ін. Проте зазначена проблематика вимагає подальшого розроблення, оскільки залишаються відкритими питання щодо самого визначення управлінського обліку і його місця в системі облікової та аналітичної інформації бізнес-процесів підприємств.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розкриття основних етапів, пов'язаних із упро-

вадженням системи управлінського обліку на підприємстві, а також основних принципів його побудови як інформаційного складника бізнес-процесу.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах дані бухгалтерського обліку недостатньо забезпечують зростаючі інформаційні потреби підприємств. У зв'язку із цим приймаються спроби пошуку й упровадження такої системи, яка здатна відповісти на різні питання. У світовій практиці широко відома і успішно застосовується система управлінського обліку.

Управлінський облік – це передусім система збору та аналізу інформації про діяльність підприємства, яка повно й об'єктивно відображає результати його господарських операцій і орієнтована на потреби керівництва та власників компанії. М.С. Пушкар зазначив, що особливістю управлінського обліку є те, що на місце чисто процедурних обліково-економічних завдань висувається нове завдання – забезпечення потреб користувачів [9, с. 24]. І лише потім ця система використовується для управління витратами на рівні центрів відповідальності і видів діяльності.

Система управлінського обліку на підприємствах в сучасних умовах повинна виступати інформаційним фундаментом управління. В економічно розвинених країнах, за оцінками фахівців, фірми і компанії 90% робочого часу організації бухгалтерського обліку витрачають на постановку і ведення управлінського обліку і тільки 10% – на фінансову бухгалтерію або рахівництво. Дане співвідношення на українських підприємствах виглядає зовсім навпаки. Позитивні зміни можливі за необхідної зацікавленості керівників і фахівців підприємств та організації передумов впровадження управлінського обліку. Цей інди-

відуальний вибір залежить від цілей і стратегічних завдань компанії, стану її бізнес-середовища, ринкової тактики і стратегії, ступеню стандартизації і формалізації процесу обліку й аналізу (або їх окремих процедур), організації системи опрацювання управлінських рішень і контролю над їх виконанням [10, с. 145].

Більшість керівників стикається з низкою перешкод, які виникають за спроби впровадження системи управлінського обліку на своєму підприємстві.

Однією з головних проблем можна виділити відсутність єдиного підходу до поняття «управлінський облік». Так, П. Атрілл визначив управлінський облік як сукупність оперативного, виробничого, статистичного обліку, а також інших видів інформації [3]. П.Й. Атамас назвав його процесом виявлення, збирання та аналізу інформації для менеджменту компанії під час опрацювання управлінських рішень щодо ефективності використання ресурсів [1]. Серед практиків одні з них відповідають, що це – бухгалтерський облік для менеджерів, інші – що це комп'ютерний облік для управління підприємством, треті нічого певного сказати не можуть. У США, Канаді, Англії управлінський облік визначають досить широко. За Е. Аткінсом – як частину традиційного бухгалтерського обліку для отримання інформації щодо управління активами і зобов'язаннями компанії, включаючи інвестування і визначення його результатів [2, с. 449]. За К. Друрі – як процес визначення, вимірювання, акумуляції, аналізу, підготовки, інтерпретації і передачі фінансової інформації для планування, контролю й аналізу всередині компанії [4, с. 225].

Управлінський облік – нова комплексна галузь знань, яка об'єднує кілька прикладних економічних наук: планування, організацію, управління виробництвом, нормування, бухгалтерський і оперативний облік, управлінський аналіз та ін. У цьому полягає велика перевага, тому що на стицях наук під час використання різних наукових методів відбуваються суттєві прориви до нових знань і технологій. Управлінський облік повинен включати планування, облік і аналіз усіх витрат підприємства, пов'язаних із випуском і реалізацією продукції, виконанням робіт і наданням услуг. Управлінський облік являє собою інформаційно-обчислювальну систему, що об'єднує сукупність форм і методів планування, обліку й аналізу, спрямовану на формування альтернативних бюджетних варіантів функціонування підприємства і призначену для інформаційного забезпечення процесу прийняття рішень його управлінням.

Управлінський облік на відміну від фінансового обліку – це частина управлінських інформаційних систем. Їхня мета полягає у тому, щоб забезпечити всі рівні управління необхідною для прийняття рішень інформацією. Найбільш складною функцією управлінського обліку є функція регулювання (прийняття управлінського рішення), яка пов'язана з вирішенням таких питань, як визначення основних цілей підприємства, формування асортименту виробленої продукції, цінової політики, інвестицій. Однак уважається, що основним завданням управлінського обліку залишається контроль виконання кошторису (бюджету) всередині підприємства.

Другий підхід передбачає, що основне завдання будь-якої облікової діяльності – забезпечення управлінського персоналу підприємства своєчас-

ною і повноцінною інформацією для управлінських бізнес-процесів. За такого підходу в систему управлінського обліку входять система збору та аналізу інформації про витрати підприємства, система управління бюджетами (планування), система оцінки діяльності підрозділів.

Виникнення управлінського обліку як самостійної сфери знань було об'єктивно зумовлене, і це видно з історичного екскурсу. Як будь-яка наука, бухгалтерський облік має свої завдання, пріоритети у вирішенні яких залежать від інституту, в якому вони повинні реалізуватися. За часів адміністративно-командної, планової системи вирішальне значення мало завдання забезпечення збереження майна, оскільки головним і єдиним власником була держава. На перше місце висувалося завдання обчислення фінансових результатів і виявлення економічних та юридичних наслідків господарських операцій. Держава була монополієм власником, а виконавці матеріально не зацікавлені в підвищенні ефективності господарювання, тому і реальні результати були невисокими, а звітні дані могли піддаватися спотворенню.

У ринковій економіці головне місце віддається захисту інтересів усіх власників. Перше завдання поширюється не тільки на контроль збереження майна, а й на ефективність управління підприємством. У цих умовах потрібна, перш за все, інформація для прийняття раціональних управлінських рішень.

Завдання, поставлене перед бухгалтерським (фінансовим) обліком щодо забезпечення інформацією зовнішніх і внутрішніх користувачів про показники діяльності підприємств із метою достовірної оцінки їх фінансового і майнового стану, підняло його в ранг унікального джерела для прийняття обґрунтованих управлінських та інвестиційних рішень [8].

Управління – це процес координації та регулювання діяльності для досягнення поставленої мети, а бухгалтерський облік – основний початковий документально обґрунтованої і системно забезпеченої економічної інформації про фактичну наявність і використання активів та ресурсів підприємств, про господарські процеси й результати діяльності, про зобов'язання, взаємні розрахунки. Вимоги ринкової економіки і сучасні тенденції розвитку управління є тим інститутом, який буде визначати роль та місце бухгалтерського обліку в системі управління і подальшим напрямом його вдосконалення.

Бухгалтерський облік і як система, і як процес функціонує всередині системи управління, повністю обслуговує її й повинен задовольнити потреби цієї системи, забезпечити адекватною інформацією управлінський персонал. Не завжди ці цілі бувають досягнуті через низку причин, які криються у специфіці самої організації бухгалтерського обліку. Перш зусилля вчених були спрямовані на поліпшення відображення активів, зобов'язань, їх джерел і господарських процесів у бухгалтерському обліку. Мається на увазі сам процес реєстрації даних, раціоналізація форм документів і реєстрів, удосконалення методів обліку матеріалів, винагород працівникам та ін. У сучасних економічних умовах цього явно недостатньо. Бухгалтерський облік повинен не тільки об'єктивно і своєчасно відображати господарську діяльність організації, а й оптимально інтерпретувати отримані дані, щоб задовольнити вимоги споживачів із метою управління, тому що кін-

цева мета полягає у тому, щоб, використовуючи об'єктивну і повноцінну облікову інформацію, краще управляти економічними об'єктами й ефективніше організовувати бізнес-процес. В іншому разі без належної інтерпретації бухгалтерський облік лише накопичує інформацію і залишається пасивним реєстратором докраних фактів.

Традиційна структура бухгалтерії, форми сучасних облікових реєстрів, система показників і способи їх узагальнення, терміни й форми їх уявлення не повною мірою відповідають цим вимогам. Серед облікових показників відсутні багато даних, які неможливо традиційно виміряти, але без яких важко налагодити ефективне управління сучасним виробництвом. Серед таких показників – фактор часу, рівень якості продукції, критерії ефективності виробництва, професіоналізм персоналу, зміна ринкової позиції підприємства, інформація про конкуруючі види продукції. Крім того, традиційний бухгалтерський облік не володіє комфортністю – важливим елементом організації управління. Бухгалтерська фінансова звітність незрозуміла непідготовленим користувачам, а більшість управлінського персоналу є саме такими користувачами.

Ще одна не менш важлива проблема існує в складності підбору фахівців і оцінки їх кваліфікації, оскільки на них лежить основна відповідальність за постановку й впровадження управлінського обліку на підприємстві. Ускладнення існують і зі створенням автоматизованої системи збору й отримання інформації про продажі, витрати, виручку, дохід та інші показники. Якщо розглядати типові ситуації на підприємствах, то можна помітити тенденції відмінності інтересів топ-менеджерів і керівників структурних підрозділів із питання необхідності постановки і ведення управлінського обліку.

Також слід відзначити, що суттєвим гальмом поширення управлінського обліку в країні залишається відсутність методичних і практичних рекомендацій. В Україні переорієнтація обліку з контрольних на управлінські функції проводиться повільно. На разі у більшості вітчизняних компаній управлінський облік ще не є комплексною системою збору, інтерпретації й аналізу інформації для прийняття рішень через відсутність саме методичної бази її формулювання.

Досвід підприємств України свідчить, що практичне застосування управлінського обліку, на жаль, ще не набуло належного поширення у зв'язку з невирішеним колом проблем. Побудова системи управлінського обліку на підприємствах ґрунтується на створенні набору формалізованих процедур для отримання інформації менеджерами і керівниками всіх рівнів як із внутрішніх, так і з зовнішніх джерел.

Наступним недоліком бухгалтерського обліку з погляду управління є неоперативність представлення даних. У цьому разі доповненням виступає оперативний або оперативно-технічний облік. Але він стосується лише окремих об'єктів у процесі виробництва і не є системним. Таким чином, склалися передумови для виділення із системи бухгалтерського обліку особливої підсистеми обліку, що в подальшому отримала назву «управлінський облік». Підсумовуючи, визначаємо що управлінський облік – це система збору, обробки та інтер-

претації інформації про фінансово-господарську діяльність економічного суб'єкта, яка підтримує процес прийняття своєчасних управлінських рішень внутрішніми користувачами та включає елементи планування, прогнозування, аналізу і контролю.

Основними рисами управлінського обліку є такі:

1. Управлінський облік ширше поняття виробничого обліку і, крім витрат на виробництво та збут продукції, включає у свою сферу всі витрати і доходи підприємства, пов'язані з виробничо-господарською діяльністю та виробничі інвестиції, що забезпечують потенціал розвитку.

2. Управлінський облік об'єднує в єдину систему планування, облік і аналіз витрат за видами, місцями формування й об'єктами калькулювання, нормативний облік на базі повної та скороченої собівартості, методи її калькулювання, планування, облік та аналіз виробничих інвестицій.

3. Найважливішими функціями управлінського обліку є контроль виконання бюджету і прогнозування тенденцій виробництва та збуту продукції.

Автори [11; 12] уточнили цілі управлінського обліку: 1) посилення заходів зі скорочення кошторисів; 2) зміна роботи компанії за кон'юнктурних коливань; 3) знаходження правильних рішень в умовах інфляції; 4) вироблення правильних рішень за недостатньої інформації; 5) розроблення фінансових систем, що призводять до зростання продуктивності праці; 6) надання допомоги адміністрації у використанні автоматизованих систем обробки даних.

Виходячи з поставлених цілей та виконуючи головне завдання обліку – обробку інформації про бізнес-процеси економічного суб'єкта, будується система управлінського обліку, яка є внутрішнім системою фірм-розробників або самих підприємств. Організація фінансового обліку на підприємстві строго регламентована нормативними актами, але всередині підприємства може бути створена будь-яка система, що відповідає інтересам конкретних користувачів. Слід зазначити, що впровадження в систему управління підприємства сучасних управлінських технологій дає змогу значно підвищити ефективність управління, вирішувати на сучасному рівні завдання планування, контролю та аналізу фінансово-господарської діяльності, що, своєю чергою, дає можливість забезпечити її прогнозований і сталий розвиток.

Висновки і пропозиції. Резюмуючи все вищезказане, доходимо висновку, що роль управлінського обліку в інформаційному забезпеченні бізнес-процесів підприємств має зростаюче значення у сучасних економічних умовах. Подальший розвиток управлінського обліку, найімовірніше, буде пов'язаний з урахуванням інституціональних аспектів конкретних галузей економіки. Очевидно, що для внутрішнього управління потрібна нова модель формування інформації для аналізу, вибору й обґрунтування рішень, переорієнтація бухгалтерського обліку на задоволення внутрішніх потреб підприємств. Щоб облік став корисним для керівництва, необхідно створити модель обліку, яка б разом з адекватним відображенням господарських явищ давала б хороший матеріал у найбільш зручній формі для всього управлінського персоналу і для системи управління у цілому.

Список використаних джерел:

1. Атамас П.І. Управлінський облік : навчальний посібник ; 2-е вид. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 440 с.
2. Аткинсон Энтони А. Управленческий учет / пер. с англ. Москва : Вильямс, 2005. 878 с.
3. Атрилл П. Управленческий учет для нефинансовых менеджеров / пер. с англ. ; под ред. С.Л. Каныгина. Днепропетровск : Баланс-клуб, 2003. 624 с.
4. Друри К. Управленческий и производственный учет : учебник / пер. с англ. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 1071 с.
5. Крушельницька Т.А., Павлова, Г.Є. Управлінський облік та його складові. *Економіка АПК*. 2009. № 20. С. 28–34.
6. Лепетан І.М., Химич Г.М. Управлінський облік в системі стратегічного управління. *Regional economics and management*. 2014. № 1(01). Р. 187–189.
7. Матвійчук М.З. Теоретичні аспекти функціонування управлінського обліку на підприємстві. *Інноваційна економіка* 2013. № 6. С. 299–305.
8. Нападовська Л.В. Управлінський облік: суть, значення і рекомендації по його використанню в практичній діяльності вітчизняних підприємств. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2005. № 8–9. С. 50–62.
9. Пушкар М.С. Розробка системи обліку : навчальний посібник. Тернопіль : Карт-бланш, 2003. 198 с.
10. Щирба М.Т. Концепція управлінського обліку в Україні. *Інноваційна економіка*. 2012. № 3(29). С. 140–147.
11. Hermanson R., Edwards J., Maher M. Accounting: A Business Perspective. New York : IRWIN, 1995. 926 p.
12. Kaplan R. Advanced Management Accounting. New Jersey : Upper Saddle River, 1998. 294 p.

References:

1. Atamas, P.J. (2009). Upravlins'kyj oblik [Management accounting]. Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv. 440 p. [in Ukraine].
2. Atkinson Jentoni, A. (2005). Upravlencheskij uchet [Management accounting]. Izd. dom "Vil'jams", Moscow. 878 p. [in Russia].
3. Atrill, P. (2003). Upravlencheskij uchet dlja nefinansovyh menedzherov [Managerial accounting for non-financial managers]. Balans(klub, Dnepropetrovsk. 624 p.[in Ukraine].
4. Druri, K. (2005). Upravlencheskij i proizvodstvennyj uchet [Managerial and production accounting]. JuNITI-DANA, Moscow. 1071 p. [in Russia].
5. Krushel'nyts'ka, T.A. and Pavlova, H.Ye. (2009). Upravlins'kyj oblik ta yoho skladovi [Management accounting and its components]. Ahrosvit, vol. 20, pp. 28–34. [in Ukraine].
6. Lepetan, I.M. and Khymych, H.M. (2014). Upravlins'kyj oblik v systemi stratehichnoho upravlinnya [Management accounting in the system of strategic management]. Regional economics and management, vol. 1 (01), pp. 187–189. [in Ukraine].
7. Matvijchuk, M.Z. (2013). Teoretychni aspekty funktsionuvannya upravlins'koho obliku na pidpryyemstvi [Theoretical aspects of the operation of management accounting at the enterprise]. Innovatsijna ekonomika, vol. 6, pp. 299–305. [in Ukraine].
8. Napadovs'ka, L.V. (2005). Upravlins'kyj oblik: sut', znachennya i rekomendatsiyi po yoho vykorystannnyu v praktychniy diyal'nosti vitchyznyanykh pidpryyemstv [Management accounting: the essence, significance and recommendations for its use in the practical activities of domestic enterprises]. Bukhhalters'kyj oblik i audyt, vol. 8–9, pp. 50–62. [in Ukraine].
9. Pushkar M.S. (2003). Rozrobka sy'stemy' obliku [Accounting system development]. Kart-blansh, 198 p. [in Ukraine].
10. Schyrba M.T. (2012). Kontseptsiya upravlins'koho obliku v Ukraini [Concept of management accounting in Ukraine]. Innovatsijna ekonomika, vol. 3 (29), pp. 140–147. Ukraine.
11. Hermanson R. (1995). Accounting: A Business Perspective / Hermanson R., Edwards J., Maher M. – New York: IRWIN. 926 p.
12. Kaplan R. Atkinson F. (1998). Advanced Management Accounting. New Jersey: Upper Saddle River. 294 p.

Сакун А. Ж.

Пристемский О. С.

Херсонский государственный аграрный университет

РОЛЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

Целью данной статьи является определение места и роли управленческого учета в системе учетной и аналитической информации бизнес-процессов предприятий, выяснение основных этапов, связанных с внедрением и организацией, а также основных принципов его построения. Проанализированы основные проблемы, препятствующие внедрению управленческого учета, и обоснованы мероприятия для успешного осуществления этого процесса на предприятиях Украины. Определено, что нужна новая модель формирования информации для обеспечения управления бизнес-процессами предприятия, которая вместе с адекватным отражением хозяйственных явлений давала бы необходимый материал в наиболее удобной форме для всего управленческого персонала с целью принятия эффективных решений. В современных условиях такой системой является управленческий учет, который выступает в качестве информационного фундамента управления.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, управленческий учет, информационное обеспечение, учетная и аналитическая информация, управленческое решение, управление предприятием, системы построения управленческого учета, бизнес-процесс.

Sakun Alina
Prystemskiy Oleksandr
Kherson State Agrarian University

ROLE OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN INFORMATION SUPPORT OF BUSINESS PROCESSES OF ENTERPRISES

Summary

In modern conditions, accounting data do not adequately provide the growing information needs of enterprises. In this regard, attempts are being made to search for and implement such a system that is able to answer various questions. In world practice, the management accounting system is widely known and successfully used. The experience of Ukrainian enterprises indicates that the practical application of management accounting, unfortunately, has not yet received proper distribution, due to the unresolved range of problems. The construction of a management accounting system at enterprises is based on the creation of a set of formalized procedures in order to obtain information by managers and managers at all levels, both from internal and external sources. In this regard, scientists and practitioners seek to adapt existing powers to a greater extent to the needs of effective management, and also direct their efforts to the development of mechanisms and tools to improve the quality of business process management. The study was conducted using a systematic approach to the study of economic processes, which ensured the consideration of problematic issues from the perspective of integrity, structuring, and interconnection. The abstract logical method was used to justify the determination of the place and role of management accounting in the system of accounting and analytical information of business processes of enterprises, taking into account the organizational and technological features of their activities; induction and deduction, observation – when revealing the problems of the development of management accounting. The theoretical aspects of the formation of management accounting as a source of information support for making management decisions are investigated. The methodological foundations of management accounting in the scientific literature on the interpretation of the contents of the terms “management accounting”, “production accounting”. It is proved that it is necessary to use management accounting as a connecting link between the accounting process and the management system.

Keywords: accounting, management accounting, information support, accounting and analytical information, management decisions, enterprise management, management accounting systems, business processes.

РОЗДІЛ 10

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 334.7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-38>

Мних О. Б.

Левицька М. Є.

Національний університет «Львівська політехніка»

РОЗВИТОК СОКОНКУРЕНЦІЇ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ СТВОРЕННЯ КЛАСТЕРА У СФЕРІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Досліджено особливості розвитку процесів соконкуренції в умовах зміни ринкового середовища. Розкрито сутнісні характеристики поєднання конкуренції та співпраці, що розширює можливості зміцнення конкурентних позицій учасників кластера і розвитку відносин «наука – бізнес – держава». Узагальнено закордонний і вітчизняний досвід упровадження політики кластеризації економіки у сфері фармацевтичної індустрії та визначено основні її передумови. На прикладі вітчизняних фармацевтичних підприємств на основі регресійних моделей визначено найбільш вагомі чинники, що визначають кінцеві результати їхньої діяльності. Приведено схему побудованого кластера з використанням методу Варда, здійснено пояснення та узагальнення отриманих результатів дослідження і визначено напрями подальших наукових досліджень.

Ключові слова: конкуренція, соконкуренція, ринкове середовище, кластер, метод Варда, моделювання, регресія, фармацевтичне підприємство, фармацевтична індустрія, інноваційна активність, результат.

Постановка проблеми. Зростаюча швидкість оновлення знань у сфері виробництва і просування продукції супроводжується застосуванням різних форм комбінації виробничих ресурсів, раціоналізацією структури як матеріальних, так і нематеріальних активів, здійсненням якісних змін у характері праці окремих підприємств та їхніх ділових партнерів. Для сучасного підприємства, яке функціонує на ринку фармацевтичної індустрії, особливо важливими є знання, отримані на основі формалізації причинно-наслідкових зв'язків учасників кластерних утворень, аналізу й оцінювання впливу екзогенних та ендогенних чинників на соціально-економічні показники діяльності і формування конкурентних динамічних переваг завдяки поєднанню в підприємницькій діяльності комплементарних ресурсів, знань і можливостей. Такі знання стають своєрідним провідним виробничим інструментом для здобування спільних вигід учасниками ділової співпраці та кооперації, які сприятимуть виконанню нових функцій учасниками ринку, принципово нових завдань у діловому середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Здатність підприємства до розвитку в різних конкурентних ринкових умовах, або т. зв. конкурентний розвиток, – це передусім якісні та прогресивні зміни внутрішнього середовища, що відображають його вміння своєчасно реагувати на ринкові ситуації, інтеграційні процеси, зміну правил гри щодо обміну ресурсами, розподілу ринкової влади, прибутку, інституційні обмеження [1, с. 8]. У конкурентних умовах підприємствам із кожним роком стає складніше отримувати економію на масштабі і знаходити нові джерела зовнішньої економії. Як зазначав лауреат Нобелівської премії П. Кругман, у конкурентних умовах більше значення має не внутрішня економія на масштабі, а зовнішня, що залежить від галузевого масштабу. У роботі [2] підкреслено, що від рівня концентрації доступних

ресурсів як важливої умови створення доданої вартості залежать успіхи розвитку фармацевтичного ринку. Ринкові суб'єкти повинні володіти певними ресурсами для створення доданої вартості, отримання яких полегшується завдяки впровадженню у стратегіях розвитку принципів взаємодії, кооперації, а також завдяки грамотному управлінню процесами внутрішньої і зовнішньої міграції капіталу і праці.

Соконкуренція – це бізнес-стратегія, яка поєднує політику конкуренції та співробітництва і показує баланс між ними [3]. Можна досягнути часткового зближення інтересів у межах міжфірмових взаємозалежностей. У компаніях-соконкурентах очікується частковий збіг щодо відповідності цілям. Дослідники застосовують різні теорії для пояснення цієї протилежної логіки взаємодії. Групи, що застосовують теорію ігор, розглядають співпрацю як гру з позитивною сумою, в якій обидві сторони, що беруть участь у співпраці, створюватимуть цінність та поділять створені переваги [4]. Інша група науковців визнає співпрацю як сприятливий для фірм спосіб розвивати та використовувати ресурси для підвищення конкурентоспроможності [5]. Існує також напрям досліджень, який зосереджується на мережевому підході, орієнтованого на аспекти співпраці (конкуренція тут рідко враховується) [6].

Соконкуренція як соціально-економічне явище розкривається у вертикальних та горизонтальних відносинах. Горизонтальні відносини – це ті, які розвиваються і підтримуються між конкурентами, тоді як вертикальні відносини стосуються тих, що будуються між покупцем і постачальником. І горизонтальні, і вертикальні відносини містять елементи конкуренції/конфлікту та співпраці/гармонії. Для аналізу горизонтальних відносин соконкуренції може бути використаний, зокрема, метод кластеризації. Кластеризація як певна технологія машинного навчання [7] включає групу-

вання точок даних як одиниць спостереження за певними ознаками: розробляється алгоритм класифікації для класифікації кожної точки даних у конкретній групі. Кластер може стати точкою зростання для фармацевтичного ринку та підприємств, тим самим поліпшуючи їхню конкурентоспроможність.

За результатами досліджень М. Портера [8] кластери концентрують виробничі потужності та потенціал компаній, що функціонують у суміжних секторах, пов'язаних економічно, поділяючи однакові навички, технології та інфраструктуру. Фокус зосереджується на створенні нових підприємств, продуктів та нових робочих місць.

Особливість кластерного підходу у фармацевтиці полягає у тому, що розроблення інноваційних лікарських засобів (ЛЗ) та їх виробництво – це глобальна мета вітчизняної фармацевтичної галузі взагалі. Основні цілі та завдання фармацевтичного кластеру охоплюють [9; 10]: створення можливостей використання дослідницької інфраструктури та новітніх виробничих технологій; розроблення й упровадження концепції найкращих практик виробництва лікарських засобів; інформацію про джерела походження та розповсюдження ЛЗ; створення умов для передачі знань і сучасних технологій підприємствам у співпраці з науково-дослідницькою спільнотою; підвищення інноваційності та конкурентоспроможності підприємств; сприяння співпраці, обміну та передачі знань між науковим та галузевим секторами.

Практичний інтерес викликає політика бенчмаркінгу кластерів, яка проводиться для поліпшення функціонування організації та полягає у вимірюванні та порівнянні продуктів, ресурсів та процесів, що відбуваються в місцевих економіках [11]. Найважливіші показники бенчмаркінгу для кластера: ресурси (людські, фінансові, інфраструктурні); процеси (ринкова діяльність, маркетинг та промоція, комунікація в кластері, створення знань та інновацій); результати (підвищення конкурентоспроможності, поліпшення інноваційності кластера, регіональні умови, інституційне середовище); потенціал зростання (економія від масштабу, створення знань та кластерна стратегія).

У Польщі визначення кластера було запропоноване Міністерством економіки: кластер – це просторова та галузева концентрація щонайменше 10 суб'єктів господарювання в районі одного або декількох сусідніх воєводств, які працюють з економічного розвитку чи інновацій [12]. Ці організації конкурують та/або співпрацюють в одній і тій самій або суміжних галузях та пов'язані розгалуженою мережею формальних і неформальних зв'язків.

Європейські кластери у сфері фармацевтичної індустрії мають різний потенціал стратегічного розвитку, тому проводиться їх ранжування, що включає такі класифікаційні ознаки [13]: фінансування державних наукових досліджень – дані із загальнодоступного вебсайту Інформаційної служби Європейського Союзу з питань досліджень та розвитку (CORDIS) та грантів; фінансування венчурного капіталу (VC) – поєднує дані, отримані InvestEurope, із показниками, представленими деякими країнами, на власних вебсайтах, у загальнодоступних звітах, у публічних оголошеннях; патенти: виходячи з кількості виданих «біотехнологій» та «фармацевтичних», а також заявок на біотехнологічні та фармацевтичні патенти.

Завдяки кластерам розширюється соціально-економічний простір розвитку відносин «наука – бізнес – держава», про що свідчить, зокрема, діяльність Polpharma Group та компанії Herbarpol Warszawa, які підписали договір про співпрацю з Південно-Казахстанською державною фармацевтичною академією, метою якої є спільне розроблення наукових, освітніх та дослідницьких проєктів у галузі рослинних препаратів та ЛЗ природного походження. Компанія Herbarpol Warszawa, яка спеціалізується на виробництві ЛЗ на основі рослинних екстрактів уже 60 років, співпрацює з Люблінським медичним університетом і фармацевтичними компаніями, які також приймають участь у реалізації підписаної угоди.

На основі порівняння провідних європейських кластерів біомедицини визначено, що: у Франції є провідна галузь, яка зосереджується на харчових продуктах та косметиці; у Німеччині найбільша кількість біомедичних компаній порівняно з будь-якою європейською країною, що займається медичними приладами; Ірландія є привабливим місцем для виробництва як для вітчизняних, так і закордонних біомедичних компаній; у Нідерландах є різноманітна галузь біомедицини з потужним потенціалом у галузі медичних приладів та біотехнологій; Швейцарія має найвищу кількість робочої сили у відношенні до активного населення; Велика Британія має найбільший в Європі кластер у галузі біотехнологічних препаратів та фармацевтичних препаратів. Ельзас є одним із провідних та найдинамічніших регіонів Франції у цьому секторі [14].

Німеччина сильно зросла з початку століття, що зробило її одним із лідерів світових місцевих біотехнологій: загалом 400 компаній було зараховано до сфери послуг, до яких входить медична біотехнологія. Кластер BioPharma є одним із найважливіших європейських місць для виробництва біофармацевтичних активних інгредієнтів. Цей кластер, який включає понад 100 компаній та науково-дослідних установ із галузей біотехнології, фармацевтиці та медичних технологій, розробляє терапевтичні або діагностичні процедури та проводить дослідження в галузі персоналізованої медицини і робить унікальний внесок у медицину майбутнього, у прискорення розвитку національної економіки і поліпшення якості життя суспільства.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В умовах загострення конкуренції постійно зміщуються точки рівноваги в доходах і витратах у розвитку підприємств як учасників трансакцій на високотехнологічних ринках, і відбуваються серйозні зміни у напрямі зниження їхніх ринкових позицій. Більш активним у науковому і прикладному аспектах повинен бути пошук нових джерел створення вартості взаємопов'язаних у технологічному і/або функціональному аспектах підприємств-виробників та організацій, що їх обслуговують, у т. ч. завдяки політиці кластеризації та розвитку підходів до їх упровадження з урахуванням специфіки діяльності фармацевтичних підприємств.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є узагальнення закордонного і вітчизняного досвіду щодо кластеризації підприємств фармацевтичної галузі, визначення основних причин її впровадження, побудова регресійних моделей для виявлення основних чинників та інтерпретація отриманих результатів кластерного аналізу з використанням методу Варда на прикладі досліджуваних вітчизняних фармацевтичних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Ще з 01.01.16 набула чинності Угода про зону вільної торгівлі України з країнами ЄС, що являє собою новий етап євроінтеграції і, відповідно, ставить перед підприємствами складні завдання здобування не лише порівняльних конкурентних переваг, а й динамічних переваг на внутрішньому і закордонних ринках, у т. ч. у фармацевтичній індустрії. Сучасний діловий світ демонструє нові тренди розвитку підприємств у конкурентному середовищі, активізацію інноваційних бізнес-процесів, прискорення темпів цифровізації економіки та зміну поведінки ринкових агентів. Фармацевтика в Україні – це галузь із вагомим потенціалом інноваційного зростання, проте, за даними довідника «Фармацевтика України – 2019», у ній створюється менше 1% ВВП України і 24 млрд грн доданої вартості; на кожні 100 грн створеної доданої вартості у цій галузі припадає лише 19 грн капітальних інвестицій, що унеможливує досягнення технологічного інноваційного прориву даної галузі. Складним є становище щодо поліпшення якості життя в Україні (за даними Numbeo, країна в 2018 р. зайняла 62-е місце в дослідженні «Якість життя країн – 2019», а Польща – 35-е); на охорону здоров'я та надання соціальної допомоги у 2018 р. виділено лише 8,138 млрд грн капітальних інвестицій.

Біотехнологічна галузь – це потужна інноваційна рушійна сила фармацевтичної галузі, адже актуальним у світі трендом є перехід від багатосерійних продуктів до персоналізованої медицини, «супутньої діагностики», що, відповідно, потенційно розширює коло зацікавлених сторін. Українські фармацевтичні підприємства змушені вивчати досвід функціонування кластерів, що уможливають створення підприємств із повним технологічним циклом виготовлення оригінальних ЛЗ, адже частка генеричних лікарських засобів в Україні становить близько 90%, тоді як у США – 25%, в Японії – 22%, у Німеччині – 35%. Прикладом існуючої кластеризації є асоціація «Виробники ліків України», заснована ПАТ «Фармак», ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», ТзОВ «ІНТЕР-ХІМ». Сьогодні, крім засновників, рівноправними членами Асоціації є: ТзОВ «Юрія-Фарм», ТзОВ «Кусум Фарм», ПрАТ із виробництва інсулінів «ІНДАР», спільне українсько-іспанське підприємство у формі ТзОВ «СПЕРКО УКРАЇНА». Асоціація є відкритою для вступу нових членів. Предметом діяльності Асоціації є лише координація господарської діяльності її членів без права втручання в їхню виробничу й комерційну діяльність. Важливою її функцією є посилення експортного потенціалу вітчизняних виробників ЛЗ, поліпшення умов та ефективності їхньої роботи, впровадження інновацій та нових технологій, норм і принципів Системи співробітництва фар-

мацевтичних інспекцій (Pharmaceutical Inspection Cooperation Scheme, PIC/S). Кластери сприяють розвитку та прискоренню процесів упровадження інновацій, бо час – важлива конкурентна перевага.

На основі узагальнення закордонної і вітчизняної теорії і практики кластеризації визначено основні її причини (рис. 1).

Вагомими бар'єрами для формування конкурентної переваги є бюрократичні перепони в Україні: за дев'ять місяців 2019 р. через систему електронного подання ДП «Український інститут інтелектуальної власності» надійшло 3 002 заявки на винаходи; середні строки розгляду заявок на винаходи на стадії кваліфікаційної експертизи для хімії та фармацевтики становлять аж 16,5 місяця; вартість подання заявки та інших витрат на підтримання чинності патенту впродовж 25 років становить 270,6 тис. грн. Найпоширенішою ліцензією, яку впродовж 2015–2018 рр. отримували фармацевтичні виробники, є ліцензія на придбання, зберігання, перевезення, ввезення, яка видається лише на п'ять років, що створює проблеми щодо окупності інвестицій.

Серед досліджених нами 15 фармацевтичних підприємств (рис. 2) ліцензію на фізико-хімічну та мікробіологічну лабораторію має лише ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод». АТ «Фітофарм» із 22.01.2018 отримало ліцензію на оптову, роздрібну торгівлю лікарськими засобами. Інтелектуальний капітал та реальні активи учасників кластера створюють передумови для вирішення спільних проблем.

Побудовані регресійні моделі і тренди (деякі з досліджених 15 підприємств показано в табл. 1) виступали підставою для вибору показників під час

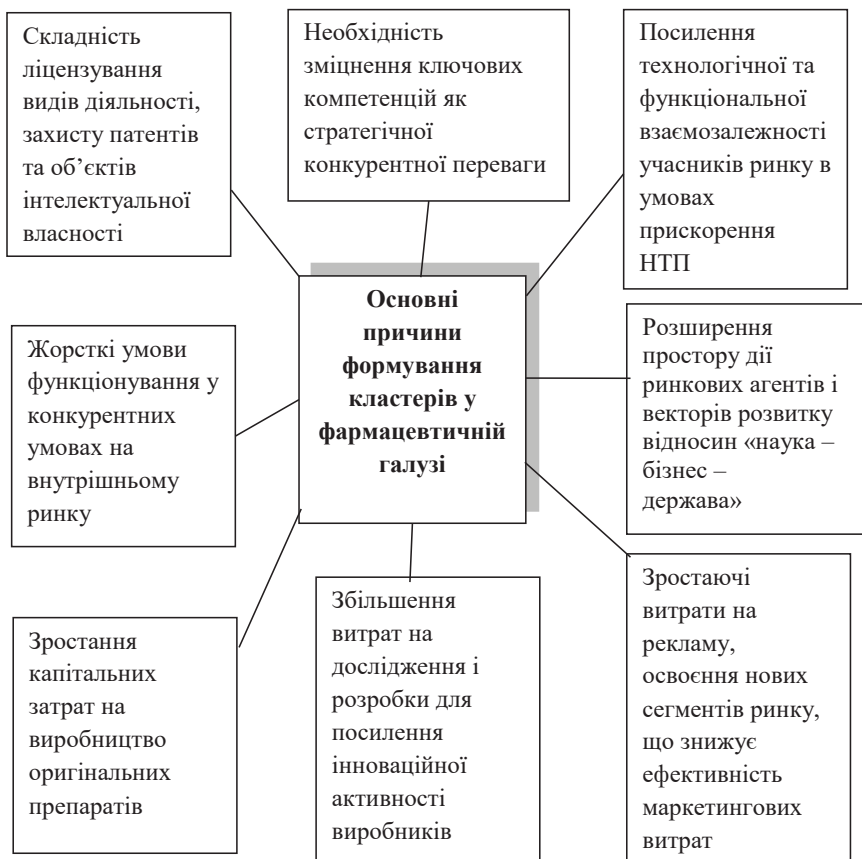


Рис. 1. Основні причини формування кластерів у фармацевтичній галузі

Джерело: побудовано авторами

побудови кластерів. Було виявлено, що має місце висока кореляція між обсягами продаж і валовим прибутком від реалізації (прояв ефекту масштабу), з одного боку, і між витратами на збут та обсягами продаж – з іншого. Спостерігається стрімкий позитивний тренд зростання нематеріальних активів (НМА), куди входять: патенти, ліцензії, ноу-хау, програмне забезпечення, вартість бренду, торгові знаки, товарні марки, а також інші операційні витрати, які включають, зокрема, витрати на дослідження і розробки. На АТ «Галичфарм» за

зростання витрат на збут на 1% чистий дохід зростає у середньому на 4,6%, у ПАТ «НВЦ «Борщівський хіміко-фармацевтичний завод» зростання аналогічного показника в середньому на 5,72% (для ПАТ «Фармак» – на 4,79%).

Темпи зростання чистого доходу істотно залежать від умов конкуренції на ринку оригінальних препаратів і препаратів-дженериків, а також від того, якою є структура самих витрат на збут і частка в них на рекламу ЛЗ. Дуже високими темпами зростають інші операційні витрати, що



Рис. 2. Дендрограма з використанням методу Варда для фармацевтичних підприємств за п'ятьма показниками за 2018 р.

Джерело: побудовано авторами

Таблиця 1

Регресійні статистично надійні моделі для відображення темпів зміни показників фармацевтичних підприємств та їх залежностей (2005–2018 рр.)

Тип регресійної моделі	Позначення
АТ «Галичфарм»	
$Y1=300,329+4,6x1$; $R^2=0,87$	Y1 – чистий дохід (млн грн); X1 – витрати на збут (млн грн)
Тренд: $Y2=-79,863+23,616t$; $R^2=0,675$	Y2 – інші операційні витрати (млн грн)
Тренд: $Y3=-79,863+23,616t$; $R^2=0,644$	Y3 – нематеріальні активи
ПАТ «НВЦ «Борщівський хіміко-фармацевтичний завод»	
$Y1=128,625+5,72x1$; $R^2=0,98$	Y1 – чистий дохід (млн грн); X1 – витрати на збут (млн грн)
Тренд: $Y3=14,377+8,33t$; $R^2=0,889$	Y2 – інші операційні витрати (млн грн) Зауваження: тренд побудовано за 2005–2013 рр. через відсутні дані за 2014–2017 рр.
Тренд: $Y3=-13,68+46,346t$; $R^2=0,642$	Y3 – нематеріальні активи
ПАТ «Фармак»	
$Y1=109,029+4,79x1$; $R^2=0,99$	Y1 – чистий дохід (млн грн); X1 – витрати на збут (млн грн)
Тренд: $Y2=-187,199+97,67t$; $R^2=0,919$;	Y2 – інші операційні витрати (млн грн)
Тренд: $Y3=-30,68+8,826t$; $R^2=0,815$	Y3 – нематеріальні активи

Джерело: моделі побудовано авторами на основі даних [15]

включає, крім субрахунку 941 «Витрати на дослідження і розробки», ще й субрахунок 945 «Втрати від операційної курсової різниці»; зниження темпів росту подібних витрат є складною проблемою в умовах інфляції і значної частки імпортих складників для виготовлення ЛЗ в Україні. Порівняно високим є темп росту НМА як стратегічно важливих активів для нарощування його потенціалу.

Найвищий темп росту серед трьох підприємств (табл. 1) має місце у ПАТ «НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод» – потенційному центрі розвитку досліджень, розробок, маркетингових, інноваційних проєктів: у середньому приріст НМА становить 46,34 млн грн. Отримані результати регресійного аналізу стали підставою для вибору показників під час побудови кластерів. Найчастіше вживаною мірою близькості об'єктів вважається так звана евклідова відстань. Вона є одним із показників кластерного аналізу та розраховується за формулою (метод Варда):

$$D(A, B) = \sqrt{(X_B - X_A)^2 + (Y_B - Y_A)^2}, \quad (1)$$

де X_A , Y_A , и – координати точки А на осях Х і Y; X_B , Y_B – координати точки В на осях Х та Y.

Основними показниками, за якими було проведено кластеризацію, виступали: активи; власний капітал; чистий дохід від реалізації продукції; чистий прибуток; собівартість реалізації продукції; витрати на збут; нематеріальні активи. Кластеризацію проведено за допомогою програми IBM SPSS. За результатами кластеризації було отримано п'ять кластерів (рис. 2).

АТ «Галичфарм», ПАТ «Київмедпрепарат» та ПАТ «Київський вітамінний завод» доцільно

об'єднати в кластер із ПАТ «НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод» для розроблення інноваційних препаратів у межах соконкуренції, що сприятиме спільному проведенню робіт R&D, обміну базами даних та ефективній роботі кожного з них.

Висновки і пропозиції. Соконкуренція розкриває потенціал розвитку ринкових суб'єктів, які взаємодіють між собою і налагоджують відносини з різними стейкхолдерами поза межами новостворених кластерів. Кластери потенційно змінюють соціально-економічний та інноваційний простір розвитку великих і малих фармацевтичних підприємств та організацій, а також уможливають посилення позитивної взаємодії «наука – бізнес – держава». Неоднакові темпи зростання НМА на підприємствах фармацевтичної галузі, їх розповсюдженість за різними видами економічної діяльності створюють проблеми в ефективному управлінні витратами і капіталом, особливо в жорстких умовах боротьби за ринки збуту. Це вимагає зміщення акцентів в управлінні підприємствами і маркетингом від конкуренції до співпраці, ділової кооперації, партнерського маркетингу, зокрема шляхом формування кластерів. Кластери необхідно розглядати як важливу компоненту стратегічного розвитку регіональної і національної смарт-спеціалізації та цифровізації економіки, зважаючи на зміну інституційного середовища функціонування реального сектору економіки. Для впровадження таких стратегій необхідно підсилити соціальну функцію держави як важливого учасника ринкових та неринкових відносин, відповідальної за якість життя суспільства і створення екосистем майбутнього.

Список використаних джерел:

1. Сучасні форми конкурентної взаємодії суб'єктів господарювання / Ж.В. Поплавська та ін. 2019. 201 с.
2. Мних О.Б., Гілета Ю.І. Сучасний фармацевтичний ринок як джерело розвитку соціально-орієнтованої ринкової економіки. *Економічні науки*. 2012. Т. 5. № 1. С. 126–130.
3. The Interplay between Cooperation and Competition in Business Networks: The Case of Ericsson in Brazil Leite. URL : <http://oru.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1356558&dsid=-8188> (дата звернення: 14.02.2020).
4. Brandenburger Adam M., Barry J. Nalebuff Barry J. (2008). Coopetition: kooperativ konkurrieren Mit der Spieltheorie zum Geschdfertserfolg. URL: http://spieltheorie.de/Docs/Coopetition01_Inhalt.pdf (дата звернення: 14.02.2020).
5. Ming-Ger Chen. Competitor analysis and interfirm rivalry: toward a theoretical integration. 1999. P. 100–134.
6. Ford D., Nakansson H. (2012). Competition in business networks Work in Progress Paper. IMP Conference, Rome, Oslo. URL : <https://www.impgroup.org/uploads/papers/7950.pdf> (дата звернення: 14.02.2020).
7. The 5 Clustering Algorithms Data Scientists Need to Know. URL: <https://towardsdatascience.com/the-5-clustering-algorithms-data-scientists-need-to-know-a36d136e> (дата звернення: 14.02.2020).
8. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. Київ : Основи, 1997. 390 с.
9. Life Sciences Clusters in Europe. URL : <https://blog.kpmg.ch/life-sciences-clusters-in-europe-and-their-attractiveness-for-foreign-direct-inv> (дата звернення: 14.02.2020).
10. Sahaidak-Nikitkiuk R.V., Demchenko N.V., Kozhyryeva O.V. Organizational and methodological framework for pharmaceutical clusters formation and development. *Економіка та управління національним господарством*. 2015. С. 149–154.
11. Goncharuk A., Getman M. Benchmarking to improve a strategy and marketing in pharmaceuticals. URL : https://www.researchgate.net/publication/263337806_Benchmarking (дата звернення: 14.02.2020).
12. Trziszka T. Transfer technologii w oparciu o model Klastra NUTRIBIOMED (2017). URL: <http://docplayer.pl/6128215-Transfer-technologie-w-oparciu-o-model-klastera-nutribiomed.htm> (дата звернення: 14.02.2020).
13. Top 10 European Biopharma Clusters. URL: <https://www.genengnews.com/a-lists/top-10-european-biopharma-clusters-5/> (дата звернення: 11.02.2020).
14. An Update on What's New in the French Biotech Industry. URL : <https://www.labiotech.eu/features/what-is-the-landscape-of-biotech-industry-in-france/> (дата звернення: 12.02.2020).
15. Загальнодоступна інформаційна база даних НКЦПФР України. URL : www.smida.gov.ua (дата звернення: 10.02.2020).

References:

1. Poplavs'ka ZH.V. Mykhal'chyshyn N.L., Danylovych-Kropyvnyts'ka M.L. (2019). Suchasni formy konkurentnoyi vzayemodiyi sub'yektiv hospodaryuvannya. [Modern forms of competitive interaction between business entities].
2. Mnykh O.B., Hileta YU.I. (2012). Suchasnyy farmatsevtichnyy rynek yak dzherelo rozvytku sotsial'no-oriyentovanoyi rynkovoyi ekonomiky. [Modern pharmaceutical market as a source of development of socially oriented market economy]. *Економічні науки*, Т. 5, № 1. с. 126-130.
3. The Interplay between Cooperation and Competition in Business Networks: The Case of Ericsson in Brazil Leite. URL: <http://oru.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1356558&dsid=-8188> (accessed 14 February 2020).
4. Brandenburger Adam M., Barry J. Nalebuff Barry J. (2008). Coopetition: kooperativ konkurrieren Mit der Spieltheorie zum Geschdfertserfolg. URL: http://spieltheorie.de/Docs/Coopetition01_Inhalt.pdf (accessed 14 February 2020).

5. Ming-Ger Chen (1996). Competitor analysis and interfirm rivalry: toward a theoretical integration. pp. 100-134.
6. Ford D., Hakansson H. Competition in business networks Work in Progress Paper. IMP Conference, Rome, Oslo. URL: <https://www.impgroup.org/uploads/papers/7950.pdf> (Accessed 14 February 2020)
7. The 5 Clustering Algorithms Data Scientists Need to Know. URL: <https://towardsdatascience.com/the-5-clustering-algorithms-data-scientists-need-to-know-a36d136e> (accessed 14 February 2020).
8. Porter Maykl E. (1997). Stratehiya konkurentsiyi. Metodyka analizu haluzey i diyal'nosti konkurentiv.
9. Life Sciences Clusters in Europe. URL: <https://blog.kpmg.ch/life-sciences-clusters-in-europe-and-their-attractiveness-for-foreign-direct-inv> (accessed 14 February 2020).
10. Sahaidak-Nikitiuk R.V., Demchenko N.V., Kozyryeva O. V. (2015). Organizational and methodological framework for pharmaceutical clusters formation and development. *Ekonomika ta upravlinnya natsional'nyim hospodarstvom*. s. 149-154.
11. Goncharuk A., Getman M. Benchmarking to improve a strategy and marketing in pharmaceuticals. URL: https://www.researchgate.net/publication/263337806_Benchmarking (accessed 14 February 2020).
12. Trziszka T., Transfer technologii w oparciu o model Klastra NUTRIBIOMED -URL: <http://docplayer.pl/6128215-Transfer-technologie-w-oparciu-o-model-klastera-nutribiomed.htm> (accessed 14 February 2020).
13. Top 10 European Biopharma Clusters. URL: <https://www.genengnews.com/a-lists/top-10-european-biopharma-clusters-5/> (accessed 11 February 2020).
14. An Update on What's New in the French Biotech Industry. URL: <https://www.labiotech.eu/features/what-is-the-landscape-of-biotech-industry-in-france/> (accessed 12 February 2020).
15. Zahal'nodostupna informatsiyna baza danykh NKTSPFR Ukrainy. URL: www.smida.gov.ua (accessed 10 February 2020).

Мных О. Б.

Левицкая М. Е.

Национальный университет «Львовская политехника»

РАЗВИТИЕ СОКОНКУРЕНЦИИ И МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ СОЗДАНИЯ КЛАСТЕРА В СФЕРЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Резюме

Исследованы особенности развития процессов соконкуренции в условиях изменения рыночной среды. Раскрыты сущностные характеристики сочетания конкуренции и сотрудничества, что расширяет возможности укрепления конкурентных позиций участников кластера и развития отношений «наука – бизнес – государство». Проведен обзор зарубежного и отечественного опыта внедрения политики кластеризации экономики в сфере фармацевтической индустрии и определены основные ее причины. На примере отечественных фармацевтических предприятий на основе регрессионных моделей определены наиболее весомые факторы, определяющие конечные результаты их деятельности. Приведена схема построенного кластера с использованием метода Варда, осуществлены объяснения и обобщения полученных результатов исследования и определены направления дальнейших научных исследований.

Ключевые слова: конкуренция, соконкуренция, рыночная среда, кластер, метод Варда, моделирование, регрессия, фармацевтическое предприятие, фармацевтическая индустрия, инновационная активность, результат.

Mnykh Olga

Levitska Marta

Lviv Polytechnic National University

DEVELOPMENT OF CO-COMPETITION AND MODELING OF CLUSTER CREATION PROCESSES IN PHARMACEUTICAL INDUSTRY

Summary

It was researched the features of process development of co-competition as a business-strategy of the market agents in the conditions of changing market environment. The reasons that stimulate the processes of combining competition and cooperation to achieve the strategic goals of development and weakening of the effects of severe restrictions in the external environment are identified. It was revealed the essential characteristics of the combination of competition and cooperation are revealed, which expands the possibilities of strengthening the competitive positions of the cluster participants and the development of science-business-state relations. Foreign and domestic experience in implementing the policy of economic clustering in the pharmaceutical industry is generalized, and the main features and prerequisites for cluster formation were determined. The classification features of the established European clusters of the pharmaceutical industry were submitted in the article, the directions of innovative development of those clusters and new common opportunities for creating value for society are defined. The most significant factors that determine the final results of the activities of the 15 domestic pharmaceutical companies surveyed for 2005-2018 were determined on the basis of the regression models. A rapid positive trend in intangible assets and other operating expenses that include, in particular, research and development costs were identified. The results of the research have shown a high direct correlation between sales figures and gross sales revenue (scale effect), the significant impact of sales costs and sales dynamics. The main financial and economic indicators, which were carried out clustering of domestic pharmaceutical companies, were: assets, equity, net sales revenue, net profit, cost of sales, selling expenses, intangible assets. The clustering was done using IBM SPSS. Clustering resulted in five clusters. The chart of the constructed cluster using the Vard method is presented. The results of the research work were explained and summarized. Directions of further scientific researches were determined.

Keywords: competition, co-competition, market environment, cluster, Varda method, modeling, regression, pharmaceutical enterprise, pharmaceutical industry, innovation activity, result.

УДК 303.094.5:330.133.2:330.133.7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-39>

Поздняков Ю. В.

Українське товариство оцінювачів

Скибінська З. М.

Національний університет «Львівська політехніка»

Гринів Т. Т.

Національний університет «Львівська політехніка»

АНАЛІТИЧНЕ ОБРУНТУВАННЯ МЕТОДИКИ РОЗРАХУНКУ ПОКАЗНИКІВ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ РЕЗУЛЬТАТУ НЕЗАЛЕЖНОЇ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ АКТИВІВ

Досліджено математичні засади методики кількісного визначення ступеня невизначеності результатів оцінки вартості активів, що базується на основі класичного метрологічного підходу до виконання серії багаторазових незалежних економічних вимірювань із подальшою статистичною обробкою отриманої низки результатів. Показано, що запропоновану математичну модель можна розглядати як групову міру вартості об'єкта оцінки, яка відтворює вимірюване значення цієї вартості з певним статистичним розсіюванням подинних оцінок у серії вимірювань. Приведено аналітичні вирази для обґрунтування методики, які є доказом можливості зниження впливу випадкового складника похибки результату економічних вимірювань. Доведено, що усереднене значення низки подинних оцінок у серії характеризується вищою точністю порівняно з точністю результатів окремих вимірювань серії.

Ключові слова: економетрика, незалежна експертна оцінка, невизначеність результату оцінки, точність оцінки, похибка оцінки, багаторазові непрямі вимірювання.

Постановка проблеми. Загальновідомим фактом є високий ступінь суб'єктивності висновків прикладної економетрики, за якого оцінки та прогнози, виконані двома спеціалістами навіть з однаковим рівнем теоретичної підготовки, будуть відрізнятися [1, с. 28]. У галузі прикладної економетрики, зокрема економічних вимірювань, що виконуються методами незалежної експертної оцінки вартості активів, до цього часу зберігається доволі парадоксальна ситуація, коли вимірювання здійснюються без визначення кількісних показників невизначеності їх результату. Цим економічні вимірювання кардинально відрізняються від вимірювань усіх інших величин, для яких кількісна оцінка ступеня невизначеності результату поряд з оцінкою значення вимірюваної величини вважається обов'язковою. Кількісна інформація про невизначеність цієї оцінки є конче необхідною під час установлення ступеня її придатності для вирішення поставленого завдання. Невизначеність результату вимірювань – це основне поняття, пов'язане з виконанням будь-яких вимірювань, зокрема й економічних. Воно має використовуватися для професійного ухвалення рішень, а також для оцінювання властивостей виконаних вимірювань у багатьох як теоретичних, так і експериментальних галузях. Невизначеність результату вимірювань відіграє центральну роль в оцінці якості та встановленні її стандартів [2, с. 1].

Нині чинна нормативно-законодавча база незалежної оцінки не вимагає від оцінювача визначення похибки отриманого результату і не нормує її допустимих границь. Власне, наслідком цього й є ситуація, коли під час проведення оціночних робіт отримуються результати з невстановленим ступенем їх невизначеності, невідомими показниками точності та достовірності. Національні стандарти оцінки оперують виключно поняттям достовірності оцінки, жодним чином не визначаючи методик її об'єктивного визначення. Саме тому до цього часу рівень достовірності результатів оціночних робіт визначається лише непрямыми методами, а саме шляхом перевірки виконання формальних вимог чинних документів нормативно-законодавчої бази незалежної оцінки. Це, з одного боку, залишає великий простір для упе-

реджених і суб'єктивних суджень рецензентів, які іноді користуються можливостями довільної інтерпретації вимог цих документів, а з іншого – існуюча ситуація дає можливість оцінювачам отримати результат із практично довільною точністю, яка може бути наскільки завгодно низькою. І цей факт не може бути об'єктивно встановлений, якщо рецензентом не будуть виявлені явні порушення вимог нормативних документів. Основною причиною цього є брак відповідних методологічних розробок у галузі оцінки рівня невизначеності результату оціночних робіт та кількісних показників їх точності. Оскільки завдання кількісної оцінки ступеня невизначеності результатів економічних вимірювань, що здійснюються методами незалежної оцінки вартості майна, до цього часу залишається не вирішеним у загальному вигляді, актуальними питаннями є обґрунтування математичних засад і розроблення методики отримання об'єктивних показників точності та достовірності цих результатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У галузі прикладної економетрики, що розглядає виконання економічних вимірювань вартості методами незалежної оцінки, експерти-оцінювачі оперують моделями формування вартості оцінюваних активів на підставі аналізу й обробки даних ринкової інформації. Фактично результатом подинної експертної оцінки є особисте професійне судження експерта, яке з погляду метрології можна розглядати як крапкове виміряне значення величини. Вимірювана величина (measurand) визначається як величина, що підлягає виміру, при цьому її детальний опис вимагає знання роду величини, опису явища, тіла або речовини, яким властива ця величина, включаючи будь-які істотні складники. У Міжнародному словнику основних і загальних термінів метрології (VIM – 93) застосовано поняття «вимірювана величина», що розкривається як «характерна ознака явища, тіла або речовини, яка може бути виділена якісно і визначена кількісно». Відповідно до визначення, виміряне значення величини – це значення величини, яке представляє результат виміру. При цьому для багаторазових вимірів, в яких мають місце повторні покази, кожний із цих показів

може використовуватися, щоб отримати відповідне вимірне значення величини. Така сукупність окремих вимірних значень величини може бути використана для обчислення результуючого її значення, такого як середнє арифметичне або медіана, яке зазвичай відоме з меншою невизначеністю. Коли діапазон істинних значень величини, що представляють вимірювану величину, малий порівняно з невизначеністю вимірів, вимірне значення величини може розглядатися як оцінка єдиного істинного значення величини, і воно часто являє собою середнє арифметичне або медіану ряду окремих вимірних значень, що отримані під час повторних багаторазових вимірів. У разі коли діапазон істинних значень величини, що представляють вимірювану величину, не можна вважати малим порівняно з невизначеністю вимірів, вимірне значення часто буде оцінкою середнього арифметичного або медіани набору істинних значень величини [3, с. 26]. Подані вище визначення у застосуванні до виконання економічних вимірювань слід розглядати як пряму вказівку на можливість використання результатів багаторазових вимірювань як вимірюваного значення величини, точність якого є гарантовано вищою порівняно з точністю окремого поодиночого вимірювання. Достатньо висока точність вимірювань гарантує достовірність результатів дослідження і має велике значення як у прикладній, так і науковій сферах діяльності. На практиці існує декілька способів підвищення точності вимірів: збільшення точності засобів вимірювань, удосконалення методів вимірювань і, якщо можливо, збільшення числа вимірювань [4, с. 3].

Звідси можемо зробити два прямі висновки. По-перше, вартість будь-якого активу, що розглядається як об'єкт оцінки, відповідає метрологічному визначенню вимірюваної величини [3, с. 26], адже поняття вартості є іманентною ознакою оцінюваного активу, і вартість може розглядатися як невід'ємний атрибут цього матеріального чи нематеріального активу, може бути виділена якісно і визначена кількісно. По-друге, серед названих вище небагатьох способів підвищення точності результатів вимірювань можливими для застосування у прикладній економіці видаються лише способи вдосконалення методів вимірювань та виконання багаторазових вимірювань. Із цілком зрозумілих причин способів підвищення точності засобів вимірювань у розглянутому випадку не може бути застосований, адже у галузі незалежної оцінки функції відбору, перетворення, обробки інформації, притаманні інструментальним засобам вимірювання фізичних величин, виконуються самими оцінювачами. Хіба що, абстрагуючись від конкретних реалій оціночної практики, розглянути процес виконання економічних вимірювань у філософському контексті й уважати заходи з підвищення кваліфікації оцінювачів специфічним способом підвищення точності засобів вимірювань.

Щодо способу вдосконалення методів вимірювань, то він видається доволі перспективним, адже методологічна база незалежної оцінки продовжує розвиватися та вдосконалюватися. Певні обмеження накладаються діючими національними та міжнародними стандартами оцінки, що передбачають обмежений перелік методичних підходів, але особливості виконання окремих оціночних процедур не завжди прописані достатньо деталізовано. У всякому разі, жоден із чинних документів нормативно-законодавчої бази оцінки не забороняє

виконання багаторазових вимірювань вартості об'єкта оцінки.

Це відкриває можливість застосування ймовірного підходу до визначення значення вимірюваної величини, придатного для розрахунку оцінки похибки результату вимірювань. У [5, с. 415] було запропоновано вважати оцінку математичного сподівання ряду – усереднене значення результатів серії однорідних рівноточних вимірювань вартості активів – опорним дійсним значенням вимірюваної величини для визначення систематичної похибки оціночних робіт. У такому разі вплив випадкового складника похибки поодиночих вимірювань завдяки обробці більшого масиву даних буде суттєво зменшений. Якщо значення вартості об'єкта оцінки буде багаторазово встановлене за однакових умов, на одну і ту ж саму дату групою незалежних діючих оцінювачів, результати цих оціночних робіт можна буде розглядати як дані, отримані під час багаторазових незалежних рівноточних економічних вимірювань. Отриману таким чином математичну модель доцільно розглядати як групу вартості об'єкта оцінки, що відтворює вимірюване значення цієї вартості через низку оцінок у отриманій серії вимірювань.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не вирішеною раніше частиною проблеми є визначення та математичне обґрунтування методичних засад кількісного виміру ступеня невизначеності економічних вимірювань, що здійснюються методами незалежної експертної оцінки вартості активів. Необхідність опрацювання методологічних підходів до встановлення об'єктивних критеріїв ступеня невизначеності оціночних робіт зумовлена потребою виключення суб'єктивного складника під час установаження їхньої якості, зниження впливу особистих переконань та упереджень оцінювачів, рецензентів, користувачів оцінки.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження математичних засад, на яких може бути побудована методика кількісного встановлення показника ступеня невизначеності результату оцінки вартості активів; обґрунтування методичного підходу до визначення кількісних значень цього показника у вигляді оцінки похибки результату оцінки на етапі виконання оціночних робіт; доказ можливості отримання у такий спосіб об'єктивної кількісної оцінки ступеня невизначеності результату.

Виклад основного матеріалу. Теорія ймовірності називає випадковою таку подію, яка може статися або не статися з певною ймовірністю. Стосовно багаторазових вимірювань умовно постійної (на короткочасовому проміжку) величини вартості об'єкта оцінки можна стверджувати, що у кожному із серії поодиночих її вимірів в однакових умовах вплив розмаїтих випадкових факторів буде дещо іншим, включно із суб'єктивним впливом конкретного оцінювача та привнесеними ним у результат невизначеністю і відповідними похибками. Можливості отримання об'єктивної кількісної оцінки впливу цих факторів визначаються наявністю методики оцінки вірогідності їх появи у кожному випадку та встановлення ступеня їхнього впливу. Найбільш універсальним способом опису випадкових величин, а зокрема й результатів вимірювань та їх випадкових похибок, є визначення закону розподілу густини ймовірностей. Загалом законом розподілу густини ймовірностей випадкової величини називається співвідношення, що встановлює зв'язок між можливими значеннями цієї випадко-

вої величини та імовірністю, що відповідає появі цього значення [6, с. 15]. У метрологічній теорії та практиці існують методики, спеціально розроблені для порівняння точності методів вимірювань, зокрема метод порівняння дисперсій серій вимірювань, що дає змогу сформулювати умови їх рівноточності. Він ґрунтується на припущенні, що більшу точність вимірювань забезпечує той метод, для якого результати серії багаторазових вимірювань характеризуватимуться меншим розсіюванням [7, с. 145]. Під час виконання економічних вимірювань на їх результат впливає велика кількість факторів, які не піддаються точному визначенню та тим більше кількісній оцінці. Але якщо на процес вимірювань одночасно діють декілька впливаючих чинників, внесок кожного з яких є незначним порівняно із сумарною дією їхнього впливу на результат, то, згідно із центральною граничною теоремою теорії ймовірності, результат виміру досліджуваної величини підкоряється закону Гауса, або нормальному закону розподілу густини ймовірностей.

Доведемо математично можливість використання для отримання дійсного значення вимірюваної величини вартості об'єкта оцінки кінцевого результату статистичної обробки серії вимірів цієї величини, яку ми вважаємо сталою на короткочасовому проміжку. Для цього запишемо систему рівнянь, що визначає низку результатів, отриманих під час застосування умовно рівноточних багаторазових вимірювань вартості. Будемо виходити із цілком очевидної передумови, що у загальному випадку кожен результат оціночних робіт обтяжений певним ступенем невизначеності, яка може бути кількісно описана систематичним і випадковим складниками загальної похибки. Тому фундаментальна система рівнянь під час застосування багаторазових економічних вимірювань вартості матиме такий вигляд:

$$\begin{cases} v_1 = x_1 + \Delta v_1 + \xi v_1; \\ v_2 = x_2 + \Delta v_2 + \xi v_2; \\ \dots \\ v_i = x_i + \Delta v_i + \xi v_i; \\ \dots \\ v_N = x_N + \Delta v_N + \xi v_N, \end{cases} \quad (1)$$

де: $v_1, v_2, \dots, v_i, \dots, v_N$ – результати подинних вимірювань, чисельні значення вимірюваної вартості об'єкта оцінки, визначені на підставі даних 1, 2, ..., i, ..., N-го подинного вимірювання серії;

$x_1, x_2, \dots, x_i, \dots, x_N$ – чисельне значення істинної вартості об'єкта оцінки;

$\Delta v_1, \Delta v_2, \dots, \Delta v_i, \dots, \Delta v_N$ – чисельні значення систематичного складника абсолютної похибки вартості об'єкта оцінки під час виконання 1, 2, ..., i, ..., N-го подинного вимірювання серії;

$\xi v_1, \xi v_2, \dots, \xi v_i, \dots, \xi v_N$ – чисельні значення випадкового складника абсолютної похибки вартості об'єкта оцінки під час виконання 1, 2, ..., i, ..., N-го подинного вимірювання серії;

$i = 1 \dots N$ – кількість вимірювань у серії.

Варто пояснити, що під чисельними значеннями ряду істинної вартості $x_1, x_2, \dots, x_i, \dots, x_N$ об'єкта оцінки ми маємо на увазі ідеальне істинне значення x цього параметра, визначене з безмежно високою точністю, нульовою невизначеністю і, відповідно, нульовими систематичною та випадковою похибками. З цього випливає, що

$$x_1 = x_2 = \dots = x_i = \dots = x_N = x. \quad (2)$$

Передбачається, що масив даних $i = 1 \dots N$ вимірювань у серії формується шляхом виконання оціночних робіт того ж самого об'єкта оцінки на одну і ту ж саму дату оцінки групою оцінювачів приблизно однакової кваліфікації, які діють незалежно. Тоді висновки цих оціночних робіт можна буде розглядати як результати багаторазових незалежних умовно рівноточних економічних вимірювань, до яких може бути застосована статистична методика обробки на основі ймовірнісного підходу. Відповідно до цієї передумови, під чисельними значеннями вимірюваної вартості $v_1, v_2, \dots, v_i, \dots, v_N$ об'єкта оцінки, використаємо у моделі для 1, 2, ..., i, ..., N-го вимірювань у серії, ми маємо на увазі отримані окремими оцінювачами групи результати виконання оціночних робіт. Згідно із запропонованою методикою, кожному оцінювачеві групи відоме лише одне отримане ним чисельне значення вартості об'єкта оцінки, яке він визначив під час виконання оцінки із властивими цьому виміру рівнем невизначеності та похибками. Уся сукупність ряду значень вимірюваної вартості $v_1, v_2, \dots, v_i, \dots, v_N$ після завершення серії оціночних робіт є відомою рецензентові, який виконує подальші процедури статистичної обробки незалежно від отриманих даних. Істинне значення x вимірюваного параметра, а також і значення систематичної та випадкової похибок під час виконання кожного 1, 2, ..., i, ..., N-го подинного вимірювання серії є невідомими ні оцінювачам, ні рецензенту. Розмір похибок іноді може бути лише дуже наближено кількісно оцінений непрямыми методами, але істинне значення вартості об'єкта оцінки залишається, строго кажучи, невідомим. Неможливість визначення абсолютно точного істинного значення вартості x зумовлена базовими положеннями теорії інформації. Адже для отримання істинного значення будь-яких вимірювань необхідна безмежно велика кількість інформації, яка може бути оброблена протягом безмежно великого проміжку часу. Натомість замість істинного значення x після завершення процедури статистичної обробки отриманих даних багаторазових вимірювань рецензентові стає доступним дійсне значення x_d вимірюваного параметра. Дійсне значення x_d є більш точним наближенням до істинного значення x , яке завжди залишається невідомим, аніж будь-який із результатів ряду $v_1, v_2, \dots, v_i, \dots, v_N$ подинних вимірювань серії.

Як було показано вище, вимірювання можна вважати повноцінно завершеним, якщо кількісно визначено не лише значення вимірюваної величини, а й ступінь його невизначеності – можливу міру його відхилення від істинного значення. Під абсолютною похибкою результату вимірювання розуміють відхилення результату від істинного значення вимірюваної величини. Оскільки істинне значення x вимірюваної величини невідоме, його використовують тільки в теоретичному аналізі як модельне значення, що ідеальним чином, із нульовою невизначеністю, характеризує в кількісному й якісному відношенні вимірювану властивість об'єкта. На практиці замість істинного x використовується дійсне значення величини x_d , під яким розуміють значення величини, отримане експериментальним шляхом і настільки близьке до істинного значення, що в поставленому вимірювальному завданні може бути використано замість істинного [4, с. 5]. Для дослідження характеристик центру групування ряду $v_1, v_2, \dots, v_i, \dots, v_N$ значень вимірюваної вартості об'єкта оцінки, визначених на підставі даних 1, 2, ...,

i , ..., N -го подинного вимірювання серії, використаємо класичну метрологічну методику визначення усереднених показників вибірки. Оцінки параметрів центру групування через усереднені величини вибірки дають узагальнену характеристику сукупності за її варіативною ознакою та показують типовий для даного усередненого показника рівень цієї ознаки. Найбільш поширеними усереднюючими характеристиками для варіаційних рядів є середнє арифметичне, медіана і мода. Вони розраховуються залежно від того, який варіаційний ряд ми маємо – дискретний чи інтервальний. Оскільки у розглянутому випадку досліджується дискретний ряд, визначимо його вибіркоче середньоарифметичне значення як оцінку математичного сподівання. Ця оцінка дає узагальнену характеристику центру сукупності за варіативною ознакою й обчислюється за формулою:

$$\bar{v} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N v_i, \quad (3)$$

де N – кількість членів інтервального ряду досліджуваної вибірки;

\bar{v} – оцінка математичного сподівання досліджуваної вибірки.

Визначена у такий спосіб оцінка математичного сподівання називається першим початковим центральним моментом розподілу. Попередньо обчислена оцінка математичного сподівання, або вибіркового середнього, відносно якого й розраховуються відхилення членів ряду, надалі використовуються для розрахунку оцінок дисперсії та середньоквадратичного відхилення ряду.

Ураховуючи (1), праву частину рівняння (3) можна записати у вигляді:

$$\bar{v} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (x_i + \Delta v_i + \xi v_i). \quad (4)$$

Сформульоване вище припущення про рівноточність багаторазових економічних вимірювань у досліджуваному випадку передбачає умову однаковості, у першому наближенні, систематичного складника $\Delta v_1, \Delta v_2, \dots, \Delta v_i, \dots, \Delta v_N$ абсолютної похибки результатів вимірювання вартості об'єкта оцінки під час виконання 1, 2, ..., i , ..., N -го подинного вимірювання серії:

$$\Delta v_1 = \Delta v_2 = \dots = \Delta v_i = \dots = \Delta v_N = \Delta v. \quad (5)$$

Тобто закладається, що варіативність ряду $v_1, v_2, \dots, v_i, \dots, v_N$ результатів під час виконання усіх подинних вимірювань серії спричинена лише впливом випадкового складника абсолютної похибки вартості об'єкта оцінки. Тоді, приймаючи до уваги цю умову (5) і попередньо сформульовану умову (2), вираз (4) може бути представлений у вигляді:

$$\bar{v} = x + \Delta v + \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \xi v_i. \quad (6)$$

Інтерпретуючи отримане рівняння (6), маємо зазначити, що воно віддзеркалює математично незаперечний факт залежності математичного сподівання ряду результатів серії вимірювань від усередненого випадкового складника абсолютної похибки, яка у межах серії може бути знакозмінною, істинного значення x вимірюваного параметра, що є сталим, та систематичного складника Δv абсолютної похибки ряду результатів вимірювання вартості серії, яка також вважається сталою, за прийнятих вище припущень.

Поряд із характеристиками центру групування велике теоретичне та практичне значення мають характеристики відхилень від центру групу-

вання. Для дослідження характеристик відхилень від центру групування визначаються показники дисперсії, середньоквадратичного відхилення та варіації вибірки. Під час аналізу відхилень від усереднених показників вибірки інтерес становлять не лише окремі екстремальні відхилення, а й сукупності всіх відхилень. Дисперсія є другим центральним моментом випадкової величини і характеризує потужність розсіювання її окремих значень відносно центру розподілу. Для отримання більш наочного показника розсіювання користуються його діючим значенням, яке визначається як квадратний корінь із дисперсії і називається середньоквадратичним відхиленням $\sigma(\bar{v})$ [8, с. 38]. Для оцінки дисперсії ряду вибірки використаємо показник оцінки її вибіркової дисперсії:

$$D(\bar{v}) = \sigma^2(\bar{v}) = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (v_i - \bar{v})^2. \quad (7)$$

Зауважимо, що оцінка показника дисперсії задовольняє критерію повноти врахування відхилень окремих вимірювань, оскільки базується на визначенні суми квадратів відхилень. Чисельне значення суми квадратів відхилень порівняно із сумою відхилень надає екстремальним відхиленням ряду значно більшу питому вагу, оскільки вони підносяться до квадрату. Коли потрібно врахувати не лише величину будь-яких відхилень, а й власне великі відхилення, тоді потрібно аналізувати або оптимізувати досліджувану вибірку саме за показником суми квадратів відхилень, яка має бути мінімізована.

Показник оцінки вибіркової дисперсії зазвичай є зміщеним, що досить суттєво проявляється у разі використання вибірок невеликого обсягу, який ми маємо у більшості економічних вимірювань. Тому для обсягів вибірки $N < 100$ може бути використана виправлена вибіркова дисперсія, в якій зміщення усунуто. Показник оцінки виправленої вибіркової дисперсії визначається за формулою:

$$D_e(\bar{v}) = \sigma_e^2(\bar{v}) = \frac{1}{N-1} \sum_{i=1}^N (v_i - \bar{v})^2. \quad (8)$$

Підставляючи отримане вище рівняння (6) у формулу (7) дисперсії ряду результатів подинних вимірювань, отримаємо:

$$D(\bar{v}) = \sigma^2(\bar{v}) = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \left[v_i - \left(x + \Delta v + \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \xi v_i \right) \right]^2. \quad (9)$$

Ураховуючи, що у межах серії економічних вимірювань множник $1/N$, істинне значення x вимірюваного параметра та значення Δv систематичного складника абсолютної похибки ряду результатів вважаються сталими величинами, їх дисперсії є нульовими, і тоді рівняння (9) приймає вигляд:

$$D(\bar{v}) = \sigma^2(\bar{v}) = \frac{1}{N^2} D \left(\sum_{i=1}^N \xi v_i \right). \quad (10)$$

Чисельні значення $\xi v_1, \xi v_2, \dots, \xi v_i, \dots, \xi v_N$ випадкового складника абсолютної похибки вартості об'єкта оцінки у правій частині (10) під час виконання усіх подинних вимірювань серії розглядаються як випадкові незалежні величини з дисперсіями $\sigma^2(\xi v)$. Тоді буде справедливим твердження:

$$D(\bar{v}) = \sigma^2(\bar{v}) = \frac{1}{N^2} \sum_{i=1}^N \sigma^2(\xi v), \quad (11)$$

або після елементарних перетворень:

$$D(\bar{v}) = \sigma^2(\bar{v}) = \frac{N \sigma^2(\xi v)}{N^2}. \quad (12)$$

Виконавши скорочення у правій частині (12), отримаємо:

$$D(\bar{v}) = \sigma^2(\bar{v}) = \frac{\sigma^2(\xi v)}{N}. \quad (13)$$

Отриманий вираз (13) підтверджує, що дисперсія математичного сподівання ряду N результатів подинних вимірювань є у N разів меншою від дисперсії випадкового складника абсолютної похибки одного окремого виміру, якою, згідно з попередньо сформульованими висновками, виключно визначається дисперсія ряду $v_1, v_2, \dots, v_1, \dots, v_N$ результатів подинних вимірювань серії. Тому на підставі (13) можна також сформулювати рівняння:

$$D(\bar{v}) = \frac{D(v_i)}{N}, \quad (14)$$

яке є математичним виразом цього важливого висновку.

Отримані вище співвідношення (13), (14) мають своє відображення також і в показниках середньоквадратичного відхилення. Стандартне, або середньоквадратичне, відхилення є показником того, наскільки широким є розкид окремих значень ряду даних відносно їх середнього значення, яке є центром розподілу густини імовірностей. У розглянутому тут випадку центром розподілу є стала величина – оцінка математичного сподівання ряду результатів подинних вимірювань. Середньоквадратичне відхилення, що є абсолютною мірою варіації ряду, може бути розраховане через вибіркву дисперсію як:

$$\sigma(\bar{v}) = \sqrt{D(\bar{v})} \quad (15)$$

або, з урахуванням (7):

$$\sigma(\bar{v}) = \sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (v_i - \bar{v})^2}. \quad (16)$$

Підстановкою у (15) отриманого вище співвідношення (14) прийдемо до:

$$\sigma(\bar{v}) = \sqrt{\frac{D(v_i)}{N}} \quad (17)$$

або:

$$\sigma(\bar{v}) = \frac{(\xi v)}{\sqrt{N}}. \quad (18)$$

Математичний зміст отриманого рівняння (18) полягає у тому, що для випадку багаторазових рівноточних вимірювань, коли кінцевим результатом обробки результатів серії вимірювань ряду $v_1, v_2, \dots, v_1, \dots, v_N$ значень вимірної вартості є центр розподілу густини їх імовірностей у вигляді оцінки математичного сподівання ряду результатів цих подинних вимірювань, середньоквадратичне відхилення отриманого у такий спосіб результату буде у \sqrt{N} разів меншим, аніж середньоквадратичне відхилення початкового ряду. Оскільки середньоквадратичне відхилення є абсолютною статистичною характеристикою потужності розсіювання результатів подинних вимірювань, тобто кількісною мірою варіації цього ряду, її зменшення у \sqrt{N} разів означає відповідне зменшення діапазону розкиду варіативної ознаки. Тобто ступінь впливу випадкового складника абсолютної похибки на отриманий після статистичної обробки серії вимірів результат відповідно знижується, а точність вимірювання зростає у \sqrt{N} разів. Власне, на цьому й ґрунтується принцип підвищення точності із застосуванням багаторазових рівноточних вимірювань, який без будь-яких обмежень може

бути застосований в оціночній практиці для отримання опорного дійсного значення x_d вимірюваного параметра, яке є більш точним наближенням до істинного значення x , аніж будь-який із результатів ряду серії подинних вимірювань. Подане вище математичне обґрунтування дає можливість отримати оцінку ступеня невизначеності економічних вимірювань у вигляді оцінки абсолютної похибки Δv_{pz} результату v_{pz} рецензованого звіту:

$$\Delta v_{pz} = v_{pz} - \bar{v}. \quad (19)$$

Перевагою цього методу є те, що за усереднення результатів багаторазових рівноточних вимірювань суттєво зменшуються усі випадкові складники похибки незалежно від джерел їх походження. При цьому вирази (14), (18) виконуються для будь-якого закону розподілу густини ймовірностей та будь-якої кількості вимірювань у серії за умов визначеності показника дисперсії та незалежності випадкових похибок подинних вимірювань [8, с. 123].

Висновки і пропозиції. Розглянута математична модель серії багаторазових вимірювань вартості з погляду метрології являє собою групу міру вартості об'єкта оцінки у вигляді ряду умовно рівноточних показників, яка відтворює вимірюване значення цієї вартості з певним статистичним розсіюванням подинних оцінок у цій серії вимірювань. Вище показано, що на основі цієї моделі можна отримати кількісну оцінку ступеня невизначеності результату економічних вимірювань, які виконуються методами незалежної оцінки вартості, використовуючи як опірне дійсне значення вартості усереднене значення серії результатів вимірювань. Доведено, що таке усереднене значення характеризується вищою точністю порівняно з точністю результатів окремих вимірювань серії.

Можемо констатувати, що ні вітчизняна оціночна спільнота, ні користувачі оцінки на разі не готові до повного усвідомленого сприйняття концепції невизначеності результату економічних вимірювань, що виконуються методами незалежної оцінки вартості. При цьому передбачена стандартами оцінки форма представлення результатів оцінки не вимагає обов'язкового подання даних щодо ступеня невизначеності. Практика показує, що замовники оцінки у переважній більшості неспроможні сприйняти результат оцінки, виражений у вигляді довірчого інтервалу та довірчої імовірності, з якою вимірюване значення вартості знаходиться у межах цього інтервалу. Пересічний замовник, як правило, бажає отримати результат виключно у вигляді одного крапкового значення вартості й не цікавиться оцінкою ступеня невизначеності цього результату виконаних економічних вимірювань. Парадоксальним чином фахівці з банківської оцінки просто вимушені внутрішніми регламентними документами кредитно-фінансових установ представляти результати оціночних робіт у вигляді значення вартості, вираженого певним числом гривень і копійок, хоча як оцінювачі вони мають усвідомлювати, що така форма представлення результату є цілковито некоректною. Не може йтися про визначення вартості з точністю до копійки (як і до одиниць, десятків, сотень і так далі гривень), коли, наприклад, під час застосування порівняльного підходу використовуються вихідні дані, подані із заокругленням до 10 000 USD за об'єкт. Але поки що вітчизняна чинна нормативна база незалежної оцінки не вимагає подання у звітах кількісної оцінки сту-

пеня невизначеності отриманого результату, і здебільшого вона так і залишається невстановленою. Це іноді викликає цілковито абсурдні ситуації, коли внаслідок нерозуміння ймовірнісного характеру отриманих цінкових показників та реального рівня їх невизначеності і похибок некомпетентними користувачами оцінки безпідставно вибудовуються розрахунки фіктивних збитків, підставою для визначення яких є лише некоректно представлені результати економічних вимірювань із невстановленими характеристиками ступеня їх невизначеності.

Практичним результатом проведеного дослідження є реалізована можливість отримання об'єктивних кількісних показників ступеня невизначеності результатів економічних вимірювань, представлених у вигляді розрахункових оцінок їх похибок. Математичний доказ можливості і доцільності застосування результату, отриманого після завершення процедури статистичної обробки даних багаторазових вимірювань,

як дійсного значення вимірюваного параметра вартості відкриває практичну можливість використання цього показника для безпосереднього обчислення оцінки абсолютної похибки результату рецензованого звіту. Таким чином, ми позбуваємося впливу суб'єктивності рецензентів, які й донині вимушені ґрунтувати свої висновки щодо рівня достовірності результатів оціночних робіт лише на дотриманні формальних вимог документів нормативної бази. Перспективним напрямом подальших робіт у визначеному в роботі напрямі є розроблення придатної для практичного використання методики встановлення ступеня невизначеності результатів економічних вимірювань, її апробація та затвердження у встановленому порядку. Це дало б можливість поступового впровадження у практику виконання оціночних робіт концепції невизначеності отриманих результатів з об'єктивним кількісним визначенням її характеристик у межах інформаційно-метрологічної парадигми незалежної оцінки.

Список використаних джерел:

1. Магнус Я.Р., Катышев П.К., Пересецкий А.А. Эконометрика. Начальный курс : учебник ; 6-е изд., перераб. и доп. Москва : Дело, 2004. 576 с.
2. Введение к «Руководству по выражению неопределенности измерения» и сопутствующим документам. Оценивание данных измерений / пер. с англ. под науч. ред. д.т.н., проф. В.А. Слаева, д.т.н. А.Г. Чуновкиной. Санкт-Петербург : Професионал, 2011. 58 с.
3. Международный словарь по метрологии: основные и общие понятия и соответствующие термины / пер. с англ. и франц. Санкт-Петербург : Професионал, 2010. 82 с.
4. Третьяк Л.Н. Обработка результатов наблюдений : учебное пособие. Оренбург : ГОУ ОГУ, 2004. 171 с.
5. Поздняков Ю.В., Лапишко М.Л. Багаторазові непрямі економічні вимірювання як методологічна основа для встановлення невизначеності результату оцінювання вартості. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 5(16). С. 415–421.
6. Кирышкин В. Метрология, стандартизация и сертификация. Оценка результатов нескольких серий измерений. Методические указания. Тула, 2011.
7. Третьяк Л.Н., Воробьев А.Л. Основы теории и практики обработки экспериментальных данных : учебное пособие / под общей редакцией Л.Н. Третьяк ; 2-е изд., испр. и доп. Москва : Юрайт, 2018. 237 с.
8. Новицкий П.В., Зограф И.А. Оценка погрешностей результатов измерений. Ленинград : Энергоатомиздат, 1985. 248 с.

References:

1. Ja.R. Magnus, P.K. Katyshev, A.A. Pereseckij. (2004). Jekonometrika. Nachal'nyj kurs. [Econometrics. Initial course] Moscow: Delo Ltd. (in Russian)
2. (2009). Vvedenie k «Rukovodstvu po vyrazheniju neopredelennosti izmerenija» i soputstvujushhim dokumentam. Ocenivanie dannyh izmerenij [JCGM 104:2009. Evaluation of measurement data. An introduction to the "Guide to the expression of uncertainty in measurement" (GUM) and related documents]. Trans from Eng. Sankt-Peterburg : NPO «Professional». (in Russian)
3. (2010). Mezhdunarodnyj slovar' po metrologii: osnovnye i obshhie ponjatija i sootvetstvujushhie terminy: per. s angl. i fr. [International vocabulary of metrology – Basic and general concepts and associated terms (VIM).] Trans from Eng. Vseros. nauch.-issled. in-t metrologii im. D. I. Mendeleeva, Belorus. gos. in-t metrologii. Sankt-Peterburg : NPO «Professional». (in Russian)
4. Tret'jak L.N. (2004). Obrabotka rezul'tatov nabljudenij: Uchebnoe posobie [Measurements results processing: Tutorial]. Orenburg: GOU OGU. (in Russian)
5. Pozdnjakov Ju.V., Lapishko M.L. (2019). Bagatorazovi neprjami ekonomichni vymirjuvannja jak metodologichna osnova dlja vstanovlennja nevyznachenosti rezul'tatu ocinjuvannja vartosti [Multiple indirect economic measurements as methodological base for valuation results uncertainty degree determination]. *Pryazov's'kyj ekonomichnyj visnyk [Pryazov's'kyj Economical Announcer]*. Classical private university. no. 5 (16), pp. 415 – 421.
6. Kirjushkin, V. (2011). Metrologija, standartizacija i sertifikacija. Ocenka rezul'tatov neskol'kih serij izmerenij. Metodicheskie ukazanija. [Metrology, standardization and certification. Estimation of a few measurements series results. Methodical guidelines]. Tula. (in Russian)
7. Tret'jak, L. N. (2018). Osnovy teorii i praktiki obrabotki jeksperimental'nyh dannyh : uchebnoe posobie dlja bakalavriata i magistratury [Bases of experimental data processing theory and practice: tutorial for undergraduate and magistracy] / L. N. Tret'jak, A. L. Vorob'ev ; pod obshhej redakciej L. N. Tret'jak. – 2-e izd., ispr. i dop. – Moscow : Izdatel'stvo Jurajt. (in Russian)
8. Novickij P.V., Zoграф I.A. (1985) Ocenka pogreshnostej rezul'tatov izmerenij. [Measurements results errors estimation]. Leningrad: Jenergoatomizdat. (in Russian)

Поздняков Ю. В.

Українське об'єднання оцінщиків

Скибинська З. М.

Національний університет «Львівська політехніка»

Грынів Т. Т.

Національний університет «Львівська політехніка»

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ МЕТОДИКИ РАСЧЕТА ПОКАЗАТЕЛЕЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ РЕЗУЛЬТАТА НЕЗАВИСИМОЙ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ АКТИВОВ

Резюме

Исследованы математические принципы методики количественного определения степени неопределенности результатов оценки стоимости активов, которая базируется на основе классического метрологического подхода выполнения серии многократных независимых экономических измерений с последующей статистической обработкой полученного ряда результатов. Показано, что предложенную математическую модель можно рассматривать как групповую меру стоимости объекта оценки, которая воспроизводит измеряемое значение стоимости с определенным статистическим рассеиванием отдельных оценок в серии измерений. Приведены аналитические выражения для обоснования методики, которые являются доказательством возможности снижения влияния случайной составляющей погрешности результата экономических измерений. Доказано, что усредненное значение ряда поодиночных оценок в серии характеризуется более высокой точностью по сравнению с точностью результатов отдельных измерений серии.

Ключевые слова: эконометрика, независимая экспертная оценка, неопределенность результата оценки, точность оценки, погрешность оценки, многократные непрямые измерения.

Pozdnyakov Yuri

Ukrainian Appraisers Association Member

Skybins'ka Zorjana

National University "Lviv Polytechnic"

Gryniv Tetjana

National University "Lviv Polytechnic"

MATHEMATICAL PRINCIPLES ANALYTICAL GROUND OF ASSETS INDEPENDENT VALUATION RESULTS UNCERTAINTY DEGREE INDEXES CALCULATION METHODOLOGY

Summary

The article behaves to the field of applied econometrics, more precisely – to assets and property rights independent expert appraising/valuation. Mathematical principles of valuation results uncertainty degree determination method, based on metrological approach of multiple indirect economic measurements, are researched. Theoretical bases mathematical formulation, on that expert valuation economic measurements results uncertainty degree methodology is based, are examined. A quantitative index of valuation results uncertainty degree – absolute errors estimation – is applied as the objective criterion of these results reliability and accuracy. The methodology of this evaluation results accuracy objective quantitative index is described and performed. It is well-proven that the level of valuation results uncertainty degree at economic measurements implementation can be set on the basis of information theory and measurements errors theory laws application. The main mathematical principles of the economic measurements results processing implementation using the metrological methodical approach are considered. It is grounded on independent valuation results uncertainty degree quantitative determination on the basis of multiple economic measurements series implementation with next results row statistical processing. Base terms, limitations, original assumptions of that evaluation works equal accuracy conditions are set. It is shown that in the case if equal accuracy conditions are met, series row homogeneity condition for this parameter is satisfied, with certain estimations of standard deviation and variance dispersion in the series of measuring. So, these row statistical processing results allow determining series average value, which is closer to the true value, than any single measurement result. Possible directions of further improvement of evaluation methodologies are analyzed. In particular, attention is accented on the informative-metrological approach to valuation results uncertainty degree exposure. It is shown that it gives an opportunity to set the valuation uncertainty degree by objective quantitative indexes, as these results errors estimates. The importance of those researches for the further development of the informative-metrological paradigm of the independent valuation methodology is considered. Some recommendations in relation to priority directions of further researches are offered.

Keywords: econometrics, real estate valuation/appraising, valuation results uncertainty degree, economic measurements, estimation accuracy, estimation error, multiple measurements results processing.

УДК 519.866

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-40>Хорошун В. В.
Солодучин С. В.

Запорізький національний університет

МОДЕЛЮВАННЯ МАСОВОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

У статті розглянуто актуальне питання моделювання масової поведінки споживачів для подальшого прогнозування обсягу попиту на продукцію підприємства. Запропоновано комплекс моделей масової поведінки споживачів, що базуються на визначенні характеристик підприємства-виробника та його продукції, які впливають на стабільність споживачів, що дає можливість побудувати індивідуальні та максимально відповідні інструменти для прогнозування впливу стабільності на поведінку системи «підприємство-виробник – сукупність споживачів». Використання розроблених моделей дає можливість скомпонувати такий комплекс інструментів прогнозування наслідків масової поведінки споживачів, який покриває потреби системи управління підприємством у напрямі взаємодії з клієнтами. Здійснюючи комбінування запропонованих моделей для сукупності розглянутих характеристик підприємства-виробника та його продукції, які впливають на стабільність споживачів, можна отримати моделі, максимально відповідні існуючому набору відносин між підприємством та споживачами, а також відносинам споживачів між собою.

Ключові слова: моделювання, масова поведінка споживачів, підприємство-виробник, управління.

Постановка проблеми. Масова, стабільна поведінка споживачів залежить від того, якою саме є їх популяція, які існують методи обміну інформацією між споживачами, чи є якась ієрархія та авторитет у популяції споживачів. Урахування цих чинників у базових моделях станів та дій споживачів дає можливість розробити прикладні моделі масової поведінки споживачів.

Під час моделювання поведінки споживачів напрями розвитку базових моделей масової поведінки у зовнішньому середовищі підприємства залежать від характеристик цього підприємства та продукції, яку воно виробляє. Від цього залежать характеристики споживачів продукції, які, своєю чергою, можуть бути формалізовані та враховані у моделях масової поведінки споживачів. Як такі першочергові характеристики підприємств можна відокремити: тип продукції, яку виробляє підприємство; зв'язок підприємства та торговельної марки; методи реалізації продукції кінцевим споживачем; частка ринку, яку займає підприємство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання поведінкових особливостей прийняття рішень споживачами стали активно досліджуватися і знаходити відображення в теоретичних розробках в останні п'ятнадцять-двадцять років. У результаті сформувався самостійний напрям в економічній теорії, що отримав назву «поведінковий», який прагне як доповнити класичні теорії, так і запропонувати нові концепції аналізу, діагностики і прогнозування наслідків масової поведінки споживачів, який покриває потреби системи управління підприємством у напрямі взаємодії з клієнтами. Аспекти колективної поведінки агентів досліджено в роботах Т. Ващенко, Е. Ненашевої, О. Чиркової [1–3], нобелівських лауреатів Г. Саймона, Д. Аркелофа, Т. Шеллінга, Р. Шиллера [4], що вивчають інформаційний та психологічний вплив на прийняття рішень економічними агентами.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Узагальнюючи результати робіт різних дослідників, отримані за багато років вивчення ними даної проблеми, можна зробити висновок, що всі суб'єктивні чинники, що визначають нераціональну поведінку учасників ринку, можна розділити на дві групи (одна з численних класифікацій) [5]: фактори невірної оцінки наявної інформації; емоційні (психологічні) чинники.

На практиці обидві групи чинників викликають цілу низку так званих «ефектів», що лежать в основі нераціональних дій учасників ринку в умовах невизначеності і ризику. Корисно навчитися розуміти і передбачати дії інших учасників ринку (як партнерів, так і конкурентів), обертаючи собі на користь будь-які відхилення від «правильної» або «раціональної» лінії поведінки.

Актуальність, теоретичне і практичне значення та недостатня розробленість означених проблем зумовили вибір теми дослідження.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розроблення комплексу моделей масової поведінки споживачів, що базуються на визначенні характеристик підприємства-виробника та його продукції, які впливають на стабільність споживачів, що дає можливість побудувати індивідуальні та максимально відповідні інструменти для прогнозування впливу стабільності на поведінку системи «підприємство-виробник – сукупність споживачів».

Виклад основного матеріалу. Для побудови прикладних моделей масової поведінки споживачів необхідно визначити, які саме стани вони можуть приймати та які дії виконувати під впливом стабільності.

Підприємства, які виробляють засоби виробництва, більш схильні до впливу масовості, адже всі його споживачі всередині популяції є конкурентами. Тому коли один споживач виконує якусь дію, це має прямий вплив на інших, і вони мають якось реагувати на ці дії. Найбільш поширеним прикладом такого взаємного впливу є рішення щодо модернізації виробництва. Якщо один виробник (споживач продукції підприємства, що досліджується) здійснив модернізацію та закупи нове сучасне обладнання, то він отримує конкурентні переваги перед іншими. Тому інші виробники змушені також здійснювати оновлення своїх засобів виробництва.

Натомість споживачі предметів споживання не мають такої значної конкуренції між собою, стабільність в їхній поведінці зумовлена більше таким чинником, як мода. При цьому існує рекурсивна залежність: чим більше споживачів придбають продукцію підприємства, тим більше воно може збільшити витрати на рекламу, тобто на створення модного попиту на свою продукцію. Таким чином, виникають корпорації-монополісти, які мають більшу частку ринку. Втратити цю частку

вони можуть лише якщо зроблять помилку під час освоєння нових технологій, унаслідок чого їхня продукція виявиться значно гіршою за продукцію конкурентів. Прикладами таких помилок є корпорація Eastman Kodak Company, яка проігнорувала перехід з аналогової до цифрової фотографії; Nokia Corporation, яка запізно відреагувала на зміни у вимогах користувачів до смартфонів; Levi Strauss & Co, керівництво якої відмовлялося розширити асортимент та випустити більш модні моделі джинсів.

Таким чином, залежно від того, виробляє підприємство засоби виробництва чи предмети споживання, для нього можуть бути визначені такі стани та дії.

Для споживачів засобів виробництва головним є перехід зі стану «засоби виробництва задовольняють» до стану «існує необхідність в оновленні засобів виробництва». Ці два стани відображають, чи існує взагалі потреба у споживачів у продукції підприємства. Якщо споживач має намір придбати засоби виробництва, то необхідна оцінка станів, які характеризують його відношення до підприємства-виробника. Такими станами є: «не знає про існування або не розглядає як можливий варіант для закупівлі», «розглядає як можливий варіант для закупівлі», «уважає головним можливим постачальником засобів виробництва».

Своєю чергою, з погляду підприємства-виробника його цікавить імовірність або інтенсивність лише однієї дії споживачів – закупівлі його продукції.

У разі коли підприємство виробляє предмети споживання, питання необхідності в закупівлі продукції споживачами не потребує окремого оцінювання. Уважається, що існує попит на продукцію, який розподіляється між підприємствами, які виробляють цю продукцію залежно від стану та дій споживачів. Попит при цьому оцінено як загальна кількість продукції всіх виробників-конкурентів, яку мають намір придбати споживачі. Завданням при цьому – визначити, яка частка споживачів вибере саме продукцію підприємства, яке досліджується. Варіанти станів споживачів при цьому такі самі, як і для другого етапу оцінювання відношення споживачів та підприємства у випадку засобів виробництва: «не знає про існування або не розглядає як можливий варіант для закупівлі», «розглядає як можливий варіант для закупівлі», «уважає головним можливим варіантом».

Головною характеристикою споживачів, яка цікавить підприємство-виробника, є обсяг продукції, яку вони придбають. При цьому здебільшого не мають значення реакції окремих споживачів через їх значну кількість та неможливість практичного дослідження кожного споживача окремо розглядати раціонально всю сукупність потенційних споживачів. Головними відмінностями є те, що підприємство, для якого здійснюються розрахунки, не є членом популяції, а метою розрахунків є встановлення сукупного результату поведінки споживачів.

Дії, які виконує сукупність споживачів, залежать від її стану, основними характеристиками якого є потреба у продукції підприємства та готовність вибрати продукцію саме того підприємства, яке досліджується. Причому особливістю моделі для стадної поведінки споживачів є обмежена комунікація між ними щодо станів, у яких знаходяться інші споживачі. Здебільшого стадність споживачів має прояв унаслідок інформації, яку

вони отримують щодо вже реалізованих дій інших споживачів, а не станів, у які ті перейшли. Тому готовність вибрати продукцію споживачем залежить від того, які дії були реалізовані іншими споживачами в попередньому періоді.

У результаті формула розрахунку вірогідних обсягів закупівлі споживачами продукції підприємства (тобто дій, які здійснять споживачі) у загальному вигляді складається з оцінок стану споживачів, оцінок сумарного попиту та впливу інших чинників, не пов'язаних зі стадністю:

$$D' = f(SI_{\alpha}^{t-1}, D'_{all}, [p_1, \dots, p_p]), \quad (1)$$

де D' – очікуваний обсяг продукції, яку споживачі мають намір придбати у підприємства; SI_{α}^{t-1} – інтенсивність стану готовності популяції споживачів до придбання продукції того виду, який виробляє підприємство; D'_{all} – сукупний попит на продукцію; $[p_1, \dots, p_p]$ – інші чинники, необхідні для розрахунку, але не пов'язані зі стадністю у поведінці споживачів.

Інтенсивність стану готовності популяції споживачів до придбання продукції того виду, який виробляє підприємство, визначається залежно від кількості споживачів, що знаходяться у кожному зі станів, що описують відношення до продукції підприємства:

$$SI_{\alpha}^{t-1} = f^{SI}(KS_{\alpha 1}^{t-1}, KS_{\alpha 2}^{t-1}, KS_{\alpha 3}^{t-1}, KSI_{\alpha}^{t-1}, [p_1, \dots, p_p]), \quad (2)$$

де SI_{α}^{t-1} – інтенсивність стану готовності популяції споживачів до придбання продукції того виду, який виробляє підприємство; $KS_{\alpha 1}^{t-1}$ – кількість популяції споживачів, які мають стан «не є потенційним покупцем продукції підприємства» (необхідність включення цього показника у модель залежить від виду функції, в деяких випадках він є надлишковим); $KS_{\alpha 2}^{t-1}$ – кількість популяції споживачів, які мають стан «розглядає можливість стати покупцем продукції підприємства»; $KS_{\alpha 3}^{t-1}$ – кількість популяції споживачів, які мають стан «є впевненим покупцем продукції підприємства»; KSI_{α}^{t-1} – коефіцієнт переходу з кількості до інтенсивності стану готовності популяції споживачів до придбання продукції того виду, який виробляє підприємство; $[p_1, \dots, p_p]$ – інші фактори, необхідні для розрахунку, але не пов'язані зі стадністю у поведінці споживачів.

Своєю чергою, сукупний попит на продукцію визначається тим, як саме впливає стадність на споживачів засобів виробництва. У випадку предметів споживання також може існувати стадність, але у цьому разі вона суттєво менше проявляється, тому прогнозування загального попиту для предметів споживання ефективніше здійснювати традиційними методами. У разі переходу зі стану «задоволений станом засобів виробництва» до «засоби виробництва потребують модернізації» формула має вигляд:

$$D'_{all} = f^D(SI_N^{t-1}, SI_O^{t-1}, [p_1, \dots, p_p]), \quad (3)$$

де D'_{all} – сукупний попит на продукцію підприємства-виробника засобів виробництва; SI_O^{t-1} – інтенсивність стану популяції споживачів «конкурентоздатність засобів виробництва потенційних споживачів потребує модернізації»; SI_N^{t-1} – інтенсивність стану популяції споживачів «конкурентоздатність засобів виробництва потенційних споживачів задовільна» (може бути виключено з моделі внаслідок надмірності, якщо під час опитування не передбачено існування варіанту «спо-

живач не може визначити необхідність модернізації»; $[p_1, \dots, p_p]$ – інші фактори, необхідні для розрахунку, але не пов'язані зі стадністю у поведінці споживачів.

Оцінювання інтенсивності стану популяції споживачів може здійснюватися як методом опитувань, так і залежно від реальної відповідності засобів виробництва сучасним вимогам.

Вага кожної групи споживачів ураховується через її частку ринку. Це дає можливість урахувати не лише вплив тих споживачів, які зробили вибір на користь підприємства, що досліджується, а й тих груп споживачів, які вибрали його конкурентів, та відобразити залежності між цими виборами. Формула розрахунку у разі, коли підприємства та декілька його конкурентів мають суттєвий вплив на ринок, має вигляд:

$$D_{all}^t = f^D \left(AI_k^{t-1}, [AI_1^{t-1}, \dots, AI_w^{t-1}], AI_{ohr}^{t-1} \right), \quad (4)$$

де D_{all}^t – сукупний попит на продукцію підприємства – виробника засобів виробництва; AI_k^{t-1} – інтенсивність дії популяції споживачів, які вибрали продукцію підприємства, що досліджується в попередньому періоді; $[AI_1^{t-1}, \dots, AI_w^{t-1}]$ – інтенсивність дій популяції споживачів, які вибрали продукцію підприємств-конкурентів та які також мають суттєві частки ринку; $w=1, \dots, W$ – індекс підприємства-конкурента, яке має також суттєві частки ринку; AI_{ohr}^{t-1} – сума інтенсивності дій популяції споживачів, які вибрали продукцію підприємств-конкурентів та частки ринку яких незначні.

Відокремлення підприємств, які мають суттєві частки ринку, дає можливість побудувати складні моделі, які враховують взаємний вплив конкурентів один на одного та стадність споживачів під час вибору між продуктами, що конкурують. Такий підхід ускладнює розрахунок моделі, але підвищує її точність, адже існують групи споживачів, які мають різну прихильність до продукції. Одні групи споживачів є дуже постійними та не змінюють своїх критеріїв під час вибору продукції, інші відрізняються значною змінністю, саме на таких групах найбільше має прояв стадність у поведінці.

Окрім того, у деяких випадках існує зміна вподобань споживачів у межах однієї великої підгрупи продукції. Наприклад, на ринку смартфонів є дві великі групи пристроїв: на базі операційних систем iOS та Android. Зазвичай споживачі пристроїв на Android не переходять на пристрої з операційною системою iOS, але вони можуть вибирати смартфони різних виробників із цією системою. Водночас смартфони з iOS виробляє лише одна компанія, тому для споживачів обмежена можливість вибору.

У разі коли підприємство виробляє продукцію для реалізації не під власною маркою, а на замовлення посередника, процес взаємодії підприємства з кінцевим споживачем відрізняється традиційного випадку, коли підприємство є самостійним виробником та реалізатором. Під час виробництва продукції на замовлення посередника не існує взаємозв'язків між підприємством та споживачами його продукції. Підприємство виробляє великі партії продукції на замовлення декількох посередників, які, своєю чергою, здійснюють взаємодію з кінцевими споживачами. Таким чином, існує два рівні масовості: перший – безпосередньо серед великої кількості споживачів, другий – серед незначної кількості посередників, які вибирають виробника для своєї продукції.

Висновки і пропозиції. Здійснюючи комбінування запропонованих моделей для сукупності розглянутих характеристики підприємства-виробника та його продукції, які впливають на стадність споживачів, можна отримати моделі, максимально відповідні існуючому набору відносин між підприємством та його споживачами, а також відносинам споживачів між собою.

Таким чином, розроблений комплекс моделей масової поведінки споживачів, що базуються на визначенні характеристик підприємства-виробника та його продукції, які впливають на стадність споживачів, дає можливість побудувати індивідуальні та максимально відповідні інструменти для прогнозування впливу стадності на поведінку системи «підприємство-виробник – сукупність споживачів».

Список використаних джерел:

1. Ващенко Т.В., Лисицына Е.В. Поведенческие финансы – новое направление финансового менеджмента. История возникновения и развития. *Финансовый менеджмент*. 2006. № 1. С. 89–98.
2. Ненасева Е.В. Моделирование рынков капитала с учетом поведенческих аспектов. *Финансы и кредит*. 2009. № 8 (344).
3. Чиркова Е.В. Социологические и экономические теории группового поведения и их применимость для объяснения стадного поведения на финансовых рынках. *Корпоративные финансы*. 2010. № 2. С. 16–26.
4. Shiller R. The Subprime Solution: How Today's Global Financial Crisis Happened, and What to Do about It. *Princeton University Press*. 2008. 208 p.
5. Akerlof George A., Shiller Robert J. Animal Spirits: how human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism. *Princeton University Press*. 2009. 243 p.

References:

1. Vashhenko T. V., Lisicyna E. V. (2006). Povedencheskie finansy – novoe napravlenie finansovogo menedzhmenta. Istorija vznikovenija i razvitiija. [Behavioral finance is a new area of financial management. History of origin and development]. *Finansovyy menedzhment*, no. 1.
2. Nenasheva E. V. (2009). Modelirovanie rynkov kapitala s uchetom povedencheskih aspektov. [Modeling of the capital markets, taking into account the behavioral aspects] *Finansy i kredit*, no. 8 (344).
3. Chirkova E. V. (2010). Sotsiologicheskie i ekonomicheskie teorii gruppovogo povedeniya i ikh primenimost' dlya ob'yasneniya stadnogo povedeniya na finansovykh rynkakh. [Sociological and economic theories of group behavior and their applicability to explain herd behavior in financial markets]. *Korporativnye finansy*, no. 2.
4. Shiller R. The Subprime Solution: How Today's Global Financial Crisis Happened, and What to Do about It. *Princeton University Press*, 2008.
5. Akerlof George A., Shiller Robert J. Animal Spirits: how human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism. *Princeton University Press*. 2009.

**Хорошун В. В.
Солодухин С. В.**

Запорожский национальный университет

МОДЕЛИРОВАНИЕ МАССОВОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Резюме

В статье рассмотрен актуальный вопрос моделирования массового поведения потребителей для дальнейшего прогнозирования объема спроса на продукцию предприятия. Предложен комплекс моделей массового поведения потребителей, основанный на определении характеристик предприятия-производителя и его продукции, которые влияют на стадность потребителей и дают возможность построить индивидуальные и максимально соответствующие инструменты для прогнозирования влияния стадности на поведение системы «предприятие-производитель – совокупность потребителей». Использование разработанных моделей дает возможность скомпоновать такой комплекс инструментов прогнозирования последствий массового поведения потребителей, который покрывает потребности системы управления предприятием в направлении взаимодействия с клиентами. Осуществляя комбинирование предложенных моделей для совокупности рассмотренных характеристик предприятия-производителя и его продукции, которые влияют на стадность потребителей, можно получить модели, максимально соответствующие набору отношений между предприятием и потребителями, а также потребителей между собой.

Ключевые слова: моделирование, массовое поведение потребителей, предприятие-производитель, управление.

**Khoroshun Viktoriia
Solodukhin Stanislav**

Zaporizhzhia National University

MODELING MASS CONDUCT OF CONSUMERS

Summary

This article discusses the urgent issue of modeling mass consumer behavior to further forecast the volume of demand for enterprise products. A complex of models of mass consumer behavior based on determining the characteristics of the manufacturer and its products, which affect the herd of consumers, is proposed, which makes it possible to build individual and maximally appropriate tools for predicting the effect of herd on the behavior of the enterprise-producer-consumer population system. Using the developed models makes it possible to build such a set of tools for forecasting the consequences of mass consumer behavior that covers the needs of the enterprise management system in the direction of interaction with customers. By combining the proposed models for the totality of the considered characteristics of the manufacturer and its products, which affect the herd of consumers, it is possible to obtain models that best match the existing set of relations between the enterprise and consumers, as well as consumers among themselves. It has been established that the mass behavior of consumers depends on what kind of their population is, what methods of information exchange between consumers exist, whether there is any hierarchy and authority in the consumer population. In turn, it depends on the main characteristics of the manufacturer and its products. The following are identified as the main characteristics of the manufacturer's enterprise: type of products that the enterprise produces (commodities or means of production); the relationship of the enterprise and the brand (production of products to order or production of its own products); methods for selling products to final consumers (direct negotiations and deliveries, through dealer networks or through retail chains); the market share occupied by the enterprise (the enterprise is one of the market leaders or the influence of the enterprise on the market is negligible). To account for these features, appropriate models of mass consumer behavior have been developed for those cases when their reactions to mutual actions and conditions differ from the basic ones.

Keywords: modeling, mass consumer behavior, manufacturing enterprise, management.

НАШІ АВТОРИ

1. **Адвокатова Надія Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та фінансів ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
2. **Артем'єва Оксана Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку Університету державної фіскальної служби України
3. **Безхлібна Анастасія Павлівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка»
4. **Бєлов Олександр Віталійович** – кандидат економічних наук, докторант, Полтавський університет економіки і торгівлі
5. **Білявська Юлія Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту Київського національного торговельно-економічного університету
6. **Бондар Анастасія Віталіївна** – студентка Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
7. **Буз Андрій Олександрович** – студент Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
8. **Вовк Юлія Іванівна** – студентка Національного університету «Львівська політехніка»
9. **Войнілович Віта Євгеніївна** – аспірантка кафедри маркетингу Київського національного торговельно-економічного університету
10. **Гаврилук Оксана Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
11. **Гаркуша Вікторія Олександрівна** – аспірант кафедри економічного аналізу та обліку Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
12. **Гончаров Віктор Володимирович** – старший викладач кафедри геодезії та землеустрою Сумського національного аграрного університету
13. **Горбачова Ірина Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та європейської інтеграції Житомирського національного агроекологічного університету
14. **Гордієнко Тетяна Віталіївна** – студентка Університету державної фіскальної служби України
15. **Григоришин Назарій Олегович** – аспірант кафедри економіки та економічної безпеки Львівського державного університету внутрішніх справ
16. **Гринів Тетяна Теодозіївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку та аналізу Національного університету «Львівська політехніка»
17. **Грінченко Юрій Леонідович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
18. **Даниленко Валерій Володимирович** – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри агрологістики та управління ланцюгами постачань Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка
19. **Дрималовська Христина Василівна** – кандидат економічних наук, асистент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка»
20. **Захарчин Галина Миронівна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту персоналу та адміністрування Національного університету «Львівська політехніка»
21. **Ілляшенко Сергій Миколайович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; доктор хабілітований, професор Вищої економіко-гуманітарної школи
22. **Капінос Наталія Олександрівна** – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри геодезії та землеустрою Сумського національного аграрного університету
23. **Карнаушенко Алла Сергіївна** – кандидат економічних наук, асистент кафедри економіки та фінансів ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
24. **Коваленко Роман Сергійович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
25. **Коптева Ганна Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та оподаткування Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
26. **Котко Ольга Костянтинівна** – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки і соціально-трудових відносин Університету митної справи та фінансів
27. **Лаврова-Манзенко Олена Олексіївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
28. **Левицька Марта Євгенівна** – студентка Національного університету «Львівська політехніка»
29. **Лисак Віктор Миколайович** – здобувач Хмельницького національного університету

30. **Лисюк Тетяна Василівна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
31. **Мазур Юлія Володимирівна** – здобувач Навчально-наукового інституту менеджменту, економіки та фінансів ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»
32. **Мельничук Роман Вікторович** – студент Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
33. **Мних Ольга Богданівна** – доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу і логістики, Інституту економіки і менеджменту Національного університету «Львівська політехніка»
Мовсесян Арег Самвелович – аспірант кафедри європейського бізнесу і економіки Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
34. **Ненно Ірина Михайлівна** – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту та інновацій Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
35. **Ніколайчук Юлія Юріївна** – студентка Національного технологічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
36. **Ніколенко Сергій Степанович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії та прикладної економіки Київського інституту бізнесу і технологій
37. **Обруч Ганна Володимирівна** – кандидат економічних наук, старший викладач, докторант кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту
38. **Остафі Іван Юрійович** – студент Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
39. **Пильгун Альона Русланівна** – студентка Університету митної справи та фінансів
40. **Письменна Уляна Євгенівна** – кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, ДУ «Інститут економіки та прогнозування Національної академії наук України»; старший викладач, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
41. **Підчоса Олександр Васильович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних фінансів Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
42. **Поздняков Юрій Володимирович** – провідний експерт-оцінювач, представник Експертної ради у Львівській області, Українське товариство оцінювачів
43. **Поснова Тетяна Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії Університету державної фіскальної служби України
44. **Пристемський Олександр Станіславович** – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри обліку і оподаткування Херсонського державного аграрного університету
45. **Прокопенко Наталія Іванівна** – старший викладач кафедри геодезії та землеустрою Сумського національного аграрного університету
46. **Прокопчук Оксана Андріївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та європейської інтеграції Житомирського національного агроекологічного університету
47. **Пухальська Гульнара Вікторівна** – кандидат технічних наук, доцент кафедри технології машинобудування Національного університету «Запорізька політехніка»
48. **Рижов Олексій Олегович** – студент Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
49. **Робул Юрій Володимирович** – кандидат фізико-математичних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
50. **Роїк Оксана Романівна** – кандидат економічних наук, асистент кафедри туризму Інституту сталого розвитку імені В. Чорновола Національного університету «Львівська політехніка»
51. **Рудь Марія Петрівна** – аспірантка Сумського державного університету
52. **Сакун Аліна Жоржовна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і оподаткування Херсонського державного аграрного університету
53. **Скибінська Зоряна Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку та аналізу Національного університету «Львівська політехніка»
54. **Склярчук Тетяна Василівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту персоналу та адміністрування Національного університету «Львівська політехніка»
55. **Скороход Ірина Петрівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
56. **Солодухін Станіслав Володимирович** – кандидат економічних наук, доцент, декан факультету економіки та менеджменту Запорізького національного університету
57. **Стельмах Христина Петрівна** – кандидат економічних наук, науковий співробітник сектору проблем транскордонного співробітництва ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього Національної академії наук України»
58. **Терещук Оксана Степанівна** – кандидат географічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

59. **Трипольська Галина Сергіївна** – кандидат економічних наук, старший дослідник ДУ «Інститут економіки та прогнозування Національної академії наук України»
60. **Хорошун Вікторія Василівна** – кандидат економічних наук, доцент, Запорізький національний університет
61. **Циганова Надія Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри банківської справи Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
62. **Шедяков Володимир Євгенович** – кандидат економічних наук, доктор соціологічних наук, незалежний дослідник (м. Київ)
63. **Шпакова Ганна Валентинівна** – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри будівельних технологій Київського національного університету будівництва і архітектури
64. **Шпильова Віра Олексіївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, фінансів, обліку і аудиту ЧФ ПВНЗ «Європейський університет»
65. **Шушкова Юлія Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансового менеджменту Львівського національного університету імені Івана Франка
66. **Язвінська Надія Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ДЛЯ НОТАТОК

Наукове видання

ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: Економіка

Відповідальний за випуск
Горняк Ольга Василівна

Українською, російською та англійською мовами

Передрук (перевидання) матеріалів видання
дозволяється тільки з дозволу автора і редакції.

Адреса редколегії:
65082, м. Одеса, вул. Дворянська, 2
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Електронна сторінка видання: www.visnyk-onu.od.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура UkrainianSchoolBook
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 28,37.
Підписано до друку 28.02.2020 р. Замов. № 0220/100. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а
Телефони: +38 (0552) 39 95 80, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.