

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 45



Одеса
2019

Головний редактор:

Шапошников К.С. – доктор економічних наук, професор

Члени редакційної колегії:

Іртищева І.О. – доктор економічних наук, професор

Гавкалова Н.Л. – доктор економічних наук, професор

Коваль В.В. – доктор економічних наук, доцент

Стеблянюк І.О. – доктор економічних наук, доцент

Ситнік І.В. – доктор економічних наук, професор

Дзієканські Павел – доктор економічних наук, професор

Піллелієне Ліна – доктор економіки, професор маркетингу

Сафонов Ю.М. – доктор економічних наук, професор

Пономаренко Т.В. – доктор економічних наук, доцент

Велькі Януш – доктор економічних наук, професор

Гальцова О.Л. – доктор економічних наук, професор

Електронна сторінка видання – www.bses.in.ua

Міжнародний цифровий ідентифікатор журналу:

<https://doi.org/10.32843/bses>

Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»

включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук на підставі Наказу МОН України від 16 травня 2016 року № 515.

Науковий журнал індексується у наукометричній базі **Index Copernicus**.

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту
економіки та інновацій (протокол № 9 від 30.09.2019 року).**

Науковий журнал «Причорноморські економічні студії» зареєстровано
Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 21934-11834Р від 23.03.2016 року)

ISSN (Print): 2524-0897

ISSN (Online): 2524-0900

© ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2019

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**Завгородній А.В.**СПЕЦИФІКА ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ ПІДПРИЄМСТВ
АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ.....7**Школа В.Ю., Омеляненко В.А., Касьяненко Т.В.**СТРАТЕГІЧНИЙ ВИМІР ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ.....12**РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ****Бурляй А.П., Бурляй О.Л., Світовий О.М.**

ОЦІНКА ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНИХ ЯГІД В УКРАЇНІ.....16

Дергалюк Б.В.ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСУВАННЯ
СТРУКТУРИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....23**Колокольчикова І.В.**

ПРИНЦИПИ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІВДНЯ УКРАЇНИ.....27

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**Аранчій В.І., Зоря О.П., Голбан Т.Т.**СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА НА ГАЛУЗЕВОМУ ТА ГОСПОДАРСЬКОМУ РІВНЯХ.....33**Вареник І.В., Руденко Т.В.**

ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....39

Власенко Т.А.ОЦІНКА ВПЛИВУ ЧИННИКІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПІДПРИЄМСТВА
ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ.....43**Гайдаєнко О.М., Шевчук Н.С.**

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ.....51

Дем'яненко Н.В., Галич О.А., Тараненко В.С.ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ
В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....56**Денисенко М.П., Шацька З.Я., Захарченко О.О.**ЗАХОДИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ
ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АГЕНТСТВО «PAN UKRAINE»»).....61**Куліш Г.П., Галай Т.О.**ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ТА СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЧИННИКІВ
ВАРТОСТІ КОМПАНІЙ НА РИНКАХ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ.....67**Нагорний Є.І.**

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ ПРИЧИН КОМЕРЦІЙНИХ НЕВДАЧ ТОВАРНИХ ІННОВАЦІЙ.....72

Федоренко І.А., Верещак В.О., Яцишина А.О.КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ
ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....77**Шира Т.Б.**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ БЕЗПЕКИ ШЛЯХОМ
РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА.....83**РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА****Музиченко-Козловська О.В.**ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ АРТЕФАКТІВ У ПРОЦЕСІ
ФОРМУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ МІСТА ОДЕСИ.....87**Панасюк В.М.**МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ УДОСКОНАЛЕННЯ
І МОДЕРНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ.....95

Хомюк Н.Л. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	101
РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Голодовська О.Я., Кохалевич К.Р. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ РІЧКИ ПАТА.....	105
Габар М.В., Сіденко Н.О. РЕВАЙЛДІНГ: ІДЕОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ ТУРИСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ.....	109
Pidkhomnyi Oleg, Revak Iryna MANAGEMENT OF COUNTERACTING THE INVASIVE CROPS' SPREAD IN THE UKRAINIAN ECONOMY AGRARIAN SECTOR SECURITY SYSTEM.....	114
Фещур І.В. ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ТА КОНЦЕПЦІЯ ЕКОЛОГІЧНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	119
РОЗДІЛ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Захарчин Г.М. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА КУЛЬТУРА ТА ДУХОВНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК СУЧАСНІ ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ.....	125
Лозинська Т.М., Дем'яненко Н.В., Чупилко В.О. СТАН ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛЮ ЩОДО ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ.....	130
РОЗДІЛ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Благул І.І. НЕОБАНКИ ЯК НОВА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА.....	134
Денис О.Б., Делас В.А. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ BLOCKCHAIN НА ФІНАНСОВИХ РИНКАХ.....	140
Дубина М.В., Жаворонок А.В., Савчук Д.Г. СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ПІРИНГОВОГО (P2P) КРЕДИТУВАННЯ.....	145
Житар М.О. МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО МОДЕЛЮВАННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПОБУДОВИ ФІНАНСОВОЇ АРХІТЕКТУРИ ЕКОНОМІКИ.....	152
Плескун І.В. ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ РИЗИК-КОНТРОЛЮ КЛІЄНТІВ БАНКІВ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ.....	157
Харченко Т.О., Шестакова Ю.В. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	164
РОЗДІЛ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Смірнова І.В., Смірнова Н.В. ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЩОДО ОПЕРАТИВНОГО ОБЛІКУ НЕЗАВЕРШЕНОГО ВИРОБНИЦТВА.....	169
Хорунжак Н.М., Лукановська І.Р. ОБЛІК В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	175
РОЗДІЛ 9. СТАТИСТИКА	
Рахман М.С., Книш А.С. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ.....	180
Мельник І.М., Полотай Б.Я. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	185

CONTENTS

SECTION 1. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Zavhorodnii Andrii

FEATURES OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF THE BLACK SEA REGION.....7

Shkola Viktoriia, Omelyanenko Vitaliy, Kasyanenko Tetyana

STRATEGIC MEASUREMENT OF GLOBALIZATION INFLUENCE
ON THE NATIONAL INNOVATION SYSTEM DEVELOPMENT.....12

SECTION 2. ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Burliai Alina, Burliai Oleksandr, Svitovyi Oleksandr

ASSESSMENT OF ORGANIC BERRIES PRODUCTION IN UKRAINE.....16

Dergaliuk Bogdan

INSTITUTIONAL SUPPORT FOR BALANCING OF UKRAINE'S ECONOMY STRUCTURE.....23

Kolokolchykova Iryna

PRINCIPLES OF FRUIT AND BERRY MARKET SEGMENTATION IN THE SOUTH OF UKRAINE.....27

SECTION 3. ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Aranchiy Valentyna, Zoria Oleksii, Golban Tymofii

STRATEGIC AREAS OF INVESTMENT-INNOVATION DEVELOPMENT
OF AGRICULTURAL PRODUCTION AT THE INDUSTRY AND ECONOMIC LEVEL.....33

Varenik Irina, Rudenko Tatiana

FINANCIAL INNOVATION TO SUPPORT ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE.....39

Vlasenko Tetiana

THE FACTORS IMPACT ASSESSMENT OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT
ON THE AGRICULTURAL MACHINE-BUILDING INDUSTRY ENTERPRISES.....43

Gaidaienko Olga, Shevchuk Nina

METHODOLOGICAL ASPECTS OF IMPROVEMENT ENTERPRISE BUSINESS PROCESSES.....51

Galych Oleksandr, Demyanenko Natalia, Taranenko Vladislav

MAIN COMPONENTS OF THE LABOR MOTIVATION
ORGANIZATION IN AGRICULTURAL ENTERPRISE.....56

Denisenko Mykola, Shatska Zorina, Zaharchenko Olena

MEASURES OF ACTIVATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT
OF DOMESTIC TRAVEL AGENCY (ON THE CASE OF PAN UKRAINE AGENCY).....61

Kulish Anna, Halai Tetiana

FEATURES OF VALUATION AND SYSTEMATIZATION
OF THE VALUE FACTORS OF COMPANIES IN EMERGING MARKETS.....67

Nagornyi Yeugene

RESEARCH AND ANALYSIS OF COMMERCIAL
FAILURE CAUSES OF PRODUCT INNOVATIONS.....72

Fedorenko Irina, Vereshchak Vita, Yatsyshena Anastasia

COMPREHENSIVE APPROACH TO DETERMINING THE ESSENCE
OF THE FINANCIAL STABILITY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE.....77

Shyra Taras

PROVISION OF CORPORATE SECURITY
BY DEVELOPING CORPORATE CULTURE OF ENTERPRISE.....83

SECTION 4. PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY

Muzychenko-Kozlovska Oksana

USE OF TOURIST ARTIFACTS IN THE FORMATION
AND PROMOTION OF THE BRAND OF THE CITY OF ODESSA.....87

Panasyuk Valentyna

MECHANISMS AND TOOLS FOR IMPROVEMENT
AND MODERNIZATION OF SOCIAL INFRASTRUCTURE OF THE REGION.....95

Khomiuk Nataliia

SCIENTIFIC APPROACHES TO THE STUDY OF RURAL DEVELOPMENT.....101

SECTION 5. ECONOMY OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND ENVIRONMENTAL DEFENCE

Holodovska Olena, Kokhalevych Kateryna

THEORETICAL ASPECTS OF
ECOLOGICAL-ECONOMIC DIAGNOSTICS OF THE RATA RIVER.....105

Hrabar Maryna, Sidenko Nikol

REVILDING: IDEOLOGICAL BACKGROUND AND PROSPECTS
OF DEVELOPMENT THROUGH TOURIST ACTIVITIES.....109

Pidkhomnyi Oleg, Revak Iryna

MANAGEMENT OF COUNTERACTING THE INVASIVE CROPS' SPREAD
IN THE UKRAINIAN ECONOMY AGRARIAN SECTOR SECURITY SYSTEM.....114

Feshchur Iryna

GREEN MARKETING AND THE CONCEPT
OF ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN UKRAINE.....119

SECTION 6. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS, SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS

Zakharchyn Galina

INTELLECTUAL CULTURE AND SPIRITUAL INTELLECT
AS MODERN FACTORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT.....125

Lozinska Tamara, Demyanenko Nataliya, Chupilko Volodimir

STATE OF THE GOVERNMENT CONTROL
OF QUALITY AND SAFETY OF FOOD PRODUCTS.....130

SECTION 7. MONEY, FINANCES AND CREDIT

Blahun Ivan

THE NEOBANK AS A NEW BUSINESS MODEL OF A FINANCIAL INTERMEDIATION.....134

Denys Oksana, Delas Vitalina

THE PROSPECTS OF USE OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY ON FINANCIAL MARKETS.....140

Dubyna Maksym, Zhavoronok Artur, Savchuk Dmytro

WORLDWIDE PEER-TO-PEER (P2P) LENDING EXPERIENCE.....145

Zhytar Maksym

METHODICAL APPROACH TO THE MODELING OF PROPERTY
OF CONSTRUCTION OF FINANCIAL ARCHITECTURE OF ECONOMY.....152

Pleskun Inna

THEORETICAL APPROACH TO DEFINING THE ESSENCE OF THE CONCEPT
OF RISK-CONTROL OF THE BANKS CLIENTS IN THE SYSTEM OF FINANCIAL MONITORING.....157

Kharchenko Tetiana, Shestakova Yulia

JUSTIFICATION OF MAKING MANAGEMENT'S DECISIONS
IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF FINANCE.....164

SECTION 8. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Smirnova Iryna, Smirnova Nadiya

APPROACHES TO THE FORMATION OF ACCOUNTING POLICY
OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN THE PART
OF OPERATIONAL ACCOUNTING OF THE WORK IN PROGRESS.....169

Khorunzhak Nadiya, Lukanovska Iryna

ACCOUNTING IN THE DIGITAL ECONOMY: PROBLEMS AND PROSPECTS.....175

SECTION 9. STATISTICS

Rakhman Mahbubur, Knysh Anna

ANALYSIS OF THE TENDENCY OF THE DEVELOPMENT OF EXPORT
AND IMPORT OPERATIONS OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF UKRAINE.....180

Melnyk Iryna, Polotaj Bohdana

FEATURES OF FORMING THE QUALITY OF HOTEL SERVICES IN UKRAINE.....185

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

СПЕЦИФІКА ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬНОЇ СФЕРИ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ FEATURES OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF THE BLACK SEA REGION

УДК 339.9.01

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-1>**Завгородній А.В.**

к.ф.-м.н.,
завідувач кафедри економіки
та інформаційних технологій
Миколаївський міжрегіональний
інститут розвитку людини
Вищого навчального закладу
«Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна»

Zavhorodnii Andrii

Mykolayiv Interregional Institute
for the Development of Human Rights
of the Higher Educational Institution
“Open International University
of Human Development “Ukraine”

Зовнішньоекономічна активність регіонів сьогодні виступає певним фактором, що сприяє покращенню добробуту населення, підвищенню якості його життя, а також соціально-економічному розвитку території та підвищенню її конкурентоспроможності. Мета статті полягає в аналізі напрямів зовнішньоекономічної діяльності Причорноморського регіону, їх сучасного стану та перспектив розвитку. Досліджено динаміку географічної структури експорту підприємств Миколаївської, Херсонської та Одеської областей у 2009-2018 рр. Здійснено аналіз географічної структури імпорту підприємств Миколаївської, Херсонської та Одеської областей у 2009-2018 рр. Доведено, що стан зовнішньоторговельної діяльності Причорноморського економічного району не є досконалим та вимагає визначення його подальших напрямів розвитку. Визначено, що в основу організації зовнішньоекономічної діяльності цього регіону в умовах глобалізації покладено пошук балансу ефективного здійснення експортних та імпорتنних операцій. Постає питання нарощування зовнішньоекономічних зв'язків, збільшення обсягів зовнішньої торгівлі.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність регіону, експорт, імпорт, динаміка, регіональні зовнішньоекономічні відносини, зовнішньоекономічні зв'язки регіону, географічна структура, Причорноморський регіон.

Внешнеэкономическая активность регионов сегодня выступает определенным

фактором, способствующим улучшению благосостояния населения, повышению качества его жизни, а также социально-экономическому развитию территории и повышению ее конкурентоспособности. Цель статьи заключается в анализе направлений внешнеэкономической деятельности Причерноморского региона, их современного состояния и перспектив развития. Исследована динамика географической структуры экспорта предприятий Николаевской, Херсонской и Одесской областей в 2009-2018 гг. Осуществлен анализ географической структуры импорта предприятий Николаевской, Херсонской и Одесской областей в 2009-2018 гг. Доказано, что состояние внешнеторговой деятельности Причерноморского экономического района не является совершенным и требует определения его дальнейших направлений развития. Определено, что основу организации внешнеэкономической деятельности этого региона в условиях глобализации положен поиск баланса эффективного осуществления экспортных и импортных операций. Возникает вопрос наращивания внешнеэкономических связей, увеличения объемов внешней торговли.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность региона, экспорт, импорт, динамика, региональные внешнеэкономические отношения, внешнеэкономические связи региона, географическая структура, Причерноморский регион.

The foreign economic activity of the regions to date is a factor contributing to improving the well-being of the population, improving its quality of life, as well as the socio-economic development of the territory and increasing its competitiveness. At the present stage of economic development, the agro-industrial sector of Ukraine is one of the most important links in the economic systems of most countries with a market economy. The purpose of the article is to analyze the foreign trade in goods of Mykolaiv, Odessa and Kherson regions, its current state and development prospects. The dynamics of the geographical structure of export of enterprises of Mykolaiv, Kherson and Odessa regions in 2009-2018 was analyzed. The geographical structure of imports of enterprises of Mykolaiv, Kherson and Odessa regions in 2009-2018 was analyzed. The agricultural enterprises of the district are actively attracting foreign investments. The leader on attraction of foreign investments at this time is the Mykolaiv area, on its territory capacities of the known agrarian joint ventures and the enterprises with foreign investments are located. Agrarian and processing enterprises of Odessa region are not far behind, as well as specialization in export of oil products. It needs to intensify the attraction of foreign investments to the agricultural enterprises of Kherson region, which have good export potential. In addition, we can summarize that over the last 3 years, the regions of the Black Sea Economic Region have significantly increased the geographical diversification of the agricultural sector's foreign economic activity, while, along with the expansion of the traditional European direction and the narrowing of Russia, exports of goods and services to China, Egypt and Egypt increased, to other destinations. It is proved that the state of foreign trade activity of the Black Sea economic region is not perfect and requires determination of its further directions of development. It is determined that the basis for the organization of foreign economic activity of this region in the conditions of globalization is to find the balance of effective implementation of export and import operations. The question is increasing foreign economic relations, increasing foreign trade.

Key words: foreign economic activity of the region, export, import, dynamics, regional foreign economic relations, foreign economic relations of the region, geographical structure, Black Sea region.

Постановка проблеми. На сучасному етапі економічного розвитку агропромисловий сектор України є однією з найважливіших ланок економічних систем більшості країн світу з ринковою економікою. Він розвивається в умовах високої енер-

гетичної забезпеченості, застосування широкого спектру агротехнічних прийомів, екологізації на основі використання сучасних енерго- та природозберігаючих технологій, методів і способів меліорації та хімізації.

Агропродовольча сфера України з її базовою складовою, сільським господарством є системоутворюючою в національній та регіональній економіках, формує продовольчу, а у визначених межах – економічну, екологічну та енергетичну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей та створює соціально-економічні основи розвитку сільських територій. Саме агропродовольча сфера є однією з найважливіших основ для розвитку України як незалежної держави. Потреби населення у всіх основних продуктах харчування повинні забезпечуватися за рахунок функціонування й розвитку досить потужної в ресурсному та виробничому відношенні національної агропродовольчої сфери. Навіть у періоди індустріалізації та за сучасних тенденцій розвитку нанотехнологій, автоматизованого промислового виробництва в економіці Україна продовжує себе позиціонувати як аграрна держава з пріоритетним розвитком агропродовольчої сфери, оскільки має найбагатші у світі чорноземи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналізу зовнішньоекономічної діяльності та експортного потенціалу регіонів присвятили свої праці такі вчені, як Г. Дроздова, Ю. Козак, Н. Притула, О. Єрмакова, М. Рубіш, М. Суржиков, Г. Козлова, Е. Прушківська, Ю. Шишова, В. Лисюк, І. Циналевська, В. Третяк, С. Тимофєєнко, Т. Мельник, О. Пирог, А. Зацепило, Н. Павленчик, О. Процевят, Р. Скриньковський, Л. Гарасим. Водночас варто дослідити динаміку обсягів експортно-імпортних операцій областей Причорноморського регіону, їх географічну та товарну структуру, відносні показники зовнішньоторговельної діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є визначення специфіки експорту та імпорту підприємств агропродовольчої сфери Причорноморського регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Основна тенденція зовнішньоекономічних зв'язків економіки Причорноморського району (зокрема, підприємств АПК) полягає в тому, що вона фактично позбулася колись значної залежності від нестабільного російського ринку збуту. Наприклад, експорт до Росії з Херсонщини за останні два роки зменшився майже вп'ятеро, а її частка впала до менше 10%, що значно нижче навіть від середньоукраїнського показника й зіставно з поставками з Херсонщини до Нідерландів. Натомість істотно зріс експорт до ЄС, на який зараз припадає до 30% усіх поставок, а також Туреччини (з \$21,96 млн. до \$48,32 млн. за останні два роки).

Причорноморський район є одним зі світових лідерів із постачання сільськогосподарської продукції. Головним напрямком агроекспорту є Європейський Союз. Друге місце посідає Південно-Східна Азія, а третє – Близький Схід. Країни СНД, зокрема Російська Федерація, перестали бути важливим напрямком для експорту. Поставки на Близький Схід і Північну Африку відносно ста-

більні, експорт в Південно-Східну Азію за останні роки збільшився у 8 разів, в ЄС – в 13 разів.

Проаналізуємо виробництво молочної продукції. Досить потужними імпортерами молока й молочної продукції (сухе та згущене молоко) є Саудівська Аравія, Індонезія, Малайзія, В'єтнам, Об'єднані Арабські Емірати, Японія та Південна Корея, Китай, Алжир, Єгипет і Нігерія. Українські виробники, які відповідають стандартам екологічного виробництва, знаходять високомаржинальні ринки збуту у країнах ЄС.

Одним із традиційних та основних ринків експорту хліба та хлібобулочних виробів був ринок Російської Федерації та країн СНД. Однак внаслідок політичної ситуації експорт продукції хлібопекарської галузі скоротився майже вдвічі порівняно з 2014 р. Крім хлібної продукції, Україна постачає велику кількість борошна світовому ринку. Впродовж останніх років підприємства району поступово нарощують експортний потенціал у цьому напрямі, борошно постачається у США, Великобританію, Китай та інші країни.

Підприємства АПК області здійснювали зовнішньоторговельні операції з партнерами зі 157 країн світу. Серед країн-партнерів найбільшу кількість експортно-імпортних операцій мали такі країни, як Туреччина (9%), Індія (5%), Іспанія (4%), Єгипет (4%), Китай (12%), Італія (4%), Іран (2%), Малайзія (1%), Італія (4%), Російська Федерація (4%), Саудівська Аравія (2%), Індонезія (6%).

Розглянемо географічну структуру експорту-імпорту окремих областей Причорноморського району. Візьмемо офіційні статистичні дані.

Як можна побачити, експорт до країн СНД знизився з 34,53% у 2009 р. до 27,91% в 2018 р. Експорт до країн Європи збільшився із 19,23% до 22,48%. Найбільшим є експорт продукції до країн Азії, адже він збільшився до 38,89% у 2018 р. Дещо знизився експорт до країн Африки, а саме з 13,72% до 10,53%. Експорт до країн Америки залишався низьким, дорівнюючи 0,18% (табл. 1).

В структурі імпорту підприємств Миколаївської області домінують країни ЄС, частка яких зросла з 29,38% до 34,32% за цей період. Частка країн Америки дещо збільшилась, а саме з 17,05% до 18,47%, посівши друге місце. Частка країн СНД значно зменшилась, а саме з 30,69% до 17,42%, посівши третє місце. Частка країн Африки зросла з 11,90% до 16,42%, Азії – з 9,79% до 13,19% (табл. 2).

На Миколаївщині частка в експорті до РФ, на перший погляд, усе ще досить висока (26,8%), а до ЄС майже вдвічі поступається їй (14,6%). Втім, фактично весь експорт до РФ формується за рахунок глинозему Миколаївського глиноземного заводу, який є частиною виробничих ланцюжків російського РУСАЛу й забезпечує переробку африканської та латиноамериканської руди для його алюмінієвих підприємств.

Таблиця 1

Динаміка географічної структури експорту підприємств Миколаївської області у 2009-2018 рр., %

Рік	Усього	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Країни ЄС (28)	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океанія
2009	100,00	34,53	65,47	19,23	12,14	32,32	13,72	0,20	0,00
2010	100,00	30,82	69,18	11,85	11,55	37,07	19,86	0,39	0,01
2011	100,00	48,14	51,86	11,29	11,22	22,19	16,81	1,57	0,01
2012	100,00	34,48	65,52	10,01	9,85	32,84	22,42	0,24	0,00
2013	100,00	37,54	62,46	15,20	10,74	32,36	14,01	0,86	0,02
2014	100,00	35,40	64,60	10,86	10,99	34,94	17,80	0,99	0,01
2015	100,00	28,68	71,32	15,16	15,23	41,57	13,55	1,03	0,01
2016	100,00	25,25	74,75	18,55	18,49	39,59	16,35	0,25	0,01
2017	100,00	27,12	72,88	14,02	14,17	41,54	16,95	0,36	0,01
2018	100,00	27,91	72,09	22,48	22,20	38,89	10,53	0,18	0,00

Таблиця 2

Динаміка географічної структури імпорту підприємств Миколаївської області у 2009-2018 рр., %

Рік	Усього	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Країни ЄС (28)	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океанія
2009	100,00	30,69	69,31	29,93	29,38	9,79	11,90	17,05	0,63
2010	100,00	41,25	58,75	17,54	17,11	10,17	12,19	18,70	0,14
2011	100,00	32,95	67,05	30,24	34,26	13,10	10,58	11,80	1,33
2012	100,00	30,03	69,97	23,84	25,51	17,24	13,03	14,50	1,36
2013	100,00	29,49	70,51	20,41	19,41	18,14	14,24	17,57	0,15
2014	100,00	29,68	70,32	22,26	21,48	14,11	17,60	16,33	0,02
2015	100,00	23,14	76,86	25,04	24,01	10,61	20,34	20,85	0,02
2016	100,00	21,97	78,03	30,17	29,92	13,52	15,44	18,69	0,20
2017	100,00	19,34	80,66	31,00	30,65	14,83	14,57	19,18	1,09
2018	100,00	17,42	82,58	34,49	34,32	13,19	16,42	18,47	0,01

Основу товарної структури експорту області у 2018 році складали продукти рослинного походження (48,0%), жири та олії тваринного або рослинного походження (21,0%), продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості (11,9%). Машина, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання складали 17,2% від обсягу вартості імпорту, мінеральні продукти – 13,1%, продукти рослинного походження – 10,4%, недорогоцінні метали та вироби з них – 9,5%, жири та олії тваринного або рослинного походження – 9,2%. Експорт товарів до країн Європейського Союзу становив 384,2 млн. дол., або 25,3% від загального обсягу експорту, та зменшився порівняно з 2015 р. на 14,5%. Імпорт товарів із країн Європейського Союзу становив 348,0 млн. дол., або 28,0% від загального обсягу, та збільшився проти 2015 р. на 20,3%.

Найбільші обсяги експорту послуг припадали на Швейцарію (9,5%), Віргінські Острови (Британія) (9,3%), Велику Британію (6,3%), Панаму (6,2%), Об'єднані Арабські Емірати (5,8%) й Туреччину (5,3%).

Щодо Херсонської області, то тут дані є такими.

В експорті продукції підприємств Херсонської області між собою суперничають країни ЄС (їх частка у 2018 р. досягла 36,05%) та країн Азії (їх частка склала 34,46%). Частка країн СНД за останні 10 років істотно скоротилась, а саме з 21,95% до 18,01%. Частка країн Африки зросла

з 4,13% до 5,48%, частка країн Америки зменшилась із 4,87% до 5,89% (табл. 3).

Структура імпорту підприємств Херсонської області дещо інша. Основна частка імпорту надходить із країн Азії, адже вона за десятиліття зросла з 40,95% до 45,72%. Частка імпорту з країн ЄС зросла з 38,78% до 42,37%. Частка імпорту з країн СНД суттєво зменшилась, а саме з 14,02% до 6,73%. Частка експорту з країн Америки збільшилась із 4,89% до 5,72% (табл. 4).

Розглянемо дані Одеської області.

Частка експорту до країн Азії є найбільшою, адже за десять років вона зросла з 28,7% до 40,06%, проте піку вона досягла у 2016 р., склавши 51,68%. Частка експорту до країн ЄС виросла за цей період з 12,19% до 27,66%, до країн Африки – з 5,27% до 13,90%. Частка експорту до країни СНД зменшилась із 22,38% до 14,39%, до країн Америки – з 5,77% до 2,87% (табл. 5).

Основний імпорт до області надходить із країн Азії, а саме частка імпорту з цього регіону виросла із 45,33% до 52,49%. Крім того, зросла частка імпорту з країн ЄС, а саме з 14,72% до 24,30%. Частка імпорту з країн СНД знизилась із 30,62% до 14,78%. Частка імпорту з країн Америки зросла лише з 6,52% до 6,72% (табл. 6).

Висновки з проведеного дослідження. Стан зовнішньоторговельної діяльності Причорноморського економічного району не є досконалим та

Таблиця 3

Динаміка географічної структури експорту підприємств Херсонської області у 2009-2018 рр., %

Рік	Усього	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Країни ЄС (28)	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океанія
2009	100,00	21,95	78,05	35,67	27,58	33,39	4,13	4,87	0,00
2010	100,00	38,42	61,58	28,30	19,22	27,27	2,53	3,30	0,09
2011	100,00	43,10	56,87	25,83	26,47	26,92	1,92	1,74	0,06
2012	100,00	45,72	54,28	29,07	29,07	19,54	4,02	0,97	0,27
2013	100,00	47,74	52,24	26,77	26,96	18,75	3,36	3,06	0,30
2014	100,00	28,86	71,14	36,89	36,72	30,03	2,81	1,39	0,00
2015	100,00	25,88	74,16	31,25	31,63	34,61	3,73	4,53	0,00
2016	100,00	23,44	76,56	29,72	29,97	33,86	8,07	3,65	0,41
2017	100,00	19,12	80,88	31,36	31,26	34,23	7,37	7,88	0,03
2018	100,00	18,01	81,99	36,61	36,05	34,46	5,48	3,89	1,56

Таблиця 4

Динаміка географічної структури імпорту підприємств Херсонської області у 2009-2018 рр., %

Рік	Усього	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Країни ЄС (28)	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океанія
2009	100,00	14,02	85,98	39,82	38,78	40,95	0,16	4,89	0,08
2010	100,00	14,58	85,42	30,27	29,65	50,19	0,31	4,59	0,06
2011	100,00	13,12	86,92	40,08	40,08	38,36	0,84	7,63	0,04
2012	100,00	11,52	88,53	37,61	37,85	43,03	1,98	5,91	0,00
2013	100,00	10,63	89,40	42,97	43,85	39,66	0,04	6,37	0,36
2014	100,00	9,82	90,18	31,29	34,84	50,13	0,05	8,11	0,54
2015	100,00	11,87	88,13	39,12	40,03	38,41	0,42	9,34	0,84
2016	100,00	9,71	90,29	40,74	40,08	37,82	1,91	9,71	0,12
2017	100,00	5,29	94,71	49,80	50,35	33,99	1,28	9,58	0,00
2018	100,00	6,73	93,27	41,61	42,37	45,72	0,21	5,72	0,00

Таблиця 5

Динаміка географічної структури експорту підприємств Одеської області у 2009-2018 рр., %

Рік	Усього	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Країни ЄС (28)	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океанія
2009	100,00	22,38	77,62	37,86	12,19	28,70	5,27	5,77	0,02
2010	100,00	23,39	76,61	37,34	12,88	21,97	6,26	11,03	0,02
2011	100,00	21,93	78,07	20,80	20,36	32,13	9,85	15,16	0,13
2012	100,00	22,17	77,83	17,66	17,58	35,53	8,11	16,34	0,19
2013	100,00	18,88	81,12	20,87	20,55	32,82	11,69	15,51	0,23
2014	100,00	10,99	89,01	25,43	25,68	40,49	10,92	12,06	0,12
2015	100,00	9,31	90,69	26,45	26,02	46,42	11,91	5,86	0,04
2016	100,00	7,91	92,09	25,46	25,33	51,58	12,84	2,09	0,12
2017	100,00	14,90	85,11	25,20	25,68	45,48	8,76	2,72	0,00
2018	100,00	14,39	85,61	27,72	27,66	40,06	13,90	2,87	0,00

Таблиця 6

Динаміка географічної структури імпорту підприємств Одеської області у 2009-2018 рр., %

Рік	Усього	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Країни ЄС (28)	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океанія
2009	100,00	30,62	69,38	15,71	14,72	45,33	1,70	6,52	0,12
2010	100,00	25,74	74,26	13,79	13,07	54,20	1,60	4,59	0,09
2011	100,00	28,61	71,39	19,05	19,23	47,48	1,29	3,51	0,06
2012	100,00	15,80	84,20	18,85	18,38	59,03	1,46	4,75	0,11
2013	100,00	26,50	73,50	18,98	18,11	46,22	1,67	6,45	0,17
2014	100,00	17,13	82,87	30,04	29,72	45,55	1,33	5,80	0,15
2015	100,00	12,61	87,39	30,10	29,45	46,96	1,60	8,60	0,12
2016	100,00	13,86	86,14	28,88	28,12	47,02	0,66	9,40	0,18
2017	100,00	14,65	85,35	28,76	28,23	48,03	0,96	7,37	0,00
2018	100,00	14,78	85,22	24,75	24,30	52,49	1,12	6,72	0,00

вимагає визначення його подальших напрямів розвитку. В основу організації зовнішньоекономічної діяльності цього регіону в умовах глобалізації покладено пошук балансу ефективного здійснення експортних та імпорتنих операцій. Постає питання нарощування зовнішньоекономічних зв'язків, збільшення обсягів зовнішньої торгівлі.

За результатами проведеного дослідження можна зробити низку висновків:

- загалом показники зовнішньоторговельної діяльності підприємств АПК Причорноморського району істотно виросли у 2009-2018 рр.;

- останніми роками (2014-2018 рр.) істотно впали обсяги імпорту;

- найбільш результативними щодо зовнішньоторговельного сальдо є підприємства АПК Миколаївської області;

- показники зовнішньоторговельної діяльності підприємств АПК Херсонської області перебувають на стабільно низькому рівні, незважаючи на істотний потенціал регіону;

- показники зовнішньоторговельної діяльності підприємств АПК Одеської області були значними, проте у 2009-2014 рр. експорт значно переважав над імпортом, результатом чого було від'ємне зовнішньоторговельне сальдо;

- згідно з товарною структурою експорту за окремими областями (особливо за Миколаївською областю) та загалом товарною спеціалізацією підприємств АПК відбувається експорт продуктів рослинного походження;

- друге місце в Миколаївській області посідають операції щодо готових харчових продуктів, в Одеській області – щодо жирів та олій.

Підприємства АПК району активно залучають іноземні інвестиції. Лідером із залучення іноземних інвестицій нині є Миколаївська область, адже саме на її території розташовані потужності відомих аграрних спільних підприємств та підприємств з іноземними інвестиціями. Не відстають аграрні та переробні підприємства Одеської області, адже тут позначилася спеціалізація на експорті олійної продукції. Потребує активізації залучення іноземних інвестицій до підприємств АПК Херсонської області, які мають непоганий експортний потенціал.

Крім того, ми можемо підсумувати, що регіони Причорноморського економічного району за останні 3 роки значно збільшили географічну диверсифікацію зовнішньоекономічної діяльності підприємств АПК, при цьому разом із розширенням традиційного європейського напрямку та звуженням російського відбулося нарощування експорту товарів та послуг до Китаю, Єгипту, Саудівської Аравії тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гончаренко І. Сучасний стан та перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності Миколаїв-

ської області. URL: http://mdu.edu.ua/spaw2/uploads/files/16_10.pdf (дата звернення: 25.09.2019).

2. Державна служба статистики України : статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.09.2019).

3. Єлісеєнко О., Скобєлева Г. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. № 4. С. 9-12.

4. Кіщак І. Статистична характеристика товарної структури експортно-імпорتنих потоків Миколаївської області. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20163\(119\)/sep20163\(119\)_140_DyominaVM,KishchakIT,OgiyenkoAV.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20163(119)/sep20163(119)_140_DyominaVM,KishchakIT,OgiyenkoAV.pdf) (дата звернення: 27.09.2019).

5. Сторожилова У. Розвиток Причорноморського економічного району в контексті публічного управління та євроінтеграції. URL: http://bses.in.ua/journals/2017/21_2017/27.pdf (дата звернення: 27.09.2019).

6. Скупський Р., Зубков Р. Моніторинг регіональних проблем розвитку інвестиційно-інноваційних процесів. *Вісник ХНАУ*. 2017. Вип. 4. С. 461-472.

7. Завгородній А. Тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності Причорноморського регіону. *Вісник ХНАУ*. 2018. Вип. 4. С. 234-244.

REFERENCES:

1. Goncharenko I. Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku zovnishnjoeconomichnoji diialnosti Mykolajivskoj oblasti [The current state and prospects of development of foreign economic activity of the Nikolaev area] Available at: http://mdu.edu.ua/spaw2/uploads/files/16_10.pdf (accessed 25 September 2019).

2. Derzhavna sluzhby statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 25 September 2019).

3. Yeliseyenko O., Skobelev G. (2014) Suchasnyj stan, problemy ta perspektyvy rozvytku zovnishnjoj torghivli Ukrainy [The current state, problems and prospects of development of foreign trade of Ukraine]. *Bulletin of Berdyansk University of Management and Business*, no. 4, pp. 9-12.

4. Kischak I. Statystychna kharakterystyka tovarnoj struktury eksportno-impornykh potokiv Mykolajivskoj oblasti [Statistical characteristics of commodity structure of export-import flows of the Mykolaiv region]. Available at: [http://ird.gov.ua/sep/sep20163\(119\)/sep20163\(119\)_140_DyominaVM,KishchakIT,OgiyenkoAV.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20163(119)/sep20163(119)_140_DyominaVM,KishchakIT,OgiyenkoAV.pdf) (accessed 27 September 2019).

5. Storozhilova U. (2017) Rozvytok Prychornomorsjogho ekonomichnogho rajonu v konteksti publichnogho upravlinnja ta jevrointeghraciji [Development of the Black Sea Economic Area in the context of public administration and European integration]. Available at: http://bses.in.ua/journals/2017/21_2017/27.pdf (accessed 27 September 2019).

6. Skupsky R., Zubkov R. (2017) Monitoryng regionalnykh problem rozvytku investyjnno-innovacijnykh procesiv [Monitoring of regional problems of development of investment and innovation processes] *KhNAU Bulletin*, vol. 4, pp. 461-472.

7. Zavorodnii A. (2018) Tendenciji rozvytku zovnishnjoeconomichnoji diialnosti Prychornomorsjogho regionu [Trends in the development of foreign economic activity of the Black Sea region] *KhNAU Bulletin*, vol. 4, pp. 234-244.

СТРАТЕГІЧНИЙ ВИМІР ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ¹STRATEGIC MEASUREMENT OF GLOBALIZATION INFLUENCE
ON THE NATIONAL INNOVATION SYSTEM DEVELOPMENT

УДК 658.821(045)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-2>**Школа В.Ю.**к.е.н., доцент, доцент кафедри
міжнародних економічних відносин
Сумський державний університет**Омельяненко В.А.**к.е.н., доцент, доцент кафедри
бізнес-економіки та адміністрування
Сумський державний педагогічний
університет імені А.С. Макаренка**Касьяненко Т.В.**к.е.н., доцент, доцент кафедри
фінансів і підприємництва
Сумський державний університет**Shkola Viktoriia**

Sumy State University

Omelyanenko VitaliySumy State Pedagogical University
named after A.S. Makarenko**Kasyanenko Tetyana**

Sumy State University

Метою дослідження є розвиток та вдосконалення теоретичних та науково-методичних засад стратегічного управління інноваційним розвитком національної економіки з урахуванням впливу глобалізаційних процесів. Досліджено основні фактори сталого розвитку національної економіки. На основі синтезу теорії зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності з урахуванням концепції сталого розвитку визначено вплив фактора глобалізації на інноваційну систему. Досліджено стратегічні напрями розвитку міжнародного співробітництва в інноваційній сфері. Поглиблено науково-методичний підхід до розроблення стратегії інноваційного розвитку національної економіки з урахуванням міжнародного компонента. Визначено основні ефекти глобалізації інноваційного розвитку. Розроблено економіко-математичну модель оцінки міжнародної стратегії розвитку національної інноваційної системи. Удосконалено методичний підхід до оцінки ефективності національної інноваційної інфраструктури.

Ключові слова: глобалізація, інноваційний розвиток, ефект, інноваційна система, національна економіка, стратегія.

Целью исследования является развитие и усовершенствование теоретических

и научно-методических принципов стратегического управления инновационным развитием национальной экономики с учетом влияния глобализационных процессов. Исследованы основные факторы устойчивого развития национальной экономики. На основе синтеза теории внешнеэкономической и инновационной деятельности с учетом концепции устойчивого развития определено влияние фактора глобализации на инновационную систему. Исследованы стратегические направления развития международного сотрудничества в инновационной сфере. Усовершенствован научно-методический подход к разработке стратегии инновационного развития национальной экономики с учетом международного компонента. Разработана экономико-математическая модель оценки международной стратегии развития национальной инновационной системы. Определены основные эффекты глобализации инновационного развития. Усовершенствован методический подход к оценке эффективности национальной инновационной инфраструктуры.

Ключевые слова: глобализация, инновационное развитие, эффект, инновационная система, национальная экономика, стратегия.

Development of the modern innovative systems models is based on applying new knowledge and ideas in the global economy in order to obtain the greatest benefits. It requires expanding the area of state responsibility not only in the framework of innovation but also in foreign economic policy. Globalization leading to increasing competition at the world markets demands appropriate institutional changes. Formation of the national innovation system at the state level is one of the main measures of these changes. The aim of the article is to develop and improve theoretical and methodological foundations of the strategic management of the national economy's innovative development taking into account the impact of globalization. The main factors of the national economy's sustainable development are investigated. Based on the synthesis of the foreign economic activity theories, the innovative development theories, and the sustainable development concept, the influence of the globalization on the innovation system is determined. The innovative component of the foreign economic potential is proposed to consider as a strategic direction of management. Based on study of the strategic directions for the development of international cooperation in the innovation sphere, the scientific and methodological approach to formulation of the national economy's innovative development strategy taking into account the international component is improved. The economic-mathematical model for assessing the international development strategy of the national innovation system is developed. Based on the analysis of the directions of the globalization impact on the innovation process, the main globalization effects are determined (effect of marketing orientation of research processes on the real needs of the national and world economy and the formation of an appropriate marketing strategy; effect of the innovation-investment image; effect of resource optimization due to the abandonment of individual R&D). The methodological approach to assessing the effectiveness of national innovation infrastructure is improved.

Key words: globalization, innovative development, effect, innovation system, national economy, strategy.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку глобальної економіки демонструють, що стратегічне управління економічними системами країн зазнало суттєвих змін. Глобальні трансформації спостерігаються у всіх сферах світогосподарського розвитку. В умовах формування глобального інноваційного середовища та посилення конкуренції на ринках високотехнологічних товарів особливого значення набувають питання отримання конку-

рентних переваг високих технологій, консолідації дій з міжнародними інституціями щодо становлення нової високотехнологічної економіки тощо. Їх вирішення потребує розроблення та реалізації інноваційних стратегій розвитку національних економік з урахуванням прогнозу розвитку світової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та науково-практичні аспекти розвитку інноваційних процесів на глобальному та

¹ Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної роботи № 53.15.01-01.18/20. ЗП «Інноваційний менеджмент енергоефективних та ресурсозберігаючих технологій в Україні», № 0117U003855 «Інституційно-технологічне проектування інноваційних мереж для системного забезпечення національної безпеки України», № 0119U100364 «Моделювання трансферу екоінновацій в системі «підприємство-регіон-держава»: вплив на економічне зростання та безпеку України», № 0119U100179 «Розробка науково-методичних засад та практичного інструментарію оцінювання комерційних (ринкових) перспектив товарних інновацій»

національному рівнях досліджувалася вітчизняними та зарубіжними науковцями, зокрема [1-7].

Проте, незважаючи на ґрунтовні наукові дослідження, проблеми стратегічного управління розвитком національної інноваційної системи з урахуванням впливу глобалізаційних процесів залишаються невирішеними.

Постановка завдання. Метою дослідження є розвиток та вдосконалення теоретичних та науково-методичних засад стратегічного управління інноваційним розвитком національної економіки з урахуванням впливу глобалізаційних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття розвитку, як це зазначено у [1], декларує принципи ознаки динаміки змін у системі господарювання, першочергову роль економічної результативності, важливість екологічних умов природокористування, вплив стану природно-ресурсного потенціалу на формування вимог до здійснення діяльності суб'єктами господарювання. Економічний стан розвитку національної економіки на сучасному етапі визначається факторами, які показано на рис. 1.

Як видно з рис. 1, ключовим фактором розвитку національної економіки є інноваційний. Орієнтація економіки на інноваційний шлях розвитку вимагає від суб'єктів господарської діяльності докорінної перебудови всієї системи виробництва, насамперед його організаційно-аналітичного складника. Позитивний вплив інноваційного розвитку відображається на рівні конкурентоспроможності економіки країни. Як показує аналіз історичної практики [2], найважливішою умовою економічного розвитку провідних країн стало підвищення їхньої конкурентоздатності та забезпечення лідируючих позицій на міжнародних ринках наукомісткої продукції за рахунок переходу економіки на інноваційний шлях розвитку й створення національної інноваційної системи. При цьому особливо слід відзначити необхідність забезпечення інноваційного розвитку національної економіки шляхом її інтеграції у глобальну економіку.

Основними стратегічними траєкторіями розвитку міжнародного співробітництва в інноваційній сфері є [7; 8]:

- підсилюється конкуренція між країнами та корпораціями, що формує ринкові сили, які дають поштовх інтеграційним процесам шляхом об'єднання компаній у великі міжнародні корпорації та консорціуми;

- інтегрованість у глобальні ланцюжки доданої вартості є одним із головних факторів, що стимулюють інноваційні процеси;

- конкуренція між країнами зміщується з товарної конкуренції на рівень національних інноваційних систем, що включають крім безпосередньо виробництва систему освіти, фундаментальну та прикладну науку та їх зв'язок із виробництвом;

- великі підприємства з метою більшої фінансової стійкості та ефективності створюють навколо себе мережі дочірніх компаній, що освоюють і просувають не лише продукцію, але й розроблені технології;

- зростаючий рівень складності продукції та послуг і пов'язаних із їх створенням науково-технічних та екологічних проблем неухильно підвищує вимоги до нових космічних технологій. У сукупності з конкуренцією це стає можливим через дорогі інновації, що для їх окупності потім мають використовуватися в інших галузях економіки.

Теоретичною базою для розроблення моделей і механізмів сталого інноваційного розвитку економіки в умовах глобалізаційних процесів є синтез теорій зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності з урахуванням концепції сталого розвитку. Такий підхід дає змогу формалізувати сучасні тенденції, зв'язок між процесами одержання, нагромадження, матеріалізації нового знання в інноваціях і зовнішньоекономічній діяльності (експорт наукомісткої продукції та послуг, міжнародне співробітництво). Спільним у проаналізованих теоріях є аналіз впливу фактора глобалізації на інноваційну сферу.

Спираючись на дослідження [3-6], визначено такі позитивні сторони прояву глобалізації, як:

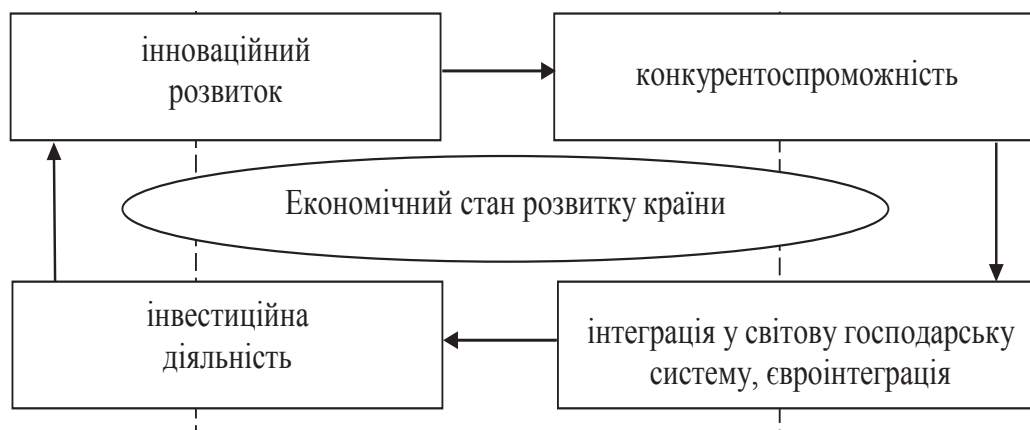


Рис. 1. Основні фактори сталого розвитку національної економіки

стимулювання економічного зростання та світового прогресу, прискорення та збільшення масштабів обміну та реалізації міжнародних проєктів, створення умов для доступу країн до передових досягнень людства в економічній, науково-технічній та інтелектуальній сферах, удосконалення світового поділу праці, збільшення мобільності капіталу і трудових ресурсів тощо.

При цьому слід зазначити, що процеси глобалізації по-різному впливають на країни з різним рівнем розвитку, зокрема ті, що становлять ядро світового господарства (передові економіки), а також периферію – країни з перехідною економікою і країни, що розвиваються. Варто відзначити асиметричність ризиків і вигід глобалізації для цих груп країн [3]. Відносинам між ядром і периферією глобальної економічної системи характерний нееквівалентний економічний обмін, за якого країни периферії змушені сплачувати інтелектуальну ренту, що міститься в товарах і послугах, що імпортуються, за рахунок природної ренти та витрат праці, і включених у сировину та низькотехнологічні товари, що експортуються.

Крім того, аналіз західних теорій економічних відносин та інноваційного процесу показав, що інноваційний компонент зовнішньоекономічного потенціалу варто розглядати як стратегічний напрям управління. Такий підхід дає змогу оцінити реальний ефект, який країна може одержати через ефективне використання потенціалу глобальної інноваційної системи.

Основними напрямками впливу глобалізації на інноваційний процес є [6; 9]:

- 1) скорочення життєвого циклу товарів;
- 2) розвиток мережевих організаційних структур;
- 3) функціональна інтеграція та співробітництво підприємств;
- 4) співробітництво фірм із центрами продукування знань – державними та приватними лабораторіями, університетами, центрами академічної та прикладної науки;
- 5) зростання обсягів міжнародної торгівлі, частки послуг і ролі обміну знаннями, що зумовлює зміни бізнес-моделей, зокрема поширення аутсорсингу як форми організації економічної діяльності;
- 6) зростання ролі міжнародної стандартизації, широке застосування принципів загального управління якістю.

З огляду на вищевикладене визначено такі основні ефекти глобалізації інноваційного розвитку:

- 1) ефект маркетингової орієнтації науково-дослідних процесів на реальні потреби національної та світової економіки та формування відповідної маркетингової стратегії з урахуванням специфіки ринку технологій та ринку високотехнологічної продукції;
- 2) ефект інноваційно-інвестиційного іміджу, що враховує уявлення про країну як надійного партнера під час міжнародного співробітництва;

3) ефект оптимізації ресурсів за рахунок відмови від окремих НДДКР, що не мають споживчого потенціалу, та спрямування вивільненого комплексу ресурсів в інші напрями.

Розглянемо основні аспекти визначення стратегії розвитку національної інноваційної системи через елементи економіко-математичного моделювання.

Основні аспекти сучасної інноваційної інфраструктури свідчать про те, що їхня оцінка характеризується переліком порівнянних варіантів, які розглядаються для досягнення позитивного результату:

$$a = \{a_1, a_2, \dots, a_n\}. \quad (1)$$

Якісні і кількісні параметри, розглянуті в дослідженні, необхідно розглядати в межах пошуку ефективних рішень на основі альтернативності.

На основі вищевикладеного інтегральну матрицю корисних результатів використовуваних варіантів сценаріїв можемо охарактеризувати такою системою рівнянь:

$$\left\{ \begin{array}{l} P_{PP} = P_{PP}(a), P_{IQ} = P_{IQ}(a) \\ P_{OY} = P_{OY}(a), P_{IP} = P_{IP}(a) \\ P_{GPI} = P_{GPI}(a), P_{PI} = P_{PI}(a) \\ P_{CP} = P_{CP}(a), P_{EPI} = P_{EPI}(a) \\ P_{TP} = P_{TP}(a), P_{EKI} = P_{EKI}(a) \end{array} \right\} \quad (2)$$

P_{PP} – індикатор стану правової системи;

P_{IQ} – індикатор стану освітньої та наукової системи;

P_{OY} – індикатор організаційно-управлінського оточення;

P_{IP} – індикатор рівня інформаційного забезпечення;

P_{GPI} – індикатор рівня державного управління;

P_{PI} – індикатор розвитку ринку;

P_{CP} – індикатор рівня соціального розвитку;

P_{EPI} – індикатор рівня економічного розвитку;

P_{TP} – індикатор рівня технологічного прогресу;

P_{EKI} – індикатор екологічного стану.

Як критерій якості прийнятих рішень пропонуємо розглядати критерій максимізації економічного ефекту E_{max} , що розраховується як різниця дохідної та видаткової частин проєкту (сценарію).

За обмеженого числа сценаріїв та фіксованої ймовірності очікуваний інтегральний ефект певного варіанту стратегії можемо розрахувати за формулою:

$$E_w = \sum E_k P_k, \quad (3)$$

де E_w – інтегральний ефект функціонування інноваційної інфраструктури;

E_k – інтегральний ефект функціонування інноваційної інфраструктури за k -го сценарію;

P_k – ймовірність належного рівня конкурентоспроможності інфраструктури за k -го сценарію.

Висновки з проведеного дослідження.

Інтегральними результатами проведеного дослідження є поглиблення теоретичних та практичних засад стратегічного виміру впливу глобалізації на розвиток національної інноваційної системи. Практичне значення результатів полягає у тому, що запропоновані рекомендації можуть бути застосовані державними інституціями, профільними агентствами та суб'єктами господарювання для забезпечення ефективного функціонування національної інноваційної системи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Попова О.Ю. Економічні механізми забезпечення екологічної спрямованості розвитку суб'єктів господарювання: монографія. Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2010. 430 с.
2. De Courcy, J. Research. Joint Ventures and International Competitiveness: Evidence from the National Cooperative Research Act. *Economics of Innovation and New Technology*. 2007. Vol. 16. № 1. pp. 51-65 (15).
3. Matveev Yu.V. Peculiarities of interaction of globalization and competitiveness of economy. *Economic Sciences*. 2010. №. 7(68). pp. 9-17.
4. Scott D. Johnson, Elizabeth Faye Gatz and Don Hicks. Expanding the Content Base of Technology Education: Technology Transfer as a Topic of Study. *Journal of technology education*. 1997. Vol. 8. № 2.
5. Глобальная трансформация инновационных систем: сб. науч. трудов / Отв. ред. Н.И. Иванова. М.: ИМЭМО РАН, 2010. 163 с.
6. Гусаков М.А. Формирование каркаса институциональной среды для инновационной модернизации. *Тенденции и перспективы развития. Ежегодник*. Вып. 11. / РАН. ИНИОН. Отд. науч. сотрудничества; Отв. ред. В.И. Герасимов, Д.В. Ефременко. М., 2016. Ч. 1. URL: ukros.ru/wp-content/uploads/2016/04/Гусаков.doc (дата звернення 07.10.2019).
7. Никулина О.В., Хартенштайн К. Развитие эффективных форм международного сотрудничества в сфере науки, образования и инноваций. *Технодоктрина*. 2015. URL: http://vpk.name/news/124322_razvitie_effektivnyih_form_mezhdunarodnogo_sotrudnichestva_rossii_i_germanii_v_sfere_nauki_obrazovaniya_i_innovacii.html (дата звернення: 07.10.2019).
8. Стратегія розвитку високотехнологічних галузей до 2025 року. URL <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=c3081991-45fb-47df-abc6-59822e854a99&title=ProektstrategiiRozvitkuVisokotekhnologichnikhGaluzeiDo2025-Roku> (дата звернення: 07.10.2019).
9. Гусаков М.А., Межевич Н.М., Ковалев В. Современные мировые тенденции и закономерности раз-

вития науки, образования и инноваций. Материалы Проекта стратегии развития комплекса «наука-образование-инновации» до 2030 года. СПб. С. 177-179.

REFERENCES:

1. Popova O.Yu. (2010) *Ekonomichni mekhanizmy zabezpechennja ekologichnoji sprjamovanosti rozvytku subjektiv ghospodarjuvannja* [Economic mechanisms for ensuring the environmental orientation of the development of economic entities]. Donetsk: DHEI «DonNTU». (in Ukrainian)
2. De Courcy, J. Research. (2007). Joint Ventures and International Competitiveness: Evidence from the National Cooperative Research Act. *Economics of Innovation and New Technology*, Vol. 16, no 1, pp. 51-65(15).
3. Matveev Yu.V. (2010) Peculiarities of interaction of globalization and competitiveness of economy. *Economic Sciences*, no. 7(68), pp. 9-17.
4. Scott D. Johnson, Elizabeth Faye Gatz and Don Hicks. (1997). Expanding the Content Base of Technology Education: Technology Transfer as a Topic of Study. *Journal of technology education*, Vol. 8, no. 2.
5. Ivanova N.I. (2010) *Global'naya transformatsiya innovatsionnykh sistem* [Global transformation of innovative systems]. Moscow: IMEMO RAS. (in Russian)
6. Gusakov M.A. (2016) Formirovanie karkasa institutsional'noy sredy dlya innovatsionnoy modernizatsii [Formation of the framework of the institutional environment for innovative modernization]. *Tendentsii i perspektivy razvitiya. Ezhegodnik. Vyp. 11. Ch. 1.* [Trends and development prospects. Yearbook. Issue 11. Part 1]. Moscow. Available at: ukros.ru/wp-content/uploads/2016/04/Gusakov.doc (accessed 07 October 2019).
7. Nikulina O.V., Hartenstein K. (2015) *Razvitie effektivnykh form mezhdunarodnogo sotrudnichestva v sfere nauki, obrazovaniya i innovatsiy. Tekhnodoktrina*. [Development of effective forms of international cooperation in the field of science, education and innovation. Technodoc-trina]. Available at: http://vpk.name/news/124322_razvitie_effektivnyih_form_mezhdunarodnogo_sotrudnichestva_rossii_i_germanii_v_sfere_nauki_obrazovaniya_i_innovacii.html (accessed 07 October 2019).
8. Stratehiia rozvytku vysokotekhnologichnykh haluzei do 2025 roku [Strategy for the development of high-tech industries by 2025]. Available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=c3081991-45fb-47df-abc6-59822e854a99&title=ProektstrategiiRozvitkuVisokotekhnologichnikhGaluzeiDo2025-Roku> (accessed 07 October 2019).
9. Gusakov M.A., Mezhevich N.M., Kovalev V. (2012) [Modern world trends and patterns of development of science, education and innovation. Materials of the draft strategy for the development of the complex «science-education-innovation» until 2030]. St. Petersburg. pp. 177-179.

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ОЦІНКА ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНИХ ЯГІД В УКРАЇНІ

ASSESSMENT OF ORGANIC BERRIES PRODUCTION IN UKRAINE

УДК 332.3

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-3>**Бурляй А.П.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
Уманський національний
університет садівництва**Бурляй О.Л.**к.е.н., професор,
доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
Уманський національний
університет садівництва**Світовий О.М.**к.е.н., доцент кафедри публічного
управління та адміністрування
Уманський національний
університет садівництва**Burliai Alina**

Uman National University of Horticulture

Burliai Oleksandr

Uman National University of Horticulture

Svitovyi Oleksandr

Uman National University of Horticulture

Ринок ягід є важливою складовою продовольчого ринку України. Територія України за своїми ґрунтово-кліматичними умовами є сприятливою для вирощування ягід не лише для забезпечення власних потреб, але й для формування експортного потенціалу. Особливо ціниться ягідна продукція, що вирощується за органічною технологією виробництва. Нині ринок ягід не є оптимальним ні за структурою, ні за обсягами. Основними суб'єктами, що формують пропозицію ягід на ринку, є господарства населення, частка виробленої продукції яких складає 97%. Наслідками цього є високі затрати живої праці, нестабільність пропозиції, низька товарна якість ягід та невисока окупність їх виробництва. Висока ціна на продукцію приводить до того, що через низьку платоспроможність населення України попит на ягоди забезпечений лише на половину. Метою статті є оцінювання виробництва ягідної органічної продукції в Україні та факторів, що впливають на її зміну.

Ключові слова: ринок ягід, органічна продукція, пропозиція, витрати.

Ринок ягід вважається важливою складовою продовольственного рынка Украины.

Территория Украины по своим почвенно-климатическим условиям является благоприятной для выращивания ягод не только для обеспечения собственных нужд, но и для формирования экспортного потенциала. Особо ценится ягодная продукция, которая выращивается по органической технологии производства. Сейчас рынок ягод не является оптимальным ни по структуре, ни по объемам. Основными субъектами, которые формируют предложение ягод на рынке, являются хозяйства населения, доля производимой продукции которых составляет 97%. Следствиями этого являются высокие затраты живого труда, нестабильность предложения, низкое товарное качество ягод и невысокая окупаемость их производства. Высокая цена на продукцию приводит к тому, что из-за низкой платежеспособности населения Украины спрос на ягоды обеспечен только на половину. Целью статьи является оценивание производства ягодной органической продукции в Украине и факторов, влияющих на ее изменение.

Ключевые слова: рынок ягод, органическая продукция, предложение, расходы.

The berry market is an important part of the Ukrainian food market. A complete nutrition of the population is impossible without berry products. Berries provide the human body with vitamins and mineral compounds. Also, they have therapeutic properties and are valuable raw materials for the processing industry. The Ukrainian territory by its soil and climatic conditions is favorable for the cultivation of berries not only for the maintenance of own needs but also for the formation of the export potential. Berry crops are characterized by early ripening, high yields, fast-growing, high reproduction rates, technological capacity and the ability to mechanized harvesting, as well as providing a quick turnaround of capital and return on investment. The special demand is the berry production grown by the organic production technology. However, at this time, the berry market is not optimal either for the structure or for volumes. The berry supply in the market is formed by agricultural enterprises, households and import deliveries. A problem today is that the main entities forming berry supply in the market are households, accounting for about 97% of the output. The consequence is high labor costs, supply instability, poor quality of berries and low payoff of their production. The high price of products leads to the fact that due to the low solvency of the Ukrainian population berry supply is provided only by half. The wholesale and retail trade is still under developed. There are no diverse areas of industrial processing, as well as the range of products is limited. An important direction in the development of the berry production market is the production of organic products. The market of organic berries in Ukraine grows by 2–3% annually and its volumes make up 200 thousand dollars or 180–190 thousand tons of berries. At the same time the area under organic berries in Europe is limited which creates additional opportunities for the development of the Ukrainian market of organic berry production. The purpose of the article is an analysis of the production of berry products produced by organic technology in Ukraine and factors influencing its change.

Key words: demand, market of berries, price, supply, organic products.

Постановка проблеми. Значення ягід в раціоні людини постійно зростає. Цьому сприяють властивості ягід, які неможливо повністю замінити за допомогою інших продуктів харчування. Вони є цінним дієтичним харчовим продуктом, джерелом органічних кислот, цукрів, дубильних, ароматичних речовин. Проте найбільше цінують ягоди за значний вміст вітамінів, що мають лікувальне значення. Нинішнє зростання попиту на ягоди пояснюється також загостренням екологічних проблем у світі, зростанням стресових ситуацій та темпу життя загалом. Саме тому спостерігається зростання попиту на ягоди, що вирощені за органіч-

ними технологіями виробництва, що є предметом нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незамінність ягід у раціоні людини спонукає вчених досліджувати проблеми функціонування ринку ягідної продукції на різних рівнях. Так, група вчених на чолі з П.В. Кондратенком у 2014 році досліджувала сучасний стан та перспективи розвитку ягідництва в Україні [1]. На їхню думку, найближчими роками площі під ягідними культурами істотно збільшуватимуться, а їх частка у промисловому виробництві зростатиме. Однак вони також відзначають негативні тенденції, що

стримують розвиток галузі в країні. Серед них варто відзначити переміщення виробництва ягідної продукції в особисті господарства населення (близько 70%), низькі темпи відтворення насаджень, дефіцит високоякісного садивного матеріалу сучасних вітчизняних сортів та складність процедури офіційного імпорту саджанців з іноземних держав, слабку розвиненість інфраструктури ринку ягід тощо.

Серед характерних недоліків ринку продукції садівництва України В.А. Рульєв у 2007 році відзначав недостатньо високу якість плодів, досить обмежений асортимент, дефіцит зручної для споживачів упаковки, високі регіональні коливання цін та обсяги реалізації продукції, занепад оптової торгівлі, обмежені кредитні ресурси, розширення реалізації продукції на стихійних ринках та автошляхах, повну відсутність вітчизняної реклами плодоягідної продукції [2].

Основними операторами на ринку ягідництва в Україні, згідно з дослідженнями С.В. Шерстюк, здійсненими у 2012 році, є сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, господарства населення й члени садівницьких кооперативів [3]. У зв'язку з тим, що продукція особистих господарств населення й садівницьких товариств фактично не оподатковується, вони мають значні конкурентні переваги перед сільськогосподарськими підприємствами, що є однією з причин згортання промислового садівництва в Україні.

Формування та функціонування ринку садівництва неможливі без створення ефективного організаційно-економічного механізму, основними елементами якого Л.О. Мармоль (2006 рік) вважає спеціалізацію та концентрацію виробництва, устрій садівницьких ферм, маркетингову діяльність та дослідження [4]. Крім цього, автор зазначає, що під час формування ринку ягідництва важлива роль відводиться економічному механізму державної підтримки, що полягає в підтримці зростаючого попиту на продукцію ягідництва; стимулюванню стабільного розвитку галузі на основі законодавчих нормативних актів; удосконаленні інноваційної, цінової, кредитної й страхової політики та експортно-імпортного режиму.

Заслужують на увагу дослідження І.А. Сало (2016 рік), яка зазначає, що для повноцінного задоволення потреб споживачів плодами та ягодами протягом усього року необхідно здійснювати відповідне законодавче регулювання щодо створення обслуговуючих кооперативів, які б здійснювали оптову закупівлю продукції у населення в період масового плодоношення та за домовленістю й надалі реалізовували через оптову чи роздрібну мережу [5]. Це дало б змогу легалізувати товаропотоки плодів та ягід, контролювати їх надходження на ринок відповідної якості шляхом запровадження сортування та пакування, сприяло

би прозорому формуванню цін та зростанню доходів населення.

Важливим напрямом розвитку ринку ягідництва є виробництво продукції за органічними технологіями. Ринок органічних ягід в Україні зростає на 2-3% щорічно, а його обсяги становлять 200 тис. дол., або 180-190 тис. т ягід [6]. Як зазначають автори, площі під органічними ягідниками в Європі вже лімітовані, що створює додаткові можливості для розвитку українського ринку органічної продукції ягідництва.

Зарубіжні вчені також приділяють значну увагу функціонуванню ринку ягідної продукції. Основними факторами, що впливають на його розвиток, є впровадження інноваційних технологій та підвищений споживчий попит на ягоди. Також група американських вчених, таких як Л. Турт, М. Болда, К. Клонські (2016 рік), відзначають важливість розвитку органічного сектору в ягідництві [7]. Проте, як правильно підкреслюють італійські вчені С. Піно, С. Будіно, Н. Текко та В. Джирдженті у 2015 році, ринок ягідної продукції залежить від використання екологічних брендів та застосування методів «зеленого маркетингу» [8].

Аналіз літературних джерел з цієї тематики свідчить про актуальність теми дослідження не лише на ринку України, але й за її межами.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз виробництва ягідної продукції, виробленої за органічною технологією в Україні, та вивчення основних факторів, що впливають на її зміну.

Теоретичною та методологічною основою досліджень є сучасна економічна теорія, системний підхід до вивчення економіко-організаційних аспектів розвитку промислового садівництва, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених щодо функціонування ринку ягідництва.

Інформаційною базою дослідження стали матеріали Державного комітету статистики України та областей, матеріали первинного обліку та річні звіти садівницьких господарств, результати соціологічних опитувань, особисті дослідження автора.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок ягідної продукції в Україні має великий потенціал для розвитку як за рахунок внутрішнього попиту, так і за можливістю розширення експортних поставок. Проте сьогодні він перебуває на стадії формування, тому попит та пропозиція є незбалансованими. Рівень споживання ягід значною мірою визначається розміром сукупних доходів населення. Низький платоспроможний попит українців є однією з найголовніших причин обмеженої місткості внутрішнього ринку. Жодна категорія населення в Україні, розподіленого за рівнем доходів, не досягає планки оптимального споживання ягід, що становить 4 кг, в кращому разі відповідаючи показнику 1,8 кг. Більшість споживачів змушена зупинитися на позначках

0,8-1,6 кг [9]. Поточний обсяг виробництва фруктів та ягід в Україні дуже низький порівняно з країнами з розвиненим садівництвом. Навіть за найвищого валового врожаю продукція садівництва на душу населення становила близько 50 кг, тоді як у США виробництво фруктів та ягід становить 100 кг, в Австрії – 134 кг, а в Голландії – 149 кг. Останніми роками виробництво фруктів та ягід в Україні незначно зростало, проте у 2015 році воно становило лише 52,3 кг на душу населення, що на 36% менше, ніж показники споживання фруктів та ягід згідно з даними Міністерства охорони здоров'я України [10].

Основними виробниками ягід в Україні за останній період є сільськогосподарські підприємства та господарства населення. Також слід враховувати обсяг ягід, який надходить в Україну з інших країн, тобто розмір імпорту (табл. 1).

Дані табл. 1 дають змогу зробити висновок, що основними постачальниками ягідної продукції на ринку України є господарства населення, частка яких у загальному виробництві ягід становить від 96% у 2001 році до 89% у 2017 році. Звісно, зосередження ягідного виробництва в особистих господарствах населення не є прогресивним явищем, проте за умови кризової ситуації в Україні саме за допомогою приватного ягідництва вирішується значна частина наявних проблем. Господарства населення сприяють забезпеченню населення ягодами, які, на думку вітчизняних споживачів, є більш якісними, ніж ягоди промислового виробництва, оскільки містять менше залишків шкідливих для людського організму хімічних речовин. Також таке виробництво є менш залежним від подорожчання енергоносіїв та інших матеріально-технічних ресурсів, бо в них переважає ручна праця, яка не враховується під час визначення доцільності й ефективності їх господарської діяльності. Реалізація ягід забезпечує населенню певний додатковий дохід, що досить важливо за його низького платоспроможного попиту.

Водночас необхідно підкреслити думку І.А. Сало (2016 рік) про те, що ягоди, вирощені господарствами населення, на ринку вважаються

неконкурентоспроможними в рамках угод СОТ та ЄС [5]. У промислових підприємствах можна впровадити належний контроль за якістю на всіх етапах виробництва, переробки та збуту, а в господарствах населення це зробити практично неможливо. Навіть якщо вироблена продукція відповідає вимогам щодо її якісних показників, то відсутній механізм контролю якості, насамперед ускладнений наявністю великої кількості виробників. Це є, звичайно, негативним чинником, проте господарства населення займають свою нішу на вітчизняному ринку ягід і суттєво впливають на формування пропозиції, попиту та цінову ситуацію.

Основними чинниками, що впливають на обсяг пропозиції ягід сільськогосподарськими підприємствами та господарствами населення, є розміри площ під плодоносними насадженнями та їх урожайність. Останніми роками спостерігаються незначне зростання площ ягідних насаджень у сільськогосподарських підприємствах ($y = 0,2x + 3,3857$) та зниження в господарствах населення ($y = -0,225x + 16,629$), що представлене на рис. 1. Проте загальна площа насаджень майже не зазнала змін.

Щодо структури насаджень, то проведені дослідження показують, що у 2017 році 39% усіх ягідних насаджень займали площі під суницею, по 25% займали посадки малини та смородини, а по 5,5% припадали на агрус і лошину.

Стосовно урожайності ягідних культур, то слід відзначити парадоксальну ситуацію, яка склалась в Україні: урожайність ягід у дрібних господарствах населення, незважаючи на практичну відсутність інтенсифікації, майже втричі переважає урожайність в підприємствах, що займаються промисловим садівництвом (рис. 2).

Отже, одним із факторів, що прямо впливатиме на збільшення пропозиції ягідної продукції в Україні, буде підвищення продуктивності ягідних насаджень на промисловій основі інтенсивного типу. Також в Україні збільшення виробництва ягід стримують дефіцит високоякісного садивного матеріалу сучасних вітчизняних сортів і складність

Таблиця 1

Обсяги пропозиції на ринку ягід в Україні (тис. т)

Рік	Пропозиція ягідної продукції сільськогосподарськими підприємствами (S1)	Пропозиція ягідної продукції господарствами населення (S2)	Пропозиція ягідної продукції за рахунок імпорту (Simport)	Обсяг пропозиції на ринку ягід (S)
2011	7,5	112,0	61,1	180,6
2012	8,3	116,2	5,3	129,8
2013	10,5	125,9	5,8	142,2
2014	11,1	121,8	34,3	167,2
2015	12,0	118,0	3,6	133,6
2016	12,6	115,1	53,6	181,3
2017	14,3	112,5	44,3	171,1

Джерело: розраховано авторами за даними [11]

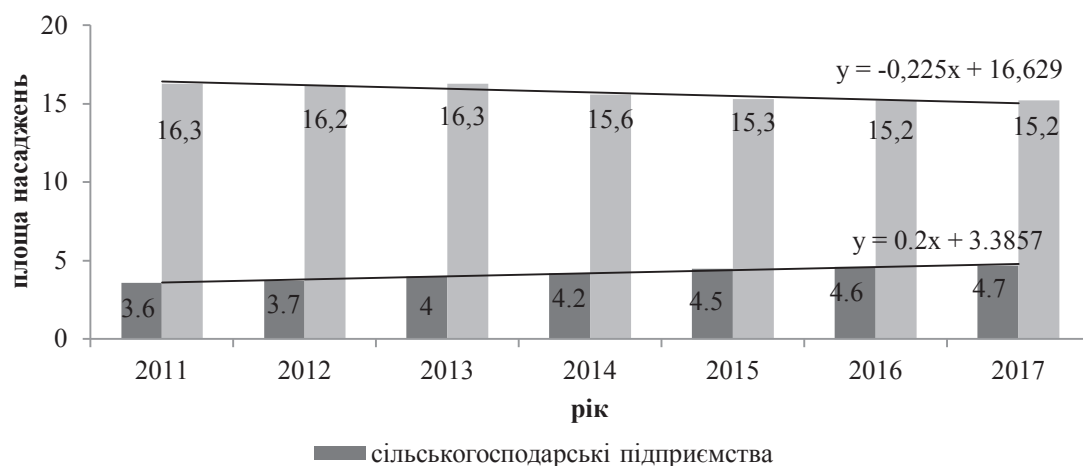


Рис. 1. Тенденції зміни площ під ягідниками в Україні, тис. га

Джерело: розраховано авторами за даними [11]

процедури офіційного імпорту саджанців з іноземних держав. Сьогодні є лише декілька промислових розсадників, що можуть вирощувати садивний матеріал високої якості, тому потреби виробників нашої країни тільки на 30% забезпечені вітчизняними саджанцями [1].

Важливим напрямом розвитку ринку ягід в Україні є вирощування ягідної продукції за органічними технологіями. Офіційна статистика стосовно органічної аграрної та харчової продукції в Україні відсутня, але, згідно з твердженням експертів, українські виробники органічних ягід зараз експортують практично весь урожай, адже всередині країни попит на нього відсутній (табл. 2).

Дані табл. 2 показують поширення виробництва органічної ягідної продукції по території України. Серед областей країни це виробництво найбільш поширене навколо столиці та великих міст,

що пов'язано з близьким розташуванням до споживачів органічних ягід.

Важливо, що на експорт в ЄС органічної продукції встановлені нульові ставки мита, на органічну продукцію не поширюється квотування, отже, основною перешкодою експорту вітчизняної органічної ягідної продукції до ЄС є регулятивні бар'єри.

Близько 80% органічної ягідної продукції вирощується населенням і дрібними господарствами. Значну частину цих господарств складають учасники проектів зі впровадження органічного ягідництва в Україні, що співпрацюють з іноземними компаніями, насамперед з компаніями з Німеччини. В Україні сертифіковані такі види органічних ягідних культур, як малина, ожина, суниця, полуниця, чорниця, брусниця, журавлина, калина, кизил, чорноплідна горобина (аронія), бузина;



Рис. 2. Динаміка урожайності ягідних культур в Україні, т з 1 га

Джерело: розраховано авторами за даними [11]

Показники виробництва органічних ягід в Україні, 2018 рік

Область	Сертифіковані площі угідь під органічним ягідництвом, га	Кількість операторів, що займаються органічним вирощуванням ягідної продукції, шт.	Валове виробництво, т:	
			малини	суниці
Вінницька	61,0	14	474 520	18 520
Волинська	48,8	7	–	133 080
Дніпропетровська	51,8	6	99 033	8 000
Донецька	–	1	–	–
Житомирська	64,1	8	136 975	174 930
Закарпатська	13,5	3	30 700	–
Запорізька	–	–	–	–
Івано-Франківська	15,1	1	70 000	–
Київська	328,3	28	751 709	253 372
Кропивницька	3,4	2	20 400	–
Луганська	–	–	–	–
Львівська	25,5	5	189 480	–
Миколаївська	32,0	1	–	–
Одеська	50,0	1	–	–
Полтавська	21,8	4	26 504	–
Рівненська	32,7	4	260 000	90 240
Сумська	13,5	3	73 500	–
Тернопільська	1,1	1	13 200	–
Харківська	36,6	9	109 160	2 000
Херсонська	4,4	1	–	–
Хмельницька	4,5	2	13 503	–
Черкаська	38,2	4	294 877	–
Чернівецька	–	–	–	–
Чернігівська	18,9	5	192 500	–
АР Крим	–	–	–	–

свіжі, сушені, морожені ягоди та перероблена ягідна продукція (джеми, сиропи, соки, консервовані ягоди тощо). Органічна ягода може зберігати товарний вигляд обмежений термін, тому практично єдиним варіантом продажу органічної ягоди за кордон є її замороження за відповідною технологією. Таке обладнання є нерентабельним для фермерів, які вирощують ягоди на невеликих ділянках землі (до 50 га). Для вирішення цієї проблеми в Європі фермери об'єднуються в кооперативи. Вітчизняний ринок органічної ягідної продукції в Україні перебуває на стадії формування, тому в майбутньому може бути вагомою частиною пропозиції ягідної продукції.

В процесі нашого дослідження у 2018 році на базі Уманського НУС були закладені засади виробництва органічної суниці, результати яких підтверджують попередні висновки, зроблені за іншими сільськогосподарськими культурами. Отже, витрати на виробництво суниці садової на основі органічної технології є нижчими, ніж за аналогічного виробництва за допомогою традиційної технології, більш ніж на 20% в розрахунку на 1 га посадкової площі.

В структурі прямих витрат під час вирощування органічної суниці переважають витрати, пов'язані з використанням механічної та ручної праці під час

оброблення ґрунту, проведення обрізки, збирання врожаю (рис. 3).

Одночасно зменшуються витрати на придбання та застосування засобів захисту рослин та добрив, що стало вагомою статтею економії.

Важливо підкреслити, що під час виробництва органічної продукції рослинництва, зокрема суниці, для захисту рослин рекомендується використовувати агротехнічні, біологічні, механічні та фізичні методи.

Загалом органічне виробництво стрімко розвивається у світі та впевнено займає свою нішу поряд із продукцією, вирощеною за традиційними технологіями.

Висновки з проведеного дослідження. Органічне сільське господарство – це цілісний та системний підхід, заснований на низці процесів, що забезпечують сталий розвиток екосистем, безпечні продукти харчування, хороше життя рослин, благополуччя тварин та соціальну справедливість. Органічне ягідництво – органічне виробництво, пов'язане з вирощуванням та заготівлею ягідних культур із дотриманням вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. На розширення пропозиції органічних ягід в Україні позитивно впливатимуть зростання попиту;

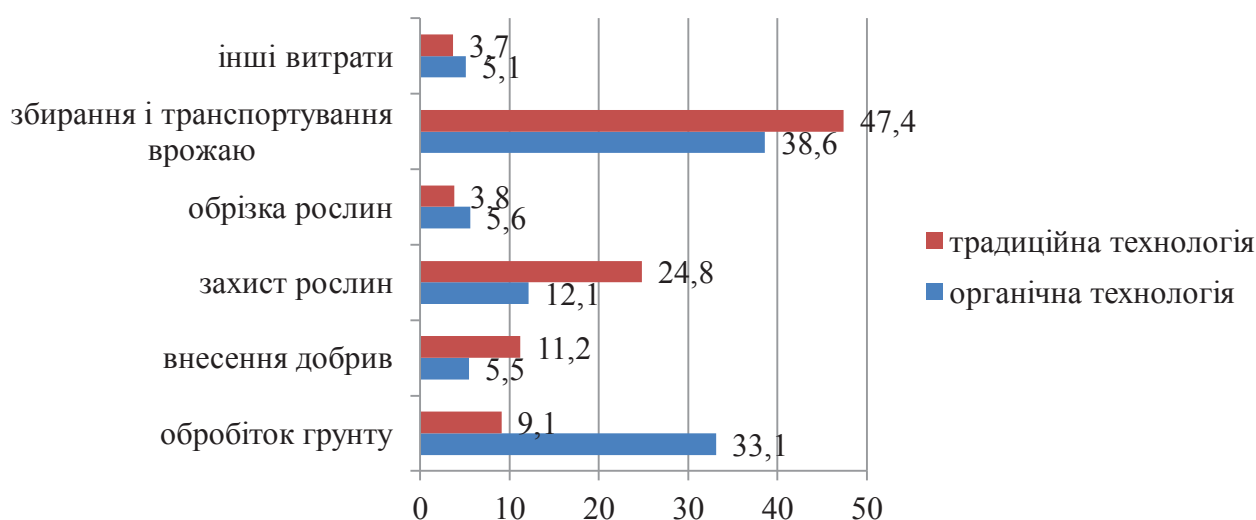


Рис. 3. Структура прямих витрат під час виробництва суниці садової за традиційною та органічною технологіями

Джерело: авторська розробка

конкурентні переваги цієї галузі за її межами, що полягають у сприятливих кліматичних умовах для виробництва; близькості до ринків ЄС; високій якості продукції, конкурентних цінах, а також дешевій робочій силі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кондратенко П.В., Шевчук Л.М., Барабаш Л.О. Ягідництво України – стан і перспективи розвитку. *Садівництво*. 2014. Вип. 68. С. 103-110.
2. Рульєв В.А. Конкурентоспроможність плодів і ягід: монографія. Мелітополь: Видавничий будинок ММД, 2007.
3. Шерстюк С.В. Особливості формування та розвитку маркетингової стратегії ринку плодоягідної продукції. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького*. 2012. Т. 14. № 1 (2). С. 361-368.
4. Мармуль Л.О., Волович С.В. Формування організаційно-економічного механізму ринку продукції садівництва. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2006. С. 3-15.
5. Сало І.А. Розвиток вітчизняного ринку плодів і ягід в умовах глобалізації. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 101-107.
6. Мармуль Л.О., Новак Н.П. Розвиток органічного виробництва в Україні на засадах кооперації. *Економіка АПК*. 2016. № 9. С. 26-32.
7. Tourte L., Bolda M., Klonsky K. The evolving fresh market berry industry in Santa Cruz and Monterey counties. *Calif Agr.* 2016. № 70(3). P. 107-115. URL: <https://doi.org/10.3733/ca.2016a0001>.
8. Peano C., Baudino C., Tecco N., Girgenti V. Green marketing tools for fruit growers associated groups: application of the Life Cycle Assessment (LCA) for strawberries and berry fruits ecobranding in northern Italy. *Journal of Cleaner Production*. 2015. № 104. P. 59-67. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.087>.
9. Мамалига С., Марчук І. Проблеми маркетингової політики ціноутворення в галузі ягід-

ництва. *Збірник наукових праць ВНАУ*. 2011. Вип. 2 (53). С. 103-108.

10. Karpenko V., Burliai O., Burliai A., Mostovyak M. Ukrainian gardening market trends under globalization. *Економічний часопис – XXI*. 2016. № 161. С. 51-55.

11. Сільське господарство України за 2018 рік: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики, 2019. 235 с.

REFERENCES:

1. Kondratenko P.V., Shevchuk L.M., Barabash L.O. (2014) Yahidnytstvo Ukrainy – stan i perspektyvy rozvytku [Berry production of Ukraine – state and prospects of development]. *Gardening*, vol. 68, pp. 103-110.
2. Ruliev V.A. (2007) Konkurentospromozhnist' plodiv i yagid: monogr. [Competitiveness of fruit and berries: monograph]. Melitopol: LLC Publishing House MMD.
3. Sherstiuk S.V. (2012) Osoblyvosti formuvannia ta rozvytku marketynhovoi stratehii rynku plodoiahidnoi produktsii [Features of formation and development of marketing strategy of the market of fruit and berry products]. *Scientific herald of the Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology*, vol. 14 (1-2), pp. 361-368.
4. Marmul L.O., Volovych S.V. (2006) Formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu rynku produktsii sadivnytstva [Formation of organizational and economic mechanism of the market of gardening products]. *Bulletin of Agrarian Science of the Black Sea Region*, pp. 3-15.
5. Salo I.A. (2016) Rozvytok vitchyznianoho rynku plodiv i yagid v umovakh hlobalizatsii [Development of the domestic market of fruits and berries in the conditions of globalization]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 11, pp. 101-107.
6. Marmul L.O., Novak N.P. (2016) Rozvytok orhanichnoho vyrobnytstva v Ukraini na zasadakh kooperatsii [Development of organic production in Ukraine on the basis of cooperation]. *Economy of Agroindustrial Complex*, no. 9, pp. 26-32.

7. Tourte L., Bolda M., Klonsky K. (2016) The evolving fresh market berry industry in Santa Cruz and Monterey counties. *Calif Agr.* 70 (3). 107-115. <https://doi.org/10.3733/ca.2016a0001>.

8. Peano C., Baudino C., Tecco N., Girgenti V. (2015) Green marketing tools for fruit growers associated groups: application of the Life Cycle Assessment (LCA) for strawberries and berry fruits ecobranding in northern Italy. *Journal of Cleaner Production* 104: 59-67. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.087>.

9. Mamalyga S., Marchuk I. (2011) Problemy marketynhovoï polityky tsinoutvorennia v haluzi yahidnytstva [Problems of marketing pricing policy in berry production]. *Collection of scientific works of VNAU*, vol. 2 (53), pp. 103-108.

10. Karpenko V., Burliai O., Burliai A., Mostoviyak M. (2016). Ukrainian gardening market trends under globalization. *Economic Newsletter – XXI*, no. 161, pp. 51-55.

11. Statystychnyi zbirnyk "Silske hospodarstvo Ukrainy 2018 rik" [Statistical collection "Agriculture of Ukraine 2018"] State Statistics Service of Ukraine. Kyiv, 2019.

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСУВАННЯ СТРУКТУРИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

INSTITUTIONAL SUPPORT FOR BALANCING OF UKRAINE'S ECONOMY STRUCTURE

У статті проаналізовано інституціональне забезпечення збалансування структури економіки України. Запропоновано напрями інституціонального забезпечення структурної політики держави для підвищення її ефективності. Досліджуючи питання інституційного забезпечення організації структурних змін національної економіки, виокремлюємо два якісних підходи до розбудови потужного потенціалу інституційних формацій у рамках вітчизняної економіки, а саме реформаторський напрям та новаторський напрям. У рамках дослідження запропоновано зосередити увагу на першому напрямі, а саме аналізі та діагностиці поточного стану розвитку інституційного забезпечення вітчизняної системи в контексті питань регулювання структурних зрушень. Здійснено аналіз ключових інститутів у системі вітчизняного інституційного середовища у їх зв'язку та відповідно до структурної політики. Розглянуто один із системоутворюючих інститутів ринкової економіки, а саме інститут власності. Досліджено низку інститутів, функціонування яких безпосередньо впливає на наявні структурні пропорції та можливості їх перетворення під впливом тих чи інших регуляторних заходів, а саме інститут споживання, інститут заощаджень та неформальні інститути.

Ключові слова: інституціональне забезпечення, структурна політика, структурні зміни, збалансування структури національної економіки, економічне зростання.

В статті проаналізовано інституціональне забезпечення збалансування структури економіки України.

Предложены направления институционального обеспечения структурной политики государства для повышения ее эффективности. Исследуя вопросы институционального обеспечения организации структурных изменений национальной экономики, выделяем два качественных подхода к развитию мощного потенциала институциональных формаций в рамках отечественной экономики, а именно реформаторское направление и новаторское направление. В рамках исследования предложено сосредоточить внимание на первом направлении, а именно анализе и диагностике текущего состояния развития институционального обеспечения отечественной системы в контексте вопросов регулирования структурных сдвигов. Осуществлен анализ ключевых институтов в системе отечественной институциональной среды в их связи и соответствии со структурной политикой. Рассмотрен один из системообразующих институтов рыночной экономики, а именно институт собственности. Исследован ряд институтов, функционирование которых непосредственно влияет на существующие структурные пропорции и возможности их преобразования под воздействием тех или иных регуляторных мер, а именно институт потребления, институт сбережений и неформальные институты.

Ключевые слова: институциональное обеспечение, структурная политика, структурные изменения, сбалансирование структуры национальной экономики, экономический рост.

УДК 330.341.4:332.14

DOI: <https://doi.org/10.32843/bSES.45-4>

Дергалюк Б.В.¹

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
і підприємництва
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Dergaliuk Bogdan

National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

The article analyzes the institutional support for balancing the structure of the Ukrainian economy. Directions of institutional support structural policy to enhance its effectiveness are suggested. Exploring the issue of institutional support structural changes in the organization of the national economy singled out two qualitative approaches to capacity building strong institutional formations within the domestic economy. First, it is a reform direction that requires a critical analysis of the current state of institutional support, with the subsequent transformation of their legal framework of activity with a view to their full, autonomous functioning. Secondly, an innovative trend based on building new institutions and institutions. In the framework of this study, it is proposed to focus on the first area, namely the analysis and diagnosis of the current state of development of the institutional support of the domestic system in the context of structural change issues. The analysis of key institutions was carried out in the system of the domestic institutional environment in their relation and compliance with structural policy. The property institute is considered as one of the systemic institutions of the market economy. It is substantiated that one of the key directions of strengthening the institutional component of structural changes is the implementation of reforms of the ownership institute aimed at optimization of the existing legal framework and creation of innovative organizational and legal forms, the further development of which must become sustainable. The institute of public-private partnership was analyzed in the study of the property institute in more detail. It is established that there is an underdeveloped institute of public-private partnership within the national economic system in Ukraine, taking into account the peculiarities of the domestic institutional environment. This is due to the established state policy and appropriate distribution of powers to regulate such relations, the weakness of the communication system between the state and the commercial sector, the lack of a motivational component to stimulate collective cooperation between public and private structures within the framework of state prioritization of economic development. A number of institutes whose functioning directly influences the existing structural proportions and the possibilities of their transformation under the influence of various regulatory measures are investigated, namely: consumption institute; savings institute and informal institutes.

Key words: institutional support, structural policy, structural changes, balancing the structure of the national economy, economic growth.

Постановка проблеми. Безперервні процеси розвитку прогресивних економік світу сьогодні характеризуються посиленням впливу інформатизації та технологізації як конститутивного фактору економічного зростання. Водночас спостерігається послаблення домінуючих емерджентних тенденцій у розвитку економічних систем на про-

тивагу посиленню протекціоністських тенденцій та підтримки націонал-центричних ідей. Описані явища чинять негативний вплив на стабільність світових ринків, що разом із невирішеними структурними проблемами розвитку метарівня формує передумови виникнення глобальних структурних криз. При цьому надзвичайно чутливе до впливу

¹ ORCID ID: 0000-0001-8791-9121

екзогенних факторів інституційне середовище країн, що розвиваються, схильне до інстантивної рефлексії на зміну стану зовнішніх ринків, що відповідним чином відображається на структурних зрушеннях цих економік. Отже, виявляється діалектична природа глобалізаційних процесів, що, попри наявність важливих позитивних якостей, сприяє формуванню згубних залежностей, що негативно впливають на динаміку розвитку менш розвинутих країн.

Саме тому набуває актуальності питання створення дієвих підходів до організації державної структурної політики, націленої на селективну ізоляцію країни від негативних зовнішніх впливів та оптимальну організацію внутрішньо економічних структурних пропорцій. В сучасних умовах формування такої політики безпосередньо залежить від рівня розвитку інституціонального забезпечення, в якому функціонує об'єкт державного регулювання. Отже, розбудова потужного інституційного поля формує основу для створення ефективної структурної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Структура національної економіки та формування відповідної регуляторної політики є питаннями, навколо яких сформовано потужний науковий дискурс у рамках національних науково-дослідницьких установ. Цей дискурс представлений великою кількістю досліджень ключових аспектів означеної проблематики, пов'язаних із визначенням базових понять, історико-еволюційним розвитком науково-методичних підходів структурного регулювання, аналізом поточних проблем структурної політики та формуванням перспективних напрямів їх вирішення. Вагомий внесок у формування теоретичного базису досліджень цього напрямку здійснено такими вченими, як Р. Бугрин, Н. Гражевська, О. Головченко, В. Дементьєв, О. Кубатко, Г. Пилипенко, І. Одотюк, Ю. Лупенко, Ю. Лопатинський, О. Тофанюк, П. Єщенко, Л. Шинкарук.

Однак, незважаючи на ґрунтовні дослідження вітчизняних науковців щодо економічної природи та особливостей механізмів структурного регулювання, на нашу думку, більш детального розгляду вимагає питання розбудови потужного інституційного забезпечення як системоутворюючого фактору реалізації ефективного структурного регулювання.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення напрямів інституціонального забезпечення структурної політики держави для підвищення її ефективності. Для досягнення мети у статті було:

- виокремлено два підходи до розбудови потужного потенціалу інституційних формацій у межах структурної політики, а саме реформаторський напрям та новаторський напрям;
- здійснено аналіз ключових інститутів у системі вітчизняного інституційного середовища у їх зв'язку та відповідно до структурної політики;

- розглянуто один із системоутворюючих інститутів ринкової економіки, а саме інститут власності, під час дослідження якого більш детально проаналізовано інститут державно-приватного партнерства;

- досліджено низку інститутів, функціонування яких безпосередньо впливає на наявні структурні пропорції та можливості їх перетворення під впливом тих чи інших регуляторних заходів, а саме інститут споживання, інститут заощаджень та неформальні інститути.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Розглядаючи питання інституційного забезпечення організації структурних змін національної економіки, виокремлюємо два якісних підходи до розбудови потужного потенціалу інституційних формацій у рамках вітчизняної економіки. Першим є реформаторський напрям, який передбачає критичний аналіз поточного стану інституційного забезпечення з подальшою трансформацією їх нормативно-правової основи діяльності задля їх повноцінного, автономного функціонування. Другим є новаторський напрям, який базується на побудові нових інститутів та інституцій, що спрямований на якісне оновлення інституційного ландшафту згідно з потребами економічної системи, що може здійснюватися як в контексті формування інноваційних інституцій, які є об'єктивною потребою ринку, так і щодо утворення ініційованих державою інституційних формацій. Використання останнього підходу вимагає розуміння суперечливого характеру вжиття таких заходів, зокрема щодо несприйняття ринковою системою штучно-насаджуваних державою форм, а також ризику, пов'язаного зі впровадженням інститутів, запозичених у розвинутих ринкових системах, чия еклектична природа визначає їх низький рівень адаптації до вітчизняних економічних реалій.

Процеси структурних зрушень в економічних системах є безпосередньо пов'язаними з їх спадковістю та інерційним тяжінням до стійкості як важливої передумови безпеки соціально-економічних перетворень. Водночас нелінійна взаємодія внутрішніх та зовнішніх чинників постійно порушує стійкість господарського розвитку, породжуючи протиріччя між традиційною та інноваційною підсистемами. Взаємодія сил стабілізації та дестабілізації як єдність та боротьба протилежностей виявляється у формі циклічного розвитку трансформаційних економік [3, с. 85].

У рамках цього дослідження запропоновано зосередити увагу на першому напрямі, а саме аналізі та діагностиці поточного стану розвитку інституційного забезпечення вітчизняної системи в контексті питань регулювання структурних зрушень. Перш за все варто розуміти, яким чином співвідносяться поняття інституцій та структурних елементів економіки в розрізі їх внутрішньо-системних взаємодій. Зазначимо, що існує декілька видів таких взаємодій, наявність яких може слугувати індикатором рівня розвитку інституційного забезпечення структурних

зрушень економіки та його відповідності системі державних регуляторних засобів.

Перший рівень зв'язків будується на координаційних взаємодіях між окремими інститутами, вмотивованість яких визначається конкретними цілями суб'єктів взаємодії. Другий рівень зв'язків базується на взаємній обумовленості функціональних взаємодій системи інституційного забезпечення в рамках чинної структурної політики (розвиток тих чи інших інститутів має визначатися відповідним напрямом збалансованого структурного регулювання). Третій рівень зв'язків заснований на цільовій взаємодії суб'єктів інституційного забезпечення, в якому саме інституційне поле формує здатність до якісної трансформації структурних пропорцій відповідно до встановлених пріоритетів.

Варто зауважити, що важливість наявності описаних вище зв'язків обумовлює ризики утворення нових інститутів, загрожуючи порушенням їх сталості та нехтуванням емпіричних напрацювань попередніх інститутів, що в умовах слабкого розвитку інтерінституціональних зв'язків нинішньої системи може спричинити ще більшу її дестабілізацію.

Далі необхідно здійснити аналіз ключових інститутів у системі вітчизняного інституційного середовища у їх зв'язку та відповідно до структурної політики.

Спочатку розглянемо один із системоутворюючих інститутів ринкової економіки, а саме інститут власності. Розвиток інституту власності в Україні характеризується наявністю слабких зв'язків з іншими компонентами інституційного середовища, що додатково поєднується з існуванням значних диспропорцій організаційно-правової структури власності. Додатковим стримуючим фактором є недосконалість вітчизняної судової системи та існування корупції на рівні впливового неформального інституту, що порушує монолітність та непорушність права власності, підриваючи інвестиційний імідж країни у відносинах з іноземними партнерами. Okремо варто відзначити слабкість розвитку муніципальної власності, що характеризується низьким рівнем ефективності її використання, попри декларування державою пріоритетів децентралізації в процесі формування спрямованості структурних реформ.

Головними пріоритетами подальшого реформування відносин власності в Україні має стати гарантування недоторканості власності, відновлення інвестиційних процесів, недопущення політизації приватизаційних процесів і процесів перерозподілу власності [1, с. 36; 4, с. 85]. Саме тому одним із ключових напрямів посилення інституційної складової структурних змін є провадження реформ інституту власності, націлених на оптимізацію наявної нормативно-правової бази та створення інноваційних організаційно-правових форм, подальший розвиток яких має набути сталого характеру.

В контексті попереднього аналізу поточного стану розвитку інституту власності доцільним є окремий розгляд інституту державно-приватного партнерства, що набув великого поширення в країнах розвинутої ринкової економіки та є основою провадження ефективних структурних реформ.

Державно-приватне партнерство є перш за все органічним результатом еволюції економічних відносин держави та комерційного сектору в ринковому середовищі. Розвинутий інститут державно-приватного партнерства, з одного боку, надає широкі можливості розбудови економічного середовища функціонування ринкових суб'єктів за рахунок існування дієвих механізмів зворотного зв'язку та принципів плюралізму законодавчої ініціативи, а з іншого боку, дає змогу в розширеному форматі взаємодії реалізовувати крупні інфраструктурні проекти та проекти державного значення.

У державно-приватному партнерстві спеціалізація бізнесу проявляється у виробництві та інноваційному оновленні висококонкурентних товарів і послуг за допомогою інструментів, що поліпшують інновації, відтворенні трудових та природних ресурсів, а також виконанні своїх податково-фіскальних зобов'язань перед державою. Функції держави детермінуються в реалізації довгострокової та середньострокової стратегій соціально-економічного, інноваційно-технологічного та екологічного розвитку. Підтримка й стимуляція базисних інновацій, формування сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату, пропорційний та сталий розвиток секторів економіки, забезпечення економічної та технологічної безпеки складають стратегічну прерогативу держави [5, с. 254].

На жаль, враховуючи особливості вітчизняного інституційного середовища, маємо констатувати нерозвиненість інституту державно-приватного партнерства в рамках національної економічної системи, що пов'язане насамперед зі сформованою державною політикою та відповідним розподілом повноважень щодо нормативного врегулювання таких відносин, слабкістю системи комунікацій між державою та комерційним сектором, відсутністю мотиваційної складової стимулювання колективної співпраці державних та приватних структур у рамках державної пріоритетності економічного розвитку.

Okремої уваги потребує розгляд інститутів, функціонування яких безпосередньо впливає на наявні структурні пропорції та можливості їх перетворення під впливом тих чи інших регуляторних заходів.

Одним із найважливіших інститутів, що формує основу для збалансування або розбалансування відтворювальних і соціальних пропорцій, є інститут споживання. Вітчизняний інститут споживання характеризується вкрай деформованою структурою в її кількісних (нерівномірність структури витрат як домогосподарств, так і суб'єктів підприємницької активності) та якісних вимірниках

(низький рівень якості споживання, що виявляється в структурі споживання продовольчих товарів, рівні активності домогосподарств на фінансовому ринку тощо). Перспективними напрямками розбудови інституту споживання мають стати:

- розроблення комплексу заходів щодо зменшення дохідної диференціації у суспільстві;
- формування комплексу економічних стимулів, націлених на подолання неконтрольованої динаміки трудової міграції;
- скорочення тіньового сектору, зокрема, в контексті детінізації доходів;
- формування адекватного інституційного забезпечення трудових відносин на ринку праці.

Особливої уваги заслуговує також напрям, пов'язаний з інститутом споживання, а саме інститут заощаджень. Важливим елементом формування дієвого інституційного забезпечення є розбудова потужного інституту заощадження, що відповідає пріоритетам економічного розвитку. Характерними рисами вітчизняного інституту заощаджень є домінуюче положення іноземної валюти як універсального напрямку заощаджень домогосподарств, низький рівень індивідуальної інвестиційної активності на фінансовому ринку (заощадження у ЦП), існування квазізаощаджень та значного рівня недовіри до банківської системи.

Згідно з оцінками експертів Асоціації українських банків поза банківською системою перебувають 500-700 млрд. грн. [2, с. 20].

Проблемі оптимізації роботи фінансового ринку приділяється значна увага, проте ще багато нагальних проблем у фінансовій сфері залишаються невирішеними, що вимагає подальшої розбудови вітчизняної системи інститутів фінансового ринку, наближення її до загальноєвропейських стандартів [6, с. 37].

Подолання описаних проблем лежить у площині реформування фінансового сектору, а саме розбудові фінансової інфраструктури ринку, що включає формування системи мотивації здійснення домогосподарствами заощаджень в альтернативних напрямках (відмінних від іноземної валюти); підтримку розвитку приватних пенсійних фондів та небанківських установ; здійснення фіскальної стимуляції індивідуальної підприємницької активності та економічної активності домогосподарств.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи вищевикладене, відзначаємо, що проведений аналіз поточного стану інституційного забезпечення свідчить про необхідність проведення ґрунтовної структурної реформи, орієнтованої на збалансування економічних систем та активізацію процесів інституціоналізації економіки.

В ході дослідження здійснено поглиблений аналіз поточного стану інституційного забезпечення в розрізі ключових інститутів, які чинять вплив на якість та ефективність регуляторних заходів політики стимулювання структурних зрушень; оці-

нено поточний стан інституційного забезпечення; на прикладі ключових елементів інституційного забезпечення процесів структурного збалансування окреслено основні проблеми інституційного середовища та напрями їх подолання.

Подальших досліджень вимагає розроблення концептуальної моделі структурної політики в умовах інституціональних змін, що відбуваються в Україні на сучасному етапі розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гордіца К. Трансформація власності в Україні: підсумки інституційних змін. *Економіка і прогнозування*. 2016. № 2. С. 24-40.
2. Павлюк Т., Урбанович В. Аналіз динаміки та структури заощаджень населення України. *Науковий огляд*. 2016. № 9. С. 15-22.
3. Пасінович І. Структурний розвиток економіки та сучасні виклики структурної трансформації в Україні. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. № 1. С. 82-87.
4. Попазогло В. Деструктивні неформальні політичні інститути: форми прояву та механізми протидії. *Політичне життя*. 2018. № 1. С. 85-90.
5. Тульчинська С. Інтелектуально-інноваційна модернізація економіки України: теоретико-методологічні аспекти : монографія. Київ : НТУУ «КПІ», 2009. 488 с.
6. Штефан С. Сучасні особливості структурної політики України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 36-40.

REFERENCES:

1. Horditsa K. (2016) Transformatsiia vlasnosti v Ukraini: pidsumky instytutsiinykh zmin [Transformation of property in Ukraine: results of institutional changes]. *Ekonomika i prohnozuvannia*, vol. 2, pp. 24-40.
2. Pavliuk T., Urbanovych V. (2016) Analiz dynamiky ta struktury zaoschadzen' naselennia Ukrainy [Analysis of the dynamics and structure of savings of the population of Ukraine]. *Naukovy ohliad*, vol. 9, pp. 15-22.
3. Pasinovich I. (2016) Strukturnyj rozvytok ekonomiky ta suchasni vyklyky strukturnoi transformatsii v Ukraini [Structural development of economy and modern challenges of structural transformation in Ukraine]. *Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*, vol. 1, pp. 82-87.
4. Popazohlo V. (2018) Destruktyvni neformal'ni politychni instytuty: formy proiavu ta mekhanizmu protydii [Destructive informal political institutions: forms of manifestation and mechanisms of counteraction]. *Politychne zhyttia*, vol. 1, pp. 85-90.
5. Tul'chyn'ska S. (2009) *Intelektual'no-innovatsijna modernizatsiia ekonomiky Ukrainy: teoretyko-metodolohichni aspekty* [Intellectual-innovative modernization of the economy of Ukraine: theoretical and methodological aspects]. Kyiv : NTUU "KPI" (in Ukrainian).
6. Shtefan S. (2015) Suchasni osoblyvosti strukturnoi polityky Ukraini [Modern features of structural policy in Ukraine]. *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vol. 4, pp. 36-40.

ПРИНЦИПИ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

PRINCIPLES OF FRUIT AND BERRY MARKET SEGMENTATION IN THE SOUTH OF UKRAINE

У статті оцінено стан розвитку ринку плодово-ягідної продукції, виявлено тенденції змін. Визначено, що сегментування ринку – це дієвий інструмент ефективного позиціонування на всіх ринках, набір вагомих чинників, які характеризують та створюють передумови формування попиту й ринкової пропозиції. Розглянуто складові процесу сегментування, принципи поділу на сегменти та основні показники їх оцінювання. Відзначено, що обсяги виробництва та ефективність виробничо-збутової діяльності залежать від правильного сегментування за географічним та демографічним принципами. Ресурсний потенціал галузі півдня України є розвинутим та максимально розгалуженим. Підкреслено, що разом з демографічними чинниками в умовах ринкових перетворень та конкурентної боротьби товаровиробників, важливим сьогодні є саме вплив психографічного та поведінкового сегментів. Саме ці неекономічні чинники є тими мотиваційними механізмами здійснення перших та повторних покупок.

Ключові слова: ринок, плодово-ягідна продукція, сегментування ринку, принципи сегментування, попит, пропозиція, мотивація.

В статье оценено состояние развития рынка плодово-ягодной продукции, выявлены

тенденции изменений. Определено, что сегментирование рынка – это действенный инструмент эффективного позиционирования на всех рынках, набор весомых факторов, которые характеризуют и создают предпосылки формирования спроса и рыночного предложения. Рассмотрены составляющие процесса сегментирования, принципы деления на сегменты и основные показатели их оценивания. Отмечено, что объемы производства и эффективность производственно-сбытовой деятельности зависят от правильного сегментирования по географическому и демографическому принципам. Ресурсный потенциал отрасли юга Украины является развитым и максимально раскрытым. Подчеркнуто, что наряду с демографическими факторами в условиях рыночных преобразований и конкурентной борьбы товаропроизводителей важным сегодня является именно влияние психографического и поведенческого сегментов. Именно эти неэкономические факторы являются теми мотивационными механизмами осуществления первых и повторных покупок.

Ключевые слова: рынок, плодово-ягодная продукция, сегментирование рынка, принципы сегментирования, спрос, предложение, мотивация.

УДК 339.1:634.7

DOI: <https://doi.org/10.32843/bSES.45-5>

Колокольчикова І.В.

к.е.н., доцент, докторант

Полтавська державна аграрна академія

Kolokolchikova Iryna

Poltava State Agrarian Academy

Production of fruit and berry products is of strategic importance. This production is favorite for ordinary citizens and it is used by all groups of the population of different age. Therefore, the demand for fruits and berries is constant, but it must be stimulated. The main methods of research are monographic, which makes it possible to study the phenomenon in the chronological plane. Thanks to the graphical method, most of the indicators are presented systematized and processed in this form. Application of methods of the system analysis and complex approach the process of segmentation of the market of fruits and berries of the South of Ukraine for the basic principles, the provided their qualitative assessment is considered. The paper presents a vision of the state of development of the market of fruit and berry products. Over the decade the development of the industry took place from intensive the way to extensive development. Modern areas of perennial plantations are three times smaller than now, but the gross production of fruits and berries is higher than in previous decades. This trend is confirmed by the indicator of productivity of gardens-yield, it is slowly but growing. It is determined that market segmentation is an effective tool for effective positioning in all markets, a set of significant factors that characterize and create prerequisites for the formation of demand and supply. The components of the segmentation process, the principles of creating segments and evaluation indicators are considered. It is indicated that the volume of production and sales are influenced by geographical and demographic factors. Natural resources of the South of Ukraine are the most favorable for gardening. It is emphasized that along with demographic factors, in the conditions of market transformations and competition of producers, it is important today to allocate segments on psychographic and behavioral content. Paying more attention to the study of consumer behavior, searching for levers of influence on the consciousness of the buyer and the perception of products, you can achieve a significant increase in sales; you can also create new segments in old markets. It is these non-economic factors are the motivational mechanisms for the implementation of the first and repeat purchases. Increasing their importance in the future will strengthen and create new demand and will give the opportunity to expand the supply of producers.

Key words: market, fruit and berry products, market segmentation, segmentation principles, demand, supply, motivation.

Постановка проблеми. Задля максимального задоволення потреб людини необхідно мати окремий підхід до кожного споживача. Однак на ринку сільськогосподарської продукції, зокрема плодово-ягідному, є безліч покупців. Врахувати їх потреби можна тільки за групування їх за схожими запитами, тому під час вивчення розвитку ринку плодово-ягідної продукції вагоме місце у дослідженнях посідає вивчення процесу сегментації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню економічних та маркетингових питань розвитку ринку плодово-ягідної продукції та процесу сегментування сьогодні приділяється увага майже всіх науковців цього напрямку. Частина

науковців, зокрема І.Є. Бучинський [5], А.Г. Мартин, С.О. Осипчук, О.М. Чумаченко [6] В.А. Рульєв [7], зупиняється на важливості впливу ресурсних факторів на розвиток галузі. Деякі вчені, зокрема Ф. Котлер [2], А.І. Старостина [3], О.В. Куденко [4; 11], аналізують ринкові аспекти розвитку, виявляють закономірності та оцінюють вплив окремих сегментів. Проведені ними наукові дослідження розкривають окремі складові процесу сегментації ринків, однак більш глибокої деталізації вони не мають, що спонукає до постійного пошуку особливих підходів до вивчення цього питання.

Постановка завдання. Розвиток ринку плодово-ягідної продукції – це складний та тривалий

процес. Під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників відбуваються постійні зсуви пріоритетів потенціальних клієнтів ринку, змінюються запити, що приводить до корегувань у структурі пропозиції продукції. Ці процеси відбуваються дуже швидко та не дають можливості товаровиробникам стояти на місці. Останні все частіше стали звертатись до наукових підходів до пошуку мотиваційних механізмів збільшення обсягів продаж.

Метою статті є аналіз розвитку ринку плодово-ягідної продукції на сучасному етапі в розрізі окремої природно-кліматичної зони, а саме зони степу півдня України; визначення складових процесу сегментування ринку продукції з виділенням найбільш вагомих факторів та обґрунтованого пояснення цього впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Плодово-ягідний ринок розвивається, його підгалузі, зокрема зерняткові, кісточкові, ягоди, з кожним роком розширюють номенклатуру продукції, збільшують сортовий склад, виходять на ринки органічної продукції, починають нарощувати обсяги виробництва субтропічних фруктів. Все це є можливим за рахунок ресурсного потенціалу країни загалом та його товаровиробників зокрема. Кожна природно-кліматична зона має свої характеристики, що обумовлює перелік продукції, яка виробляється галуззю.

Функціонування ринку плодово-ягідної продукції півдня України можна оцінити за масштабами виробництва продукції та продуктивністю багаторічних насаджень (табл. 1).

Згідно з представленою динамікою площ багаторічних насаджень у плодоносному віці та валових зборів видно, що з початку дослідження у 1990 р. високі збори плодів та ягід забезпечувались за рахунок великих площ багаторічних насаджень. Так, при загальній площі у 679,8 тис. га загалом по країні було отримано 2901,7 тис. ц продукції. Станом на 2018 р. при площі 200 тис. га отримано 2571,3 тис. ц. Розвиток садівничою

галузі відбувається екстенсивним шляхом. Серед областей півдня України у звітному році найбільшими є площі під сади та ягідники в Одеській та Херсонській областях, найвищі валові збори зафіксовані у Запорізькій та Одеській областях.

Урожайність багаторічних насаджень з 2000 р. має сталу тенденцію зростання, а у 2018 р. практично по всіх областях півдня України цей показник є максимальним (в середньому по галузі він становить 128,4 ц/га, в Запорізькій та Одеській областях – 113,5 ц/га та 135,1 ц/га, Миколаївській та Херсонській – 89,6 ц/га, 87,8 ц/га відповідно) (рис. 1).

Успіх роботи на ринку залежить від правильних підходів до сегментування своїх клієнтів. Це суттєво знижує витрати на просування продукції та його позиціонування, прискорює отримання прибутків від очікуваних продаж. Першим категорію «сегментування ринку» визначив Ф. Котлер. Згідно з ним, сегментація ринку як економічна категорія – це процес поділу ринку на групи споживачів зі схожими потребами, кожна з яких може бути вибрана як цільовий ринок підприємства для застосування на ній відповідних комплексів маркетингу компанії [2, с. 85].

Серед сучасних науковців більш комплексне визначення сегментації ринку як процесу надала А.І. Старостина, яка підкреслила, що сегментація ринку – це систематизований процес виділення ринкових сегментів, які потребують з боку підприємства спеціально розроблених комплексів маркетингу задля підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку за рахунок реалізації економічних інтересів виробників та споживачів. Водночас сегмент ринку – це сукупність споживачів, що характеризуються високим ступенем однорідності купівельної поведінки, яка чітко відрізняється від інших на цьому ринку й потребує спеціально розробленого для неї комплексу маркетингу [3, с. 402].

Застосування у виробничо-збутовій практиці самого процесу сегментування ринку, виділення цільових сегментів та позиціонування є економічно вигідним процесом. Це дає змогу виробникам

Таблиця 1

Площа насаджень та валові збори плодових і ягідних культур у плодоносному віці

Регіон	1990 р.	2000 р.	2010 р.	2013 р.	2015 р.	2017 р.	2018 р.
Площа насаджень у плодоносному віці, тис. га							
Україна	679,8	378,0	223,2	221,7	206,0	198,5	200,0
Запорізька область	28,8	15,7	8,6	8,6	8,0	7,8	7,5
Миколаївська область	15,3	10,7	5,3	5,0	5,0	4,7	4,8
Одеська область	30,5	21,1	9,1	8,8	8,0	8,1	8,2
Херсонська область	16,4	9,8	7,9	7,9	7,6	8,4	8,4
Виробництво плодів та ягід, тис. т							
Україна	2 901,7	1 452,6	1 746,5	2 295,3	2 152,8	2 048,0	2 571,3
Запорізька область	152,5	57,8	58,7	82,1	66,7	62,1	84,8
Миколаївська область	84,8	23,7	37,7	47,9	35,6	28,6	42,5
Одеська область	111,2	66,1	74,3	82,9	84,9	90,1	109,4
Херсонська область	86,5	65,3	58,8	82,1	64,7	66,2	73,5

Джерело: сформовано на основі [1]

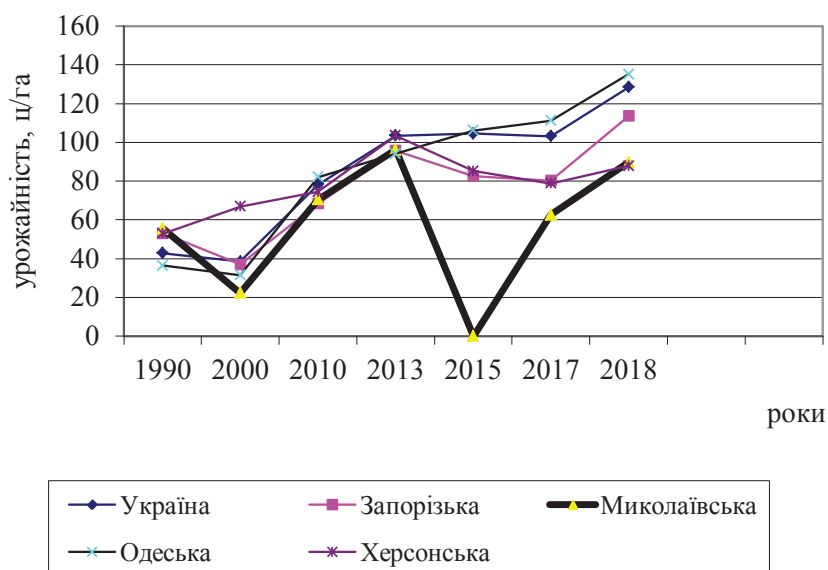


Рис. 1. Динаміка урожайності плодово-ягідних культур на півдні та загалом по Україні за 1990-2018 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [1]

визначати вектори дій щодо товарної та збутової стратегій, економити час та фінансові ресурси в разі невдалого розроблення ринкової пропозиції. Про переваги успішного сегментування говориться в працях О.В. Куденка. Він визначає, що виявлення відмінностей може зайти занадто далеко. Занадто детальне сегментування без відповідного комерційного обґрунтування приводить до дроблення зусиль та неефективності. Отже, створені сегменти мають бути досить великими для того, щоби зусилля, спрямовані на їх завоювання, були виправданими. Однак поняття розміру у цьому контексті може бути дещо розпливчатим. Для ходових товарів широкого вжитку значний розмір може означати тисячі покупців, що купують десятки тисяч одиниць товару, тоді як для корпоративного ринку це може означати кількох покупців, що закупають кілька одиниць товару. Також важливо довести, що сегмент справді існує. Аналіз ринку може виявити нішу, що незаповнена наявними товарами, визначену з точки зору або самого продукту, або профіля споживача. Наступним етапом буде отримання відповіді на питання про те, чому ця ніша існує [4].

Проводячи сегментування на ринку плодово-ягідної продукції півдня України та галузі загалом, відзначаємо, що основними напрямками є географічне, демографічне, психографічне та поведінкове сегментування. Вони є класичними, однак під час сегментування ринку, що досліджується, вибираються не всі, а основні критерії оцінювання (рис. 2).

Сегментування ринку за географічним принципом враховує аналіз таких складових, як регіональна демографія, кліматичні умови, адміністративний розподіл, кількість мешканців міст. Для ринку плодово-ягідної продукції важливими є перші дві складові,

а саме природно-кліматичні умови та регіональні особливості виробничо-господарської діяльності суб'єктів ринку. Саме вони визначають загальну спеціалізацію регіону, товарну номенклатуру продукції, її кількість та якість. Адміністративний розподіл на області, міста, їх розміри та кількість жителів впливають на оптово-роздрібну та роздрібну торгівлю плодами та ягодами на внутрішньому ринку.

Природно-ресурсний потенціал країни – це одна з головних умов ведення виробничої діяльності. Ці ресурси є не тільки фактором розміщення та спеціалізації сільського господарства, але й складовою успішного економічного розвитку суспільства. Виробництво сільськогосподарської продукції відбувається під впливом кліматичних умов. Для плодово-ягідної продукції це є дуже важливим, тому що цей чинник впливає на якість та кількість продукції. Перша загальна характеристика кліматичних умов та біокліматичних ресурсів була надана І.Є. Бучинським, який підкреслив неоднорідність зональних умов та необхідність наукового підходу до раціонального розміщення й спеціалізації виробництва плодів та ягід [5].

Південь України – це зона степу. Ця зона має свої кліматичні особливості, хоча вважається однією зі сприятливих зон виробництва продукції промислового садівництва. А.Г. Мартин, С.О. Осипчук та О.М. Чумаченко у своїх працях за природно-сільськогосподарським районуванням виділив п'ять природно-сільськогосподарських зон, поділяючи зону степу на підзони [6]. Багато уваги впливу кліматичних умов на промислове садівництво приділив В.А. Рульєв, підкреслюючи вплив негативних чинників природи [7].

Родючість ґрунту має прямий вплив на рівень продуктивності саду. Особливо це відчутно під час

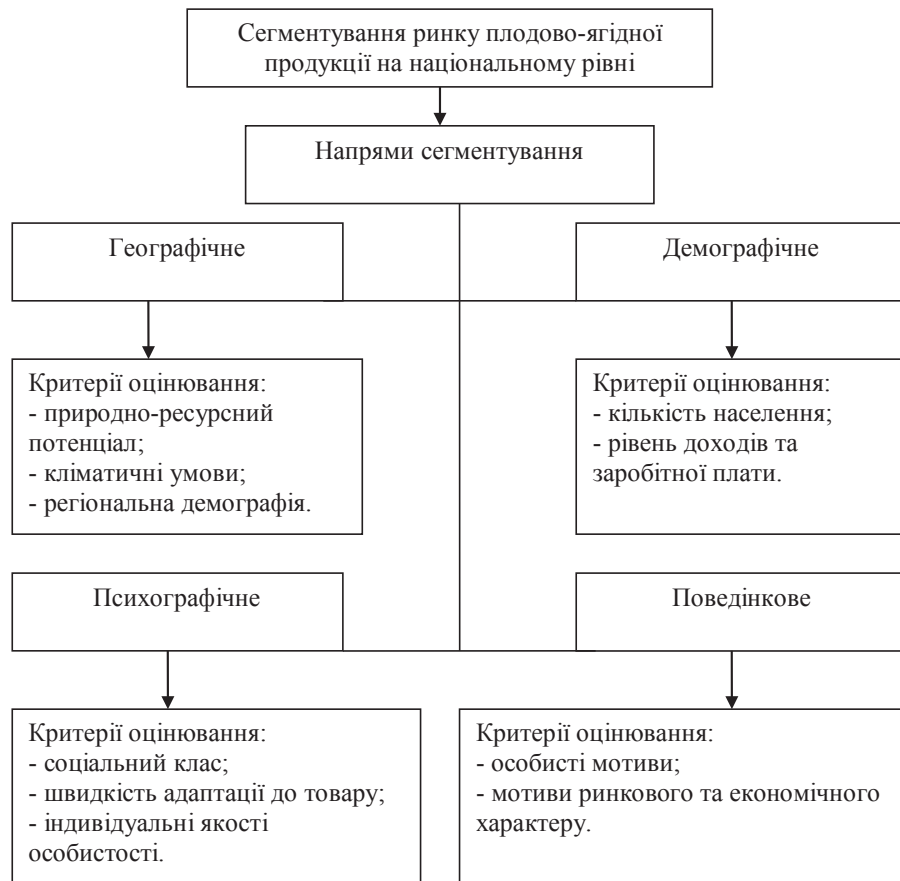


Рис. 2. Принципи та критерії сегментування ринку плодово-ягідної продукції півдня України

Джерело: розробка автора

виращування яблук, персиків, черешні. За попередніми дослідженнями було встановлено, що агрохімічна характеристика ґрунтів України показує, що на більшості території, яка підлягала обстеженню, а це 16444,1 тис. га, ґрунти мають середній (34,0%) та підвищений (32,1%) вміст гумусу, тобто 66,1% обстежених площ України мають середній та високий рівень гумусу в ґрунті. За розрахунками цей сукупний відсоток вмісту гумусу за відповідним рівнем має такі показники: зона степу має 38,1% та 33,8%, що у сумі дає 71,9%. Також зона степу відрізняється від інших природних зон високим вмістом гумусу (4,1-5,0), маючи 18,2%. За зоною степу показники, що аналізуються, більші не тільки у відсотках, але й в абсолютному виразі, тобто ґрунти за площею мають найвищі показники серед інших природних зон України, тому зона Степу є найбільш прийнятною до промислового садівництва саме через сильну сторону, якою є родючість ґрунту [8, с. 120].

Стратегічне бачення розвитку галузі садівництва зведено в галузевих програмах «Плоди і ягоди України – 2017», «Програма розвитку садівництва України на період до 2025 року». Пропозиції, які мають характер рекомендацій, підкреслюють, що для черешні, персика та вишні можна відводити більше 60-85% площ серед плодкових багаторічних

насаджень. Серед ягідників рекомендовано на півдні України вирощувати суницю та малину [9].

Сегментування ринку плодово-ягідної продукції за соціально-демографічним принципом відбувається з урахування не тільки кількості потенційних покупців та споживачів продукції, але й їх соціального статусу. Проведені дослідження соціологів та маркетологів свідчать про встановлення відповідних залежностей від кількості та платоспроможності покупців, а також кількості проданої продукції. Сьогодні в Україні спостерігаються негативні тенденції зниження кількості населення. Чисельність наявного населення в Україні, згідно з оцінкою, на 1 січня 2019 р. становила 42 153,2 тис. осіб. Упродовж 2018 р. чисельність населення зменшилась на 233,2 тис. осіб [10].

Споживачами плодів та ягід є всі верстви населення: від дітей різного віку до літніх людей. Вони є кінцевими споживачами, тому від кількості цих покупців практично безпосередньо залежать обсяги реалізації продукції галузі, а тенденція з демографічними факторами є такою: чисельність населення за останні 2 роки зменшується, інші показники мають аналогічну тенденцію, цей процес є повільним, тому не дуже впливає на збут продукції (табл. 2).

Таблиця 2

Основні демографічні показники, ос.

Показник	2017 р.	2018 р.
Чисельність наявного населення (за оцінкою) на кінець року	42 386 403	42 153 201
Середня чисельність наявного населення	42 485 473	42 269 802
Чисельність постійного населення (за оцінкою) на кінець року	42 216 766	41 983 564
Середня чисельність постійного населення	42 315 836	42 100 165
Загальний приріст, скорочення (-) населення	-198 139	-233 202
Природний приріст, скорочення (-) населення	-210 136	-251 791
Кількість живонароджених	363 987	335 874
Кількість померлих	574 123	587 665
зокрема, дітей у віці до 1 року	2 786	2 397
Міграційний приріст, скорочення (-) населення	11 997	18 589

Джерело: сформовано на основі [10]

Купівельна спроможність клієнта – це запорука успішного бізнесу. Зростання доходів покупців завжди супроводжується зростанням попиту. Середня номінальна заробітна плата штатного працівника підприємств, установ та організацій у грудні 2018 р. становила 10573 грн., що у 2,8 рази вище рівня мінімальної заробітної плати (3723 грн.). Темп зміни середньої номінальної заробітної плати порівняно з листопадом становив 115,4%, а порівняно з груднем 2017 р. – 120,5%. Індекс реальної заробітної плати у грудні 2018 р. порівняно з листопадом становив 114,5%, а відносно грудня 2017 р. – 109,7% [10].

Однак водночас на попит впливають не тільки демографія, яка складалась у країні та на рівні заробітних плат, але й ціни на продукти харчування. Це обґрунтовується тим, що деякі продукти є взаємозамінними, і від деяких споживач може відмовитись на користь інших, більш важливих. Споживач може не купити овочі й фрукти, однак обов'язковими у його споживчому кошику будуть хліб, молоко та м'ясо.

Психологічні та поведінкові фактори сегментування на ринку плодово-ягідної продукції відображаються в показнику кількості споживання продукції. Психологічний фактор класифікує покупців за рисами характеру особистостей. Серед критеріїв оцінювання основними є соціальний клас, швидкість адаптації споживача до нового товару, індивідуальні якості. За адаптацією до споживачів виділяють суперноваторів, новаторів, поміркованих, консерваторів та суперконсерваторів [2]. Деякі науковці пропонують поділ споживачів на такі групи, як актуалізатори; принципово орієнтовані (освічені, довірливі); ті, що орієнтуються на статус (ті, що досягають успіху, ті, що докладають зусиль); ті, що орієнтуються на дію (досвідчені, творці); борці; ті, що реалізують власні цілі [11, с. 81].

Поведінковий принцип сегментування ринку плодово-ягідної продукції містить саме ті мотиви, які спонукають покупців до здійснення купівлі. Він характеризується такими ознаками, як привід для купівлі, пошук переваг, закономірність

здійснення покупок, ступінь потреби в продукції. Серед економічних мотивів слід назвати ступінь обізнаності про товар, ринок та чутливість до ціни.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, можна зробити узагальнюючий висновок про те, що сегментація ринку плодово-ягідної продукції є обов'язковим процесом. Мета цих дій полягає у виявленні та оцінюванні (кількісне та якісне) тих факторів впливу, які можуть суттєво змінити вектори реалізаційної політики. Разом із демографічними факторами, які безпосередньо впливають на купівельні спроможності галузі та прибутковість сільськогосподарських товаровиробників, не можна упускати та недооцінювати психографічні та поведінкові складові. Сучасна комунікаційна політика у сфері просування та збуту продукції, впливає на свідомість покупців і споживачів плодів та ягід, залучає їх до традицій та культури споживання фруктів, формуючи нові сегменти та збільшуючи їх місткість. Всі ці фактори в комплексі формують впливову силу на розвиток ринку плодово-ягідної продукції півдня України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Рослинництво України : статистичний збірник за 2018 рік. Київ, 2019. 222 с.
2. Котлер А., Сондерс В. Основы маркетинга / пер. с англ. 4-е европ. изд. Москва ; Санкт-Петербург, ; Киев : Вильямс, 2008. 351 с.
3. Старостіна А.О. Маркетинг : підручник для студентів ВНЗ, аспірантів та викладачів. Київ : Знання, 2009. 548 с.
4. Куденко О.В. Критерії успішного сегментування. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту* : тези доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 8-10 листопада 2012 р.). Львів : видавництво Львівської політехніки, 2012. С. 225-226.
5. Бучинский И.Е. Засухи, суховеи и пыльные бури на Украине и борьба с ними. Киев : Урожай, 1970. 236 с.
6. Мартин А.Г. Осипчук С.О., Чумаченко О.М. Природно-сільськогосподарське районування України : монографія. Київ : Компрінт, 2015. 328 с.

7. Рульєв В.А. Садівництво Півдня України. Запоріжжя : Дике Поле, 2003. 31с .

8. Колокольчикова І.В. Природно-ресурсний потенціал галузі промислового садівництва півдня України. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 2 (57). С. 115-123.

9. Галузева програма розвитку садівництва України на період до 2025 року. Київ, 2008. 76 с.

10. Демографічні показники у 2018 р. Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 02.10.2019).

11. Куденко О.В. Критичний аналіз методів та підходів до сегментування ринку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. Вип. 8 (3). С. 79-82.

REFERENCES:

1. State Statistics Service of Ukraine (2019) Roslynnytstvo Ukrainy: statystychnyi zbirnyk za 2018 rik [Crop production of Ukraine: statistical yearbook for 2018], Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine.

2. Kotler A., Sonders V. (2008) *Osnovy marketinga* [Basics of marketing] Kyiv : Vil'yams. (in Russian)

3. Starostina A. O. (2009) *Marketynh : pidruchnyk dlia studentiv VNZ, aspirantiv ta vykladachiv* [Marketing : textbook for UNIVERSITY students, graduate students and teachers]. Kyiv : Znannia. (in Ukrainian)

4. Kudenko O.V. (2012) Kryterii uspishnoho sehmentuvannia [Criteria for successful segmentation]. Proceedings of the *Marketynh ta lohistyka v systemi menedzhmentu: tezy dopovidei IKh Mizhnarodnoi nau-*

kovo-praktychnoi konferentsii (Ukraine, Lviv, November 8-10, 2012). Lviv : vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, pp. 225-226.

5. Buchinskiy I.E. (1970) *Zasukhi, sukhovei i pyl'nye buri na Ukraine i bor'ba s nimi* [Droughts, dry winds and dust storms in Ukraine and the fight against them]. Kiev : Urozhay. (in Russian)

6. Martyn A.H., Osypchuk S.O., Chumachenko O.M. (2015) *Pryrodno-silskohospodarske raionuvannia Ukrainy : monohrafiia* [Natural and agricultural zoning of Ukraine : monograph]. Kyiv : Kompynt. (in Ukrainian)

7. Ruliev V.A. (2003) *Sadivnytstvo Pivdnia Ukrainy* [Gardening in the South of Ukraine]. Zaporizhzhia : Dyke Pole. (in Ukrainian)

8. Kolokoljchikova I.V. (2019) Pryrodno-resursnyi potencial ghaluzi promyslovogho sadivnytstva Pivdnja Ukrainy [Natural resource potential of industrial horticulture in the South of Ukraine]. *Ghalyckyj ekonomichnyi visnyk*, vol. 2, no. 57, pp. 115-123.

9. Ghaluzeva prohrama rozvytku sadivnytstva Ukrainy na period do 2025 roku (2008) [Branch program of horticulture development in Ukraine for the period up to 2025]. Kyiv.

10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) Demoghrafichni pokaznyky u 2018 r. [Demographics in 2018]. Kyiv : Informatsiino-analitychne ahentstvo.

11. Kudenko O.V. (2014) Krytychnyj analiz metodiv ta pidkhodiv do sehmentuvannja rynku [Critical analysis of methods and approaches to market segmentation]. *Naukovyj visnyk Khersonskogho derzhavnogho universytetu. Serija: Ekonomichni nauky*, vol. 8, no. 3, pp. 79-82.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА НА ГАЛУЗЕВОМУ ТА ГОСПОДАРСЬКОМУ РІВНЯХ

STRATEGIC AREAS OF INVESTMENT-INNOVATION DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL PRODUCTION AT THE INDUSTRY AND ECONOMIC LEVEL

УДК 65.011.47:658.27:631.11

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-6>

Аранчій В.І.

к.е.н., професор,
професор кафедри фінансів і кредиту
Полтавська державна аграрна академія

Зоря О.П.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Полтавська державна аграрна академія

Голбан Т.Т.

здобувач кафедри фінансів і кредиту
Полтавська державна аграрна академія

Aranchiy Valentyna

Poltava State Agrarian Academy

Zoria Oleksii

Poltava State Agrarian Academy

Golban Tymofii

Poltava State Agrarian Academy

У статті здійснено розроблення стратегічних напрямів інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому та господарському рівнях. Як стратегічні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому рівні виділено формування регіонального ринку інвестиційних ресурсів та інновацій; формування регіональної інфраструктури інновацій; формування системи консалтингу у сфері агроінновацій; підготовку кадрів для генерації, трансферу та використання інновацій; розвиток системи регіональної підтримки інвестиційно-інноваційних процесів. Встановлено, що підвищення інвестиційно-інноваційної активності господарюючих суб'єктів аграрної сфери пов'язано з реалізацією сукупності таких напрямів їх інвестиційно-інноваційного розвитку, як впровадження товарних (продуктових), технологічних, ресурсних, організаційно-економічних та соціально-економічних інновацій.

Ключові слова: інвестиційно-інноваційний розвиток, стратегічні напрями, аграрне виробництво, регулювання, ефективність, стимулювання.

В статті здійснено розроблення стратегічних напрямів інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому та господарському рівнях. Як стратегічні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому рівні виділено формування регіонального ринку інвестиційних ресурсів та інновацій; формування регіональної інфраструктури інновацій; формування системи консалтингу у сфері агроінновацій; підготовку кадрів для генерації, трансферу та використання інновацій; розвиток системи регіональної підтримки інвестиційно-інноваційних процесів. Встановлено, що підвищення інвестиційно-інноваційної активності господарюючих суб'єктів аграрної сфери пов'язано з реалізацією сукупності таких напрямів їх інвестиційно-інноваційного розвитку, як впровадження товарних (продуктових), технологічних, ресурсних, організаційно-економічних та соціально-економічних інновацій.

инновационного развития аграрного производства на отраслевом и хозяйственном уровнях. В качестве стратегических направлений инвестиционно-инновационного развития аграрного производства на отраслевом уровне выделены формирование регионального рынка инвестиционных ресурсов и инноваций; формирование региональной инфраструктуры инноваций; формирование системы консалтинга в сфере агроинноваций; подготовка кадров для генерации, трансфера и использования инноваций; развитие системы региональной поддержки инвестиционно-инновационных процессов. Установлено, что повышение инвестиционно-инновационной активности хозяйствующих субъектов аграрной сферы связано с реализацией совокупности таких направлений их инвестиционно-инновационного развития, как внедрение товарных (продуктовых), технологических, ресурсных, организационно-экономических и социально-экономических инноваций.

Ключевые слова: инвестиционно-инновационное развитие, стратегические направления, аграрное производство, регулирование, эффективность, стимулирование.

The article deals with the development of strategic directions of investment and innovative development of agricultural production at the sectoral and economic levels. The strategic directions of investment-innovative development of agrarian production that take into account the specifics of this industry have been elaborated. The strategic directions of investment-innovative development of economic entities in the agrarian sphere have been elaborated, taking into account the current state of their innovative activity and investment attractiveness. As strategic directions of investment-innovative development of agrarian production at the sectoral level the following are distinguished: formation of the regional market of investment resources and innovations; formation of regional innovation infrastructure; formation of consulting system in the field of agro-innovation; training for the generation, transfer and use of innovation; development of a system of regional support for investment and innovation processes. According to the conducted researches, increase of investment-innovative activity of economic subjects of agrarian sphere is connected with realization of set of the following directions of their investment-innovative development: introduction of commodity (product), technological, resource, organizational-economic and socio-economic innovations. This division into directions is largely conditional, since the various activities within individual areas of investment and innovation development are interconnected. The practical significance of the study is that its scientific-theoretical results, practical proposals, conclusions and generalizations form the scientific basis for the development of strategic directions of investment-innovative development of agricultural production at the sectoral and economic levels. The implementation of the proposed measures will help to increase the efficiency of agricultural production and will ensure the process of formation of investment-innovative development of the agricultural sector of the economy.

Key words: investment-innovative development, strategic directions, agrarian production, regulation, efficiency, stimulation.

Постановка проблеми. Сучасний стан аграрної сфери нашої держави характеризується високою варіацією виробництва по роках, переважанням застарілих технологічних укладів, низьким рівнем ефективності та нестійким економічним становищем більшості аграрних товаровиробників. Одними з необхідних умов виходу господарюючих суб'єктів аграрного сектору на якісно новий рівень господарювання є розроблення та реалізація інвестиційно-інноваційних моделей їх розвитку. Очевидно, що ефективність реалізації таких моде-

лей буде залежати від їх комплексності та ступеня охоплення всіх елементів, які визначають умови функціонування агроекономічних систем, матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання та адекватних організаційно-економічних механізмів.

Теоретичні та практичні проблеми, пов'язані з підвищенням ефективності управління інноваційними процесами, зростанням інноваційної активності та інвестиційної привабливості господарюючих суб'єктів аграрної сфери, необхідність актуалізації концептуальних та методичних

підходів до формування й реалізації інвестиційно-інноваційних моделей їх розвитку визначили актуальність теми та вибір напрямку дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Наявні підходи до формування інвестиційно-інноваційних моделей, як правило, не забезпечують системного вирішення цієї проблеми. В одних дослідженнях акцент робиться на застосуванні нової техніки та підвищенні рівня інтенсивності виробництва, в інших розглядаються конкретні технологічні інновації, а саме використання нових сортів сільськогосподарських культур, порід сільськогосподарських тварин, в окремих пріоритет віддається трансферту наукових розробок у виробництво. У прикладних економічних дослідженнях значна увага приділяється окремим організаційно-економічним та соціально-економічним аспектам інноваційної діяльності, зокрема вдосконаленню інституційного середовища, раціоналізації форм державної підтримки, а також новим методам управління виробничими системами в аграрній сфері. Як показує практика передових аграрних підприємств, максимальна віддача від запровадження інноваційних рішень у сільському господарстві передбачає їх системне використання, що підкріплюється масштабними інвестиціями.

Теоретико-методологічні та практичні аспекти інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому та господарському рівнях досліджувались та висвітлювались у роботах багатьох вітчизняних учених-економістів. Найбільш вагомий внесок у розгляд цього питання, на нашу думку, зробили І. Вінченко [1], В. Геєць [2], О. Даций [3], О. Єрмаков [4], С. Ілляшенко [5], І. Ксьонжик [7], Ю. Лупенко [6], М. Малік [6], Л. Мармоль [7], П. Саблук [8], О. Шпикуляк [6]. Незважаючи на значну кількість досліджень з проблем інвестиційно-інноваційного розвитку аграрної сфери та господарюючих суб'єктів цієї галузі національного господарства, багато теоретичних та методичних питань, пов'язаних з підвищенням інвестиційної привабливості та інноваційної активності аграрних товаровиробників, залишаються не до кінця вивченими, а низка положень має дискусійний характер.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення стратегічних напрямів інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому та господарському рівнях. Відповідно до цього завданнями дослідження є:

- розроблення стратегічних напрямів інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва, які враховують специфіку цієї галузі;
- розроблення стратегічних напрямів інвестиційно-інноваційного розвитку суб'єктів господарювання в аграрній сфері, які враховують сучасний стан їх інноваційної активності та інвестиційної привабливості.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сільське господарство як сфера суспільного виробництва має цілу низку особливостей, які не дають змогу безпосередньо використовувати найбільш ефективні моделі розвитку та адаптації господарюючих суб'єктів до постійно змінюваних умов функціонування. Низька сприйнятливості більшості господарюючих суб'єктів аграрної сфери інновацій обумовлена низкою об'єктивних чинників.

Основні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому рівні зображені на рис. 1.

У сфері формування галузевого ринку інновацій пріоритет віддається стимулюванню генерації власних інноваційних розробок за активного використання моделі відкритих інновацій. В умовах дефіциту інвестиційних ресурсів у більшості аграрних товаровиробників на регіональному рівні повинна проводитися попередня експертиза потенційно доступних для аграрних підприємств інновацій з висновками та рекомендаціями з можливістю їх використання. В рамках цього ж напрямку доцільно сприяти кваліфікованій допомозі щодо перетворення нових знань на комерційний продукт, готовий до впровадження, а також стимулювати попит на інновації.

Другим важливим напрямом інвестиційно-інноваційного розвитку є сприяння розвитку регіональної структури інновацій, що включає техніко-впроваджувальні зони, агро- й технопарки, інноваційно-технологічні центри, центри трансферу інновацій, бізнес-інкубатори, об'єкти інформаційної та телекомунікаційної структури тощо.

Основні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку господарських суб'єктів аграрної сфери зображені на рис. 2. Відповідно до нього на особливу увагу щодо державної підтримки заслуговують радикальні інновації, що вимагають значного обсягу інвестицій та характеризуються найбільш високими рівнями інноваційних та інвестиційних ризиків.

Під час оцінювання можливостей використання радикальних товарних інновацій слід відзначити, що поява нових продуктів в аграрній сфері трапляється вкрай рідко, оскільки асортимент виробленої сільськогосподарської продукції вже склався під впливом природно-кліматичних та ресурсних можливостей переробної промисловості конкретного регіону. Для більшості аграрних товаровиробників характерним є використання продуктових інновацій, пов'язаних з підвищенням якості та поліпшенням споживчих властивостей виробленої продукції. При цьому товарні інновації можуть виявлятися через удосконалення системи маркетингу та проведення агресивної маркетингової політики як на вже охоплених, так і на ще не освоєних продовольчих ринках. Радикальні технологічні інновації пов'язані зі впровадженням нових для підприємства технологій виробництва

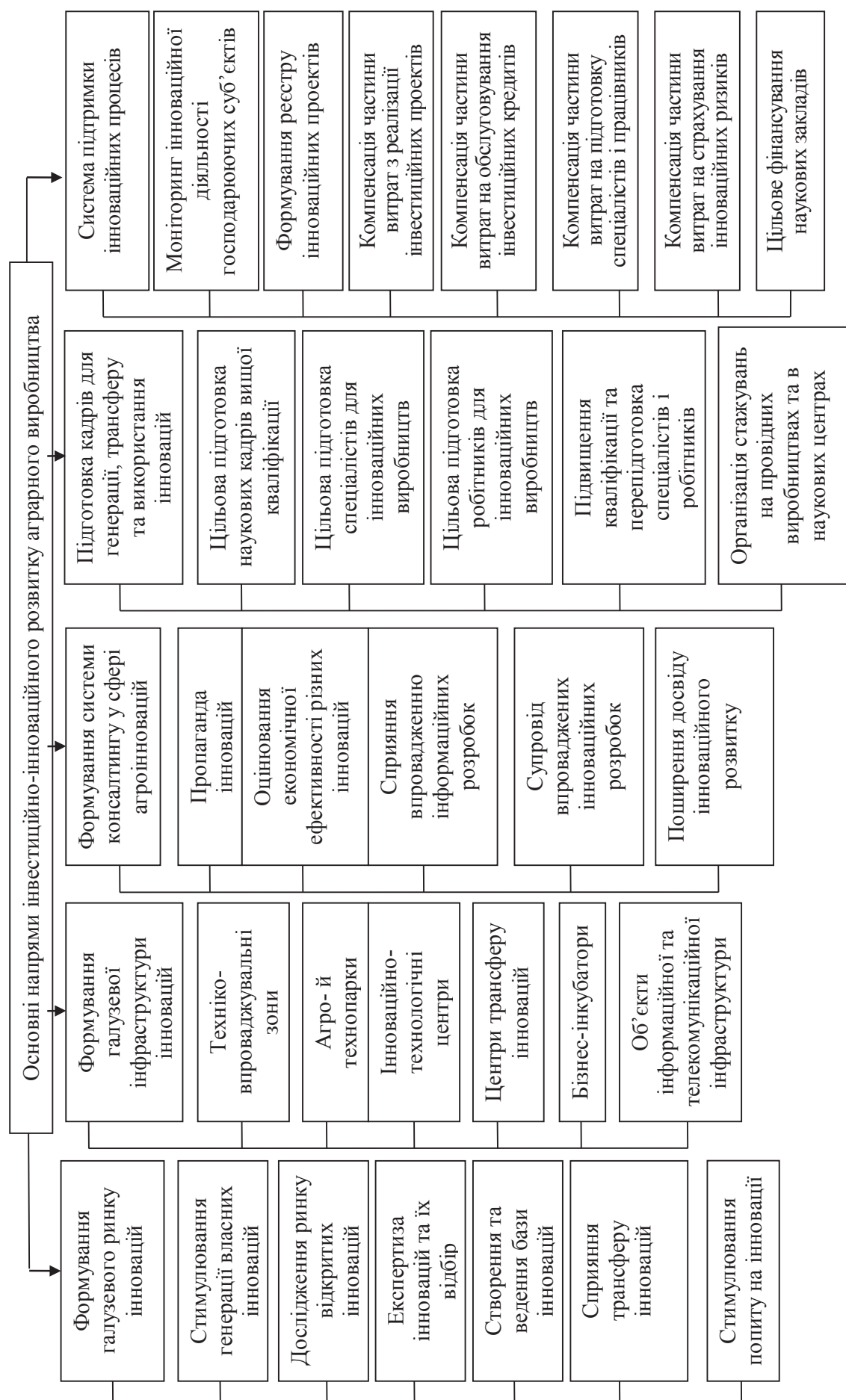


Рис. 1. Основні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому рівні

Радикальні інновації	Товарні інновації	Технологічні інновації	Ресурсні інновації	Організаційно-економічні інновації	Соціально-економічні інновації
	Виробництво нових видів продукції Підвищення базових показників якості продукції Виробництво екологічно безпечної продукції Розвиток системи маркетингу Вихід на нові ринки	Впровадження нових технологій виробництва та зберігання продукції Підвищення якості окремих операцій Зміни кількості виробничих операцій Зміни параметрів виробництва Розвиток технологій зберігання продукції	Використання ресурсів з принципово новими характеристиками Оновлення машинно-тракторного парку Використання нових схем чи видів добрив Використання нових схем чи видів засобів захисту рослин Використання нових сортів та гібридів рослин Комп'ютеризація виробничих процесів	Рейнжиніринг бізнес-процесів Комп'ютеризація управлінських процесів Вдосконалення форм організації та мотивації праці Вдосконалення внутрішньогосподарських відносин Вдосконалення відносин з контрагентами Розвиток адаптивних механізмів управління	Створення агромістечок Розвиток соціальної інфраструктури Розвиток комунального господарства Розвиток транспортної мережі Розвиток сільського самоврядування Підвищення кадрового потенціалу
Поліпшувачі інновації					

Рис. 2. Основні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку господарських суб'єктів аграрної сфери

сільськогосподарських культур або систем оброблення ґрунту, а також з використанням інноваційних технологій зберігання виробленої продукції.

Поліпшення технологій, тим більше, їх зміна об'єктивно взаємопов'язані з використанням ресурсних інновацій. Радикальні ресурсні інновації визначаються насамперед застосуванням ресурсів з принципово новими характеристиками. Це можуть бути нові види сільськогосподарської техніки, альтернативні джерела енергії, біодизель та біопаливо, нові види меліорантів, добрив, засобів захисту рослин тощо. Разом з радикальними ресурсними інноваціями велике поширення в аграрній сфері отримали поліпшувачі інновацій, пов'язані з оновленням машинно-тракторного парку, використанням останніх досягнень науки в галузі використання добрив, пестицидів, сортів та гібридів сільськогосподарських культур, комп'ютеризацією та автоматизацією окремих виробничих процесів. Слід зазначити, що саме ресурсні інновації створюють матеріально-технічну основу реалізації товарних та технологічних інновацій. Ці інновації часто так тісно взаємопов'язані, що відокремити один напрям інновацій від іншого практично неможливо. Так, наприклад, розвиток інноваційної технології «точного» землеробства є неможливим без використання інноваційних видів сільськогосподарської техніки, обладнаної системами GPS-навігації та комп'ютерного контролю.

Разом з інноваціями, які формують фактично базис виробничих систем господарюючих суб'єктів аграрної сфери, важливу роль у підвищенні інноваційної активності аграрних товаровиробників відіграють організаційно- та соціально-економічні інновації. До радикальних інновацій в галузі організаційно-економічних відносин можна віднести принципів зміни наявних систем управління, пов'язаних з переходом до управління бізнес-процесами. Також до радикальних змін можуть привести трансформації організаційно-правових форм суб'єктів господарювання, розвиток інтеграційних процесів, що приводить до зміни статусу того чи іншого суб'єкта господарювання. Поліпшувачі організаційно-економічні інновації орієнтовані перш за все на вдосконалення організаційно-економічного механізму господарюючих суб'єктів задля забезпечення його адекватності сформованим умовам господарювання. Ці інновації пов'язані з удосконаленням системи внутрішньогосподарських відносин та відносин з контрагентами, підвищенням ефективності організації та мотивації праці, розвитком механізмів адаптації аграрних підприємств до змін зовнішнього середовища. До поліпшувачів організаційно-економічних інновацій також належить застосування сучасних онлайн- та інтернет-технологій в управлінській діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, як стратегічні напрями інвестиційно-

інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому рівні нами виділено формування регіонального ринку інвестиційних ресурсів та інновацій; формування регіональної інфраструктури інновацій; формування системи консалтингу у сфері агроінновацій; підготовку кадрів для генерації, трансферу та використання інновацій; розвиток системи регіональної підтримки інвестиційно-інноваційних процесів.

Підвищення інвестиційно-інноваційної активності господарюючих суб'єктів аграрної сфери пов'язане з реалізацією сукупності таких напрямів їх інвестиційно-інноваційного розвитку, як запровадження товарних (продуктових), технологічних, ресурсних, організаційно-економічних та соціально-економічних інновацій. Такий поділ за напрямом має переважно умовний характер, оскільки різні заходи в рамках окремих напрямів інвестиційно-інноваційного розвитку пов'язані між собою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вініченко І.І. Інвестиційна діяльність сільськогосподарських підприємств : монографія. Донецьк : Юго-Восток, 2010. 444 с.
2. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. Харків : Константа, 2006. 272 с.
3. Даций О.І. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в агропромисловому комплексі України. *Проблеми інвестиційно-інноваційного розвитку*. 2011. № 1. С. 65-76.
4. Єрмаков О.Ю., Харченко Г.А. Агропродовольчий потенціал сільськогосподарських підприємств: формування та ефективність використання : монографія. Київ : ЦП «Компринт», 2014. 218 с.
5. Ілляшенко С.М. Інвестиційна політика держави як інструмент економічного розвитку країни. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 2 (19). С. 207-210.
6. Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. та ін. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2014. 516 с.
7. Мармуль Л.О., Ксьонжик І.В. Інвестування інноваційного розвитку харчових і переробних підприємств : монографія. Миколаїв, 2011. 153 с.
8. Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери : наукова доповідь / за заг. ред. П.Т. Саблука. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2011. 342 с.

REFERENCES:

1. Vinichenko I.I. (2010) Investytsijna diial'nist' sil's'ko-hospodars'kykh pidpriemstv [Investment activity of agricultural enterprises], Yuho-Vostok, Donetsk, Ukraine.
2. Heiets V.M., Semynozhenko V.P. (2006) Innovatsiini perspektivy Ukrainy [Innovative prospects of Ukraine]. Kh. : Konstanta. (in Ukrainian)
3. Datsiy O.I. (2011) Finansove zabezpechennya innovatsiy v ahropromyslovomu kompleksi Ukrayiny [Financial support innovation in agriculture Ukraine]. Problemy investytsiyno-innovatsiynoho rozvytku, no. 1, pp. 65-76.

4. Yermakov O.Yu., Kharchenko H.A. (2014) Ahroprodovol'chij potentsial sil's'kohospodars'kykh pidpriemstv: formuvannia ta efektyvnist' vykorystannia [Agri-food potential of agricultural enterprises: development and efficiency], Komprint, Kyiv, Ukraine.

5. Illiashenko S.M. (2013) Investytsiina polityka derzhavy iak instrument ekonomichnoho rozvytku krainy [The investment policy of the state as an instrument of economic development]. Stalyi rozvytok ekonomiky, no. 2 (19), pp. 207-210.

6. Lupenko Yu.O., Malik M.J., Shpykuliak O.H. and other (2014) Innovatsijne zabezpechennia rozvytku

sil's'koho hospodarstva Ukrainy: problemy ta perspektyvy [Innovative software of development of agriculture Ukraine: problems and prospects], Institute of Agrarian Economy, Kyiv, Ukraine.

7. Marmul' L.O., Ks'onzyk I.V. (2011) Investuvannia innovatsijnoho rozvytku kharchovykh i pererobnykh pidpriemstv [Investment innovative development of food and processing enterprises], Mykolaiv, Ukraine.

8. Sabluk P.T. (2011). Orhanizatsiyno-ekonomichna modernizatsiya ahrarnoyi sfery [Organizational and economic modernization of the agricultural sector]. Kyiv : NNTs "IAE". (in Ukrainian)

ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ FINANCIAL INNOVATION TO SUPPORT ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

УДК 338.58.44.014

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-7>

Вареник І.В.

к.е.н., старший викладач
кафедри економіки та управління
Шосткинський інститут
Сумського державного університету
Руденко Т.В.
студент
Шосткинський інститут
Сумського державного університету

Varenik Irina

Shostka Institute
Sumy State University
Rudenko Tatiana
Shostka Institute
Sumy State University

У статті розглянуто інноваційні джерела фінансування підприємництва в Україні. Узагальнено сутність та переваги краудфандингу як інноваційного інструмента фінансування нових проектів. Проаналізовано основні тенденції фінансової підтримки підприємництва в сучасних умовах. Наведено наявні проблеми фінансування розвитку малого та середнього підприємництва, проблеми його функціонування, що визначаються дієвим розвитком економіки країни та перспективами інтеграції у світовий економічний простір. Вказано на необхідність застосування інноваційних методів фінансування підприємництва, таких як краудсорсинг та краудфандинг, задля його активної підтримки суспільством. Показано етапи становлення, визначено сутність краудфандингу. Подано класифікацію краудфандингу з позиції цілей та видів. Перераховано найбільш успішні платформи краудфандингу. Передумовою активізації запровадження фінансових інновацій вважається належне інституційне забезпечення цього процесу з урахуванням європейського досвіду.

Ключові слова: краудфандинг, фінансовий інструмент, краудсорсинг, інновації, венчурне фінансування, підприємництво.

В статье рассмотрены инновационные источники финансирования предпринима-

тельства в Украине. Обобщены сущность и преимущества краудфандинга как инновационного инструмента финансирования новых проектов. Проанализированы основные тенденции финансовой поддержки предпринимательства в современных условиях. Приведены существующие проблемы финансирования развития малого и среднего предпринимательства, проблемы его функционирования, которые определяются действующим развитием экономики страны и перспективами интеграции в мировое экономическое пространство. Указано на необходимость применения инновационных методов финансирования предпринимательства, таких как краудсорсинг и краудфандинг, с целью его активной поддержки обществом. Показаны этапы становления, определена сущность краудфандинга. Предоставлена классификация краудфандинга с позиции целей и видов. Перечислены наиболее успешные платформы краудфандинга. Предпосылкой активизации внедрения финансовых инноваций считается должное институциональное обеспечение этого процесса с учетом европейского опыта.

Ключевые слова: краудфандинг, финансовый инструмент, краудсорсинг, инновации, венчурное финансирование, предпринимательство.

The article considers innovative sources of entrepreneurship financing in Ukraine. The main tendencies of financial support of entrepreneurship in modern conditions are analyzed. The existing problems of financing the development of small and medium-sized enterprises, the problems of its functioning, which are determined by the effective development of the economy of the country. The necessity to apply innovative methods of financing entrepreneurship such as crowdsourcing and crowdfunding in order to actively support it by the society. The stages of formation and the essence of crowdfunding are shown. The classification of crowdfunding in terms of goals and types is presented. The most successful crowdfunding platforms are listed. The prerequisites for intensifying the introduction of financial innovation are the proper institutional support for this process, taking into account the European experience crowdfunding has proven to be a tool for financing and stimulating innovation. Although it is still a phenomenon in several developed countries, developing countries can quickly adopt it. The foundation for crowdfunding has already been created - over 80% of Internet users regularly interact on social networks and are easily informed about an interesting business project. Crowdfunding is a promising way for SMEs to raise funds. At the same time, with the intensification of the processes of decentralization in the domestic financial system, crowdfunding can become promising for local authorities in financing projects in which the public is most interested. Modern communication Internet technologies, which have contributed to the widespread development of the network economy, contribute to the significant socialization of the financial market, make it more accessible to a wide range of investors, facilitating the development of alternative investment and lending technologies. As a result, this type of financing of new economic projects is advisable to apply in modern conditions of the formation and development of entrepreneurship. The use of crowdfunding in the future will help to increase the level of financing of projects and thereby stimulate the development of entrepreneurship in Ukraine.

Key words: crowdfunding, financial instrument, crowdsourcing, innovation, venture financing, entrepreneurship.

Постановка проблеми. Останніми роками у світі стали приділяти більш пильну увагу питанням підтримки розвитку підприємницького середовища як складової фінансово-економічної системи. Наука, технології та інновації, як засвідчує історичний досвід, завжди були вирішальним чинником розвитку суспільства. За останні десятиліття високорозвинені країни значно активізували інноваційний процес, який увесь час удосконалюється, прискорюється, стає масштабнішим. Інноваційна спрямованість підприємницької діяльності забезпечує суб'єктам господарювання конкурентні переваги, допомагає зміцненню їх ринкових позицій, тому сприяє економічному піднесенню та процвітанню тих держав, що підтримують розвиток інноваційного підприємництва у своїй країні. Саме тому

ці проблеми є досить актуальними в Україні, що обумовлене переходом країни на нові політичні й економічні відносини з країнами Європейського Союзу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням інноваційних джерел фінансування підприємництва, дослідженням застосування краудсорсингу та краудфандингу займалися вчені, як вітчизняні, так і закордонні. Проте досі не існує єдиного підходу до визначення цих понять. Так, Дж. Ахлерс визначає краудфандинг як форму збирання коштів фізичною особою або групою осіб шляхом добровільного пожертвування зазвичай (вкрай) малих сум на підтримку певної мети [3]. Група вчених на чолі з А. Орданіні характеризують його як особисту ініціативу, розпочату для того, щоби зібрати гроші для нового проекту,

запропонованого кимось, що здійснюється шляхом невеликих і середніх за розміром інвестицій групи зацікавлених осіб [3]. Б. Рубінтон [2] зазначає, що краудфандинг – це процес, у якому одна сторона залучає кошти для фінансування проекту, запитуючи й отримуючи невеликі внески від великої кількості зацікавлених людей в обмін на надання певної ціннісної форми цим людям. Д. Гусева та Н. Малихін вважають краудфандинг колективним внеском людей, які використовують свої ресурси для підтримки проектів, ініційованих іншими людьми та організаціями. У сучасному світі цей процес відбувається з використанням Інтернету [3]. В. Тегін та Б. Усманов дають таке визначення: краудфандинг – це колективне співробітництво, засноване на довірі тих, хто об'єднує свої фінансові чи інші ресурси через Інтернет, щоб підтримати проекти, розпочаті за ініціативою інших людей (організацій) [4]. Узагальнене визначення у своїй роботі надає Н. Ларіонов. Він визначає краудфандинг як інструмент колективного фінансування конкретних проектів, цілей (культурних, соціальних, благодійних, комерційних, виробничо-технологічних) за допомогою перерозподілу фінансових ресурсів між широкою громадськістю та підприємцями, здійснюваного через Інтернет, безоплатно або в обмін на грошові чи негрошові винагороди [2; 3]. Між тим процеси глобалізації у світі та поширення концепції народного фінансування бізнес-проектів викликали потребу узгодження та уніфікації інноваційних вимог, що застосовуються у фінансово-економічній системі.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування сутності краудфандингу як фінансового інструмента підтримки розвитку підприємництва. Основна мета створення й існування колективного фінансування полягає в потребі залучення фінансових ресурсів для реалізації будь-якої ідеї чи проекту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головним завданням перетворення України на заможну європейську державу є створення високих стандартів розвитку економічної системи, фінансової підтримки розвитку підприємництва та інших галузей, а також підвищення рівня життя населення. Як інноваційний засіб фінансової підтримки бізнес-проектів краудфандинг зарекомендував себе інструментом фінансування й стимулювання інновацій. Хоча він все ще залишається феноменом розвинених країн, країни, що розвиваються, можуть швидко взяти його на озброєння. Фундамент для розвитку краудфандингу вже створено, адже більше 80% інтернет-користувачів регулярно спілкуються в соціальних мережах, отже, їх легко проінформувати про цікавий бізнес-проект. Це величезна потенційна база навіть з урахуванням того, що 65% населення світу (4,6 млрд. осіб), все ще не мають доступу до Інтернету. Дати імпульс для розвитку колективного фінан-

сування бізнесів може уряд, прийнявши закони, які будуть регулювати краудфандинг як окремий вид діяльності, щоби позбавити дрібні бізнеси від юридичних складнощів з оподаткуванням [4].

Встановлено, що краудфандинг є інструментом фінансування проектів шляхом відкритого заклику на основі матеріальної чи моральної зацікавленості потенційних спонсорів. Здійснено SWOT-аналіз краудфандингу, розкрито типи його бізнес-моделей. Запропоновано критерії рівня розвиненості краудфандингу, такі як ступінь розвитку інформаційного забезпечення, рівень активності, диверсифікованість типів платформ, взаємодія платформ з банківським сектором, рівень поінформованості суспільства, рівень державного регулювання. Досліджено державну регуляторну політику щодо краудфандингу в різних країнах, запропоновано його фінансове регулювання в Україні. Встановлено, що в умовах дефіциту фінансових ресурсів краудфандинг є перспективним для залучення коштів підприємствами малого та середнього бізнесу в Україні [2].

Як один з подібних інструментів краудфандинг стане, як вважається, ультимативним посередником між компаніями та домогосподарствами [2]. Фактично краудфандинг є інститутом для привнесення певної демократії у світ фінансових операцій. У подальшому теорія краудсорсингу й краудфандингу була підхоплена представниками управлінського та економічного підходів [4].

Згідно з оцінками Світового банку інвестиції через модель краудфандингу до 2025 року складуть близько 96 млрд. дол., що майже вдвічі більше, ніж світовий ринок венчурного фінансування у 2012 році, і в 30 разів більше, ніж увесь ринок краудфандингу у 2012 році (2,7 млрд. дол.). Половина ринку краудфандингу виявиться в Китаї, а саме 46-50 млрд. дол.

Цей новаторський фінансовий інструмент походить від краудсорсингу [3]. Щодо підприємця його сутність може бути виражена таким чином: відкритий заклик, який здійснюється переважно через Інтернет, з надання фінансових ресурсів у вигляді пожертвувань або в обмін на винагороду та/або право прийняття рішень [3]. Щодо інвесторів, цей інструмент можна описати як «спосіб географічно розрізнених людей («натовпу») знайти і інвестувати через Інтернет підприємства, в розвитку яких вони так чи інакше зацікавлені» [5]. Слід відзначити, що більшість краудфандинг-кампаній так чи інакше спрямована на нові компанії та стартапи [3], тобто на сектор, який нині майже повністю позбавлений банківського та іншого фінансування й асоціюється перш за все з високими ризиками [5].

Особливу роль в процесі фінансування інновацій через інститут краудфандингу відіграють саме інвестори, яких щодо саме інвестиційно-інноваційного розвитку можна розділити на такі типи.

1) Традиційні інвестори венчурного ринку. До них належать бізнес-янгели, венчурні фонди, акселератори (найбільш поширені як форма підтримки IT-стартапів, тобто проектів в галузі сучасних технологій та комунікацій), F&F («friends&family», тобто друзі, члени сім'ї, родичі та знайомі, тобто непрофесійні інвестори, що дають фінансові кошти на ранню стадію проектів через довіру або з огляду на потенційну прибутковість, або в благодійних цілях).

2) Нові групи інвесторів. До них належать інвестори в ризикові інструменти фондового та валютного ринку, а саме інвестиційні брокери, пайові інвестиційні фонди, непрофесійні інвестори.

Першим і кінцевим учасником краудфандингового механізму є емітент (інноватор). У цьому статусі може бути окрема особа, якій, наприклад, потрібна яка-небудь благодійна допомога, індивідуальний підприємець або невеликий колектив розробників будь-якої інноваційної ідеї, а також юридична особа, тобто представник малого або середнього бізнесу. Як правило, всі ініціатори проектів потребують фінансування на ранніх стадіях розвитку свого, часом незвичайного бізнесу або просування новаторського продукту. При цьому можливості залучення традиційних джерел фінансування, тобто банківських кредитів, грантової допомоги, венчурного капіталу, немає з огляду на цілий комплекс причин, таких як високі ризики, низька платоспроможність, відсутність гарантій та поручителів. Посередник, в ролі якого виступають спеціалізовані медіатори крауд-фінансування, є фінансовим порталом, тобто інтернет-платформою, яка виконує роль фінансових та інформаційних посередників, здійснюючи сполучну функцію між ініціаторами інноваційного проекту та інвесторами. Для української системи бізнесу така політика є досить актуальною. Так, до основних задач організації розвитку спеціалізованих платформ в Україні варто віднести такі.

1) Пошук і робота з інвесторами. Обмежена кількість венчурних інвесторів на ринку, для яких треба знайти об'єктивні стимули залучення до платформи у вигляді якісних проектів та інших інвесторів та інших стимулів, а також ефективних способів роботи професійних інвесторів з непрофесійними інвесторами, щодо управління очікуваннями останніх і рівнем відповідальності перед ними.

2) Пошук і відбір інноваційних проектів. Необхідно мати стійкі стосунки з усією екосистемою ринку венчурних проектів (акселератори, інкубатори, фонди, технопарки, університети, інститути розвитку), щоби залучати великий потік якісних проектів, а також ефективну систему відсіву та відбору проектів.

На основі аналізу діяльності наявних у світі краудфандингових платформ можна виділити кілька типів краудфандингу. Краудфандингові

платформи можуть належати до однієї з двох великих моделей, а саме негрошової («non-financial crowdfunding») і грошової («financial crowdfunding»), або поєднувати характеристики обох. У першій спонсор не отримує грошовий дохід від своїх інвестицій. Друга повністю націлена на отримання фінансової вигоди. Всередині кожної моделі можна виділити декілька типів. До негрошової моделі належать такі типи, як благодійний краудфандинг на основі пожертвувань та класичний краудфандинг на основі нагородження [5].

У благодійному безкорисливому краудфандингу («donation-based crowdfunding») спонсорство не припускає отримання грошової або негрошової нагороди. Основним спонукальним чинником для спонсорів у цьому типі краудфандингу є можливість взяти участь у розробленні та реалізації проекту, що має моральну цінність для спонсора. Цей тип передбачає відсутність будь-якої нагороди за спонсорство. Найчастіше до нього вдаються благодійні та соціально значущі проекти.

Класичний бонусний краудфандинг («reward-based crowdfunding») передбачає, що підприємець за рахунок виручених від попереднього продажу продукту або послуги грошей організовує власний бізнес без залучення додаткового акціонерного або позикового капіталу. Подібний тип краудфандингу вкрай поширений. Він знайшов застосування в галузях кіновиробництва, розроблення вільного програмного забезпечення, досліджень і наукових відкриттів, а також цивільних і соціальних проектів. Відмінною особливістю цього типу краудфандингу є те, що в обмін на свою допомогу спонсор отримує матеріальну або нематеріальну нагороду. Прикладом може служити згадка імені спонсора в титрах фільму, брендований мерчандайзинг, можливість зустрітися з авторами проекту або відвідати спеціальні заходи, пов'язані із запуском проекту. Зазвичай набір нагород варіюється від проекту до проекту, а їх розмір залежить від суми внесених спонсором коштів. Дуже часто в цьому типі краудфандингу у формі нагородження виступають продукти або послуги, які будуть надані в результаті проведення кампанії. У цьому разі має сенс ідентифікувати їх як попередній продаж. Однак разом з цими нагородами в компанії можуть бути присутніми нематеріальні нагороди з перерахованих вище. Саме тому попередній продаж не виокремлюється в окремий підтип.

До фінансової моделі віднесені акціонерний краудфандинг (краудінвестинг) і кредитний краудфандинг (краудлендинг, або p2p-кредитування). Акціонерний краудфандинг, або краудінвестинг («equity-based crowdfunding»), заснований на тому, що спонсор отримує частку в бізнесі компанії, що зазвичай перебуває на найбільш ранній стадії розвитку. Краудінвестинг дає спонсорам можливість інвестувати невеликі суми в неопублічні компанії.

Успіх кампанії акціонерного краудфандингу часто пов'язують з тим, чи вийшло у авторів довести життєздатність ідеї свого бізнесу.

Здебільшого в краудінвестингу вкладення мають пасивний характер, тобто інвестори не отримують прав на активну участь у житті компанії. Іншими словами, хоча у інвесторів з'являється частка в акціонерному капіталі або прибутку компанії-емітента, вони не можуть вплинути на прийняті в компанії управлінських рішень.

Зростання обсягів краудлендингу переважно пов'язане з мікропозиками та кредитуванням малого й середнього бізнесу. Відзначається також значне зростання (на 232%) класичного краудфандингу («reward-based crowdfunding»).

У структурі світового ринку краудфандингу найбільше зростання відзначено у США та Європі, незважаючи на все більше залучення та поширення цього інструмента в інших країнах:

- американський ринок краудфандингу виріс на 105%, тобто до 1,6 млрд. дол.;
- обсяги європейського ринку зросли на 65%, тобто до 945 млн. дол.;
- інші ринки вирости в середньому на 125% [4].

Отже, європейський та північноамериканський ринки займають 95% світового ринку краудфандингу.

Сфера поширення краудфандингу досить різноманітна, однак дає змогу виділити пріоритетні напрями використання як у світі, так і в Україні. Перше місце посідає соціальна сфера (27,4%), також високою є частка бізнесу й приватного підприємства (16,9%), задля виробництва й просування фільмів та кіноіндустрії використовуються 11,9%, музика й звукопис мають 7,5%, в галузі енергетики та навколишнього середовища застосовуються 5,9%, мода має 5,5%, мистецтво загалом – 4,8%, інформаційні та комунікаційні технології – 4,8%, журналістика, книги, фото, видавництво – 3,5%, наука й техніка – 3,2%. Сумарно на проекти в галузі науки й техніки, а також інформаційні технології (саме ці напрями сприяють інноваційному розвитку) приходить близько 8% усіх проектів у системі краудфандингу, тобто поки що ця галузь посідає 4 місце.

Висновки з проведеного дослідження.

Можна констатувати, що в умовах дефіциту фінансових ресурсів, незважаючи на наявність ризику банкрутства ініціаторів проектів, краудфандинг є перспективним для залучення коштів підприємствами малого та середнього бізнесу. Водночас за активізації процесів децентралізації у вітчизняній фінансовій системі краудфандинг може стати перспективним для місцевих органів влади під час фінансування проектів, в яких найбільше зацікавлена громадськість. На тлі відсутності державного регулювання краудфандингу в Україні було б доцільно прийняти спеціальний закон «Про кра-

удфандинг» або передбачити відповідну статтю у Законі України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг».

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Черваньов Д. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України. Київ : Знання, 1999. 125 с.
2. Василенко А. Інноваційні методи фінансування інвестиційних проектів. *Інвестиції. Практика та досвід*. 2018. № 7. С. 34-41.
3. Іващенко А. Перспективи розвитку краудфандингу в Україні як інструменту залучення коштів для підприємств малого та середнього бізнесу *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 21. С. 34-39.
4. Ковтуненко К., Нестеренко О. Використання краудфандингу як інструменту фінансування інноваційних проектів *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 15. С. 14-20.
5. Мазаракі А. Домінанти інституційної модернізації фінансової системи України. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2016. С. 5-23.
6. Панченко А. Про ефективність методів фінансування бізнес-проектів. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2017. № 7. С. 61-68.
7. Філіпенко А. Фінансові перспективи України. *Економіка України*. 2015. № 6. С. 11-24.

REFERENCES:

1. Chervanov D. (1999) Menegment inovaciino-investiciinogo rozvitku pidpriemstv Ukrainy [Management of innovation and investment development of Ukrainian enterprises]. Kiev : Znannia.
2. Vasilenko A. (2017) Innovaciini metodi finansuvannainvesticiynih proektiv [Innovative methods of financing investment projects]. *Investisii praktika ta dosvid*, vol. 7, pp. 34-41.
3. Ivashenko A. (2016) Perspektivy rozvitku kraudfandingu yak instrument zaluchenia koshtiv dla pidpriemstv malogo ta seredniogo biznesu [Prospects for the development of crowdfunding in Ukraine as a tool for raising funds for small and medium-sized enterprises]. *Investisii praktika ta dosvid*, vol. 21, pp. 34-39.
4. Kovtunencko K., Nesterenko O. (2017) Viktoristania kraudfandingu yak instrument finansuvannia innovaciynih proektiv [Using crowdfunding as a tool for financing innovative projects]. *Investisii praktika ta dosvid*, vol. 15, pp. 14-20.
5. Mazaraki A. (2016) Dominanty institucionalnoi sistemy Ukrainy [Dominants of the institutional modernization of Ukraine's financial system]. *Visnik Kiivskogo nacionalnogo universitetu*, vol. 2, pp. 5-23.
6. Panchenko A. (2017) Pro efektyvnist finansuvannia biznes proektiv [On the effectiveness of methods of financing business projects]. *Visnik Kiivskogo nacionalnogo universitetu*, vol. 7, pp. 61-68.
7. Filipenko A. (2015) Finansovi perspektivy Ukraini [Financial prospects of Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*, vol. 6, pp. 11-24.

ОЦІНКА ВПЛИВУ ЧИННИКІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПІДПРИЄМСТВА ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ

THE FACTORS IMPACT ASSESSMENT OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT ON THE AGRICULTURAL MACHINE-BUILDING INDUSTRY ENTERPRISES

УДК 338.432

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-8>

Власенко Т.А.

к.е.н., старший викладач кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Vlasenko Tetiana

Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

У статті оцінено вплив чинників зовнішнього середовища на підприємства галузі сільськогосподарського машинобудування України. Оцінювання чинників зовнішнього середовища запропоновано здійснювати шляхом використання якісних шкал їх ранжування за вибраними критеріями. Виокремлено критерії оцінювання чинників, здійснено їх ранжування за пріоритетністю. Узгодженість експертів щодо ранжування критеріїв оцінено з використанням коефіцієнта конкордації, а також доведено його статистичну значущість за критерієм Пірсона. Розроблено методичне забезпечення оцінювання чинників зовнішнього середовища непрямого впливу, апробовано для підприємств галузі сільськогосподарського машинобудування. Узгодженість думок експертів про оцінювання окремих чинників за критеріями визначено шляхом співставлення значення розмаху та міжквартильного розмаху. Визначено статистичну узгодженість суджень експертів.

Ключові слова: зовнішнє середовище, критерії оцінювання, шкали оцінки, ранжування, чинники зовнішнього середовища, вагомість критеріїв.

В статье оценено влияние факторов внешней среды на предприятия отрасли сельскохозяйственного машиностроения Украины. Оценивание факторов внешней среды предложено осуществлять путем использования качественных шкал их ранжирования по выбранным критериям. Выделены критерии оценивания факторов, осуществлено их ранжирование по приоритетности. Согласованность экспертов касательно ранжирования критериев оценена с использованием коэффициента конкордации, а также доказана его статистическая значимость по критерию Пирсона. Разработано методическое обеспечение оценивания факторов внешней среды косвенного воздействия, апробировано для предприятий отрасли сельскохозяйственного машиностроения. Согласованность мнений экспертов об оценивании отдельных факторов по критериям определена путем сопоставления значения размаха и межквартильного размаха. Определена статистическая согласованность суждений экспертов.

Ключевые слова: внешняя среда, критерии оценивания, шкалы оценки, ранжирование, факторы внешней среды, значение критериев.

The need to ensure the successful functioning of the enterprise in the long run necessitates the consideration of the impact of environmental factors, which requires the development of appropriate tools to carry out this assessment. It is suggested to evaluate the environmental factors by using qualitative ranking criteria. The consistency of experts relative to ranking criteria was estimated using the coefficient of concordance and its statistical significance proved by Pearson's criterion. Consistency of experts' opinions on the evaluation of criteria for individual factors was determined on the basis of range and interquartile range. The purpose of the study is to develop a methodical support for the assessment of the environment by a variety of factors using criteria. The methodical support for the estimation of the external environment factors of indirect influence is developed. Criteria for evaluating the factors were distinguished and ranked by priority: preference is given to the criterion of "force of influence", in the second place is the dynamism (the change rate of a factor influence), in the third place is the criterion of predictability (presence of a trend in the dynamics), the criteria of uncertainty (availability of information) and activity (influence on other factors) are less significant criteria and occupy the fourth place, and interaction with other factors is recognized as the least priority. Consistency of experts' opinions on the criteria importance was determined. The estimation of external indicators on the substantiated criteria for the enterprises of the field of agricultural engineering has been carried out. The consistency of experts' opinions on the criteria values for the investigated factors for the Likert scale was evaluated by comparing the range and the interquartile range. Statistical consistency of expert judgments is determined. Diagrams of the studied factors are constructed and their interpretation is given. Directions for strategic changes implementation are proposed in order to avoid the negative impact of unfavorable factors and enhance the positive impact of the favorable ones.

Key words: external environment, evaluation criteria, rating scales, ranking, environmental factors, criteria importance.

Постановка проблеми. В довгостроковій перспективі найголовнішою метою діяльності підприємства є здатність ефективно функціонувати. Отримання позитивних фінансових результатів часто відображає не результативність підприємства, а сукупність ситуаційних параметрів. Лише формування ключових компетентностей спроможне створити конкурентні переваги для утримання ринкової частки. Найчастіше джерелами визначення конкурентних переваг є дії конкурентів та потреби споживачів, але зовнішнє середовище загалом характеризується низькою трендів та тенденцій, які впливають як на діяльність самого підприємства, так і на його конкурентів і споживачів. Це вимагає розподілу зовнішнього середовища на півсфери прямого та непрямого впливу, де

традиційно перша відображає взаємодію із зацікавленими сторонами та конкурентами, а друга характеризує опосередкований вплив різних груп чинників зовнішнього середовища. Для обґрунтування стратегічних змін підприємство має здійснювати постійний моніторинг зовнішнього середовища, що вимагає ідентифікації сукупності чинників, визначення критеріїв їх оцінювання та розроблення методичного забезпечення визначення їх впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз зовнішнього середовища із розглядом його критеріїв представлений у роботах таких закордонних авторів, як І. Ансофф, Р. Грант, М. Портер, С. Скотт, Ф. Котлер, Р. Аткинсон, А. Томпсон, А. Дж. Стрікланд, П. Дженстер, Д. Хассі, М. Мескон,

Ф. Емері, Е. Тріст, Р. Дункан [1; 2]. Серед робіт вітчизняних учених варто наголосити на працях таких дослідників, як І.Б. Запужляк, С.О. Комаринець, А. Мазаракі, М.М. Повідайчик [3-5]. Аналіз впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємств представлений у роботах таких науковців, як Д.В. Кіпа, С.В. Степаненко, Є.Л. Гринь, М.В. Гайдучок, В.Я. Чевганова, О.Я. Дрінь [6-8]. Незважаючи на отримані науковцями результати досліджень для розроблення ефективного інструментарію та моніторингу зовнішнього середовища, необхідно розробити методичне забезпечення оцінювання впливу чинників зовнішнього середовища в розрізі сукупності критеріїв для конкретної галузі дослідження.

Постановка завдання. Мета статті полягає у формуванні методичного забезпечення оцінювання впливу чинників зовнішнього середовища на функціонування підприємств галузі сільськогосподарського машинобудування в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В попередніх дослідженнях автора запропоновано методичний підхід до оцінювання впливу зовнішнього середовища на функціонування підприємств галузі сільськогосподарського машинобудування. Сфера зовнішнього середовища була розподілена на підсфери прямого та непрямого впливу, де як важливий елемент надано необхідність оцінювання сукупності чинників зовнішнього середовища [9]. Виділено такі групи чинників, як економічні, науково-технологічні, суспільно-політичні, соціально-демографічні, інституційно-правові та міжнародні [10]. Беручи до уваги загальну характеристику зовнішнього середовища, його нестабільність та невизначеність, найбільш доцільними методами для оцінювання його впливу варто вважати якісні через брак належного обсягу кількісної інформації та її фрагментарність. Найбільш поширені методи оцінювання зовнішнього середовища базуються на якісному підході з використанням експертного аналізу (STEEPLE, PESTLE, T.E.M.P.L.E.S, SWOT, EFAS, QUEST). Саме тому для оцінювання необхідно визначитися із сукупністю критеріїв оцінювання чинників та розробити для них шкалу. Для вирішення цього завдання на основі узагальнення наробок авторів виокремлено критерії оцінювання, такі як динамічність (швидкість зміни впливу чинника), невизначеність (доступність інформації), варіативність (характер впливу), передбачуваність (наявність тренду в динаміці), активність (вплив на інші чинники), взаємодія (з іншими чинниками), сила впливу, за якими було здійснено оцінювання множини чинників зовнішнього середовища непрямого впливу. Зупинимося детальніше на змісті критеріїв та шкалах оцінки.

Критерій динамічності запропоновано оцінювати за п'ятибальною шкалою залежно від швидкості зміни впливу чинника, яка має значення «1»,

якщо вплив чинника не змінюється з часом, та «5», якщо вплив чинника змінюється дуже швидко. Критерій невизначеності за подібною шкалою відображає обсяг доступності інформації, де «1» говорить про повну відсутність інформації, а «5» – про наявність всієї необхідної несуперечливої інформації у повному обсязі з різних джерел, включаючи офіційні. Критерій передбачуваності відображає наявність або відсутність трендів у динаміці. Оцінювання чинників за критерієм «сила впливу» передбачає ранжування від вирішального впливу, який дорівнює 5 балам до відсутності впливу, який становить 1 бал. Критерії активності та взаємодії відрізняються за змістом, адже вони відображають структуру взаємодії чинників, що пропонується здійснювати на основі модифікованого аналізу чуттєвості. Сутність цього аналізу представлена в роботі [11], де оцінено те, яким чином прискорення одного чинника впливає на прискорення або уповільнення іншого, що дає змогу отримати двовимірний простір. Оцінювання чинників за критеріями взаємодії та активності передбачає розрахунок матриці їх впливу один на одного, в результаті чого розраховується коефіцієнт взаємодії як добуток суми впливу, який справляє чинник на інші в зовнішньому середовищі, а коефіцієнт активності – як їх частка. Особливу природу має критерій варіативності, який може набувати бінарних значень: «+» або «-», що дає змогу розподілити чинники на позитивні та негативні.

Наступним етапом аналізу є визначення необхідної кількості експертів. Для оцінювання критеріїв необхідно залучити експертів, кількість яких варто визначити за формулою [12; 13]:

$$N_{min} = 0,5 \times \left(\frac{3}{\lambda} + 0,5 \right) \quad (1)$$

де λ – можлива помилка результатів експертизи ($0 < \lambda < 1$).

Величина похибки залежить від рівня достовірності результатів, який ми візьмемо на рівні 95% (похибка дорівнюватиме 5%).

$$N_{min} = 0,5 \times \left(\frac{3}{0,05} + 0,5 \right) = 30,25 \quad (2)$$

Таким чином, кількість експертів має становити 30 осіб.

Перед безпосереднім оцінюванням чинників за критеріями необхідно визначити їх пріоритетність. Для розрахунку вагомості критеріїв доцільно здійснити їх ранжування, що передбачає визначення їх вагомості один відносно одного за бальною шкалою. Отже, варто оцінити 6 критеріїв за рангами таким чином: найбільш вагомий має оцінку «6», а найменш вагомий – «1».

Розрахунок оцінювання надано в табл. 1.

Задля визначення узгодженості думок експертів доцільно розрахувати коефіцієнт конкордації, який дає змогу встановити ступінь однорідності

Таблиця 1

Визначення вагомості критеріїв оцінювання чинників зовнішнього середовища

Критерії оцінювання чинників зовнішнього середовища		Динамічність (ступінь мінливості)	Невизначеність	Передбачуваність	Активність	Взаємодія	Сила впливу	Число однакових значень рангів (te)	Сума
Експерти	1	4	2	5	2	2	6	(2 ³ -2)	6
	2	6	3	4	3	1	6	(2 ³ -2)	6
	3	6	3	4	3	2	5	(2 ³ -2)	6
	4	6	2	4	3	2	6	(2 ³ -2)	6
	5	5	3	5	4	2	6	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	6	5	3	4	2	2	6	(2 ³ -2)	6
	7	5	3	4	2	1	6	(2 ³ -2)	6
	8	6	3	4	3	2	6		
	9	5	3	4	3	2	6	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	10	5	2	5	3	1	6	(2 ³ -2)	6
	11	5	3	4	3	2	5	(2 ³ -2)	6
	12	6	3	4	3	2	6	(2 ³ -2)	6
	13	5	3	4	2	3	6	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	14	5	3	4	2	1	6	(2 ³ -2)	6
	15	4	2	5	4	2	5		
	16	5	2	4	3	1	6	(2 ³ -2)	6
	17	5	3	4	3	2	6		
	18	6	3	4	3	2	6	(2 ³ -2)	6
	19	5	3	4	2	2	6	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	20	5	2	5	2	1	6	(2 ³ -2)	6
	21	5	3	4	3	1	5	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	22	6	3	4	3	2	6	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	23	4	2	4	2	1	6	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	24	5	3	5	3	2	6	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	25	5	3	4	2	1	6	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	26	4	2	5	2	1	6		
	27	6	3	5	2	3	5	(2 ³ -2)	6
	28	5	3	4	4	2	6	(2 ³ -2)+(2 ³ -2)	12
	29	5	2	4	3	2	6	(23-2)	6
	30	4	2	5	2	2	6	(23-2)	6
$\sum_{j=1}^m R_{ij}$		154	81	128	82	52	175	Сума	216
$\bar{d}$		112	112	112	112	112	112		
d_j		34,7	-38,3	8,7	-37,3	-67,3	55,7		
d^2		1 201.8	1 469.4	75.1	1 393.8	4 533.8	3 098.8	11 772.66	

позицій експертів щодо пріоритетності критеріїв за формулою [14]:

$$W = \frac{12 \times 11772,66}{30^2 \times (6^3 - 1) - 30 \times 216} = 0,774 \text{ або } 77,4\% \quad (3)$$

Отримане значення коефіцієнта конкордації дає змогу говорити про сильний зв'язок між думками експертів про ранжування критеріїв. Критерій Пірсона становить:

$$\chi^2 = \frac{12 \times 11772,67}{30 \times 6 \times (6 + 1) - \frac{216}{6 - 1}} = 164,88 \quad (4)$$

Емпіричне значення при довірчому інтервалі у 99,9% та числі ступенів свободи $df = 6 - 1 = 5$, критичне значення дорівнює 15,086. $164,88 > 15,086$, що свідчить про не випадкову узгодженість думок

експертів. За результатами ранжування критерії розподілилися таким чином (рис. 1).

Як бачимо, експерти віддають перевагу такому критерію, як сила впливу, адже саме залежно від його значення підприємство може оцінювати потенційні наслідки його дії для підприємства. Друге місце посідає критерій динамічності, що свідчить про визнання експертами високого рівня турбулентності зовнішнього середовища, де саме швидкість змін відображає характер впливу чинника, який вимагає його врахування під час обґрунтування напрямів стратегічних змін. Третє місце посідає критерій передбачуваності, що свідчить про важливість існування закономірностей розвитку впливу чинника, необхідних для його прогнозування. Невизначеність та активність є менш значущими



Рис. 1. Ранжування вагомості критеріїв оцінювання чинників зовнішнього середовища, %

критеріями, а взаємодія визнана найменш пріоритетним, що свідчить про відсутність значущої ролі взаємодії чинників під час аналізування їх впливу.

Для визначення узгодженості думок експертів про безпосереднє оцінювання чинників зовнішнього середовища за визначеними критеріями було встановлено, що розроблена нами шкала оцінювання найбільше відповідає типу Лайкерта. В роботі [15] надано шляхи визначення статистичних оцінок результатів опитування за типами шкал, на основі чого розраховано значення розмаху як різниці між максимальним і мінімальним значеннями, а також міжквартильного розмаху як різниці між значенням третього та першого квартилів. Безпосередньо судження щодо однорідності думок експертів встановлено шляхом співставлення отриманих значень розмаху та міжквартильного розмаху. Залежно від цих отриманих значень узгодженість може набувати таких рівнів: «100% узгодженість», «дуже сильна», «сильна», «середня», «слабка». Відповідно, узгодженість розраховувалася для чотирьох критеріїв для всіх виокремлених чинників, таких як динамічність, невизначеність, передбачуваність, сила впливу. Лише за окремими чинниками розмах становив

«3», а міжквартильний не перевищував «1» за всією множиною, в результаті чого за більшістю чинників була отримана дуже сильна або сильна узгодженість. Це дає змогу говорити про наявність статистично значущої подібності позицій експертів щодо оцінювання впливу окремих чинників зовнішнього середовища за виділеними критеріями на підприємства галузі сільськогосподарського машинобудування. На основі проведених розрахунків отримано такі результати (табл. 2, 3).

На основі проведеного аналізу найбільш впливовими негативними чинниками визначено рівень корупції, рівень політичної стабільності, пріоритети національної безпеки та динаміку цін на сировину та ресурси. Має місце високий рівень їх передбачуваності, крім політичної стабільності, що обумовлено змінами на політичній арені, прийняттям урядом низки важливих законодавчих актів та ситуацією на сході країни. Це обтяжує їх негативний вплив, адже відхиляє можливість його зменшення. Крім того, має місце високий рівень невизначеності щодо корупції, що робить цей чинник фактично перепоною для ефективного розвитку підприємства та значно ускладнює реалізацію стратегічних змін. Найвищий рівень динамічності

Таблиця 2

Результати оцінювання негативних зовнішніх чинників за критеріями

Назва факторів	Ступінь взаємодії	Ступінь активності	Динамічність	Невизначеність	Передбачуваність	Сила впливу
Рівень корупції	270,64	1,46	1,10	2,27	4,30	4,73
Рівень політичної стабільності	621,92	1,84	3,93	4,17	3,00	4,70
Пріоритети національної безпеки	278,87	1,92	1,80	3,23	4,00	4,47
Динаміка цін на сировину та ресурси	223,11	0,55	1,20	4,43	4,60	4,37
Податки та тарифи	380,64	0,88	2,13	4,60	4,53	3,83
Глобалізація	92,22	2,74	3,10	3,20	2,93	3,17
Темп інфляції	259,05	1,05	2,03	4,53	4,03	2,60
Членство в міжнародних торгових організаціях	277,89	0,89	2,50	2,93	3,07	2,47
Курс національної валюти	311,33	1,17	2,10	4,40	3,03	2,40
Кредитно-фінансовий механізм	165,00	0,73	2,23	3,80	3,60	2,33
Міждержавна міграція	327,66	0,49	1,53	2,30	4,03	2,30
Виробнича інфраструктура	204,60	0,42	1,50	3,83	4,27	1,70

Таблиця 3

Результати оцінювання позитивних зовнішніх чинників за критеріями

Назва факторів	Ступінь взаємодії	Ступінь активності	Динамічність	Невизначеність	Передбачуваність	Сила впливу
Політика протекціонізму	195,19	0,88	1,93	4,47	3,87	4,30
Науково-технічний потенціал країни	668,96	1,31	1,77	3,13	4,10	3,93
Спеціалізація, концентрація та кооперація	226,86	0,57	2,43	3,30	3,90	2,70
Фаза економічного циклу	142,72	3,48	1,90	3,17	1,90	2,67
Енергозберігаючі технології, сучасні енергоресурси	307,53	0,76	1,53	3,83	2,97	2,60
Темп впровадження нової продукції	255,30	0,48	1,37	3,10	4,10	2,30
Підготовка кадрів та підвищення кваліфікації	452,00	1,13	1,30	3,80	3,63	2,13
Тривалість життєвого циклу наявної технології	93,00	0,39	1,67	3,00	4,43	2,07
Міжнародне наукове співробітництво	311,44	0,59	1,10	3,03	3,97	2,07
Система чинного законодавства	391,68	2,39	1,93	4,40	4,30	2,03
Рівень світового науково-технічного прогресу	113,95	6,16	4,40	3,00	2,97	2,00
Інвестиційний клімат	308,56	0,57	2,57	3,80	4,00	2,00
Рівень освіти населення	283,36	1,09	2,20	3,93	4,47	1,93
Міжурядові зовнішньоекономічні зв'язки	304,20	0,45	1,17	3,20	2,40	1,93
Рівень демократії	205,74	1,28	2,23	2,83	3,97	1,73
Рівень безробіття	255,96	0,46	2,10	4,30	4,03	1,60
Соціальна інфраструктура	195,51	1,11	1,10	3,97	4,60	1,57
Активність громадських організацій	102,41	0,58	1,93	3,83	4,27	1,20
Робототехніка та автономний транспорт	200,96	0,82	1,50	2,47	3,07	1,20

та взаємодії чинника політичної стабільності з порівняно високою мірою його активності дає змогу говорити про політичну нестабільність у країні, тісно взаємопов'язану з корупцією.

Значний негативний вплив динаміки цін на сировину та ресурси обумовлений високим рівнем матеріалоємності вітчизняного виробництва продукції підприємств досліджуваної галузі.

Для належного реагування та недопущення несприятливого впливу політичної нестабільності на діяльність підприємства під час планування стратегічних змін доцільно консультуватися з провідними політологами, здійснювати аналіз структури політичних сил, їх інтересів, зміни законодавчих ініціатив задля ухилення від реалізації бізнес-напрямів з високим рівнем ризику. Уникнути корупції за такого високого рівня її впливу фактично неможливо, але знизити несприятливі результати можна шляхом посилення правової безпеки підприємства. Менший, але відчутний вплив мають податки й тарифи.

Його пасивність свідчить про те, що цей інструмент макроекономічного регулювання є переважно результатом впливу інших чинників, що значно знижує його регуляторну дію та підтверджує високий рівень його залежності від політичної кон'юнктури. Натомість низька динамічність, висока невизначеність та передбачуваність дають змогу ефективно прогнозувати його вплив на майбутнє.

Найактивнішим виявився чинник глобалізації, але з найнижчим рівнем взаємодії, що відображає його односторонній вплив на всю множину чинників зовнішнього середовища. Негативний прояв

цього чинника спостерігається в домінуванні на українському ринку імпоротної продукції, що вимагає реалізації політики протекціонізму. Складність його прогнозування обумовлена недостатнім рівнем передбачуваності, досить високим рівнем невизначеності та відчутним рівнем динамізму.

Майже всі інші негативні чинники перебувають в діапазоні впливу від слабкого до помірного, де найбільший вплив має темп інфляції. Менший рівень має членство в міжнародних торгових організаціях. Йому поступається курс національної валюти, але він є стабільним і визначеним. Його активність обумовлена високою мірою залежності вітчизняного промислового виробництва загалом та машинобудування зокрема від імпоротної сировини та комплектуючих виробів. Зменшення впливу цього чинника є можливим шляхом поширення кооперації або створення спільних підприємств чи підрозділів з іноземними виробниками. Близький вплив має міждержавна міграція та кредитно-фінансової механізм. Найскладнішою варто вважати ситуацію з міжнародними торговими організаціями через один з найвищих рівнів невизначеності та потенційні загрози в разі подальшої інтеграції України у глобальний економічний простір. Несприятлива ситуація в кредитно-фінансовій сфері нашої держави за останні роки обумовлює потребу пошуку потенційних партнерів серед іноземних банків, які відрізняються значно вищими рівнями стабільності діяльності під час планування стратегічних змін. Питання міждержавної міграції в Україні за останній час набуло форми загальнонаціональної проблеми, яка ставить під сумнів можливість отримання кваліфікованих кадрів

для створення та реалізації стратегічного потенціалу підприємства, його ключових компетенцій, як наслідок, конкурентних переваг. Для нівелювання його негативного впливу підприємства повинні реалізовувати стратегію підвищення кваліфікації кадрів, перепідготовки та перегляду системи мотивації, включаючи матеріальну, оскільки основною причиною імміграції кваліфікованих кадрів є порівняно низький рівень оплати праці в нашій країні. Найнижчим рівнем впливу серед позитивних чинників, який варто кваліфікувати як дуже слабкий, характеризується виробнича інфраструктура.

Якщо негативні чинники зовнішнього середовища доцільно розглядати як потенційні загрози, впливу яких найкраще уникати як в ході поточної діяльності, так і під час планування стратегічних змін, то вплив несприятливих чинників за можливості необхідно використовувати для посилення позитивного ефекту від ініціатив підприємства. Очевидно, внаслідок глобалізації та домінування імпортової продукції на вітчизняному ринку найпотужнішим виявився чинник протекціонізму, але через його пасивність та низький рівень взаємодії можна говорити про відсутність відповідної належної політики в нашій державі. Друге місце зі значним рівнем впливу на функціонування підприємств галузі посідає науково-технічний потенціал країни. Його активність та високий рівень взаємодії дає змогу розглядати його як один із найбільш перспективних напрямів реалізації стратегічних змін, що передбачає подальше поглиблення кооперації з науково-дослідними установами як технічного, так й економічного спрямування, придбання об'єктів інтелектуальної власності. Важливим є створення тісного контакту із зазначеними установами для досягнення спільних цілей. Всі інші чинники значно поступаються за ступенем впливу. Наступні чотири можна охарактеризувати як такі, що мають незначний вплив на підприємства досліджуваної галузі, такі як спеціалізація, концентрація та кооперація, фаза економічного циклу, енергозберігаючі технології та темп впровадження нової продукції. Перша має організаційний характер, але її низький рівень активності та взаємодії свідчить про недовикористання наявного потенціалу. Ці організаційні можливості дають змогу значно знизити собівартість продукції за рахунок економії на витратах, пов'язаних із взаємодією з чисельними постачальниками, а також шляхом використання трансфертних цін. Концентрація дає змогу використовувати ефект масштабу. Позитивний вплив цього чинника може бути використаний підприємствами під час планування стратегічних змін в розрізі здійснення об'єднання, злиття або поглинання з іншими суб'єктами господарювання. Сприятливий вплив фази економічного циклу варто розглядати як чинник короткострокової дії через зміну структури національного господарства та посилення ролі аграрного сектору в експорті

країни, що є основним ринком збуту для досліджуваних підприємств. Натомість його непередбачуваність та висока активність вимагають розроблення альтернативних сценаріїв. Використання двох інших зазначених чинників є пріоритетним під час планування стратегічних змін, оскільки вони сприятимуть зниженню витрат, підвищенню якості продукції та пришвидшенню її позиціонування серед споживачів.

Існування власної вітчизняної мережі підготовки кадрів та підвищення кваліфікації вимагає від підприємств відновлення тісної взаємодії з ними щодо планування та формування кадрового складу, навчання та розвитку персоналу зі збільшенням попиту від підприємств. Це має стати обов'язковою складовою стратегічних змін для більшості досліджуваних підприємств галузі, що відповідає потребі вищезазначеного нівелювання негативного впливу міждержавної міграції кваліфікованих кадрів.

Слабкий вплив на функціонування підприємств галузі мають п'ять чинників, таких як тривалість життєвого циклу наявної технології, міжнародне наукове співробітництво, система чинного законодавства, рівень світового науково-технічного прогресу та інвестиційний клімат. Всі вони характеризуються стабільністю, крім світового науково-технічного прогресу, який отримав найвищий рівень активності серед усіх досліджуваних чинників. Таке значення разом із наявністю тренду зі значними розривами вимагає впровадження системи постійного моніторингу останніх науково-технічних досягнень у галузі машинобудування загалом та сільськогосподарському машинобудуванню зокрема. Зростання вагомості міжнародного наукового співробітництва за останній час як потенційної можливості вдосконалення діяльності вітчизняних підприємств найефективніше використовується під час взаємодії з науково-дослідними установами та освітніми закладами, де ці процеси розвинуті набагато краще, що разом із підготовкою кадрів має бути базисом ключових проєктів стратегічних змін. Все це обумовлює потребу членства в технопарках і технополісах. Пасивність інвестиційного клімату відображає відсутність реальних можливостей для вітчизняних підприємств щодо залучення додаткових інвестицій.

Всі інші чинники отримали дуже слабкий рівень впливу на галузь, серед яких варто звернути увагу лише на міжурядові зовнішньоекономічні зв'язки, що можуть бути використані як потенціал об'єднання із закордонними підприємствами задля підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Висновки з проведеного дослідження. В результаті проведеного дослідження розроблено, обґрунтовано методичне забезпечення оцінювання впливу окремих чинників зовнішнього середовища на підприємствах галузі

сільськогосподарського машинобудування, що представлені такими групами, як економічні, науково-технологічні, суспільно-політичні, соціально-демографічні, інституційно правові та міжнародні за сукупністю критеріїв, а саме за динамічністю (швидкість зміни впливу чинника), невизначеністю (доступність інформації), варіативністю (характер впливу), передбачуваністю (наявність тренду в динаміці), активністю (вплив на інші чинники), взаємодією (з іншими чинниками), силою впливу.

Для встановлення рівня активності та взаємодії запропоновано використовувати модифікований інструментарій аналізу чуттєвості, який дає змогу визначати структуру чинників, ступінь інтеграції в систему та ступінь активності впливу на інші чинники. Критерії варіативності дають змогу розділити сукупність на позитивні та негативні чинники. Для всіх інших критеріїв (динамічність, невизначеність, передбачуваність, сила впливу) розроблено шкали оцінювання, за якими проведено оцінювання серед експертів, узгодженість яких пропонується визначати шляхом співставлення значення розмаху та міжквартильного розмаху. Також в рамках методичного забезпечення запропоновано оцінювати вагомість окремих критеріїв їх ранжуванням та визначати узгодженість думок шляхом розрахунку коефіцієнта конкордації. В рамках проведеного оцінювання серед експертів існує високий рівень узгодженості як щодо вагомості критеріїв, так і щодо їх значень для вибраних чинників. Узагальнюючи здійснені розрахунки, надаємо характеристику позитивним та негативним чинникам зовнішнього середовища та визначаємо ключові напрями реалізації стратегічних змін для зменшення можливості негативного впливу несприятливих чинників і посилення можливості використання сприятливих факторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Duncan R.B. Perceived environmental characteristics of operational environments and perceived environmental uncertainty. *Administrative Science Quarterly*. 1972. № 17 (2). P. 313-327.
2. Emery F.E., Trist E.L. The casual texture of organizational environment. *Human relations*. 1965. Vol. 18. P. 21-32.
3. Запукхляк І.Б. Розвиток підприємства та нестабільність середовища: взаємозв'язок та взаємозалежність. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. Вип. 13. С. 87-89.
4. Комаринець С.О. Оцінювання нестабільності зовнішнього економічного середовища підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.4. С. 220-226.
5. Повідайчик М.М. Особливості стратегічного планування виробничої програми підприємства легкої промисловості в умовах невизначеності. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2014. Вип. 1 (42). С. 59-63.

6. Кіпа Д.В. Визначення впливу зовнішнього середовища на формування конкурентної стратегії підприємства. *Бізнес-інформ*. 2014. № 9. С. 322-329.

7. Степаненко С.В. Обґрунтування профілю здійснення організаційних змін на підприємстві. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2017. № 6 (236). С. 202-207.

8. Гринь Є.Л. Ефективність управління організаційними змінами в менеджменті підприємств: теорія, методологія, практика : монографія Харків : Смуґаста типографія, 2018. 478 с.

9. Власенко Т.А. Формування методології оцінювання впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємств галузі. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2019. VII (34). I. : 205. Sept. P. 33-37.

10. Власенко Т.А. Структура чинників зовнішнього середовища підприємства. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 1. С. 82-87.

11. Зиновьев И.Ф. Формирование и реализация кадрового экономического потенциала в аграрной сфере : монография. Симферополь : Предприятие Феникс, 2008. 407 с.

12. Литвак Б.Г. Экспертные оценки и принятие решений. Москва : Патент, 1996. 298 с.

13. Мишин В.М. Исследование систем управления : учебник для ВУЗов. 2-е изд., стереотип. Москва : Юнити-ДАНА, 2015. 527 с.

14. Гнатієнко Г.М., Снитюк В.Є. Експертні технології прийняття рішень : монографія. Київ, 2008. 444 с.

15. Яшкіна О.І. Статистичні інструменти визначення узгодженості думок експертів в маркетингових дослідженнях. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2013. № 10. С. 442-449.

REFERENCES:

1. Duncan R.B. (1972) Perceived environmental characteristics of operational environments and perceived environmental uncertainty. *Administrative Science Quarterly*. № 17 (2). P. 313-327.
2. Emery F.E., Trist E.L. (1965) The casual texture of organizational environment. *Human relations*. Vol. 18. P. 21-32.
3. Zapukhlyak I.B. (2015) Rozvytok pidpriemstva ta nestabilnist seredovyscha: vzaiemozviazok ta vzaiemozalezhnist [Enterprise development and environmental instability: interconnectivity and interdependence] *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia "Ekonomichni nauky"*. vol. 13, pp. 87-89.
4. Komarynets S.O. (2012) Otsiniuvannia nestabilnosti zovnishnoho ekonomichnoho seredovyscha pidpriemstva. [Estimation of instability of the external economic environment of the enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. vol. 22.4, pp. 220-226.
5. Povidaychuk M.M. (2014) Osoblyvosti stratehichnoho planuvannia vyrobnychoi prohramy pidpriemstva lehkoii promyslovosti v umovakh nevyznachenosti [Peculiarities of strategic planning of the production program of a light industry enterprise under uncertainty] *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriiia "Ekonomika"*. vol. 1 (42), pp. 59-63.

6. Kipa D.V. (2014) Vyznachennia vplyvu zovnishnoho seredovyscha na formuvannia konkurentnoi stratehii pidpriemstva [Determining the influence of the environment on the formation of competitive strategy of the enterprise] *Biznes Inform.* no. 9, pp. 322-329.
7. Stepanenko S.V. (2017) Obgruntuvannia profilu zdiisnennia orhanizatsiinykh zmin na pidpriemstvi [Substantiation of the profile of implementation of organizational changes at the enterprise. Bulletin of the East Ukrainian National University named after Vladimir Dahl]. *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia.* no. 6 (236), pp. 202-207.
8. Hryn Ye.L. (2018) Efektyvnist upravlinnia orhanizatsiinykh zminamy v menedzhmenti pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka [Effectiveness of Managing Organizational Change in Enterprise Management: Theory, Methodology, Practice]. Kharkiv : Smuhasta typohrafiia. (in Ukrainian).
9. Vlasenko T.A. (2019) Formuvannia metodolohii otsiniuvannia vplyvu zovnishnoho seredovyscha na diialnist pidpriemstv haluzi. [Formation of methodology for assessing the impact of the environment on the enterprises activity in the industry]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences.* VII (34). I. : 205. Sept. P. 33-37.
10. Vlasenko T.A. (2019) Struktura chynnykiv zovnishnoho seredovyscha pidpriemstva [Structure of factors of the external environment of the enterprise]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky.* no. 1, pp. 82-87.
11. Zinov'ev I.F. (2008) Formirovanie i realizatsiya kadrovogo ekonomicheskogo potentsiala v agrarnoy sfere. [Formation and realization of personnel economic potential in agrarian sphere]. Simferopol : Predpriyatie Feniks. (in Russian).
12. Litvak B.G. (1996) Ekspertnye otsenki i prinyatie resheniy. [Expert assessments and decision making]. Moscow : Patent. (in Russian).
13. Mishin V.M. (2015). Issledovanie sistem upravleniya. [Investigation of control systems]. 2-e ed., Moscow : Juniti-DANA. (in Russian).
14. Hnatiienko H.M., Snyiuk V.Ye. (2008) Ekspertni tekhnologiyi pry'nyattya rishen'. [Expert decision-making technologies]. Keiv. (in Ukrainian).
15. Yashkina O.I. (2013) Statystychni instrumenty vyznachennia uzgodzhennosti dumok ekspertiv v marketingovykh doslidzhenniakh. [Statistical tools for determining the consistency of opinions of experts in marketing research] *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut".* no. 10, pp. 442-449.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ

METHODOICAL ASPECTS OF IMPROVEMENT ENTERPRISE BUSINESS PROCESSES

УДК 338.242

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-9>

Гайдаєнко О.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічного аналізу
Одеський національний
економічний університет

Шевчук Н.С.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічного аналізу
Одеський національний
економічний університет

Gaidaienko Olga

Odessa National Economic University

Shevchuk Nina

Odessa National Economic University

У статті проаналізовано, узагальнено теоретичні та практичні підходи до вдосконалення бізнес-процесів, що можуть бути використані у реалізації тактичних та стратегічних управлінських дій сучасних підприємств. Розглянуто характеристики основних методичних підходів, що використовуються під час удосконалення бізнес-процесів, зокрема швидкий аналіз, структуризація функції якості, реінжиніринг, бенчмаркінг. Представлено розроблення аналітичного інструментарію, що орієнтована на конкретні завдання реінжинірингу бізнес-процесу; відображено етапи реінжинірингу та їх зміст. Запропоновано отримані результати використовувати для діагностики відповідності бізнес-процесів підприємства та ланцюжків створення цінності, місії, стратегії та вимогам зацікавлених сторін, вибору оптимального підходу до реінжинірингу та реалізації проекту реінжинірингу, заснованого на стратегічному аналізі.

Ключові слова: бізнес-процеси, методи вдосконалення, реінжиніринг, стратегічний аналіз, діагностика.

В статье проанализированы, обобщены теоретические и практические подходы

к совершенствованию бизнес-процессов, которые могут быть использованы в реализации тактических и стратегических управленческих действий современных предприятий. Рассмотрена характеристика основных методических подходов, используемых при совершенствовании бизнес-процессов, в частности быстрый анализ, структуризация функции качества, реинжиниринг, бенчмаркинг. Представлена разработка аналитического инструментария, ориентированная на конкретные задания реинжиниринга бизнес-процесса; отображены этапы реинжиниринга и их содержание. Предложено полученные результаты использовать для диагностики соответствия бизнес-процессов предприятия и цепочек создания ценности, миссии, стратегии и требований заинтересованных сторон, выбора оптимального подхода к реинжинирингу и реализации проекта реинжиниринга, основанного на стратегическом анализе.

Ключевые слова: бизнес-процессы, методы совершенствования, реинжиниринг, стратегический анализ, диагностика.

The article analyzes and generalizes theoretical and practical approaches to improving business processes that can be used in the implementation of tactical and strategic management actions of modern enterprises. According to statistics, the vast majority of Ukrainian companies in the business sector are small and medium-sized enterprises, similar to most countries around the world. In 2017, enterprises employing fewer than 250 people accounted for over 99% of all enterprises in the enterprise economy, accounting for 61% of total employment in the enterprise, 54% of total sales and 47% of value added created in the enterprise. The pressing issue remains the reduction of entrepreneurial risk at all stages of the life cycle of small and medium-sized enterprises while maintaining the level of competitiveness of their products (works, services), which, of course, requires continuous improvement of business processes. Characteristics of the main methodological approaches used in the improvement of business processes are considered, in particular: quick analysis, structuring of quality function, reengineering, benchmarking. The process of analyzing and solving problems in a company consisting of six stages is considered. The development of analytical tools is focused on specific tasks prior to the initiation of the business process reengineering project stage and allows creating a general scheme that is a simple and consistent visual reference for study and subsequent use. The development of analytical tools focused on specific tasks of business process reengineering is presented; the stages of reengineering and their content are shown. It is proposed to use the obtained results to diagnose the compliance of the enterprise business processes and value chains, mission, strategy and stakeholder requirements, to choose the optimal approach to reengineering and to implement a reengineering project based on strategic analysis. A strategic approach to business process reengineering will allow you to redesign and change the business processes of the enterprise in such a way that they will contribute to the achievement of the long-term goals of the enterprise and the realization of key competitive advantages.

Key words: business processes, improvement methods, reengineering, strategic analysis, diagnostics.

Постановка проблеми. Сучасна динаміка розвитку ринку товарів та послуг, низький обсяг проведення інновацій на підприємствах, що веде до зниження конкурентоспроможності продукції, зумовлюють необхідність пошуку нових інструментів та методів управління виробничими процесами. Одним із прогресивних методів управління є процесно орієнтоване управління, яке може оптимізувати господарську та інноваційну діяльність підприємств, підвищити конкурентоспроможність та якість продукції.

Згідно зі статистикою більшість українських компаній у секторі підприємництва складають малі та середні підприємства аналогічно більшості країн по всьому світі. У 2017 році підприємства з кількістю найманих працівників менше 250 осіб становили понад 99% усіх підприємств в економіці підприємництва, на них припадали

61% загальної зайнятості в підприємництві, 54% загального обсягу реалізованої продукції та 47% створеної у підприємстві доданої вартості [1]. Актуальним питанням залишається зниження підприємницького ризику на всіх етапах життєвого циклу підприємств малого та середнього бізнесу зі збереженням рівня конкурентоспроможності їх продукції (робіт, послуг), що, безумовно, потребує постійного вдосконалення бізнес-процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ефективність підприємницької діяльності під впливом дії зовнішніх та внутрішніх факторів значною мірою залежить від ступеня змін, що вносяться в бізнес-процеси, впровадження тієї чи іншої методики вдосконалення бізнес-процесів. В економічній літературі методикам удосконалення бізнес-процесів різного терміну дії приділено достатньо уваги в працях багатьох закордонних

та вітчизняних вчених, зокрема в роботах М. Хаммера, Д. Чампі, Е.Г. Ойхмана, А. Шеєра, Д. Брімсона, Б. Андерсена, М. Робсона, В.Г. Єліферова, І.Я. Іпполітової, О.Н. Криворучко, В.В. Кондратьєва, Л.М. Таранюка, В.К. Чаадаєва. Однак вважаємо за необхідне доповнити аналітичною складовою та економіко-аналітичною характеристикою можливості застосування цих методик на практиці.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз та узагальнення теоретичних та практичних методів зі вдосконалення бізнес-процесів у реалізації тактичних та стратегічних управлінських дій сучасних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління оптимізацією бізнес-процесів підприємств спирається на аналіз методичного базису їх удосконалення. Якість управління взаємопов'язаними бізнес-процесами залежить від пошуку та узгодження варіацій вдосконалення їх залежно від ресурсних можливостей та стратегічних завдань бізнесу.

На основі узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду розглянемо характеристики основних методичних підходів, що використовуються до вдосконалення бізнес-процесів (табл. 1).

Розглянемо детальніше метод реінжинірингу. Ризик реінжинірингу досить великий, але передумови невдач полягають не в загадковості реінжинірингу, а в порушенні правил його проведення. Основним у стратегії управління реінжинірингом є уникнення глобальних помилок. Під час про-

ведення реінжинірингу часто зустрічаються такі характерні помилки (табл. 2).

Розвиваючи аналітичну складову реінжинірингових заходів у контексті управління бізнес-процесами, зупинимось на виборі методів аналізу. Для реінжинірингу використовуються такі напрями [8, с. 124]:

- методи об'єктно-орієнтованого моделювання;
- методи CASE-технологій;
- методи інженерії знань;
- методи імітаційного моделювання процесів;
- методи швидкого розроблення додатків RAD (Rapid Application Development);
- методи моделювання у середовищі ARIS;
- методи вартісного аналізу;
- методи визначення ефективності напрямів РБП;
- критеріальні методи;
- метод моделювання РБП із застосуванням нейромережевих технологій;
- метод оцінювання рівня ризикованості напрямів РБП;
- метод вибору стратегічних напрямів реінжинірингу бізнес-процесів;
- метод експрес-оцінювання.

Використання всіх напрямів аналізу одночасно для підприємства є неможливим. Вибір методу безпосередньо залежить від вибраної стратегії. Підприємство має вирішити, який тип конкурентної переваги воно хоче отримати і в якому напрямі це можливо [9, с. 143].

На практиці різні організації розробили різні підходи до методології постійного поліпшення

Таблиця 1

Основні методичні підходи, що використовуються під час удосконалення бізнес-процесів

№	Назва	Характеристика
1	Швидкий аналіз	Ґрунтується на виявленні проблем, що виникають під час реалізації окремих процесів бізнесу, пошуку та аналізування можливих варіантів рішень для виділених проблемних ділянок та оперативного вжиття заходів щодо їх поліпшення.
2	Структуризація функцій якості	Дає змогу визначати взаємозв'язки між вимогами та засобами їх задоволення, проводити аналіз виділених взаємозв'язків. Метод реалізується шляхом побудови спеціальної таблиці (так званого будинку якості), в якій накопичуються результати дослідження процесів бізнесу. Аналіз робочих осередків полягає в чіткому визначенні технічних вимог для виробу або послуги, які необхідні для внутрішнього або зовнішнього споживача.
3	Перепроєктування бізнес-процесів	Заснований на детальному аналізі наявних бізнес-процесів і припускає не створення принципово нового варіанта цього процесу бізнесу, а приведення наявного процесу до вигляду, найбільш відповідного стратегічним цілям підприємства.
4	Ідеалізація бізнес-процесів	Полягає у спробі виробити ідеальні бізнес-процеси. Після того як вони розроблені, необхідно виділити тільки ті їх ділянки, які неможливо безпосередньо реалізувати на практиці. Під час застосування цього методу потрібно абстрагуватися та уявити певний бізнес-процес в ідеальному вигляді. Потім його слід порівняти з тим, як він здійснюється, та запровадити необхідні зміни.
5	Бенчмаркінг	Спрямований на пошук, оцінювання та навчання на основі кращих прикладів ведення бізнесу конкурентами. Бенчмаркінг вимагає менших витрат і є менш ризикованим, але його можна використовувати тільки тоді, коли підприємство має вільний доступ до інформації про діяльність сторонніх підприємств. Бенчмаркінг полягає в оцінюванні власної та галузевої ефективності, ідентифікації та вивченні роботи галузевих лідерів і запровадженні кращих галузевих досягнень у свою діяльність.
6	Реінжиніринг	Є фундаментальним переосмисленням та радикальним перепроєктуванням бізнес-процесів для досягнення істотних поліпшень у ключових показниках результативності. Використання цього підходу дає змогу подивитися на мету бізнес-процесу по-новому, повністю ігноруючи наявний бізнес-процес і структуру підприємства.

Джерело: складено авторами на основі [2; 4; 6; 7]

Таблиця 2

Напрямки вирішення проблем реінжинірингу бізнес-процесів

№	Проблема	Напрямок вирішення	Аналітична складова
1	Поліпшення наявного процесу замість його перепроєктування	Радикальна перебудова дій замість часткових поліпшень.	Комплексний аналіз фінансово-господарської діяльності.
2	Несистемний підхід до відновлення	Проведення усіх необхідних дій в областях проектування, організаційної структури, системи управління й оцінок.	Проектний аналіз, аналіз організаційної структури, формування системи показників-індикаторів.
3	Неправильне оцінювання рівня корпоративної культури компанії	Впровадження системи управління з новітніми цінностями з винагородженням їхньої підтримки.	Управлінський аналіз.
4	Непослідовність освоєння новації в обмеженій постановці задачі	Широке формулювання задачі без обмежень області дії.	Стратегічний аналіз.
5	Нераціональний розподіл задач щодо освоєння інновації	Виконання реінжинірингу зверху вниз з потрібною широтою поглядів на діяльність компанії.	Аналіз компетенцій персоналу компанії.
6	Недостатнє ресурсне забезпечення інновації	Значні інвестиції в програму проведення реінжинірингу.	Інвестиційний аналіз.

Джерело: складено авторами за [3; 5]

процесів. Розглянемо процес аналізу й вирішення проблем у компанії «Ксерокс», який складається з шести етапів [10]:

- виявлення й відбір проблеми (визначення й опис поточного та бажаного станів (виявлення невідповідності));
- аналіз проблеми (виявлення ключових причин і ранжування їх за важливістю (пошук причин виниклих невідповідностей));
- вироблення можливих рішень (документування можливих рішень (перелік коригуючих дій));
- вибір і планування реалізації рішення (вироблення плану проведення й оцінювання змін (розроблення плану коригувальних дій));
- реалізація рішення (виконання узгоджених планів (реалізація планів коригувальних дій));
- оцінювання рішення (надання узгодженої оцінки результативності рішення, ухвалення рішення про розгляд нової проблеми (оцінювання результативності коригувальних дій)).

Слід зазначити, що методика, яка об'єднує підходи до реінжинірингу розвитку, існує (методика Д. Харрінгтона) [11, с. 7-11], а методика, яка об'єднує підходи до кризового реінжинірингу на основі стратегічного аналізу, нині відсутня. У зв'язку з цим ми пропонуємо консолідовану методику реінжинірингу бізнес-процесів, засновану на використанні методів стратегічного аналізу.

Цикл процесу аналізу й вирішення проблем у компанії «Ксерокс» був нами модифікований і застосований до реінжинірингу бізнес-процесів з урахуванням аналітичної складової. Розроблення аналітичного інструментарію орієнтоване на конкретні завдання до початку стадії ініціалізації проекту РБП та дає змогу створити загальну схему, яка є простим і послідовним наочним орієнтиром для вивчення й подальшого використання. Зміст етапів РБП відображено в табл. 3.

Розглянемо рекомендовані методичні підходи більш детально. Основу експертно-аналітичних

Таблиця 3

Методичні підходи до проведення реінжинірингу бізнес-процесів

№	Етап РБП	Зміст етапу РБП	Рекомендовані методи
1	Постановка завдання	Прийняття управлінського рішення щодо вибору напрямку реінжинірингу бізнес-процесів.	Експертно-аналітичні методи, мозковий штурм.
2	Визначення цілей та завдань	Вибір стратегічних напрямів РБП, які зумовлюють вибір певного бізнес-процесу для реінжинірингу.	SWOT-аналіз, аналіз життєвого циклу продукції.
3	Стратегічне планування	Формування прогнозів результативності проведення РБП, формування системи відповідності цілей та результатів РБП.	Метод дерева цілей, матричні методи стратегічного аналізу.
4	Ідентифікація бізнес-процесів	Ранжування й аналіз бізнес-процесів; побудова моделей організаційної структури; визначення ключових чинників успіху на основі формування схем ланцюжків створення цінностей.	Побудова графічних моделей процесів, аналіз ланцюжка цінностей.
5	Перепроєктування бізнес-процесів	Створюються нові бізнес-процеси, проводиться їхнє пробне пілотне тестування, створюється нова організаційна структура, проводиться повне впровадження перепроєктованих процесів.	Бенчмаркінг, DEA-аналіз.
6	Впровадження та оцінювання результатів РБП	Аналіз досягнення заданих на початку реінжинірингу критеріїв ефективності функціонування бізнес-процесів, впровадження системи контролю та моніторингу.	Економіко-математичне моделювання, моніторинг, методи ARIS Toolset.

Джерело: складено авторами за [10; 13; 14]

методів складають різні форми експертного опитування з подальшим оцінюванням та вибором найкращого варіанта. Наприклад, метод мозкового штурму переслідуює досягнення основної мети, яка полягає в пошуку нових ідей, їх широкому обговоренні та конструктивній критиці. Основна гіпотеза полягає в припущенні, що серед великої кількості ідей є щонайменше кілька хороших, що, зокрема, безпосередньо стосується визначення певного бізнес-процесу для реінжинірингу.

Метод DEA (аналіз середовища функціонування) є широко відомим аналітичним методом бенчмаркінгу. Він заснований на побудові так званої межі ефективності в багатовимірному просторі вхідних та вихідних змінних, що описують об'єкти, ефективність яких потрібно визначити. Такими об'єктами можуть бути як підприємства, організації, університети, банки, процеси («in-puts»), тобто ресурси, які використовуються, так і вихідні («out-puts»), тобто отримані результати. За допомогою методу DEA будується межа виробничих можливостей, відповідно до якої здійснюються порівняння й визначення найбільш ефективних з них [14, с. 103]. Програмна реалізація DEA-аналізу в середовищі Excel є завданням параметрів, роботою з базами даних, забезпеченням зручного й зрозумілого для користувача інтерфейсу.

Під час реалізації другого етапу, вибору стратегічних напрямів РБП, які зумовлюють вибір певного бізнес-процесу для реінжинірингу, рекомендується використовувати розроблену систему показників SWOT-аналізу.

Вище досягнення управління підприємством у межах стратегічної концепції життєвого циклу продукції полягає в умінні точно визначити момент часу, коли варто почати диверсифікацію виробництва й «зачати» життєвий цикл нового продукту або вибрати певний бізнес-процес для реінжинірингу.

Дерево цілей є головним інструментом ув'язки цілей вищого рівня з конкретними засобами їх досягнення на нижчому рівні через низку проміжних ланок. При цьому в поняття цілей на різних рівнях вкладається різний зміст: від об'єктивних потреб і бажаних напрямів розвитку на верхньому рівні до вирішення завдань і життя окремих заходів на нижніх рівнях. Метод дерева цілей дає змогу структурувати процес та встановити критерії оптимальності.

Матричні методи стратегічного аналізу об'єднують відомі підходи «McKinsey», «Boston Consulting Group», «Bain Consulting».

Методика аналізу ланцюжків створення цінності М. Портера [13, с. 67-102] концентрується на визначенні ключових факторів успіху й потреб клієнтів процесів.

Методи ARIS Toolset – це інструменти, які збережені на багатьох користувачів під час проведення аналізу робочих процесів підприємств, що підтримує розроблення складних інформаційних

систем і супроводжує весь цикл розроблення «аналіз – проектування – реалізація» [10].

Висновки з проведеного дослідження. Отримані результати можуть бути використані для вирішення таких прикладних завдань, як діагностика відповідності бізнес-процесів підприємства та ланцюжків створення цінності місії, стратегії та вимогам зацікавлених сторін, вибір оптимального підходу до реінжинірингу та реалізації проекту реінжинірингу, заснованого на стратегічному аналізі.

Стратегічний підхід до реінжинірингу бізнес-процесів дасть змогу перепроєктувати та змінити бізнес-процеси підприємства таким чином, що вони будуть сприяти досягненню довгострокових цілей підприємства та реалізації ключових конкурентних переваг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Держкомітету статистики України. URL: <https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu> (дата звернення: 20.08.2019).
2. Бедрій Д.І., Семко І.Б. Вдосконалення бізнес-процесів організації з врахуванням ризиків. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. 2015. № 1 (1110). С. 104-110.
3. Гончарова О.В. Реінжиніринг бізнес-процесів як метод процесного управління. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2013. № 10 (151). С. 78-82.
4. Дубініна В.В. Раціоналізація управління бізнес-процесами підприємств: підходи та методи. *Економічний простір*. 2016. № 113. С. 124-135.
5. Іпполітова І.Я. Ефективність здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві. *Збірник наукових праць Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського «Глобальні та національні проблеми економіки»*. 2016. Вип. 13. С. 264-270.
6. Тігарєва В.А., Станкевич І.В. Аналіз існуючих підходів та методів оцінювання бізнес-процесів підприємств та організацій. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2016. Вип. 3(98). Ч. 1. С. 113-122.
7. Яворська Т.І. Методологія вдосконалення управління бізнес-процесами у сільськогосподарських підприємствах. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2018. № 2 (37). С. 154-161.
8. Таранюк Л.М. Теоретико-методологічні засади управління вибором напрямів реінжинірингу бізнес-процесів промислових підприємств. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2015. № 1. С. 119-124.
9. Медынский В.Г., Ильдеменов С.В. Реинжиниринг инновационного предпринимательства. Москва: Юнити, 1999. С. 143-144.
10. Каменнова М.В. и др. Моделирование бизнес-процессов. Методология ARIS. Москва: Серебряные нити, 2001. URL: <https://www.twirpx.com/file/216095> (дата звернення: 29.07.2019).
11. Абдикеев Н.М. и др. Реинжиниринг бизнес-процессов. Полный курс MBA. Москва: Эксмо, 2005. 592 с.

12. Адлер Ю.П., Хунузиди Е.И., Шпер В.Л. Методы постоянного совершенствования сквозь призму цикла Шухарта-Деминга. *Методы менеджмента качества*. 2005. № 3. URL: https://quality.eup.ru/MATERIALY10/metod_s-d.htm (дата звернення: 10.08.2019).

13. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е.С. Калинина. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. 715 с.

14. Барилевич О.М. Застосування DEA-аналізу в конкурентному бенчмаркінгу на прикладі молокопереробних підприємств. *Економіка АПК*. 2012. № 5. С. 102-105.

REFERENCES:

1. Oficijnyj sajт Derzhkomitetu statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Committee of Ukraine]. Available at: <https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu> (accessed 20 August 2019).

2. Bedrij D.I., Semko I.B. (2015) Vdoskonalennja biznes-procesiv orghanizaciji z vrakhuvannjam ryzykiv [Improving the business processes of the organization with risk]. *Visnyk Nacional'nogho tekhnichnogho universytetu "Kharkivskijj politekhnichnijj instytut"*, no. 1 (1110), pp. 104-110.

3. Ghoncharova O.V. (2013) Reinzhiniringh biznes-procesiv jak metod procesnogho upravlinnja [Business Process Reengineering as a Process Management Method]. *Visnyk Kyjivskogho nacional'nogho universytetu im. Tarasa Shevchenka. Serija "Ekonomika"*, no. 10 (151), pp. 78-82.

4. Dubinina V.V. (2016) Racionalizacija upravlinnja biznes-procesamy pidpryjemstv: pidkhody ta metody [Streamlining enterprise business process management: approaches and methods], *Ekonomichnyj prostir*, no. 113, pp. 124-135.

5. Ippolitova I.Ja. (2016) Efektyvnistj zdijsnennja reinzhiniringhu biznes-procesiv na pidpryjemstvi [Effectiveness of business process reengineering at the enterprise], *Zbirnyk naukovykh pracj Mykolajivskogho nacional'nogho universytetu imeni V.O. Sukhomlyns'kogho "Ghlobalni ta nacionalni problemy ekonomiky"*, no. 13, pp. 264-270.

6. Tigharjeva V.A., Stankevych I.V. (2016) Analiz isnujuchykh pidkhodiv ta metodiv ocinjuvannja biznes-procesiv pidpryjemstv ta orghanizacij [Analysis of existing approaches and methods of evaluating business

processes of enterprises and organizations]. *Visnyk KrNU imeni Mykhajla Ostroghrads'kogho*, no. 3 (98), pp. 113-122.

7. Javorsjka T.I. (2018) Metodologhija vdoskonalennja upravlinnja biznes-procesamy u sil's'kokhospodars'kykh pidpryjemstvakh [Methodology for improving business process management in agricultural enterprises]. *Zbirnyk naukovykh pracj Tavrijs'kogho derzhavnogho aghrotekhnologhichnogho universytetu (ekonomichni nauky)*, no. 2 (37), pp. 154-161.

8. Taranyuk L.M. (2015) Teoretiko-metodologichni zasady upravlinnja viborom napryamiv reinzhiniringu biznes-protseviv promislovikh pidpriemstv [Theoretical and methodological principles of managing the direction of reengineering business processes of industrial enterprises]. *Visnyk Sums'kogo derzhavnogo universitetu. Serija "Ekonomika"*, no. 1, pp. 119-124.

9. Medynskiy V.G., Il'demenov S.V. (1999) *Reinzhiniring innovatsionnogo predprinimatel'stva* [Reengineering of innovative entrepreneurship]. Moscow : Yuniti, pp. 143-144.

10. Kamennova M.V., Gromov A.S., Ferapontov M.I., Shmatulyuk A.O. (2001) Modelirovanie biznesa. Metodologiya ARIS [Business modeling. ARIS Methodology]. Available at: <http://https://www.twirpx.com/file/216095> (accessed 29 July 2019).

11. Abdikeyev N.M., Dan'ko T.P., Il'demenov S.V., Kiselev A.D. (2005) Reinzhiniring biznes-protseviv [Business process reengineering]. *Polnyj kurs MBA* [Complete MBA course]. Moscow : Eksmo. (in Russian).

12. Adler Yu.P., Khunuzidi E.I., Shper V.L. (2005) Metody postoyannogo sovershenstvovaniya skvoz' prizmu tsikla Shukharta-Deminga [Methods of continuous improvement through the prism of the Shekhart-Deming cycle]. *Metody menedzhmenta kachestva* (electronic journal), no. 3. Available at: https://quality.eup.ru/MATERIALY10/metod_s-d.htm (accessed 10 August 2019).

13. Porter M. (2006) *Konkurentnoe preimushchestvo: kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustoychivost'* [Competitive advantage: how to achieve high results and ensure its sustainability]. Moscow: Al'pina Biznes Buks. (in Russian)

14. Barilovich O.M. (2012) Zastosuvnnya DEA-analizu v konkurentnomu benchmarkingu na prikladi molokopererobnykh pidpriemstv [Zastosuvnnya DEA-analysis in competitive benchmarking on the application of milk processing products]. *Ekonomika APK*, no. 5, pp. 102-105.

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ
В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІMAIN COMPONENTS OF THE LABOR MOTIVATION
ORGANIZATION IN AGRICULTURAL ENTERPRISE

УДК 331.101

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-10>**Дем'яненко Н.В.**к.е.н., доцент, доцент кафедри
підприємництва і права
Полтавська державна аграрна академія
Галич О.А.к.е.н., доцент,
професор кафедри публічного
управління та адміністрування
Полтавська державна аграрна академія**Тараненко В.С.**студент
Полтавська державна аграрна академія**Galych Oleksandr**

Poltava State Agrarian Academy

Demyanenko Natalia

Poltava State Agrarian Academy

Taranenko Vladislav

Poltava State Agrarian Academy

У статті розглянуто основні складові організації мотивації праці в сільськогосподарському підприємстві. Праця в аграрному секторі втратила свою привабливість, як наслідок, виникла проблема дефіциту людських ресурсів й високого рівні безробіття. Одними з причин незацікавленості людей працювати у сільськогосподарських підприємствах є зруйнована система мотивації, відсутність мотивів до високопродуктивної праці. У зв'язку з цим раціональне використання та правильне оцінювання людських ресурсів, створення умов для самореалізації особистості стають першочерговими завданнями застосування ефективної системи мотивації персоналу сільськогосподарських підприємств. Комплексна система мотивації (матеріальної та нематеріальної) повинна бути орієнтована на аналіз поведінки різних категорій персоналу, його цілей, цінностей, поєднувати матеріальні й нематеріальні чинники та відповідати інтересам працівників сільськогосподарського підприємства.

Ключові слова: мотивація праці, зарплата, матеріальна мотивація, нематеріальна мотивація, персонал, інтереси працівників.

В статье рассмотрены основные составляющие организации мотивации труда

в сельскохозяйственном предприятии. Труд в аграрном секторе потерял свою привлекательность, как следствие, возникла проблема дефицита человеческих ресурсов и высокого уровня безработицы. Одними из причин незаинтересованности людей работать в сельскохозяйственных предприятиях являются разрушенная система мотивации, отсутствие мотивов к высокопроизводительному труду. В связи с этим рациональное использование и правильное оценивание человеческих ресурсов, создание условий для самореализации личности становятся первоочередными задачами применения эффективной системы мотивации персонала сельскохозяйственных предприятий. Комплексная система мотивации (материальной и нематериальной) должна быть ориентирована на анализ поведения различных категорий персонала, его целей, ценностей, сочетать материальные и нематериальные факторы и соответствовать интересам работников сельскохозяйственного предприятия.

Ключевые слова: мотивация труда, зарплата, материальная мотивация, нематериальная мотивация, персонал, интересы работников.

The main components of the organization of labor motivation in an agricultural enterprise are considered in the article. Labor in the agrarian sector has lost its attractiveness and, as a consequence, there has been a problem of human resource shortages and high unemployment. One of the reasons for the lack of interest of the employees to work in the agricultural enterprises is the destroyed system of motivation, the lack of motives for high-productivity work. In this regard, the rational use and proper assessment of human resources, creating the conditions for self-realization of the individual become the primary tasks of applying an effective system of motivation of agricultural staff. A complex system of motivation (tangible and intangible) should be oriented to the analysis of the behavior of different categories of staff, its goals, and values, to combine material and intangible factors and to meet the interests of employees of the agricultural enterprise. In an agricultural enterprise the basic salary is calculated in accordance with the results of the work of the staff and their personal qualities, additional – depends on the final results of the work of the agricultural enterprises. Practice shows that the main factor in improving productivity is high wages, which is related to the psychological characteristics of the person. Work in the agricultural sector has lost its appeal, and, as a consequence, the problem of shortage of human resources and high unemployment. One of the reasons for lack of interest of workers to work in agricultural enterprises is a broken system of motivation, a lack of motivation for highly productive labor. In this regard, the rational use and correct assessment of human resources, creation of conditions for self-realization are becoming the top priorities for the application of effective system of motivation of personnel of agricultural enterprises. The complex system of motivation (material and immaterial) should be focused on the analysis of the behavior of various categories of staff, its goals, values, to combine tangible and intangible factors and to meet the interests of the employees of the agricultural enterprise.

Key words: labor motivation, salary, material motivation, intangible motivation, staff, interests of employees.

Постановка проблеми. Формування соціально орієнтованої ринкової економіки та активна інтеграція України в європейський економічний простір потребують пошуку новітніх підходів до ефективного використання та відтворення трудового потенціалу сільського господарства. Сучасні умови аграрного господарювання, в основу яких посту- пово закладаються загальноєвропейські цінності, відкривають перспективи створення адаптованої до світових вимог системи мотивації персоналу. Водночас процес реформування аграрного сектору економіки супроводжувався негативними явищами у сфері організації та оплати праці персоналу сільськогосподарських підприємств. Це привело до поглиблення проблем безробіття працездатного

населення, зокрема зниження вартості робочої сили, посилення диференціації оплати праці між різними категоріями працівників, втрати їх кваліфікаційного рівня, скорочення сукупних доходів зайнятих у сільському господарстві [1, с. 62].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретичного змісту та прикладного характеру розвитку мотивації праці у сільському господарстві здійснили В. Андрієнко, Д. Богиня, Н. Гавкалова, Г. Дмитренко, В. Дієсперов, Й. Завадський, В. Зіновчук, А. Колот, Ю. Лупенко та інші дослідники.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз основних складових організації мотивації праці сільськогосподарського підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Праця в аграрному секторі втратила свою привабливість, як наслідок, виникла проблема дефіциту людських ресурсів й високого рівні безробіття. Одними з причин незацікавленості людей працювати у сільськогосподарських підприємствах є зруйнована система мотивації, відсутність мотивів до високопродуктивної праці. У зв'язку з цим раціональне використання та правильне оцінювання людських ресурсів, створення умов для самореалізації особистості стають першочерговими завданнями застосування ефективної системи мотивації персоналу сільськогосподарських підприємств. Комплексна система мотивації (матеріальної та нематеріальної) повинна бути орієнтована на аналіз поведінки різних категорій персоналу, його цілей, цінностей, поєднувати матеріальні й нематеріальні чинники та відповідати інтересам працівників сільськогосподарського підприємства [3, с. 50].

Розподіл працівників за розмірами заробітної плати у СТОВ «Славутич» Миргородського району Полтавської області поданий у табл. 1.

Як свідчать дані табл. 1, у 2018 р. виплати до 3723 грн. отримали 5 осіб, у 2017 р. основний діапазон складали зарплати в розмірі 3200 грн. (отримали 8 осіб), у 2016 р. – 1402 грн. (отримали 8 осіб). Отже, ефективність використання всіх наявних в розпорядженні підприємства ресурсів (фінансів, технологій та устаткування) залежить від людей, що працюють у підприємстві, тому, актуальність матеріального стимулювання персоналу є безперечною.

У сільськогосподарському підприємстві основна заробітна плата нараховується відповідно до результатів праці персоналу та його особистих якостей, додаткова залежить від кінцевих результатів роботи сільськогосподарських підприємств. Практика свідчить про те, що основним фактором підвищення продуктивності праці є висока заробітна плата, що пов'язане з психологічними особливостями людини [2]. Наведемо склад фонду оплати праці у СТОВ «Славутич» (табл. 2).

Отже, можна зробити висновок, що фонд оплати праці зріс на 1255,2 тис. грн, або у 2,5 рази,

Таблиця 1

Розподіл працівників за розмірами заробітної плати у СТОВ «Славутич» за 2016-2018 рр.

2016 р.		2017 р.		2018 р.	
Заробітна плата у розмірі, грн.	Отримало, осіб	Заробітна плата у розмірі, грн.	Отримало, осіб	Заробітна плата у розмірі, грн.	Отримало, осіб
Кількість штатних працівників, яким нарахована заробітна плата за місяць, всього	34	Кількість штатних працівників, яким нарахована заробітна плата за місяць, всього	25	Кількість штатних працівників, яким нарахована заробітна плата за місяць, всього	25
зокрема, до:		зокрема, до:		зокрема, до:	
1 402,00	8	3 200,00	8	3 723,00	5
1 402,01–1 500,0	5	3 200,01–3 500,0	3	3 723,01–4 500,0	5
1 500,01–2 000,0	6	3 500,01–4 000,0	6	4 500,01–5 000,0	2
2 000,01–2 500,0	2	4 000,01–4 500,0	1	5 000,01–5 500,0	2
2 500,01–3 000,0	2	4 500,01–5 000,0	1	5 500,01–6 000,0	2
3 000,01–3 500,0	2	5 000,01–5 500,0	1	6 000,01–6 500,0	2
3 500,01–4 000,0	2	5 500,01–6 000,0	1	6 500,01–7 000,0	2
4 000,01–5 000,0	2	6 000,01–7 000,0	1	7 000,01–8 000,0	2
5 000,01–10 000,0	4	7 000,01–80 000,0	2	8 000,01–10 000,0	2
Понад 10 000,00	1	Понад 10 000,00	1	Понад 10 000,00	1

Таблиця 2

Склад фонду оплати праці СТОВ «Славутич» за 2014-2018 рр. (за період з початку року), тис. грн.

Показник	Роки					2018 р. до 2014 р., %
	2014	2015	2016	2017	2018	
Фонд оплати праці штатних робітників, всього	842,0	1 152,0	1 498,0	1 728,0	2 097,2	249,1
зокрема, фонд основної заробітної плати	810,0	1 094,0	1 315,6	1 641,0	2 067,0	255,2
фонд додаткової заробітної плати, всього	32,0	58,0	182,4	87,0	30,2	94,4
з них: надбавки та доплати до тарифних ставок та посадових окладів	32,0	32,8	98,6	39,0	15,6	48,8
премії та винагороди, що мають системний характер (щомісячні, щоквартальні)	0,0	25,2	83,8	37,8	4,9	х
Заохочувальні та компенсаційні виплати	5,9	6,8	6,9	10,2	9,7	163,7
з них: матеріальна допомога	5,9	6,8	6,9	10,2	9,7	163,7
соціальні пільги, що мають індивідуальний характер	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	х
Оплата за невідпрацьований час	25,3	20,3	23,2	30,5	32,5	128,4

становлячи у 2018 р. 2097,2 тис. грн. Це пояснюється зростанням мінімальної заробітної плати. Зменшилися надбавки та доплати до тарифних ставок і посадових окладів у 2018 р. на 16,4 тис. грн, або на 51,2%, а премії та винагороди, що мають системний характер (щомісячні, щоквартальні), становили 4,9 тис. грн. Встановити зв'язок між винагородою та перевищенням норми продуктивності праці покликано преміювання та доплати. У 2018 р. до основної заробітної плати в сільськогосподарському підприємстві застосовувалися такі види доплат, як доплати за професійну майстерність, освітньо-кваліфікаційний рівень (26,4%); за важкі, шкідливі та особливо шкідливі умови праці (22,3%); за роботу в нічний час (14,2%). Майже не використовують доплати за суміщення професій, розширення зон обслуговування або збільшення обсягу виконаних робіт (12,1%); за високі трудові досягнення (7,4%); за кінцевими підсумками року (1,3%).

Система оплати праці має сприяти інтересам як роботодавця, так і працівника. Однак роботодавець повинен дбати про те, щоби доходи працівника не були нижчими прожиткового мінімуму та могли забезпечити гідний рівень життя робітника [5, с. 80]. Порівняємо динаміку заробітної плати у сільському господарстві та промисловості на фоні змін прожиткового мінімуму (рис. 1).

Проаналізувавши статистичні дані, можемо зробити висновок, що доходи працівників промисловості можуть забезпечити кращий рівень життя, оскільки рівень заробітної плати є набагато вищим, ніж у сільському господарстві [4, с. 14]. Рівень заробітної плати в сільському господарстві

є, можна сказати, критичним, оскільки у 2014 р. він був дуже близьким до прожиткового мінімуму. При цьому різниця в системі нарахування заробітної плати управлінців та решти працівників пов'язана зі значною відповідальністю, яка лежить на керівниках, адже саме від їх управлінських рішень залежать результати роботи підприємства. Помилки управлінців мають значно більші загрози, ніж прорахунки виконавців [6, с. 55].

Дослідження пріоритетності засобів соціально-психологічного характеру свідчить про те, що 71,7% опитаних ключовим мотиватором вважають привселюдне визнання власних заслуг, 62,8% респондентів виокремили нагородження за трудові досягнення, 49,2% віддали перевагу створенню сприятливого соціально-психологічного клімату на підприємстві. Серед засобів нематеріальної мотивації набули поширення привселюдна подяка керівника, негативне підкріплення та усна подяка. Майже не використовуються сільськогосподарськими підприємствами такі засоби нематеріальної мотивації персоналу, як організація відпочинку, надання путівок, допомога у навчанні дітей, проведення культурних і спортивних заходів тощо, що мотивує працівників до прояву творчої та інноваційної активності, самовираження, визнання.

Ключовою функцією управління персоналом є унікальна й ефективна система мотивації, яка сприяє зацікавленості працівників у високопродуктивній праці та кінцевих результатах роботи. Задля дослідження та аналізування наявної системи мотивації персоналу сільськогосподарських підприємств проведене соціологічне дослідження на

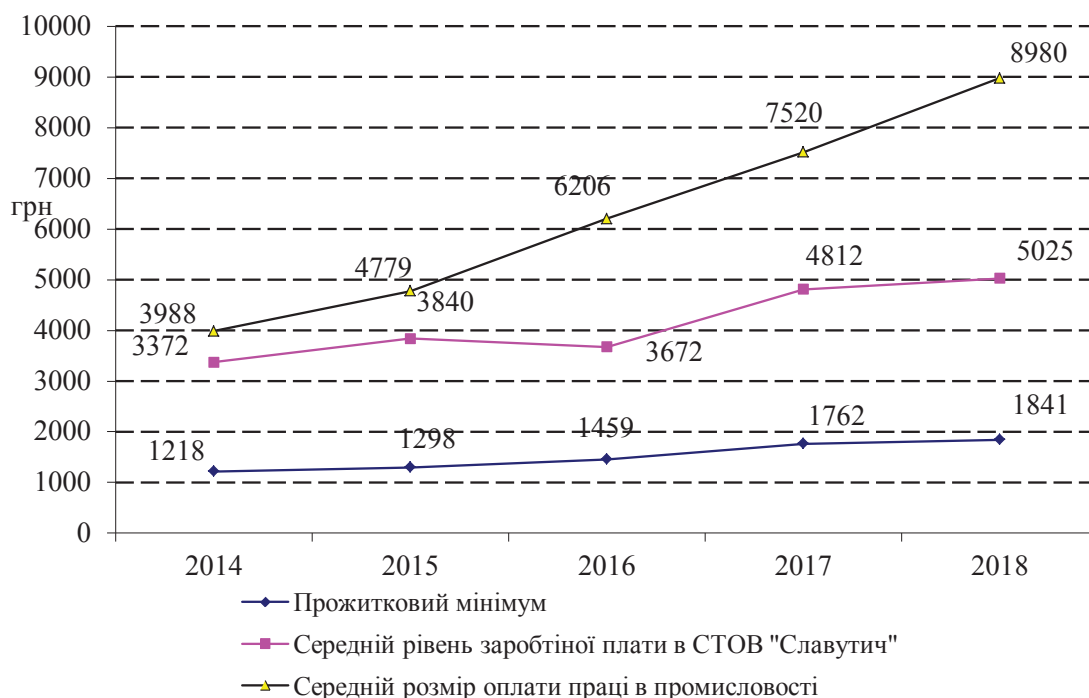


Рис. 1. Динаміка зміни заробітної плати у СТОВ «Славутич» та підприємств промисловості Полтавської області на фоні змін прожиткового мінімуму, 2014-2018 рр.

основі анкетування. У дослідженні брали участь головні спеціалісти підприємства та робітники. До участі в анкетуванні залучалися 50 респондентів за 4 категоріями персоналу, а саме керівники, професіонали, фахівці та робітники.

Рівень мотивації праці персоналу СТОВ «Славутич» наведено на рис. 2.

Результати дослідження засвідчили, що найбільша кількість респондентів, а саме 30,2%, оцінили рівень мотивації на підприємстві як низький, 25% працівників не могли чітко дати відповідь про наявний рівень мотивації на підприємстві, а лише 21,2% респондентів оцінили рівень мотивації на підприємстві як високий. Водночас хоча працівники не завжди задоволені рівнем оплати праці та умовами її виконання, проте вони намагаються зберегти своє робоче місце.

За кількістю відповідей респондентів ефективнішою для підвищення їх трудової діяльності є матеріальна мотивація (90%). 10% респондентів вибрали нематеріальну мотивацію як метод підвищення їх трудової активності. Водночас лише 14,4% повністю задоволені своєю працею, 39,7% респондентів на 40-70% задоволені працею, а 18,8% не задоволені працею взагалі.

У підприємстві виявлено негативні тенденції в мотивації праці молодих працівників, більшість яких вибрала цю сферу діяльності лише за відсутності альтернативи; низький ступінь задоволення діяльністю установ соціально-побутової сфери

в сільській місцевості. Дані опитування стосовно ступеня задоволення діяльністю соціально-побутової сфери на селі непрямим чином підтверджують результати анкетування. Результати опитування наведено в табл. 3.

Так, якщо коефіцієнт задоволення щодо забезпечення житлом дорівнює 2,820 балів (з 3 максимально можливих), то й серед пріоритетних аспектів соціальної сфери він посідає останнє місце. Найнижчими є коефіцієнти задоволення діяльністю торгівельної й транспортної мережі, а також медичним обслуговуванням. На матеріальну мотивацію впливає стан соціально-побутової сфери в с. Малі Сорочинці. Незважаючи на широке використання у СТОВ «Славутич» різного роду соціальних пільг та гарантій, лише сільське господарство України досі позбавлене всіх переваг.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, СТОВ «Славутич» намагається турбуватися про потреби свої працівників. Забезпечення випереджаючих темпів зростання продуктивності праці обумовлює необхідність здійснення регулювання фонду оплати праці, оскільки існує певна можливість втрати стимулюючого ефекту заробітної плати.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дієсперов В. Продуктивність праці в сільському господарстві. *Економіка України*. 2003. № 11 (504). С. 61-68.

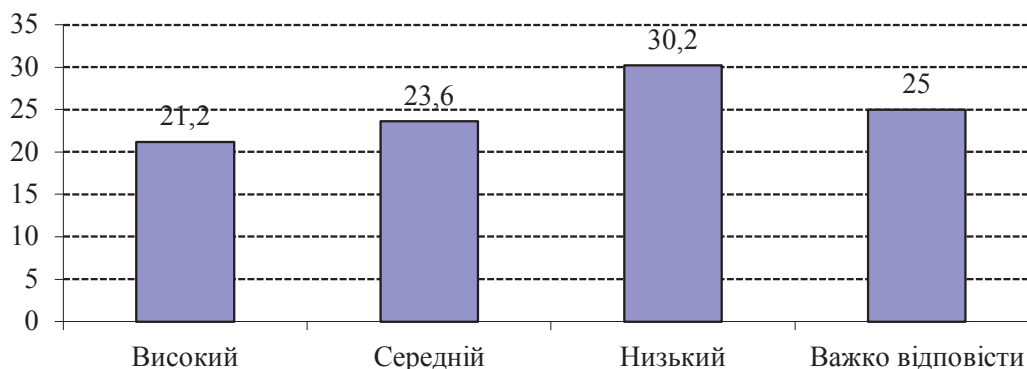


Рис. 2. Рівень мотивації праці персоналу СТОВ «Славутич», 2018 р.

Таблиця 3

Ступінь задоволення працівниками СТОВ «Славутич» діяльністю соціально-побутової сфери в с. Малі Сорочинці, 2018 р.

Показник	Варіанти відповідей			Середній бал
	задовольняє	задовольняє неповною мірою	не задовольняє	
Діяльність торговельної мережі	5	12	33	1,440
Транспортне сполучення	5	0	55	1,400
Наявність тепло-, водопостачання та водовідведення	11	15	24	1,740
Медичне обслуговування	8	15	27	1,620
Діяльність дитячих садків та шкіл	11	15	24	1,740
Умови відпочинку	15	20	15	1,700
Забезпечення житлом	42	7	1	2,820

2. Гринько І. Вдосконалення матеріальної мотивації праці в системі управління промисловими підприємствами. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal> (дата звернення: 20.07.2019).

3. Коленда Н. Факторы влияния на уровень социальной безопасности населения. *Научный вестник Восточноевропейского национального университета им. Леси Украинки. Серия: Экономические науки*. 2016. № 4 (253). С. 49-53.

4. Юрчишин В. Деякі соціальні та психологічні проблеми сільського господарства. *Економіка АПК*. 2005. № 3. С. 13-20.

5. Завадський Й., Червінська Л. Мотивація праці в менеджменті. *Економіка АПК*. 1997. № 6. С. 78-82.

6. Кваша С. Деякі питання мотивації праці у сільськогосподарському виробництві. *Економіка України*. 2014. № 1. С. 54-57.

REFERENCES:

1. Diiesperov V. (2003) Produktivnist pratsi v silskomu hospodarstvi [Labor productivity in agriculture]. *Ekonomika Ukrainy*, vol. 11 (504), pp. 61-68.

2. Hrynko I. Vdoskonalennia materialnoi motyvatsii pratsi v systemi upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy [Improvement of material motivation of work in the management system of industrial enterprises]. Available at: <http://www.nbuv.gov.ua/portal> (accessed 20 July 2019).

3. Kolenda N. (2016) Faktory vliianiia na uroven sotcialnoi bezopasnosti naseleniia. *Nauch. vestn. Vostochnoevropeiskogo natc. unta im. Lesi Ukrainki. Seria: Ekonomicheskie nauki*, vol. 4 (253), pp. 49-53.

4. Yurchyshyn V. (2005) Deiaki sotsialni ta psykholohichni problemy silskoho hospodarstva [Some social and psychological problems of agriculture]. *Ekonomika APK*, vol. 3, pp. 13-20.

5. Zavadskyi Y., Chervinska L. (1997) Motyvatsiia pratsi v menedzhmenti [Motivation of work in management]. *Ekonomika APK*, vol. 6, pp. 78-82.

6. Kvasha S. (2014) Deiaki pytannia motyvatsii pratsi u silskohospodarskomu vyrobnytstvi [Some issues of work motivation in agricultural production]. *Ekonomika Ukrainy*, vol. 1, pp. 54-57.

ЗАХОДИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АГЕНТСТВО “PAN UKRAINE”»)

MEASURES OF ACTIVATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TRAVEL AGENCY (ON THE CASE OF PAN UKRAINE AGENCY)

УДК 371.134:338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-11>

Денисенко М.П.

д.е.н., професор кафедри
бізнес-економіки та туризму
Київський національний університет
технологій та дизайну

Шацька З.Я.

к.е.н., доцент кафедри
бізнес-економіки та туризму
Київський національний університет
технологій та дизайну

Захарченко О.О.

магістрант
Київський національний університет
технологій та дизайну

Denisenko Mykola

Kyiv National University
of Technology and Design

Shatska Zorina

Kyiv National University
of Technology and Design

Zaharchenko Olena

Kyiv National University
of Technology and Design

У статті досліджено сучасний стан інноваційної діяльності вітчизняних туристичних підприємств. З'ясовано, що більшість вітчизняних туристичних підприємств є інноваційно неактивними, що спричинено нестачею власних коштів, відсутністю доступу до нових технологій у сфері туризму, проблемами під час розроблення нових туристичних продуктів та впровадження нових напрямів туризму, відсутністю інноваційного мислення у персоналу тощо. Узагальнено основні напрями інноваційної діяльності туристичних підприємств, зокрема нові види туристичного та ресторанного продукту. Запропоновано заходи активізації інноваційної діяльності на прикладі ТОВ «Агентство “Pan Ukraine”», що може бути досягнуто за рахунок формування й реалізації окремої стратегії інноваційного розвитку туристичного агентства, підвищення потенціалу інноваційного розвитку туристичного агентства шляхом розроблення та впровадження інноваційних турів.

Ключові слова: туристичне підприємство, інноваційний розвиток, заходи активізації інноваційного розвитку, стратегія інноваційного розвитку, потенціал інноваційного розвитку.

В статті исследовано современное состояние инновационной деятельности

отечественных туристических предприятий. Выяснено, что большинство отечественных туристических предприятий являются инновационно неактивными, что обусловлено нехваткой собственных средств, отсутствием доступа к новым технологиям в сфере туризма, проблемами при разработке новых туристических продуктов и внедрении новых направлений туризма, отсутствием инновационного мышления у персонала и т. д. Обобщены основные направления инновационной деятельности туристических предприятий, в частности новые виды туристического и ресторанного продукта. Предложены меры активизации инновационной деятельности на примере ООО «Агентство “Pan Ukraine”», что может быть достигнуто за счет формирования и реализации отдельной стратегии инновационного развития туристического агентства, повышения потенциала инновационного развития туристического агентства путем разработки и внедрения инновационных туров.

Ключевые слова: туристическое предприятие, инновационное развитие, меры активизации инновационного развития, стратегия инновационного развития, потенциал инновационного развития.

The article investigates the current state of innovative activity of domestic travel agency. It is revealed that the majority of domestic travel agency are innovatively inactive, which is caused by lack of own money, lack of access to new technologies in the sphere of tourism, problems in the development of new tourism products and introduction of new destinations of tourism, absence innovative thinking in staff, etc. The current situation has led that Ukraine, with enormous potential, ranks 20th among the countries in the world in terms of receiving aggregate annual income from tourism activities. The main directions of innovative activity of travel agency are summarized, which include: production of new types of tourist and restaurant product; the use of new technology and technology in the production of traditional products; the use of new, previously unused, tourism resources; spacecraft tourists travel; changes in the organization of production and consumption of traditional tourist, restaurant product, hotel services and more; identifying and exploiting new markets for the tourism product. Measures of activation of their innovative activity are proposed on the example of “Pan Ukraine Agency” LLC, which can be achieved by: formation and implementation of a separate strategy of innovative development of a travel agency; enhancing the innovative development potential of the travel agency through the design and implementation of innovative tours. It is proved that the strategy of innovative development should be subordinated to the overall corporate strategy of the travel agency, as a functional strategy of the lower level. The potential of innovative development of a travel agency should be formed from the following components: organizational-managerial, intellectual, personnel, technological, financial, research, market, information, and interface. Increasing the potential of innovative development through the development and implementation of innovative tours is a promising direction for intensifying the development of domestic travel agency in modern conditions.

Key words: travel agency, innovative development, measures of activation of innovative development, strategy of innovative development, potential of innovative development.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та взаємовпливу культур у геометричній прогресії зростає кількість соціальних зв'язків, а суспільство орієнтоване на споживання, в якому складова туристичного бізнесу щороку зростає. Сфера туризму, продемонструвавши безпрецедентне зростання у ХХ ст., вичерпала потенціал свого природнього зростання. Складні економічні процеси розвитку туристичної сфери будуються на основі інновацій різних етимологій, видів, форм та напрямів реалізації [5]. Специфіка інноваційної діяльності в туризмі полягає в тому, що розроблення окремих видів інновацій потребує спільних

зусиль підприємств регіону та певної підтримки з боку місцевих органів державної влади й місцевого самоврядування. Впровадження інновацій туристичними підприємствами є одним зі шляхів активізації розвитку вітчизняної туристичної індустрії та подолання негативних явищ. Згідно зі світовим досвідом широке застосування інновацій може привести до створення конкурентоспроможних туристичних товарів і послуг на національному та міжнародному ринках [1, с. 36].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем розвитку вітчизняної туристичної індустрії присвячені праці вітчизняних

науковців, таких як З.І. Іванова, М.П. Денисенко, А.О. Мельник, Г.І. Михайличенко, Н.М. Осмьоркіна. Однак сьогодні недостатньо вирішеними залишаються питання активізації інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств, що в подальшому має сприяти розвитку вітчизняної туристичної індустрії та підвищенню її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз стану інноваційної діяльності вітчизняних туристичних підприємств та узагальнення шляхів активізації їх інноваційного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вітчизняний ринок туристичних послуг потребує негайних змін, які будуть відповідати міжнародним вимогам, адже розвиток української туристичної галузі неможливий без її інтеграції у світовий туристичний простір [3], що не може бути досягнуто без запровадження інновацій на вітчизняних туристичних підприємствах. Основними напрямками інноваційної діяльності туристичних підприємств є такі, як випуск нових видів туристичного та ресторанного продукту, готельних послуг тощо; використання нової техніки й технології у виробництві традиційних продуктів; використання нових туристичних ресурсів, що раніше не використовувалися; подорожі туристів на космічних кораблях; зміни в організації виробництва й споживання традиційного туристичного, ресторанного продукту, готельних послуг тощо; виявлення й використання нових ринків збуту продукції (готельні та ресторани ланцюги). На жаль, далеко не всі вітчизняні туристичні підприємства можуть здійснювати інноваційну діяльність, що зумовлене негативним впливом безлічі зовнішніх та внутрішніх чинників, основними серед яких є нестача власних коштів, відсутність доступу до нових технологій у сфері туризму, проблеми під час розроблення нових туристичних продуктів та впровадження нових напрямів туризму (медичний туризм, туризм на космічних кораблях), відсутність інноваційного мислення у персоналу. Ситуація, що склалася сьогодні в туристичній галузі, привела до того, що Україна, маючи величезний потенціал, суттєво відстає від світових лідерів, посідаючи 20 місце серед країн світу з отримання сукупного річного доходу від провадження туристичної діяльності. Так, у Сполучених Штатах Америки сукупний річний дохід від туризму складає 100 млрд. дол. США, в Італії, Франції та Іспанії – 40-50 млрд. дол. США, а в Україні – 4 млрд. дол. США. Річний обсяг послуг, який надається вітчизняними суб'єктами туристичної діяльності, дорівнює приблизно 1% ВВП країни (майже 500 млн. дол. США), що в розрахунку на одного мешканця становить 10 дол. США. Отриманий показник є одним з найнижчих у Європі [6].

Проаналізуємо вплив вищезазначених проблем на функціонування вітчизняних туристич-

них підприємств на прикладі ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»», яке було засноване ще у 1994 р. як вітчизняне туристичне агентство. Туристичне агентство – це роздрібне підприємство, яке займається реалізацією турів, організованих туроператором, і надає окремі туристичні послуги (екскурсійні, транспортні тощо). Воно є з'єднувальною ланкою між туроператором і кінцевим споживачем туристичного продукту (туристом) [8]. Нині ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» не має окремо розробленої інноваційної стратегії. Загальна стратегія роботи підприємства як вітчизняного туристичного агентства тотожна стратегіям інших вітчизняних туристичних агентств і полягає у збільшенні числа обслуговуваних туристів як виїзного, так і в'їзного туризму. Хоча девізом компанії є «Інноваційні подорожі з новим змістом!», всі інновації, що використовує підприємство у своїй діяльності, зводяться до двох напрямів:

- можливість онлайн-замовлення туру через систему бронювання (для цього компанія об'єдналася з експертами, призначеними ЄБРР (Європейським банком реконструкції та розвитку), й отримала грант для установки сучасної технології бронювання на новому веб-сайті PanUkraine.eu, розробила власну стратегію розвитку «Pan Ukraine – DMC for Ukraine» за програмою Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР));
- організація найбільш інноваційних та цікавих маршрутів в східноєвропейському регіоні (для цього в портфель підприємства входять такі види турів, як пляжний, екзотичний, гірськолижний, лікувальний, екскурсійний, бізнес-тур, морські круїзи; можливі подорожі як в країни Африки, Європи, Азії та Америки, так і по Україні; сам портфель підприємства є збалансованим).

У ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» немає відділу, який займався би розробленням стратегій та впровадженням інновацій, тому що перш за все компанія належить до категорії малих підприємств з кількістю працюючих у 30 осіб.

Одним з першочергових заходів активізації інноваційної діяльності ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» є формування й реалізація окремої стратегії інноваційного розвитку туристичного агентства в рамках загальної стратегії розвитку «Pan Ukraine – DMC for Ukraine» за програмою Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР). Формування стратегії інноваційного розвитку ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» не може бути відокремленим від формування загальної корпоративної стратегії, тому що стратегія підприємства має кілька рівнів декомпонування, кожному з яких відповідає стратегія певного рангу, тобто стратегія підприємства має ієрархічну будову. Таким чином, ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» має запровадити стратегічне управління та сформував чотири рівні стратегій, які утворюють певний стратегічний набір (рис. 1).

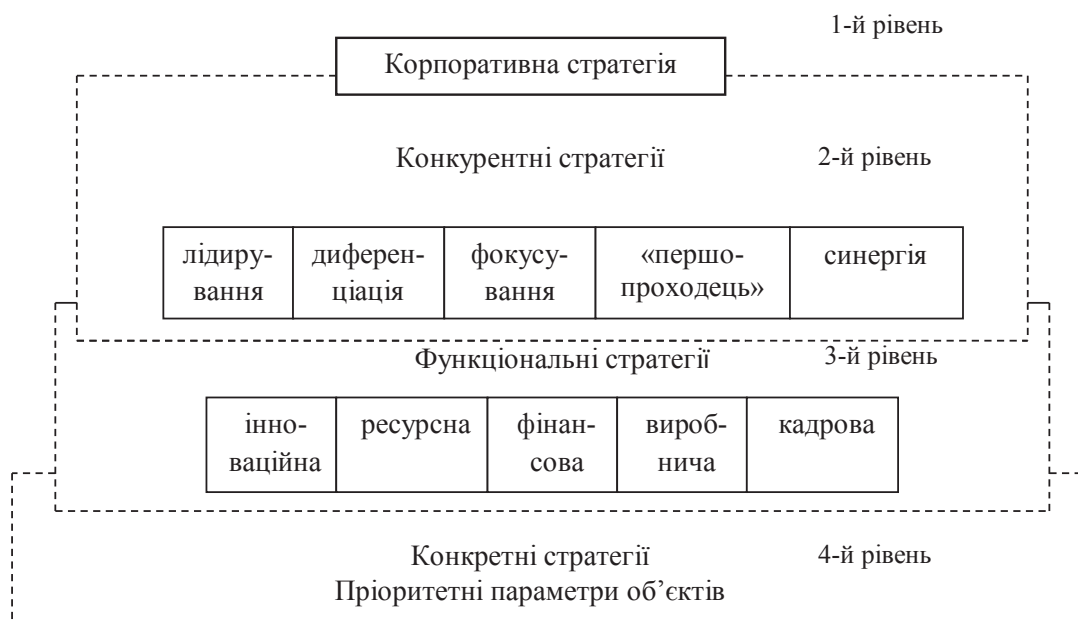


Рис. 1. Стратегічний набір ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»»

Стратегічний набір – це система стратегій різного типу, що розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відбиває специфіку його функціонування та розвитку, а також рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі [2; 7]. Корпоративна стратегія є загальним планом управління для диверсифікованої компанії, якою є ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»». Функціональні стратегії розробляють для кожного функціонального напрямку діяльності. Серед головних функціональних стратегій виділяють маркетингову, інноваційну, виробничу, фінансову, соціальну, екологічну, кадрову. Таким чином, інноваційна стратегія ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» є однією з функціональних стратегій підприємства. Інноваційна стратегія – це найважливіша підсистема загальної стратегії організації, подана у вигляді довгострокової програми конкретних дій з реалізації концепції використання й розвитку інноваційного потенціалу організації задля забезпечення її стратегічної конкурентної переваги [4].

Виходячи з того, що ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» розвивається відповідно до корпоративної стратегії зростання (про що свідчить позитивна динаміка збільшення кількості обслуговуваних туристів), можемо запропонувати таку структурно-логічну схему стратегічного управління інноваційним процесом для досліджуваної компанії (рис. 2).

Слід зазначити, що практично всі процвітаючі підприємства зобов'язані своїм успіхам інноваціям, але далеко не всі підприємства, що займаються інноваційною діяльністю, домагаються успіху (переважно з причин високого ризику внаслідок невизначеності поведінки споживачів, непередбачуваності дій конкурентів тощо). Відповідно, інноваційна стратегія ТОВ «Агентство «Pan

Ukraine»» повинна відображати такі особливості цього шляху розвитку:

- специфіка методів ринкових досліджень, що передують розробленню нововведень (новацій);
- збільшення глибини прогнозування майбутнього розвитку подій як результату інноваційної діяльності;
- різке збільшення обсягів інформації, що переробляються, безупинне її накопичення й аналіз задля обґрунтованого прийняття управлінських рішень, своєчасного реагування на можливості й загрози, що з'являються на туристичному ринку;
- багатоваріантний характер прогнозів, оскільки, як правило, розвиток подій може йти по декількох можливих напрямках, імовірності яких є різними;
- оцінювання здатності туристичного агентства сприймати інновації (аналіз інноваційного потенціалу підприємства).

Інноваційний розвиток передбачає безупинне розроблення, освоєння виробництва й виведення на ринок різних нововведень шляхом єдності технологічних, організаційних та соціальних нововведень, формування нових напрямів використання наявних ресурсів. Для цього ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»», яке спирається на інновації, повинне мати певний потенціал, достатній для його реалізації. Потенціал інноваційного розвитку підприємства – це комплекс взаємопов'язаних ресурсів і здатності до їх реалізації, що визначає його спроможність (інтелектуальну, технологічну, інформаційну, науково-дослідницьку, економічну тощо) приводити у відповідність до зовнішніх та внутрішніх можливостей розвитку на основі постійного пошуку, використання й розвитку нових сфер і способів ефективної реалізації наявних та перспективних ринкових можливостей. Структуру потенціалу інноваційного розвитку,

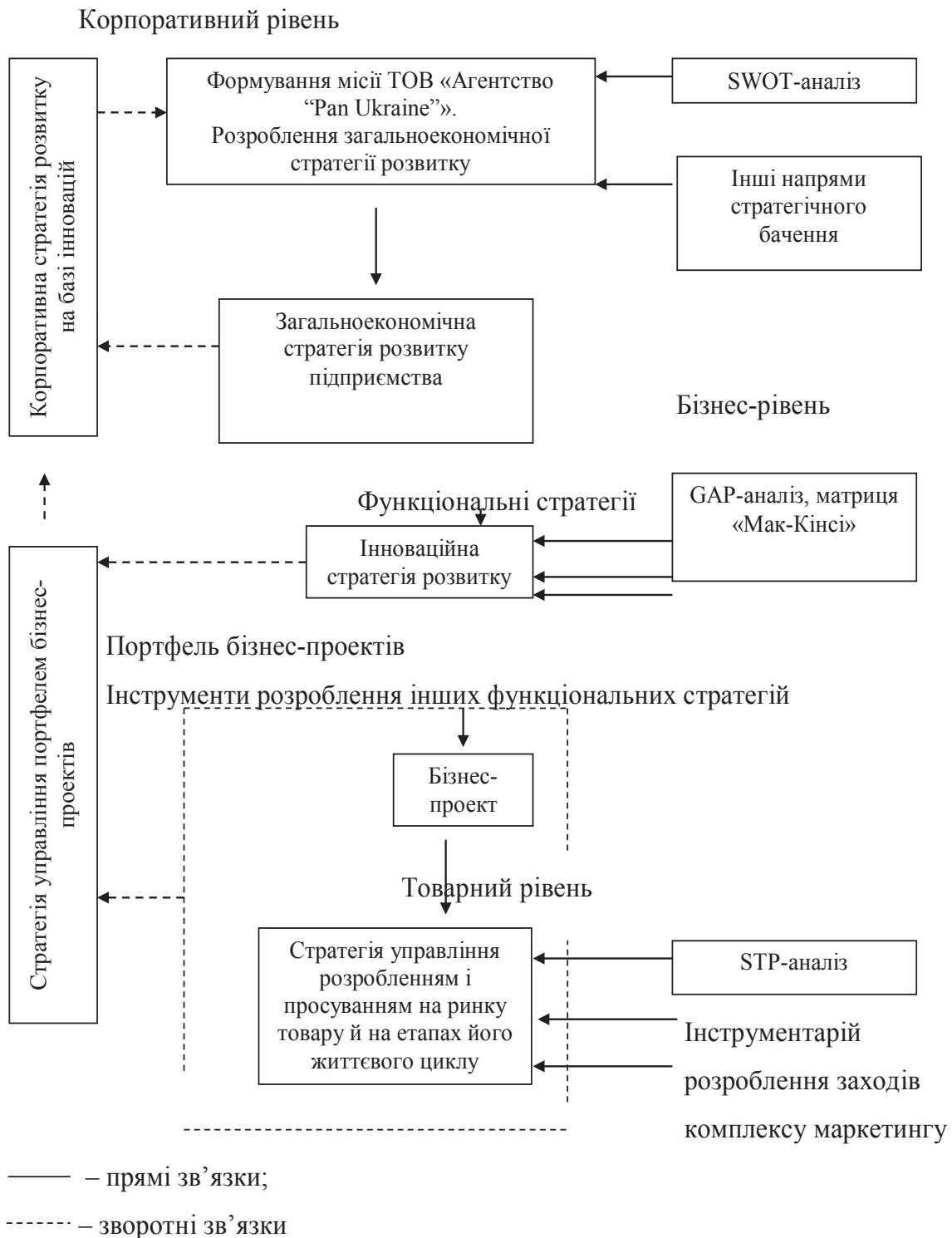


Рис. 2. Структурно-логічна схема стратегічного управління інноваційним процесом на ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»»

яку слід сформувати на ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»», представлено на рис. 3.

Як критерії оцінювання потенціалу інноваційного розвитку туристичного агентства можна виділити енергійне, гнучке керівництво, здатне йти на ризик; прогресивну організаційну структуру управління, орієнтовану на роботу в ринкових умовах; високу репу-

тацію підприємства та його турів у туристів і ділових партнерів; наявність інформації про тенденції змін потреб і запитів туристів; уміння виявляти та прогнозувати приховані (майбутні) потреби й запити; добре знання можливостей та потенціалу конкурентів; наявність сертифікатів на розроблені інноваційні тури, які захистять ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»»



Рис. 3. Структура потенціалу інноваційного розвитку ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»»

від копіювання туристичного продукту іншими конкуруючими туристичними агентствами; доступ до останніх досягнень науки в туризмі та суміжних обслуговуючих галузях; висококваліфікований кадровий потенціал; конкурентоспроможні технології обслуговування туристів; високу якість туристичного продукту й високу культуру обслуговування туристів.

Для активізації інноваційної діяльності ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» слід впроваджувати інноваційні проекти у формі інноваційних турів, розроблення та реалізація яких можливі в такій послідовності:

- 1) виділення, аналіз і відбір варіантів інноваційного розвитку ринкових можливостей;
- 2) пошук (формування) цільового ринку для інновацій;
- 3) аналіз альтернативних варіантів інноваційного розвитку з урахуванням ризику їх реалізації;
- 4) оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємства;
- 5) розроблення альтернативних інноваційних проектів, оцінювання їх ефективності;
- 6) формування оптимальної структури інвестиційних ресурсів;
- 7) оцінювання альтернативних інноваційних проектів за критерієм «ризик – результат», вибір оптимального проекту.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, підвищення потенціалу інноваційного розвитку шляхом розроблення та впровадження інноваційних турів є перспективним напрямом активізації розвитку вітчизняних туристичних підприємств у сучасних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм : учебник. Москва : КНОРУС, 2010. 464 с.
2. Іванова З.І. Стратегічне управління підприємствами туристичної галузі. *Вісник КНУТД*. 2015. № 6 (93). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutden_2015_6_11 (дата звернення: 26.09.2019).
3. Мельник А.О., Тукін Н.В. Проблеми розвитку туризму в Україні. *Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 11 квітня 2019 р. Київ : КНУТД, 2019. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/12889/1/SDRBP2019_P115-118.pdf (дата звернення: 26.09.2019).
4. Микитюк П.П., Крисько Ж.Л., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Скочилиас С.М. Інноваційний розвиток підприємства. Тернопіль : Принтер-Інформ, 2015. 224 с.
5. Михайличенко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 1 (7). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm (дата звернення: 26.09.2019).
6. Осьмьоркіна Н.М. Особливості інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Турліб*. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/osmiorkina.htm (дата звернення: 26.09.2019).
7. Шацька З.Я. Особливості побудови системи стратегічного управління на вітчизняних підприємствах. *Вісник КНУТД*. 2014. № 4 (78). С. 42-51.
8. Шацька З.Я. Глобальные предприятия туристической индустрии. *Paradigm of knowledge*. 2018. № 1 (27). URL: <http://naukajournal.org/index.php/Paradigm> (дата звернення: 26.09.2019).

REFERENCES:

1. Aleksandrova A.Yu. (2010) *Mezhdunarodnyy turizm* [International tourism]. Moskva : KNORUS. (in Russian).
2. Ivanova Z.I. (2015) Stratehichne upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi haluzi [Strategic management of tourism branch]. *Visnyk KNUTD*, [Visnik KNUTD], vol. 6 (93). Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknut-den_2015_6_11 (accessed 26 September 2019).
3. Melnik A.O., Tulin N.V. (2019) Problemy rozvytku turyzmu v Ukraini [Problems of tourism development in Ukraine]. *Suchasni determinanty rozvytku biznes-protse-siv v Ukraini* [Successful determinism of business development in Ukraine]. Available at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/12889/1/SDRBP2019_P115-118.pdf (accessed 26 September 2019).
4. Mykytiuk P.P., Krysko Zh.L., Ovsianiuk-Berdadina O. F., Skochylas S. M. (2015) *Innovatsiinyi rozvytok pidpriemstva* [Innovative development of the enterprise]. Ternopil : Prynter Inform. (in Ukrainian)
5. Mykhailichenko H.I. (2012) *Innovatsiinyi rozvytok turystychnykh pidpriemstv: napriamy zmin ta fak-tory vplyvu* [Innovative development of tourism enterprises: directions of change and factors of influence] *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii* [Economy. Management. Innovation], vol. 1 (7). Available at: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm (accessed 26 September 2019).
6. Osmorkina N.M. (2018) *Osoblyvosti innovatsii u rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy* [Features of innovation in the development of the tourism industry of Ukraine]. Available at: http://tourlib.net/statti_ukr/osmorkina.htm (accessed 26 September 2019).
7. Shatska Z.Ya. (2014) Osoblyvosti pobudovy systemy stratehichnoho upravlinnia na vitchyznianskykh pidpriemstvakh [Features of building a strategic management system at domestic enterprises] *Visnyk KNUTD* [Visnik KNUTD], vol. 4 (78), pp. 42-51.
8. Shatska Z.Ya. (2018) *Global'nye predpriyatiya turisticheskoy industrii* [Global enterprises of tourist industry] *Paradigm of knowlege* [Paradigm of knowledge], vol. 1 (27). Available at: <http://naukajournal.org/index.php/Paradigm> (accessed 26 September 2019).

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ТА СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЧИННИКІВ ВАРТОСТІ КОМПАНІЙ НА РИНКАХ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

FEATURES OF VALUATION AND SYSTEMATIZATION OF THE VALUE FACTORS OF COMPANIES IN EMERGING MARKETS

УДК 3.330.05

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-12>

Куліш Г.П.

к.е.н., професор,
професор кафедри
корпоративних фінансів
і контролінгу
Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Галай Т.О.
магістр
Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Kulish Anna

Vadim Hetman Kyiv National
Economics University

Halai Tetiana

Vadim Hetman Kyiv National
Economics University

У статті розглянуто принципи, методи й механізми оцінювання вартості компаній. Роботу присвячено аналітичному дослідженню наявних методів оцінювання, їх критичному аналізу, розкриттю переваг та недоліків наявних оцінок вартості компаній, а також їх практичній доцільності та ефективності. Встановлено фактори формування вартості компаній. Розглянуто головні тенденції оцінювання вартості серед країн, що розвиваються. Визначено приналежність України до країн, що розвиваються, та до країн із прикордонним капіталом. Розглянуто можливі сценарії використання різних методів оцінювання вартості та перспективність їх подальшого впровадження. Встановлено різні прояви економічних процесів та систем за різних методах управління. Встановлено переваги, недоліки різних підходів, а також вибрано найбільш оптимальний та адаптивний підхід до оцінювання вартості. Встановлено його стратегічне призначення. Дослідження підтверджуються розрахунками та проміжними оцінками результатів діяльності.

Ключові слова: вартість компанії, методи оцінювання, чинники вартості, дисконтований дохід, оцінювання вартості бізнесу, ринок капіталу.

В статье рассмотрены принципы, методы и механизмы оценивания стоимости ком-

паний. Работа посвящена аналитическому исследованию существующих методов оценивания, их критическому анализу, раскрытию преимуществ и недостатков существующих оценок стоимости компаний, а также их практической целесообразности и эффективности. Установлены факторы формирования стоимости компании. Рассмотрены главные тенденции оценивания стоимости среди развивающихся стран. Определена принадлежность Украины к развивающимся странам и странам с пограничным капиталом. Рассмотрены возможные сценарии использования различных методов оценивания стоимости и перспективность их дальнейшего внедрения. Установлены различные проявления экономических процессов и систем при различных методах управления. Установлены преимущества, недостатки различных подходов, а также выбран наиболее оптимальный и адаптивный подход к оцениванию стоимости. Установлено его стратегическое назначение. Исследования подтверждаются расчетами и промежуточными оценками результатов деятельности.

Ключевые слова: стоимость компании, методы оценивания, факторы стоимости, дисконтированный доход, оценивание стоимости бизнеса, рынок капитала.

The article discusses the principles, methods and mechanisms of valuation of companies. The paper deals with the analytical study of existing valuation methods, their critical analysis, disclosure of the advantages and disadvantages of existing valuations method of companies and their practical appropriateness of application and effectiveness. Analysis of methodical approaches to the valuation of the enterprise provided the opportunity to identify significant differences in the standards regarding assessment tools and the feasibility of its use in modern conditions of development of economy of Ukraine. However, the transfer of the norms of international standards in domestic is impractical because the development of economic institutions of Ukraine does not allow full use of the income and market approaches of valuation of a company and to abandon the use of the property approach, as it did in the leading countries of the world. The factors of formation of cost of the company: exogenous factors (price volatility; sovereign risk; information constraints; liquidity risk; resource dependence; the risk of discreteness) and endogenous (the inadequacy of market risk assessment methods; corporate governance; international diversification activities). The main trends of cost estimation among developing countries are considered. Ukraine's affiliation to developing countries and border countries is determined. The possible usage scenarios of the different methods of assessing the value and prospects of their further implementation. The most suitable for the valuation of the enterprise under the concept of cost management and further development of the financial strategy are, in our opinion, the method of economic value added (EVA). Different manifestations of economic processes and systems under different management methods have been established. The advantages, disadvantages of different approaches are identified and the most optimal and adaptive cost estimation approach is selected. Its strategic purpose is established. Studies are supported by calculations and interim evaluations of performance.

Key words: cost, method, valuation, factor, company, discounted income, cost estimation, capital market.

Постановка проблеми. Концепція вартісно-орієнтованого менеджменту (VBM) визнана академічним товариством та бізнес-товариством як ключова управлінська парадигма, а також отримує все більше поширення на практиці, зокрема в Україні. Внаслідок недостатнього рівня розвитку фінансових ринків, браку досвіду та професійної кваліфікації, наявності значної кількості публічних компаній, асиметричності інформації, відсутності якісних даних оцінювання вартості компаній країн, що розвиваються, зокрема України, має виражену специфіку, тому важливо виявляти особливі характеристики цих країн, порівнювати ці показ-

ники з розвинутими країнами, визначати їх вплив на оцінювання компанії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам формування вартості підприємства та її оцінювання присвячено праці як навчально-методичного, так і науково-дослідного характеру таких вітчизняних і зарубіжних авторів, як Р. Брейлі, О. Брезіцька, В. Делас, А. Дамодаран, Л. Долинський, І. Івашковська, О. Кравченко, П. Карцев, Н. Мамонтов, А. Ющенко. Однак більшість досліджень зосереджена на проблемах оцінювання компаній, що оперують на розвинутих ринках капіталу, тому необхідні подальший розвиток теоретичних

основ оцінювання вартості компанії та розроблення науково обґрунтованих практичних рекомендацій у цій сфері на ринках, що розвиваються.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне обґрунтування та розроблення практичних рекомендацій щодо оцінювання вартості компаній на ринках, що розвиваються. Для досягнення означеної мети поставлено такі завдання:

- обґрунтування надання адекватної оцінки вартості компанії як одного з напрямів вирішення проблеми справедливого розподілу ресурсів між суб'єктами фінансового ринку;
- систематизація основних чинників впливу на вартість підприємства за умов ринків, що розвиваються;
- визначення особливостей методичних підходів до визначення вартісних характеристик компанії на ринках, що розвиваються;
- розроблення рекомендації щодо системного підходу до оцінювання вартості підприємства за допомогою методів та інструментів, що враховують особливості економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінка бізнесу – це об'єктивний аналітичний показник результатів діяльності компанії та перспективності намічених напрямів її розвитку (щодо очікуваного прибутку) [2].

Оцінювання вартості бізнесу дає можливість:

- визначити вартість компанії під час прийняття рішення про її подальший продаж чи реструктуризацію;
- оцінити привабливість інвестування в діючий бізнес з точки зору потенційного інвестора;
- побудувати власнику ефективну систему управління компанією.

Оцінювання вартості бізнесу необхідне в таких випадках, як оцінювання бізнесу «buyside», оціню-

вання бізнесу «saleside», оцінювання бізнесу для прийняття управлінських рішень, надання рекомендацій щодо реорганізації бізнесу, вихід власника з бізнесу, придбання бізнесу [1].

Визначення вартості підприємства є невід'ємною частиною вартісно-орієнтованого управління. У західній науково-практичній літературі концепція вартісно-орієнтованого підходу до управління дістала назву «Value Based Management» (VBM). Пріоритетним завданням стратегічного менеджменту є забезпечення зростання вартості підприємства, відповідно, максимізація ринкової вартості власного капіталу. Ключовим елементом вартісного підходу до управління фінансами є використання адекватних методів оцінювання підприємств [4].

Усі численні методи оцінювання можуть бути узагальнені за окремими підходами, що різняться способами розрахунку справедливої вартості компанії. Нині виділяють три підходи до оцінювання вартості компанії, а саме дохідний (оцінювання грошових потоків), витратний (оцінювання активів компанії), ринковий (порівняння фінансових мультиплікаторів компанії із середньоринковими показниками). У рамках визначених вище підходів виділяють цілу низку методів, за якими здійснюється оцінювання вартості компанії (рис. 1).

Цікавим є вивчення вартості компаній з країн, які розвиваються. Хоча умови ведення бізнесу для них є різними, існують спільні моменти, які необхідно враховувати під час оцінювання вартості компаній. Слід зазначити, що група країн, що розвивається, є досить неоднорідною. За різними джерелами до країн, ринки яких розвиваються, відносять від 6 до 44 країн з усього світу. Ця розбіжність полягає у виборі критеріїв виокремлення, а методик для їх вибору цілком достатньо [3].

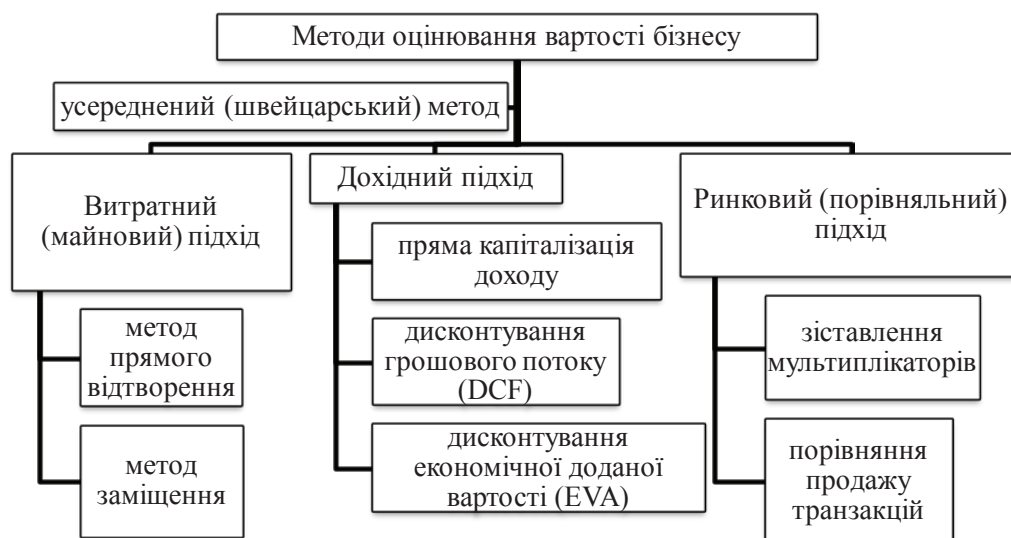


Рис. 1. Методи оцінювання вартості бізнесу

Джерело: сформовано на основі [2]

Згідно з оцінкою «Russell Frontier Index» та «S&P Frontier Broad Market Index» Україна є країною з прикордонним ринком капіталу, а за показниками економічного розвитку входить до складу групи країн, що розвиваються. На відміну від ринків, що розвиваються, прикордонні ринки мають низьку кореляцію з розвинутими ринками. Як видно з рис. 2, за останні 5 років показник кореляції прикордонних ринків капіталу та країн, що розвиваються, становить 0,57, з розвинутими країнами – 0,56. Водночас кореляція між ринками, що розвиваються, та розвинутими ринками встановилась на рівні 0,92. Отже, можна зробити висновок, що країни з прикордонним ринком капіталу відображають менший ризик інвестування та мають значно більший потенціал зростання, ніж ринки, що розвиваються [5].

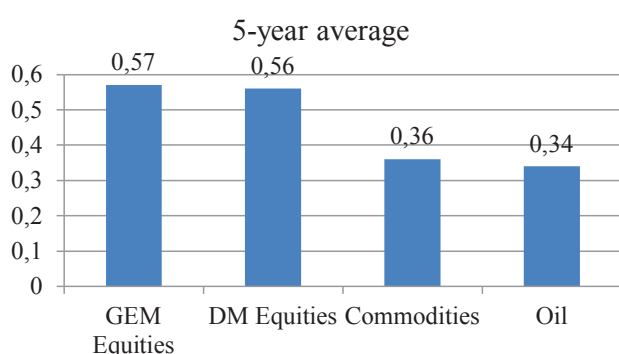


Рис. 2. Показники кореляції для країн з прикордонним ринком капіталу

Джерело: сформовано на основі [4]

На жаль, Україна не вписалась у світовий тренд зростання M&A з очевидних причин, а саме внаслідок політичної нестабільності та протистояння у східних регіонах країни, що створюють не найкраще середовище для інвестицій. Проте є суттєві передумови розвитку ринку M&A зокрема та збільшення обсягів інвестування в економіку України загалом, такі як бажання продати компанію через неможливість контролювати її внаслідок зміни політичних еліт; можливість подальшого

зростання внаслідок нових політичних, економічних та інших тенденцій, а також з огляду на перспективу інтеграції з ЄС; бажання купувати українські активи «на економічному дні» з огляду на ціну й велику кількість вимушених продажів. Також активність буде спостерігатися в галузях, орієнтованих на європейський ринок. Механізми, перелік товарів та їх конкурентоспроможність ще не до кінця зрозумілі, однак ближчі стосунки з ринками ЄС покращать інвестиційний клімат в Україні, збільшать обсяги інвестицій, пожвавлять ринок злиття та поглинання [6].

Саме тому прикордонні ринки капіталу, включаючи Україну, є привабливими для інвесторів, що прагнуть високого довгострокового доходу, незважаючи на поточну низьку капіталізацію та ліквідність. Оцінюючи вартість компаній на ринках, що розвиваються, зокрема України, для врахування всіх особливостей їх функціонування звертаємо увагу на систему таких чинників:

1) екзогенні чинники (цінова нестабільність, суверенний ризик, інформаційні обмеження, ризик ліквідності, ресурсна залежність, ризик дискретності [10; 11]);

2) ендегенні чинники (неадекватність ринкових способів оцінювання ризику, корпоративне управління, міжнародна диверсифікація діяльності) [5; 10; 11].

У країнах, що розвиваються, зазвичай користуються двома групами методів, а саме дохідними та ринковим, з акцентом на метод дисконтованого грошового потоку. У табл. 1 представлено зведені дані вибірки, що містить 35 аналітичних оцінок восьми інвестиційних компаній.

Розподіл елементів вибірки за оцінювачем зміщений у бік українських компаній. Зокрема, вибірковий аналіз аналітичних звітів, які покривають українські компанії, вказує на те, що домінуючим підходом до оцінювання є дохідний метод (метод дисконтованого грошового потоку) [8].

На нашу думку, пріоритетність методу дисконтування грошового потоку у вітчизняній практиці

Таблиця 1

Методи оцінювання, що використовують інвестиційні компанії

Назва оцінювача	DCF	SOTP (DCF)	Мультиплікатори	DCF і мультиплікатори	Модель Гордона	Всього
BG Capital	3	3		4	1	13
Concorde Capital	10					10
Dragon Capital				6		6
Eavex Capital				1		1
Erste Group	1					1
JPMorgan			1			1
Renaissance Capital	1		1			2
Troika Dialog				1		1
Всього	15	3	2	12	1	39

Джерело: сформовано на основі [6]

зумовлена універсальністю цього методу в реаліях розвитку економіки нашої держави щодо розрахунку нестабільних потоків економічних вигід за різні періоди.

Ринковий підхід має низку недоліків, основний з яких, на нашу думку, полягає в необхідності наявності різнобічної фінансової інформації не тільки щодо об'єкта оцінювання, але й щодо великої кількості подібних підприємств (цілісних майнових комплексів, бізнесу), які оцінювач вибирає за аналоги. Відповідно, одержання інформації від підприємств-аналогів є досить складним та дорогим процесом за умов ринків, що розвиваються. У країнах, що розвиваються, значно менше можливостей використовувати порівняльні методи оцінювання вартості компанії через суттєву розбіжність у параметрах фондового ринку (табл. 2).

Наявність в Україні 32 публічних компаній, акції яких торгуються на міжнародних фондових біржах (36% входять до сільськогосподарського сектору), є недостатньою вибіркою для надання достовірної оцінки на основі використання лише ринкових методів [12].

Проведене дослідження дало змогу дійти висновку, що в умовах наявного неефективного фінансового ринку, що характерний для України, використання ринкових методів оцінювання стає неможливим. Методи оцінювання вартості підприємства на основі грошових потоків є недоцільними через відсутність достатньої для розрахунку статистичної інформації та постпрогнозний характер грошових потоків, що зумовлюватиме необ'єктивність оцінок. Зрозуміло, що на основі лише одного показника Cashflow в одному окремому періоді неможливо оцінити потенціал зростання вартості підприємства [9].

Найбільш прийнятним для оцінювання вартості підприємства в рамках концепції управління вартістю та подальшого формування фінансової стратегії є, на нашу думку, метод доданої економічної вартості (EVA). Крім того, суттєвим фактом на користь методу EVA є його світова популярність, визнання такої методики оцінювання широким колом великих міжнародних консалтингових компаній та фінансових корпорацій, таких як «The Coca-Cola Company», «Eli Lilly and Company», «Bausch & Lomb», «Matsushita», «Briggs & Stratton», «Herman Miller» [8].

Ще однією особливістю ринків, що розвиваються, є важливість технічного аналізу порівняно з фундаментальним аналізом. Часто вартість акцій компаній на таких ринках надто висока або нижче вартості активів чи вартості заміщення, що не відображає фундаментальний аналіз.

На результат і сам процес оцінювання вартості бізнесу впливає не тільки вибрана методологія, але й нормативне регулювання. Методологічні основи оцінювання підприємств регламентуються Національним стандартом № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів», який затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 29 листопада 2006 року № 1655 [4].

В міжнародній практиці це питання регламентується Міжнародними стандартами оцінки 2011, зокрема МСО 200 «Бізнес та інтереси в бізнесі».

Аналіз методичних підходів до оцінювання вартості підприємства дав змогу виявити значні відмінності у стандартах щодо інструментарію оцінювання та доцільності його використання в сучасних умовах розвитку економіки України. Проте перенесення норм міжнародних стандартів у вітчизняні є недоцільним, оскільки розвиток економічних інститутів України не дає змогу повністю використовувати дохідний та ринковий підходи до оцінювання вартості підприємства, а також відмовитись від використання майнового підходу, як це зробили в провідних країнах світу.

Висновки з проведеного дослідження. Основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень є своєчасно й правильно визначена величина вартості підприємства, що сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості. Під час оцінювання компанії мають бути враховані всі зовнішні та внутрішні фактори впливу. На результат і сам процес оцінювання вартості бізнесу впливають вибрана методологія та нормативне регулювання.

Найбільш достовірну оцінку вартості компанії задля купівлі-продажу на ринках, що розвиваються, можна отримати за умов використання методу дисконтованого грошового потоку та порівняльного методу. Найбільш прийнятним для оцінювання вартості підприємства в рамках концепції управління вартістю та подальшого формування фінансової стратегії вважаємо метод доданої економічної вартості (EVA).

Таблиця 2

Порівняння показників розвитку фондових ринків різних країн

Показник	Україна	Єгипет	Сирія	Саудівська Аравія	Алжир	США	Англія	Франція	Канада
Термін існування ринку, роки	22	27	4	27	11	218	210	200	160
Кількість компаній у лістингу	549	213	1	145	3	8 000	2 713	8 000	1 498
Ринкова капіталізація, млрд. дол.	34	84	3	344	1	12 862	3 598	2 900	1 900

Джерело: сформовано на основі [11, с. 110]

Напрямами подальшого розвитку питань вартісного оцінювання є продовження уніфікації та гармонізації законодавства у сфері оцінювання вартості підприємства; підвищення рівня контролю за переходом акціонерних товариств на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та своєчасності подання, розкриття звітності; підвищення рівня корпоративного управління компаніями.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бачинская О. Подходы к определению стоимости предприятия. *Научный вестник. Финансы, банки, инвестиции*. 2015. № 4. С. 99-102.
2. Брезицька О. Сучасні методичні підходи до оцінки вартості підприємства. *Економіка, фінанси, право*. 2013. № 1. С. 3-8.
3. Делас В. Визначення вартості капіталу вітчизняних підприємств. *Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України*: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 29-30 жовтня 2015 року. Київ, 2015. С. 74-76.
4. Долінський Л., Ніколаєнко К. Кореляційно-регресійний аналіз залежності українських фондових індексів від кон'юнктури біржових ринків світу. *Ринок цінних паперів України*. 2012. № 1-2. С. 95-104.
5. Карцев П. Обзор практики применения доходного подхода к оценке бизнеса. *Вопросы оценки*. 2016. № 2. С. 2-19.
6. Кушнір С., Завальнюк А. Використання моделей САРМ під час визначення прибутковості акцій вітчизняних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2017. № 12 (1). С. 179-182.
7. Мамонтова Н. Управління вартістю компанії: теоретико-методологічні аспекти. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 8 (110). С. 135-139.
8. Мамонтова Н. Побудова системи управління вартістю компанії. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 1 (103). С. 21-26.
9. Петленок Ю. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2015.
10. Філіна Г. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 320 с.
11. Шелудько В. Фінансовий менеджмент: підручник. 2-ге вид., стер. Київ: Знання, 2014. 375 с.
12. Ющенко А. Підходи та методи оцінки вартості бізнесу в сучасних умовах. *Економічний аналіз*. 2015. № 8 (1). С. 343-346.

REFERENCES:

1. Bachynskaya O. (2015) Podkhody k opredeleniyu stoimosti predpriyatiya [Approaches for enterprise Definition The cost]. *Scientific Journal. Finance, banks, investment*, vol. 4, pp. 99-102.
2. Brezytska O. (2013) Suchasni metodychni pidkhody do otsinky vartosti pidpriemstva [Modern methodical approaches to the valuation of the company]. *Brezytska economics, finance, law*, vol. 1, pp. 3-8.
3. Delas V. (2015) Svitovi tendentsii ta perspektyvy rozvytku finansovoi systemy Ukrainy [Global trends and prospects of Ukraine's financial system] *Proceedings of the X Intern. nauk. and practical. Conference (Kyiv, Ukraine, 29-30 October 2015)*, pp. 74-76.
4. Dolinskyi L., Nikolaienko K. (2012) Koreliatsiino-rehresiyni analiz zalezhnosti ukrainskykh fondovykh indeksiv vid koniunktury birzhovykh rynkiv svitu [Correlation-regression analysis of the dependence of Ukrainian stock indices on the market conditions of the world markets]. *Securities Market of Ukraine*, no. 1-2, pp. 95-104.
5. Kartsev P. (2016) Review practice of application the income chariot for Business evaluation, *Voprosy ocenki*, vol. 2, pp. 2-19.
6. Kushnir S., Zavalniuk A. (2017) Vykorystannia modelei SARM pid chas vyznachennia prybutkovosti aksii vitchyznianykh pidpriemstv [Using models capm in determining return of shares national enterprises]. *Scientific herald of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*, no. 12 (1), pp. 179-182.
7. Mamontova N. (2015) Upravlinnia vartistu kompaniji: teoretiko-metodologichni aspekty [Cost Management company: theoretical and methodological aspects]. *Actual problems of economy*, vol. 8 (110), pp. 135-139.
8. Mamontova N. (2014) Pobudova sustemy upravlinniya vartystu kompaniji [Construction cost management company]. *Actual problems of economy*, vol. 1 (103), pp. 21-26.
9. Petlenok Y. (2015) Finansovyj menedzhment [Financial management], Condor, Kyiv, Ukraine.
10. Filina G. (2013) Finansova diial'nist' sub'iektiv hospodariuvannia [Financial activities of management], 2nd ed., Center of educational literature. Kyiv, Ukraine, pp. 320.
11. Sheludko V. (2014) Finansovyj menedzhment [Financial Management], Tsinni papery, 2nd ed., Knowledge. Kyiv, Ukraine.
12. Yushchenko A. (2015) Pidkhody ta metody otsinky vartostiy biznesy v sutchasnikh [Approaches and methods of valuation business in modern conditions]. *Economic Analysis*, vol. 8 (1), pp. 343-346.

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ ПРИЧИН
КОМЕРЦІЙНИХ НЕВДАЧ ТОВАРНИХ ІННОВАЦІЙ¹RESEARCH AND ANALYSIS OF COMMERCIAL
FAILURE CAUSES OF PRODUCT INNOVATIONS

У статті проаналізовано результати емпіричних досліджень, у яких містяться дані про причини комерційних невдач на ринку нових та інноваційних товарів, що були проведені протягом останніх 50 років. Виконано узагальнення отриманих результатів з поділом усіх знайдених причин на чотири групи (маркетингові, технічні, організаційні, фінансові) та подальшим глибоким аналізом у межах кожної групи. Результати показали, що здебільшого саме з маркетингових причин найчастіше відбувається ринкова невдача продукції. Групи організаційних та технічних причин відходять на другий план, а група фінансових причин – на третій. Доведено, що фінансовими причинами не слід нехтувати, оскільки вони найчастіше є відправною точкою початку різних дій над створенням товару та його комерціалізацією. Недопущення проаналізованих причин у власній інноваційній діяльності є умовою комерційного успіху створюваного товару.

Ключові слова: ринковий успіх, ринкова невдача, інноваційна продукція, причини невдач, емпіричні дослідження.

В статье проанализированы результаты эмпирических исследований, в которых

содержатся данные о причинах коммерческих неудач на рынке новых и инновационных товаров, которые были проведены в течение последних 50 лет. Выполнено обобщение полученных результатов с разделением всех найденных причин на четыре группы (маркетинговые, технические, организационные, финансовые) и последующим глубоким анализом в пределах каждой группы. Результаты показали, что преимущественно именно по маркетинговым причинам чаще всего происходит рыночная неудача продукции. Группы организационных и технических причин отходят на второй план, а группа финансовых причин – на третий. Доказано, что финансовыми причинами не следует пренебрегать, поскольку они чаще всего являются отправной точкой начала различных действий над созданием товара и его коммерциализацией. Недопущение проанализированных причин в собственной инновационной деятельности является залогом коммерческого успеха создаваемого товара.

Ключевые слова: рыночный успех, рыночная неудача, инновационная продукция, причины неудач, эмпирические исследования.

УДК 658.8:005.523

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-13>

Нагорний Є.І.

к.е.н., провідний науковий співробітник
науково-дослідного сектору
Сумський державний
педагогічний університет
імені А.С. Макаренка

Nagorny Yeu gene

Sumy State Pedagogical University
named after A.S. Makarenko

The article analyzes the results of empirical research to determine the causes of commercial failures in the market for new and innovative products. Expert opinions of famous scientists and researchers from the issues raised were involved in the analysis. A generalization of the obtained results is performed with division of all causes into four groups (marketing, technical, organizational, financial). Subsequently, an in-depth analysis within each group is provided. The research revealed that the group of marketing causes is the largest, both in quantity and manifestation frequency. This group covers the entire spectrum of marketing: mistakes in pricing, product, communication and distribution policies, as well as mistakes in the overall marketing strategy, mistakes in assessing consumer needs, market volumes, competition level, etc. Despite the fact that companies use the concept of marketing, the results of the research revealed that 75% of innovations are doomed to market failure precisely because of incorrect assessment of consumer needs and requests. The technical reasons for the failures are related to the low level of technical staff and the low level of technological development of enterprises. Organizational causes of failures arise because of the low level of competence of decision-makers, the low level of organizational culture of the enterprise, as well as the neglect of management to innovate. Lack of own funds for innovative activities and the inability to attract them from outside, these are the main causes of failure related to the group of financial reasons. However, it has been found that financial reasons should not be neglected, as they are often the starting point for various actions to create and commercialize a product. Preventing these causes in innovative activity is the main condition for the commercial success of the product. The obtained research results develop the theory of marketing of innovations in terms of identifying the main causes of failures in the market for new and innovative products. The analysis and generalization of failures' causes will make the future development of product innovation more successful in terms of strategic marketing.

Key words: market success, market failure, innovative products, causes of failures, empirical research.

Постановка проблеми. Розроблення та комерціалізація нових та інноваційних товарів є важливими факторами, що визначатимуть стабільну та успішну роботу підприємства в майбутньому. Однак запуск чогось нового – це делікатний етап інноваційної діяльності, оскільки не всі товари стануть успішними на ринку, близько половини з них зазнає на ньому невдачі. Отже, актуальними залишаються питання визначення основних причин невдач на ринку нових та інноваційних товарів задля їх врахування, усунення та недопущення в майбутньому під час власної інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх 50 років проводились різні дослідження з визначення причин комерційних невдач на ринку нових та інноваційних товарів. Серед авторів цих досліджень варто згадати таких, як Д. Хопкінс, Е. Бейлі, Р. Осборн, Р. Купер, К. Кленсі, У. Руделіус, К. Бурдей, Н. Троян. Аналіз та узагальнення причин невдач дасть змогу зробити майбутній розвиток товарних інновацій більш ринково успішним.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз причин невдач на ринку нових та інноваційних товарів за понад 50 років проведення подібних

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за проектом № 0119U100179 «Розробка науково-методичних засад та практичного інструментарію оцінювання комерційних (ринкових) перспектив товарних інновацій» та проектом № 0117U003855 «Інституційно-технологічне проектування інноваційних мереж для системного забезпечення національної безпеки України»

досліджень, узагальнення отриманих результатів з поділом усіх причин на чотири групи та подальшим глибоким аналізом у межах кожної групи.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Незважаючи на чималу кількість джерел інформації, в яких містяться причини невдач товарних інновацій, їх більшість не має ніякого відношення до результатів реально проведених досліджень, а наведені в цих джерелах причини невдач є неповними, укрупненими, часто надуманими. Отже, виникає необхідність аналізування реально проведених досліджень у цьому напрямі. До аналізу варто залучити експертні висновки знаних науковців і дослідників з цих питань.

Перші повномасштабні дослідження причин ринкових невдач товарів були виконані у США у 60-х роках ХХ ст. Так, Д. Хопкінс та Е. Бейлі [1] з дослідницької організації «Conference Board» протягом 16 років виконали три дослідження (1964, 1971, 1980 роки), результати яких показали, що причинами невдач є недостатній аналіз ринку (45%); дефекти товару (29%); неефективні маркетингові заходи (25%); високі витрати (високі ціни) (19%); конкуренція (17%); невдало вибраний час виходу на ринок (14%); нерозв'язані виробничі проблеми (12%); інші (24%). Більшість причин має маркетинговий характер.

Французький дослідник Б. Дауд (1980 рік) [2] називає такі причини, як поверхневий аналіз ринку (50%, зокрема 30% складає затримка виходу на ринок, 20% – переоцінка ринку); виробничі проблеми (38%, зокрема 19% складають труднощі з поставки дослідного зразка на виробництво, 19% – труднощі досягнення заданих параметрів); нестача фінансів (7%); проблеми комерціалізації (5%). Отже, дії у сфері стратегічного маркетингу мають критичний вплив на успіх.

Згідно з даними американських експертів (1993 рік) причинами невдач товарів є неправильне оцінювання потреб (32%); неефективна політика збуту (13%); завищені ціни (14%); несвоєчасний початок продажів (10%); конкуренція (8%); технічні причини (23%). Знову маємо більшість маркетингових причин невдач.

У. Руделіус [4], на основі узагальнення емпіричних досліджень (1993-2000 роки) виділяє такі причини невдач, як недостатні відмітні характеристики товару; недостатньо чітко визначення ринку або товару; переоцінка привабливості ринку; неефективний комплекс маркетингу; низька якість товару; невдалий вибір часу; відсутність доступу до споживачів. За його результатами маємо 100% маркетингових причин невдач.

Експерти з дослідницької компанії «TNS» (1999 рік) [5] наводять такі причини невдач, як «неадекватна ідея продукту» у керівництва; вирішення продуктом технічної проблеми, а не потреби споживачів; вихід на ринок без маркетин-

гових досліджень або здійснення їх на низькому рівні; усунення керівництва від процесу створення продукту; очікування миттєвого ефекту від продукту; відсутність контролю над виробництвом і просуванням; розгляд нового продукту як результату консенсусу; висока ціна; поганий контроль якості; невчасна комерціалізація; слабка дистрибуція. Перелік вражає кількістю, але й тут переважають маркетингові причини.

У 2002 році Р. Осборн [6] у виданні «IndustryWeek» (США) наводить результати дослідження агенції «PwC Consulting» з визначення причин невдач інноваційних продуктів. Отже, 35% складають недостатнє розуміння потреб клієнтів; 20% – брак ресурсів; 14% – відсутність чіткої стратегії; 14% – неналежне виконання проекту; 6% – недостатня підтримка керівництва.

Британський Центр вивчення промислових інновацій (БЦВПІ) (2002 рік) [7; 16] на основі дослідження 53 інноваційних проектів виділяє зовнішні та внутрішні причини провалів нових продуктів. Зовнішніми є непривабливо маленький ринок (19 випадків); невизначеність того, хто буде покупцем (12); конкуренція (11); невизначеність щодо постачальників (6); застарілі інновації (3). Внутрішніми є нестача ресурсів і кадрів (14); нестача виробничих площ або досвіду (13); незадовільний зв'язок із суміжними фірмами (7); непередбачене зростання витрат (6); нестача ресурсів на впровадження інновації (4). Зовнішні причини невдач мають маркетингову природу (42 випадки з 51), а внутрішні – фінансову (24 із 44). На маркетинг припадають 42 випадки з 95 (44,2%).

К. Кленсі [8] на основі власних емпіричних досліджень виділяє такі причини невдач товарів, як недостатньо виражена диференціація товару від наявних; недостатньо вивчений ринок та наявний асортимент перед початком розроблення; незначна привабливість ринку; непродуманий комплекс маркетингу; невдало підібрана торговельна марка; невисока якість товару; невдалий час виходу на ринок; відсутність мерчандайзингової підтримки. На його думку, маркетингові фактори є головними причинами невдач товарів.

Також до аналізу були включені такі дослідження (табл. 1).

На жаль, серед наведених досліджень немає вітчизняних, що зумовлене відсутністю зацікавленості підприємницького сектору до їх проведення. Авторське дослідження виконувалось у 2004-2009 роках в Сумській області на базі промислових підприємств з виробництва насосного обладнання. Виявлено такі причини невдач, як обмеженість бюджету НДДКР; відсутність коштів на маркетинг; недостатня новизна продукції; помилки в прогнозі місткості ринку; певна невідповідність продукції потребам споживачів; відсутність ефективної програми стимулювання збуту;

Причини невдач нових та інноваційних продуктів на ринку

Автор	Причини невдач
О. Баришніков, що є експертом у галузі технологій, та А. Кузьмін, що є експертом зі створення продукції [9]	Неадекватність аналізу ринку й маркетингового планування; наявність важко вирішуваних технічних та виробничих проблем, а також проблем, пов'язаних із самим продуктом; установлення ціни на продукт, що значно перевищує планову; неефективне планування або невиправданий поспіх; своєчасна й вдала реакція на продукт з боку конкурентів.
Р. Купер, що є світовим експертом зі створення та комерціалізації товарів [10]	Недостатня ринкова орієнтація (ігнорування вимог споживачів); дуже швидкі або дуже повільні темпи розроблення товару; низька якість виконання робіт на етапах розроблення товару; відсутність реальної диференціації товарів; технічні проблеми; нестача ресурсів.
О. Петрунєв, що є експертом Центру комерціалізації технологій [11]	Товар розроблений без аналізу ринку, потреб споживачів (28%); новий продукт є радикальним удосконаленням успішної продукції конкурентів (24%); новий продукт має занадто велику схожість з продукцією конкурентів або є її відвертим копіюванням (13%); технічна недосконаленість продукції (15%); помилки в ціні (13%); ігнорування продукції ринком (7%).
М. Овсяннікова [12]	Продукт нікому не потрібний (28%); продукт є аналогом конкурента (24%); продукт не працює в реальних умовах експлуатації (15%); конкуренція (13%); висока ціна (13%).
Ф. Вебстер-мол., що є експертом в галузі промислового маркетингу [13]	Тактичні, стратегічні помилки під час розроблення, маркетингу продукту; невідповідність продукту потребам ринку; технічні причини; невміння спрогнозувати те, який вплив зробить новий продукт на виробничий процес; виведення на ринок неготового продукту; неточне інформування представників та дистриб'юторів.
О. Хотяшева, що є експертом з інноваційного менеджменту [14]	Відсутність чітко окресленої мети до початку розроблення; помилки у виборі цільового ринку; слабкий комплекс маркетингу; «розмиття» новизни товару; недосконалість якісних характеристик товару; фактор часу; невідповідність планового й фактично необхідного бюджету.
П. Котлер, що є всесвітньо відомим експертом з маркетингу [15]	Керівництво «проштовхує» ідею продукту яка подобається; невизначений обсяг ринку; конструктивні недоліки товару; невдале позиціонування товару; неефективна реклама; висока ціна; витрати на розроблення виявилися вище за планові; зворотна реакція конкурентів виявилася сильнішою.

висока ціна; високі витрати експлуатації продукції; технічні прорахунки; безпідставна суб'єктивна впевненість керівництва в успіху продукції. Як показують результати, більшість причин невдач також має маркетинговий характер.

Виконаємо узагальнений аналіз причин невдач товарів. Для цього всі виділені дослідниками причини невдач поділимо на чотири групи, а кількість виділених причин кожного виду по кожному дослідженню занесемо в табл. 2.

Таблиця 2

Зіставлення причин невдач за джерелами інформації

№	Автор/джерело	Групи причин			
		маркетингові	технічні	організаційні	фінансові
1	Д. Хопкінс, Е. Бейлі [1]	4	2	—	1
2	Б. Дауд [2]	3	2	—	1
3	Американські експерти [3]	5	1	—	-
4	К. Бурдей, Н. Троян [5]	5	1	4	1
5	А. Баришніков [9]	4	2	2	—
6	Р. Осборн [6]	2	—	2	1
7	Р. Купер [10]	3	1	2	1
8	О. Петрунєв [11]	5	1	—	—
9	БЦВПІ [7; 16]	4	2	2	3
10	М. Овсяннікова [12]	4	1	—	—
11	П. Котлер [15]	5	1	1	1
12	Ф. Вебстер-мол. [13]	4	2	1	—
13	К. Кленсі [8]	7	1	—	—
14	О. Хотяшева [14]	5	—	1	1
15	У. Руделіус [4]	6	1	—	—
16	Є. Нагорний	5	2	1	2
	Разом випадків	71	20	16	12
	Відносна вага	59,7	16,8	13,4	10,1
	Частота випадків	100	87,5	56,3	56,3

Зі 119 причин невдач до групи маркетингових віднесено 71 причину (59,7%). До групи технічних віднесено 20 причин (16,8%), до групи організаційних – 16 причин (13,4%), до групи фінансових – 12 (10,1%). Група маркетингових причин є найвпливовішою як за кількістю, так і за частотою прояву. За запропонованим алгоритмом детально проаналізуємо кожну групу причин, а почнемо з групи маркетингових причин (табл. 3).

Основними причинами маркетингових невдач товарів є:

- неправильна оцінка потреб споживачів (згадується в 75% випадків);
- неправильно визначений обсяг ринку (56,3%);
- невдалий час виходу на ринок (несвоєчасний початок продаж) (50%);
- недостатньо продумана маркетингова стратегія (50%);
- недостатньо виражена диференціація товару від наявних (50%);
- помилки в ціновій політиці (завищені ціни на продукцію) (43,8%);
- протидія з боку конкурентів (37,5%);
- неефективна політика збуту, зокрема слабка дистрибуція (31,3%);
- недостатнє вивчення ринку до початку створення товару (25%);
- неефективна реклама; невдала назва торговельної марки; невизначеність щодо постачальників (по 6,3%).

Маємо 12 виділених причин, що охоплюють весь спектр маркетингу.

Аналогічним чином було виконано аналіз інших груп невдач. Серед групи технічних причин ринкова невдача продукту виникла через не вирішені виробничі та технічні проблеми (41,7%); конструктивні недоліки, технічну недосконалість продукту (41,7%); поганий контроль якості нового товару або його низьку якість (25%); труднощі щодо поставки нової продукції на виробництво (16,7%); відсутність або погане проведення експлуатаційних тестів продукту (16,7%); прихованість дефектів товару (8,3%). Ці причини виникають через низький кваліфікаційний рівень технічного персоналу й низький рівень техніко-технологічного розвитку підприємства.

До організаційних причин віднесені неналежне виконання проєкту (66,7%); безпідставна суб'єктивна впевненість керівництва в успіху (33,3%); поспіх або повільні темпи розроблення (22,2%); відсутність або недостатність підтримки з боку керівництва (22,2%); відсутність аналогічного досвіду (22,2%); комерціалізація компромісного продукту (11,1%). Ці причини виникають через низький рівень компетентності осіб, що приймають рішення, низький рівень організаційної культури підприємства, а також зневажливе ставлення керівництва до інноваційного проєкту загалом.

До фінансових причин належать нестача фінансових ресурсів (50%); невідповідність планового

Таблиця 3

Група маркетингових причин невдачі товарів

Автор/джерело	Неправильно визначений обсяг ринку	Неправильна оцінка потреб	Конкуренція	Невдало вибраний час виходу на ринок	Неефективна політика збуту	Помилки в ціновій політиці	Не вивчений ринок	Непродумана маркетингова стратегія	Недостатня диференціація товару	Невизначеність з постачальниками	Неефективна реклама	Невдала назва торговельної марки
Д. Хопкінс [1]	*	*	*	*				*				
Б. Дауд [2]	*			*								
Американські експерти [3]		*	*	*	*	*						
К. Бурдей, Н. Троян [5]		*		*	*	*	*					
А. Баришніков [9]	*	*	*			*		*				
Р. Осборн [6]		*						*				
Р. Купер [10]	*	*							*			
О. Петрунєнков [11]		*				*			*			
БЦВПІ [7; 16]	*	*	*							*		
М. Овсяннікова [12]		*	*			*			*			
П. Котлер [15]	*		*			*			*		*	
Ф. Вебстер-мол. [13]		*		*	*			*				
К. Кленсі [8]	*			*	*		*	*	*			*
О. Хотяшева [14]		*		*			*	*	*			
У. Руделіус [4]	*			*	*		*	*	*			
Є. Нагорний	*	*				*		*	*			
Разом випадків	9	12	6	8	5	7	4	8	8	1	1	1
Відносна вага, %	12,9	17,1	8,6	11,4	7,1	10	5,7	11,4	11,4	1,4	1,4	1,4
Частота випадків, %	56,3	75	37,5	50	31,3	43,8	25	50	50	6,3	6,3	6,3

й фактично необхідного бюджету один одному (44,4%); очікування миттєвого фінансового ефекту (11,1%). Ці причини виникають через відсутність власних коштів на інноваційну діяльність та неможливості їх залучення ззовні. Незважаючи на незначну кількість фінансових причин, не слід нехтувати їх значенням. Відсутність (нестача) фінансів може привести до провалу навіть успішних проєктів. Фінансові ресурси є відправною точкою початку різних дій над створенням товару та його комерціалізацією.

Висновки з проведеного дослідження.

У статті проаналізовано різні емпіричні дослідження, в яких містяться причини комерційних невдач нових та інноваційних товарів. Виконано узагальнення отриманих результатів з поділом усіх знайдених причин на чотири групи та подальшим глибоким аналізом у межах кожної групи. Недопущення виділених причин у власній інноваційній діяльності є запорукою успіху створюваного товару.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Hopkins D. *New Product Winners and Losers. The Conference Board Record*. 1980. No. 773.
- Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. ; под ред. В. Колчанова. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 800 с.
- Краснокутська Н. Інноваційний менеджмент. Київ : КНЕУ, 2003. 502 с.
- Руделіус В. Маркетинг. Київ : НМЦ «КУМОУ», 2009. 648 с.
- Бурдей К., Троян Н. Выведение нового продукта на рынок. Этапы и информационная поддержка. *Рекламные идеи*. 1999. № 1 (26). С. 7-10.
- Osborne R. Value Chain Survey: New Product Development – Lesser Royals. *The Industry Week*. 2002. Apr 01.
- Бабаскин С., Зинов В. Коммерциализация технологий: теория и практика. Москва : Монолит, 2002. 240 с.
- Кленси К., Крейг П., Вольф М. Моделирование рынка: как спрогнозировать успех нового продукта. Москва : Вершина, 2007. 272 с.
- Барышников А., Кузьмин А. Разработка новых продуктов с учетом требований маркетинга. URL: <http://www.inventech.ru/lib/projection> (дата звернення: 16.07.2019).
- Купер Р. Разработка новых товаров. Маркетинг / под ред. М. Бейкера. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 1200 с.
- Петруненко А. Организация разработки нового товара. Москва : Монолит, 2002. 288 с.
- Овсянникова М. Проверка на прочность для... ноу-хау. *Реализация научного потенциала и наукоемкий бизнес*. 2004. Январь – декабрь. URL: <http://www.sbras.nsc.ru/np/vyp2004/pr02.htm> (дата звернення: 16.07.2019).
- Уэбстер Ф. Основы промышленного маркетинга. Москва : Издательский дом Гребенникова, 2005. 416 с.
- Хотяшева О. Инновационный менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 384 с.
- Котлер Ф., Келлер К., Павленко А. та ін. Маркетинговий менеджмент. Київ : Хімджест, 2008. 720 с.
- Калюжний В. Причини провалів інноваційних проєктів: визначення та діагностування проблеми. *Управління проєктами та розвиток виробництва*. 2007. № 1 (21). С. 130-138.

REFERENCES:

- Hopkins D. (1980) *New Product Winners and Losers. The Conference Board Report*. No. 773.
- Lambin J.-J. (2005) *Menedzhment, orientirovanny na rynek* [Market oriented management]. St. Petersburg : Peter. (in Russian).
- Krasnokutsjka N. (2003). *Innovacijnyj menedzhment* [Innovation management]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian).
- Rudelius V. (2009) *Marketyng* [Marketing]. Kyiv : NMC "KUMOU" (in Ukrainian).
- Burdey K., Troyan N. (1999) *Vyvedenie novogo produkta na rynek. Etapy i informatsionnaya podderzhka* [Launching a new product on the market. Stages and informational support]. *Advertising ideas*, no. 1 (26), pp. 7-10.
- Osborne R. (2002) Value Chain Survey: New Product Development – Lesser Royals. *The Industry Week*, Apr 01.
- Babaskin S., Zinov V. (2002) *Kommertsializatsiya tekhnologii: teoriya i praktika* [Technology commercialization: theory and practice]. Moscow : Monolit. (in Russian).
- Clancy K., Krieg P., Wolf M. (2007) *Modelirovanie rynka: kak sprognozirovat' uspekhnovogo produkta* [Market simulation: how to predict the success of a new product]. Moscow : Vershina (in Russian).
- Baryshnikov A., Kuz'min A. (2019) *Razrabotka novykh produktov s uchetom trebovaniy marketinga* [Development of new products with the requirements of marketing]. Available at: <http://www.inventech.ru/lib/projection> (accessed 16 July 2019).
- Cooper R. (2002) *Razrabotka novykh tovarov* [Development of new products]. *Marketing* [Marketing]. St. Petersburg : Peter. (in Russian).
- Petrunenkov A. (2002) *Organizatsiya razrabotki novogo tovara* [Organization development of a new product]. Moscow : Monolit. (in Russian).
- Ovsyannikova M. (2004) *Proverka na prochnost' dlya... nou-khau* [Strength test for... know-how]. *Realization of scientific potential and knowledge-intensive business*. January – December. Available at: <http://www.sbras.nsc.ru/np/vyp2004/pr02.htm> (accessed 16 July 2019).
- Webster F. (2005) *Osnovy promyshlennogo marketinga* [Basics of industrial marketing]. Moscow : Grebennikov Publishing House. (in Russian).
- Khotyashcheva O. (2007) *Innovatsionny menedzhment*. [Innovative management]. St. Petersburg : Peter. (in Russian).
- Kotler F., Keller K., Pavlenko A. (2008) *Marketyngovyj menedzhment* [Marketing management]. Kyiv : Khimdzhest. (in Ukrainian).
- Kaluzhnyi V. (2007) *Prychyny provaliv innovacijnykh proektiv: vyznachennja ta diagnostuvannja problemy* [The reasons for the failures of innovation projects: identification and diagnosis of the problem]. *Project management and production development*, no. 1 (21), pp. 130-138.

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

COMPREHENSIVE APPROACH TO DETERMINING THE ESSENCE OF THE FINANCIAL STABILITY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

УДК 336.1

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-14>

Федоренко І.А.

д.е.н., професор,
професор кафедри
міжнародного бізнесу та фінансів
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Верещак В.О.

магістрант
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Яцишина А.О.

магістрант
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Fedorenko Irina

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Vereshchak Vita

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Yatsyshena Anastasia

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

У статті проаналізовано проблему пошуку сучасного підходу до обґрунтованого фінансово-економічного визначення сутності фінансової стійкості промислового підприємства. Визначено значення фінансової стійкості для окремих господарюючих суб'єктів, а також для економіки країни, отже, фінансова стійкість промислового підприємства відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні сталого розвитку як окремих промислових підприємств, так й суспільства загалом. На основі аналізу наявних досліджень провідних учених сформовано визначення категорії «фінансова стійкість», яке відповідає сучасним вимогам, що висувуються промисловим підприємствам України. Виявлено основні ознаки поняття фінансової стійкості, які притаманні фінансовій стійкості промислового підприємства та дають змогу розкрити її фінансово-економічну сутність. Показано взаємозв'язок між видами стійкості промислового підприємства. На основі проведеного дослідження побудовано універсальний, ефективний та дієвий комплексний підхід до визначення фінансової стійкості промислового підприємства України, базою якого є абсолютні та відносні показники оцінювання фінансової стійкості.

Ключові слова: комплексний підхід, моніторинг, промислове підприємство, стратегія, фінансова стійкість, фінансовий стан.

В статті проаналізована проблема пошуку сучасного підходу до обґрун-

тову фінансово-економічному визначенню сутності фінансової стійкості промислового підприємства. Определено значение фінансової стійкості для отдельных хозяйствующих субъектов, а также для экономики страны, итак, финансовая устойчивость промышленного предприятия играет чрезвычайно важную роль в обеспечении устойчивого развития как отдельных промышленных предприятий, так и общества в целом. На основе анализа существующих исследований ведущих ученых сформировано определение категории «финансовая устойчивость», которое соответствует современным требованиям, предъявляемым промышленным предприятиям Украины. Выявлены основные признаки понятия финансовой устойчивости, которые присущи финансовой устойчивости промышленного предприятия и позволяют раскрыть ее финансово-экономическую сущность. Показана взаимосвязь между видами устойчивости промышленного предприятия. На основе проведенного исследования построен универсальный, эффективный и действенный комплексный подход к определению финансовой устойчивости промышленного предприятия Украины, базой которого являются абсолютные и относительные показатели оценивания финансовой устойчивости.

Ключевые слова: комплексный подход, мониторинг, промышленное предприятие, стратегия, финансовая устойчивость, финансовое состояние.

The article analyzes the problem of finding a modern approach to the financial and economic definition of the essence of the financial stability of an industrial enterprise. In recent years, almost all industrial enterprises of Ukraine operate in a changing environment. For their effective and stable operation and financial and economic development, it is necessary, to constantly analyze financial stability. Thus, industrial enterprises that use information systems for effective management of financial stability can be sure that even in the unfavorable economic and political situation in the country they will be able to continue their work at the expense of their own reserves. It is revealed that the achievement of a stable financial condition of an industrial enterprise on the basis of effective capital management and movement of funds allows stable development in the existing market conditions of Ukraine in the long term. It is proved that the problem of financial stability management of industrial enterprises operating in the market economy of Ukraine is one of the most important not only financial but also General economic problems. The value of financial stability of individual economic entities for the economy and society as a whole is composed of its value for each individual element of the system. Based on the analysis of existing studies by leading scientists, the definition of the category of financial stability, which meets the modern requirements of industrial enterprises of Ukraine, is provided. The main features of the concept of financial stability, which is inherent in the financial stability of an industrial enterprise and allows revealing its financial and economic essence. It is proved that all types of financial stability of an industrial enterprise are interrelated and in the context of ensuring the effectiveness of activities on a strategic scale should become objects of constant monitoring by the management personnel of the industrial enterprise. It is concluded that only a comprehensive approach to the definition of financial stability, which is expressed by a system of relative and absolute indicators, will allow for its effective and efficient assessment for industrial enterprises in the changing environment of Ukraine

Key words: integrated approach, monitoring, industrial enterprise, strategy, financial stability, financial condition.

Постановка проблеми. Протягом останніх років практично всі промислові підприємства України працюють в мінливих умовах зовнішнього середовища. Для їх ефективної та стабільної роботи й фінансово-економічного розвитку необхідно насамперед постійно проводити аналіз фінансової стійкості. Завдяки цьому промислові підприємства, які використовують інформаційні системи ефективного управління фінансовою стійкістю, можуть бути впевнені в тому, що навіть за несприятливої економічної та політичної ситуації в країні

вони зможуть продовжити свою роботу за рахунок власних резервів.

У зв'язку з цим дослідження питань організації заходів забезпечення фінансової стійкості суб'єкта господарювання та обґрунтування підходу до її визначення й управління як головного чинника впливу на ефективність функціонування фінансової системи промислового підприємства зумовлює актуальність та доцільність проведення дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми визначення та оцінювання фінансової

стійкості промислового підприємства досліджували безліч вчених-економістів, як вітчизняних, так і зарубіжних, зокрема Л.М. Кремень [3], Ю.С. Цал-Цалко [10], Г.В. Савицька [7], А.І. Ковальова [2], О.В. Павловська [5], І.О. Бланк [1], С.О. Тульчинська [9], І.В. Саух [8], М.В. Максимова [4], А.М. Поддєрьогін [6]. У результаті проведених досліджень вченими розроблені сучасні основи аналізу фінансової стійкості промислового підприємства, які забезпечують найбільш об'єктивні результати аналізу його діяльності. Однак слід відзначити, що в роботах нема єдиного підходу до визначення економічної сутності категорії фінансової стійкості.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні сутності фінансової стійкості, підходів до її оцінювання, а також ролі фінансової стійкості в забезпеченні стабільного функціонування промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансовий стан промислового підприємства – це одна з найважливіших характеристик його фінансово-економічної та виробничої діяльності. Під фінансовим станом промислового підприємства розуміють рівень його забезпеченості відповідним обсягом фінансових ресурсів, необхідних для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного здійснення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями. Фінансова стійкість посідає центральне місце в комплексному дослідженні фінансового стану промислового підприємства [1].

Треба відзначити, що проблема управління фінансовою стійкістю промислових підприємств, що працюють у ринковій економіці України, належать до найбільш важливих не тільки фінансових, але й загальноекономічних проблем. Значення фінансової стійкості окремих господарюючих суб'єктів для економіки й суспільства загалом складається з його значення для кожного окремого елементу цієї системи.

1) Для держави в особі податкових та інших органів аналогічного призначення вона є своєчасною та повною сплатою промисловим підприємством усіх податків і зборів до бюджетів різних рівнів. Від цього залежить виконання доходної частини бюджету. Інакше внаслідок скорочення видаткової частини бюджету держава й місцеві органи влади не зможуть повною мірою реалізувати свої функції та виконувати зобов'язання, що, зрештою, може привести до різних негативних наслідків на державному та регіональному рівнях.

2) Для позабюджетних фондів, які утворені державою, вона є своєчасним та повним погашенням наявної заборгованості з відрахувань у ці фонди. Невиконання промисловими підприємствами своїх зобов'язань (фонди утворені переважно за рахунок коштів цих підприємств) може спричинити порушення в їх роботі, зокрема щодо

виплати пенсій, допомоги по догляду за дітьми, допомоги по безробіттю.

3) Для працівників промислового підприємства та інших зацікавлених осіб вона є своєчасною та повною виплатою заробітної плати, забезпеченням додаткових робочих місць. Стійке фінансове становище є для працівників підприємства гарантією своєчасної виплати заробітної плати. Крім того, збільшення доходів підприємства приводить до збільшення фондів споживання, отже, до поліпшення матеріального благополуччя працівників підприємства. Також стабільне функціонування підприємства, його розвиток забезпечують створення додаткових робочих місць, що дуже важливо в умовах зростання безробіття.

4) Для споживачів, замовників продукції, робіт, послуг вона є стабільним функціонуванням, виконанням договірних умов. Невиконання промисловими підприємствами своїх зобов'язань може стати причиною не тільки виробничої, але й фінансово-економічної кризи у покупців та замовників з негативними наслідками.

5) Для постачальників та підрядників вона є своєчасним і повним виконанням зобов'язань. Для них ці моменти надзвичайно важливі, тому що їхній дохід від основної діяльності формується з надходжень з боку покупців та замовників.

6) Для комерційних банків, які обслуговують підприємство, вона є своєчасним та повним виконанням зобов'язань згідно з умовами кредитного договору. Невиконання цих умов та неплатежі за виданими позиками можуть привести до збоїв у функціонуванні банків та банківської системи України загалом.

7) Для власників промислового підприємства вона є прибутковістю, величиною прибутку, спрямованою на виплату дивідендів. Отже, значення фінансової стійкості проявляється як фактор, що визначає його прибутковість та стабільність у майбутньому.

8) Для інвесторів (зокрема, потенційних) вона є вигідністю та ступенем ризику вкладень у промислове підприємство. Чим більш стійке у фінансовому аспекті підприємство, тим менш ризиковані й більш вигідні інвестиції в нього.

Вищесказане дає змогу зробити висновок, що фінансова стійкість промислового підприємства відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні сталого розвитку як окремих промислових підприємств, так й суспільства загалом.

Однак слід відзначити, що у кожного науковця свій підхід до визначення сутності фінансової стійкості. Наприклад, Л.М. Кремень вважає, що фінансова стійкість передбачає здатність системи протистояти зовнішнім факторам впливу [3]. Ю.С. Цал-Цалко визначає її як стан активів промислового підприємства, що гарантує йому достатню платоспроможність [10]. Г.В. Савицька стверджує, що фінансова стійкість – це здатність суб'єкта

господарювання функціонувати й розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у зовнішньому й внутрішньому середовищі, яке змінюється, що гарантує його постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість у межах припустимого рівня ризику [7]. А.І. Ковальов та В.П. Привалов вважають, що вона є фінансовою незалежністю промислового підприємства, тобто здатністю маневрувати власними коштами, достатньою фінансовою забезпеченістю безперебійного процесу діяльності [2]. О.В. Павловська та Т.О. Фролова надають таке трактування: фінансова стійкість – це відображення стабільного перевищення доходів над витратами, що забезпечує вільне маневрування грошовими коштами підприємства та завдяки їх ефективному використанню сприяє безперервному процесу виробництва й реалізації продукції [5].

Отже, на основі думок провідних вчених-економістів можна зробити висновок, що фінансова стійкість промислового підприємства – це властивість цього підприємства, яка відображає в процесі взаємодії зовнішніх та внутрішніх факторів впливу досягнення стану фінансової рівноваги та здатність не лише утримувати на відповідному рівні протягом деякого часу основні характеристики діяльності промислового підприємства, але й функціонувати та розвиватися.

Дослідники [3; 6; 7; 9] виділяють різні види стійкості промислового підприємства, об'єднані за характерними ознаками. Фінансову стійкість промислового підприємства як головного компонента загальної стійкості ототожнюють зі стабільним розвитком підприємства загалом та пов'язують з його економічною безпекою. Отже, на рис. 1 виділимо шість основних ознак поняття фінансової стійкості, які найбільш повно характеризують цю категорію.

Дослідимо вищенаведені ознаки фінансової стійкості, які представлені на рис. 1.

1) Фінансова стійкість забезпечує стабільність діяльності промислового підприємства, як це зазначено в роботі О.Н. Волкової та В.В. Ковальова [2].

Вони стверджують, що у довгостроковій перспективі стійкість промислового підприємства обумовлюється його стабільним фінансовим станом, інвестиційним кліматом, виробничим процесом.

2) Фінансова стійкість промислового підприємства гарантує збереження його платоспроможності та кредитоспроможності. Рациональна структура капіталу промислового підприємства дає змогу вчасно сплачувати за борговими зобов'язаннями, при цьому діяльність підприємства може розширюватися за рахунок позикових кредитних ресурсів. Отже, фінансово стійке промислове підприємство має переваги перед іншими суб'єктами господарювання щодо отримання кредитних ресурсів, інвестиційних коштів, підбору постачальників сировини, персоналу тощо. Також фінансову стійкість пов'язують з іншими аспектами фінансового стану промислового підприємства, що є логічним з огляду на сутність цієї категорії, а саме з рентабельністю діяльності, інвестиційною привабливістю, ліквідністю балансу [9].

3) Для того щоби промислове підприємство стабільно розвивалося, потрібно підтримувати фінансову стійкість за будь-яких ринкових коливань, циклічності діяльності, тобто в умовах ризикових ситуацій, що доводять у своїх роботах С.О. Тульчинська [9], С.О. Кириченко [9], С.Н. Аларіки [9], Г.В. Савицька [7] та інші дослідники. У наукових працях визначається, що стійкість має підтримуватися в рамках припустимого ризику, тобто ризику, який можна передбачити заздалегідь.

4) Фінансова стійкість реалізується на довгострокову перспективу. Ця ознака є одною з важливіших основ існування будь-якого промислового підприємства, тому що стратегічне планування та прогнозування є головними факторами стабільної роботи підприємства на ринку [4].

5) Наступною ознакою фінансової стійкості, яка перетинається з попередньою, є вміння підтримувати стабільність в умовах зміни внутрішнього й зовнішнього середовища [6]. Вкрай важливими

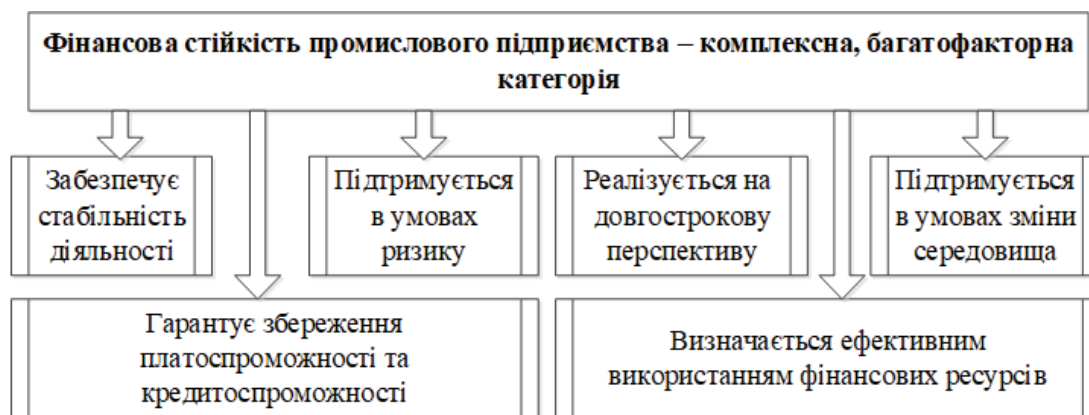


Рис. 1. Основні ознаки фінансової стійкості промислового підприємства

Джерело: розроблено авторами на основі [1; 3; 7; 10]

є адаптація до негативної дії факторів у динамічному оточенні, вміння вчасно їх прогнозувати, пристосовуватися до нових господарських реалій, особливо в умовах кризи України (економічної, фінансової, політичної тощо).

б) Фінансова стійкість визначається ефективним використанням фінансових ресурсів промислового підприємства. Важливість цієї ознаки полягає в тому, що від ефективності розподілу та використання цих ресурсів залежить реалізація розширеного відтворення, бізнес-проектів, програм розвитку, тобто все фінансове положення промислового підприємства у перспективі [8].

Треба відзначити, що всі види стійкості тісно пов'язані між собою, наприклад кадрова та інформаційна (забезпеченість промислового підприємства комп'ютерною технікою) стійкість є структурними елементами економічної стійкості. Виявимо взаємозв'язок між видами стійкості промислового підприємства та представимо його на рис. 2.

Як видно з рис. 2, виробнича стійкість промислового підприємства, яка забезпечується безперебійністю операційної діяльності промислового підприємства, ступенем використання виробничої потужності, наявністю постійних замовлень на продукцію, що випускається, значною мірою залежить від таких видів стійкості промислового підприємства, як організаційна, техніко-технологічна, інвестиційна

й інноваційна, оскільки ці види стійкості визначають ефективність виробничого процесу й здатність конкурувати в ринкових умовах. Техніко-технологічна стійкість залежить від необхідності й доцільності оновлення виробничих основних фондів на певній стадії розвитку промислового підприємства тощо.

Зазначимо, що в контексті фінансово-економічної категорії фінансова стійкість виражається системою відносних та абсолютних показників. Наявні методики аналізу фінансової стійкості підприємства передбачають проведення досліджень у декілька етапів. Залежно від завдань аналізу й тлумачення поняття «фінансова стійкість» порядок розрахунку показників у різних літературних джерелах [2; 3; 7] різниться. Зобразимо різні підходи до фінансового визначення фінансової стійкості промислового підприємства на рис. 3.

Висновки з проведеного дослідження.

На підставі проведеного дослідження визначено, що фінансова стійкість промислового підприємства – це характеристика фінансового стану промислового підприємства, що впливає на всі сфери його діяльності задля забезпечення реалізації стратегій його розвитку. Виявлено, що досягнення стійкого фінансового стану промислового підприємства на основі ефективного управління капіталом та рухом коштів дає змогу стабільно розвиватися в наявних ринкових умовах України

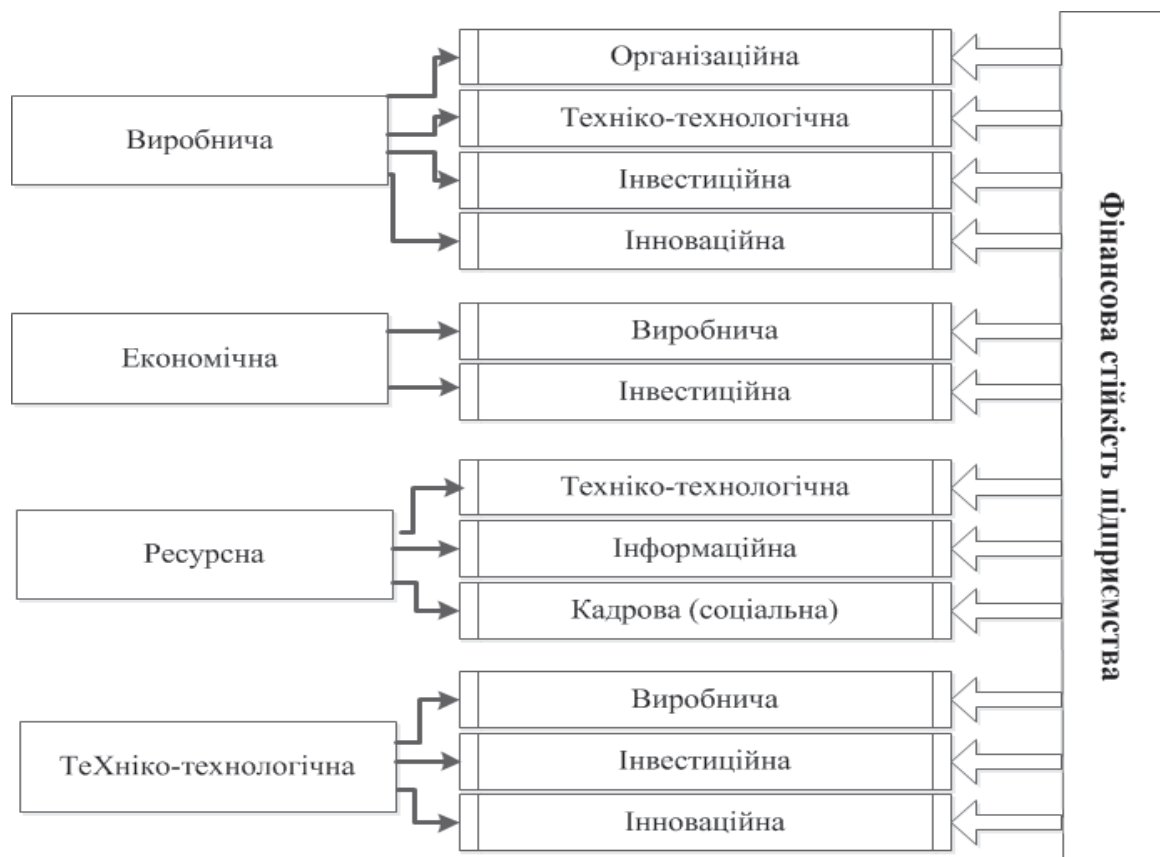


Рис. 2. Взаємозв'язок видів стійкості промислового підприємства

Джерело: розроблено авторами на основі [1]

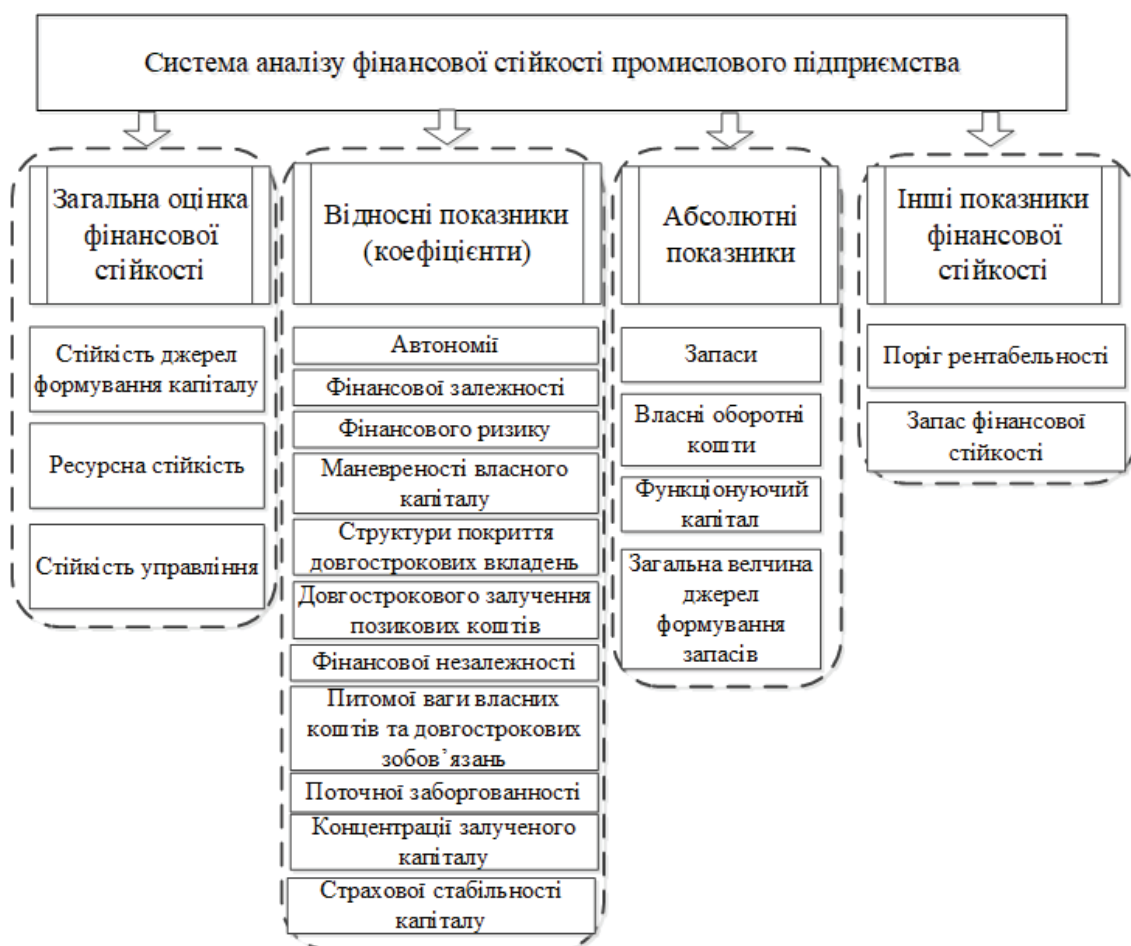


Рис. 3. Комплексний підхід до визначення фінансової стійкості промислового підприємства України

Джерело: розроблено авторами на основі [5; 8]

у довгостроковій перспективі. Визначені та згруповані основні ознаки, які притаманні фінансовій стійкості промислового підприємства, що дало змогу виявити її глибинні фінансово-економічні зв'язки. Доведено, що всі види фінансової стійкості промислового підприємства взаємопов'язані та в контексті забезпечення ефективності діяльності у стратегічному масштабі повинні стати об'єктами постійного моніторингу з боку управлінського персоналу промислового підприємства. Зроблено висновок про те, що тільки комплексний підхід до визначення фінансової стійкості, який виражено системою відносних та абсолютних показників, дасть змогу проводити її ефективно та дієво оцінювання для промислових підприємств в мінливих умовах зовнішнього середовища України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бланк І.О. Основи фінансового менеджменту : підручник. Київ : Київський національний торгово-економічний університет, 2012. 476 с.
2. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник. Москва : ТК Велби, 2012. 424 с.

3. Кремень В.М., Щепетков С.Я. Оцінювання фінансової стійкості підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 107-115.
4. Максимова М.В., Чередниченко Д.С. Теоретичні підходи до формування системи показників оцінки прибутку підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7229> (дата звернення: 23.09.2019).
5. Павловська В.О., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз : навчальний посібник. 2-ге вид. Київ : КНЕУ, 2017. 592 с.
6. Поддєрьогін А.М., Наумова Л.Ю. Фінансова стійкість підприємств в економіці України : монографія. Київ : КНЕУ, 2013. 184 с.
7. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навчальний посібник. 3-тє вид., випр. і доп. Київ : Знання, 2015. 662 с.
8. Саух І.В., Виговський В.Г. Аналітичне забезпечення оцінки кредитоспроможності позичальника. *Ефективна економіка*. 2019. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7210> (дата звернення: 23.09.2019).
9. Тульчинська С.О., Кириченко С.О., Аларікі С.Н. Фінансова стійкість як складова економічної ефективності підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6215> (дата звернення: 23.09.2019).

10. Цал-Цалко Ю.С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2012. 359 с.

REFERENCES:

1. Blank I.O. (2012) *Osnovy finansovoho menedzhmentu* [Fundamentals of Financial Management]. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t. (in Ukrainian).
2. Kovalev V.V. (2012) *Analiz khoziaistvennoi deiatelnosti predpriyatiya* [Analysis of business activity of the enterprise]. Moscow : TK Velby. (in Russian).
3. Kremen' V.M., Shhepetkov S.Ya. (2014) Ocinyuvannya finansovoyi stijkosti pidpry'yemstva [Evaluation of financial stability of the enterprise]. *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 1, pp. 107-115.
4. Maksimova M.V., Cherednichenko D.S. (2019) Teoretychni pidkhody do formuvannja systemy pokaznykiv ocinky prybutku pidpry'emstva [Theoretical approaches to forming the system of enterprise performance measures]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], vol. 8. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7229> (accessed 23 September 2019).
5. Pavlovska V.O., Prytuliak N.M., Nevmerzhytska N.Yu. (2017) *Finansovyi analiz* [Financial Analysis]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian).
6. Poddierohin A.M., Naumova L.Yu. (2013) *Finansova stijkist pidpryiemstv v ekonomitsi Ukrainy* [Financial sustainability of enterprises in the Ukrainian economy]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian).
7. Savytska H.V. (2015) *Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpryiemstva* [Economic analysis of the activity of the enterprise]. Kyiv : Znannia. (in Ukrainian).
8. Saukh I.V., Vyhovsky V.H. (2019) Analitичне zabezpechennja ocinky kredytopromozhnosti pozychalnyka [Analytical provision for credit assessment of the loan]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], vol. 8. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7210> (accessed 23 September 2019).
9. Tylchynska S.O., Kyrychenko S.O., Alariky S.N. (2018) Finansova stijkist jak skladova ekonomichnoji efektyvnosti pidpry'emstva [Financial stability as a component of the economic efficiency of the enterprise]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], vol. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6215> (accessed 23 September 2019).
10. Czal-Czalko Yu.S. (2012) *Finansova zvitnist' pidpry'yemstva ta yiyi analiz* [he financial statements of the enterprise and its analysis]. Kyiv : CzUL. (in Ukrainian).

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ БЕЗПЕКИ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

PROVISION OF CORPORATE SECURITY BY DEVELOPING CORPORATE CULTURE OF ENTERPRISE

Пріоритетність вирішення важливої проблеми забезпечення корпоративної безпеки промислових підприємств стимулює до пошуку все нових напрямів. Одним із таких напрямів можна вважати розвиток корпоративної культури. Корпоративна культура є в умовах будь-якого підприємства з моменту його створення і до ліквідації, незалежно від того, чи їй приділяється необхідна увага з боку керуючої системи, чи вона формується спонтанно під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Відмінність полягає в тому, що під час здійснення цілеспрямованих дій із формування та розвитку корпоративної культури вона виконує роль важливого стратегічного інструменту розвитку бізнесу, застосування якого сприяє не лише об'єднанню усіх учасників для досягнення цілей, але й усвідомленню кожним працівником важливості захисту свого робочого місця та підприємства загалом як частини власного життєвого простору. Обґрунтовано принципи та функції розвитку корпоративної культури, які сформовані з урахуванням безпекового аспекту. Визначено завдання суб'єктів безпеки в процесі розвитку корпоративної культури українських підприємств.

Ключові слова: безпека, корпоративна безпека, корпорація, корпоративна культура, інтерес, загроза.

опасности промышленных предприятий стимулирует к поиску все новых направлений. Одним из таких направлений можно считать развитие корпоративной культуры. Корпоративная культура существует в условиях любого предприятия с момента его создания и до ликвидации, вне зависимости от того, уделяется ли ей необходимое внимание со стороны управляющей системы или она формируется спонтанно под влиянием внутренних и внешних факторов. Отличие заключается в том, что при осуществлении целенаправленных действий по формированию и развитию корпоративной культуры она выполняет роль важного стратегического инструмента развития бизнеса, применение которого не только способствует объединению всех участников для достижения целей, но и осознанию каждым работником важности защиты своего рабочего места и предприятия в целом как части собственного жизненного пространства. Обоснованы принципы и функции развития корпоративной культуры, которые сформированы с учетом безопасности аспекта. Определены задачи субъектов безопасности в процессе развития корпоративной культуры украинских предприятий.

Ключевые слова: безопасность, корпоративная безопасность, корпорация, корпоративная культура, интерес, угроза.

УДК 338.24.021.8

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-15>

Шира Т.Б.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування
Українська академія друкарства

Shyra Taras

Ukrainian Academy of Printing

Приоритетность решения важной проблемы обеспечения корпоративной без-

The priority of solving the important problem of ensuring the corporate security of industrial enterprises stimulates the search for new directions. One of these areas can be considered the development of corporate culture. It has been found that a considerable number of terms are synonymous with the scientific literature, which give more than a general idea of the possibility of coordinated interaction between managers and company personnel. Accordingly, the lack of a proper theoretical basis hampers the processes of corporate culture formation and development in practice. The question of enhancing corporate security at the expense of corporate culture can be considered as under-researched, which actualizes the need for scientific research. It is substantiated that corporate culture exists in the conditions of any enterprise from the moment of its creation until its liquidation, whether it is given the necessary attention from the management system or it is formed spontaneously under the influence of internal and external factors. The difference is that, when taking deliberate actions to form and develop a corporate culture, it serves as an important strategic tool for business development, the use of which not only contributes to the unification of all participants to achieve the goals, but also to the awareness of each employee the importance of protecting their workers. places and businesses in general as part of one's own living space. It is substantiated that, from the point of view of ensuring corporate security, the corporate culture can be considered as a set of connections that provide, on the basis of the system of material and spiritual values, the coherence of interests of all interested internal and external participants, which forms the basis for their organizational unity in perception and meeting the goals of safe operation and development of the enterprise. The principles and functions of corporate culture development, which are formed taking into account the security aspect, are substantiated. In the set of principles, the main aspect is made on the necessity of gradually informing each participant, introducing changes in the rules and norms of corporate culture, which imply a common slow motion to achieve and maintain the necessary level of corporate security, which contributes to the functioning and development of the enterprise, and thus creates conditions for pursuing individual and group interests. The tasks of the subjects of security in the process of development of corporate culture of Ukrainian enterprises are defined.

Key words: security, corporate security, corporation, corporate culture, interest, threat.

Постановка проблеми. Останні кілька десятиріч років ознаменувалися для українських підприємств поступовою руйнацією створеного під впливом комуністичної ідеології життєвого взаємозв'язку між працівником та підприємством. Наявні обмеження щодо вибору професії, місця навчання, примусове скерування на перше робоче місце та перепони у кар'єрному зростанні, які створювалися через національність та соціальний статус батьків, суттєво впливали на їхню поведінку, ступінь досягнення певних творчих та

виробничих результатів, здатність повною мірою реалізувати свої здібності та досягнути особистих інтересів. Приватизаційні процеси, розвиток малого бізнесу та посилення міграційних процесів унеможливили застосування інструментів планової економіки, але на заміну їм не були створені нові, тобто вони з'явилися, але не стали інструментами управління. Для прикладу, сьогодні одночасно використовуються такі терміни-синоніми, як «культура», «культура підприємства», «культура організації», «організаційна культура»,

«управлінська культура», «виробнича культура», «підприємницька культура», «культура трудових відносин», «корпоративна культура», «культура фірми (фабрики)» і т.д. Нічого, окрім хаотичного застосування та більш ніж загального уявлення про можливість узгодженої взаємодії між менеджерами та персоналом підприємства, усі перелічені терміни не дають. Фактична відсутність належного теоретичного підґрунтя гальмує процеси формування та розвитку корпоративної культури на практиці. Питання ж посилення корпоративної безпеки за рахунок корпоративної культури можна вважати малодослідженим, що актуалізує необхідність наукового пошуку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням забезпечення безпеки підприємств багато уваги приділяють вітчизняні та закордонні вчені, такі як Л. Абалкін, О. Ареф'єва, І. Бінко, З. Варналій, О. Власюк, Т. Васильців, З. Герасимчук, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, З. Живко, О. Захаров, В. Ковальов, Г. Козаченко, О. Ляшенко, В. Мунтян, Є. Олейников, Г. Пастернак-Таранушенко, В. Пономаренко, В. Франчук, Л. Шемаєва, С. Шкарлет, В. Шлемко, В. Ярочкін та інші. Однак доцільно відзначити недостатню увагу науковців щодо розгляду корпоративної культури як інструменту управління корпоративною безпекою підприємства.

Постановка завдання. Мета статті полягає у формуванні методичних засад розвитку корпоративної культури як інструменту в процесі забезпечення корпоративної безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У наукових публікаціях щодо історичних коренів виникнення та розвитку корпоративної культури згадуються три найбільш значущі історичні події. Перша полягає у тому, що термін «корпоративна культура» був застосований ще у XIX ст. відомим німецьким військовим Г. фон Мольке, яким він охарактеризував відносини між офіцерами. Друга – пов'язана з результатами експерименту Е. Мейо, який проводився упродовж п'яти років, починаючи із 1927-го, в умовах компанії «Вестерн Електрик», а його результати дали змогу виявити та обґрунтувати сутність таких явищ, як «поведінка індивідуума в компанії» та «почуття групової причетності», що стало основою для розгляду ролі кожної окремої особистості в результатах функціонування компанії. Третя, яка датується другою половиною XX ст., визначає початок зосередження уваги представників різних наукових шкіл на визначенні суті корпоративної безпеки та її впливу на результати діяльності корпорацій. У межах третьої події, спираючись на методологічні засади стратегічного менеджменту, постулати теорії організації та теоретичне підґрунтя організаційної поведінки, була сформована концепція корпоративної культури.

Сучасні трактування терміна «корпоративна культура» певним чином різняться за рахунок

акценту на окремих аспектах. Коротко охарактеризуємо сутність ключових підходів. Так, авторський колектив під керівництвом В. Воронкової [2, с. 36] доводить необхідність сприйняття корпоративної культури як «сфери менеджменту», що дає змогу об'єднувати, згуртовувати персонал для виконання поставлених завдань, зокрема отримання прибутку. Доволі велика група науковців спільні у своїй позиції щодо необхідності визначення досліджуваного терміна як «системи цінностей» [5, с. 133], яка об'єднує не лише менеджерів та працівників, але й зовнішніх контрагентів, зокрема постачальників, клієнтів, представників місцевої громади тощо. Присутні й вузькі трактування, які полягають у визначенні корпоративної культури як «сукупності правил, що стосується всіх форм ділового спілкування» [3, с. 153] або ж «інструменту стратегічного розвитку» [6, с. 133].

Узагальнюючи, можна стверджувати, що з погляду забезпечення корпоративної безпеки, корпоративну культуру можна вважати сукупністю зв'язків, які забезпечують на основі системи матеріальних та духовних цінностей узгодженість інтересів усіх зацікавлених внутрішніх та зовнішніх учасників, що формує основу для їх організаційної єдності у сприйнятті та виконанні цілей щодо безпечного функціонування та розвитку підприємства.

Сформоване визначення та викладені вище аргументи на користь тісного зв'язку між корпоративною культурою та корпоративною безпекою дають змогу сконцентрувати увагу на процесі розвитку корпоративної культури як важливого інструменту для суб'єктів безпеки в умовах високої нестабільності середовища функціонування та обмеженості ресурсного й організаційного забезпечення.

Розвиток корпоративної культури повинен полягати насамперед в уточненні цінностей, які прийнятні для акціонерів, менеджменту, працівників та інших учасників та в загальному вигляді відображені в місії підприємства. Сам процес розвитку повинен здійснюватися відповідно до принципів. У науковій літературі домінує позиція, яка сформована В. Білою, О. Мукан, Р. Балою [1, с. 12], щодо необхідності дотримання загальних («соціально-економічного та інтелектуального розвитку; всеохопленості та системності; вимірності та корисності; відкритості та постійного вдосконалення; координації; обов'язковості; винагороди; відповідності чинному законодавству» [1, с. 12]) та спеціальних («вільного прояву; узгодженості та відповідності цілей; чіткості; особистісно-орієнтованого менеджменту; стосунків «керівник-працівник»; еталону» [1, с. 12]) принципів. Загалом погоджуючись із таким підходом, вважаємо, що акцент на розвиток корпоративної культури з позиції забезпечення корпоративної

безпеки вимагає не лише уточнення окремих принципів, але й формування групи спеціальних, які би враховували особливості дій суб'єктів безпеки (рис. 1).

У сформованій сукупності принципів основний аспект зроблено на необхідності поступового доведення до відома кожного учасника, внесення змін у правила та норми корпоративної культури, які передбачають спільну відповідальність за досягнення та підтримку необхідного рівня корпоративної безпеки, яка сприяє функціонуванню та розвитку підприємства і створює умови для досягнення індивідуальних та групових інтересів.

Поруч із принципами потрібно розглянути й функції, які уможливають за рахунок управління процесом розвитку корпоративної культури виконання завдань у сфері корпоративної безпеки. У науковій літературі [4, с. 37] присутні позиції щодо функцій корпоративної культури, які певним

чином різняться, але не враховують безпекові аспекти. Узагальнюючи сутність корпоративної культури та корпоративної безпеки, ми сформулювали такий перелік основних функцій:

- створення іміджу надійної та захищеної компанії;
- формування поведінки учасників через розроблення норм і правил (формальних та неформальних) для посилення уваги до процесу забезпечення корпоративної безпеки;
- посилення індивідуальної та групової відповідальності за реалізацію захисних заходів;
- налагодження співпраці з постачальниками, споживачами, місцевою громадою тощо для збереження взаємовигідної співпраці через узгодженість дій у сфері забезпечення безпеки бізнесу;
- формування спільних цінностей для посилення взаємодії між учасниками та послаблення внутрішньо корпоративних суперечностей;



Рис. 1. Принципи розвитку корпоративної культури, дотримання яких сприяє забезпеченню корпоративної безпеки

– створення інформаційних каналів для своєчасної та адекватної реакції на зміну рівня корпоративної безпеки;

– спрощення процесу пристосування нових учасників до специфіки функціонування та відмінностей корпоративної культури підприємства.

Сформований перелік функцій ще раз доводить, що за рахунок цілеспрямованих дій щодо розвитку корпоративної культури суб'єкти безпеки мають можливість отримати багатопрофільний інструмент, який формує основу інформаційного забезпечення, гармонічність та монолітність учасників у досягненні загальних інтересів, підтримку зовнішніх контрагентів та зменшує ймовірність виникнення внутрішніх загроз.

З позиції забезпечення корпоративної безпеки в процесі розвитку корпоративної культури суб'єкти безпеки повинні максимальну увагу приділити таким моментам, як:

– виконання норм і правил корпоративної культури акціонерами, членами наглядової ради та менеджерами як взірць для наслідування працівниками;

– відбір та найм персоналу, що полягає в оцінюванні досвіду, кваліфікації, психологічної сумісності претендентів, виявленні можливих представників «групи ризику»;

– формування системи цінностей та забезпечення їх дотримання усіма учасниками;

– мотивація працівників, що передбачає внесення своєчасних та необхідних змін у систему мотивації для стимулювання продуктивної та творчої праці шляхом застосування матеріальних та нематеріальних форм;

– адаптація нових учасників (працівників, менеджерів, акціонерів) до корпоративної культури з метою зменшення часу пристосування та забезпечення спадковості трудових традицій;

– контроль персоналу, спрямований на зниження рівня конфліктності та забезпечення комфортності мікроклімату, зменшення плинності кадрів, виявлення фактів шахрайства та використання службового положення менеджментом;

– посилення зв'язків у «корпоративній родині» шляхом приділення уваги та допомоги у вирішенні проблем кожного окремого учасника.

Визначені моменти повинні входити до переліку завдань суб'єктів безпеки, що забезпечує підтримку та контроль розвитку корпоративної культури.

Висновки з проведеного дослідження. Корпоративна культура виступає інструментом корпоративної безпеки, але одночасно суб'єкти безпеки

відіграють важливу роль в управлінні її розвитком. Корпоративну культуру не можна вважати розробленим в умовах певного підприємства внутрішнім правилом чи нормою для службового використання, які затверджуються раз на десять років. Це хибна позиція. Корпоративна культура є динамічною, активною, не завжди видимою частиною організації, яка формується всіма її учасниками.

Подальшого дослідження потребує розроблення методичних засад оцінювання впливу розвитку корпоративної культури на рівень корпоративної безпеки українських підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бала О.І., Мукан О.В., Бала Р.Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. Наукові праці НУ «Львівська політехніка». 2010. № 682. С. 11-15.
2. Корпорації: управління та культура: монографія. / за ред. А.Е. Воронкової. Дрогобич: Вимір, 2006. 376 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. Санкт-Петербург.: Питер, 2006. 464 с.
4. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною безпекою підприємства : монографія / за заг. ред. А. М. Штангрета. Львів : Укр. акад. друкарства, 2017. 276 с.
5. Рудінська О.В., Яроміч С.А., Молоткова І.О. Менеджмент: навч. посіб. Київ : Ельга-Ніка-Центр, 2002. 336 с.
6. Соловійова Р.П., Беляєв Є.Ю. Корпоративна культура XXI століття. Краматорськ : ДДМА, 2005. 100 с.

REFERENCES:

1. Bala O.I., Mukan O.V., Bala R.D. (2010) Pryntsypy korporatyvnoi kultury pidpryemstv: sutnist ta vydy [Principles of corporate corporate culture: nature and types]. Scientific works of NU Lviv Polytechnic. vol. 682, pp. 11-15.
2. Voronkova A.E. (2006) Korporatsii: upravlinnia ta kultura [Corporations: management and culture]. Drohobych: Vymir. (in Ukrainian).
3. Kotler F. (2006) Marketing menedzhment. Jekspress-kurs. [Marketing management. Express course], Sankt-Peterburg : Piter. (in Russian).
4. Shtanhret A.M. (2017) Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryemstva [Accounting and analytical support for managing the economic security of the enterprise]. L'viv : Ukr. akad. drukarstva. (in Ukrainian).
5. Rudinska O.V., Yaromich S.A., Molotkova I.O. (2002) Menedzhment [Management]. Kyiv : Elha-Nika-Tsentr. (in Ukrainian).
6. Soloviova R.P., Bieliaiev Ye.Yu. (2005) Korporativna kultura XXI stolittia [Corporate culture of the XXI century]. Kramatorsk : DDMA. (in Ukrainian).

РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ АРТЕФАКТІВ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ МІСТА ОДЕСИ

USE OF TOURIST ARTIFACTS IN THE FORMATION AND PROMOTION OF THE BRAND OF THE CITY OF ODESSA

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-16>

Музиченко-Козловська О.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій Національний університет «Львівська політехніка»

Muzychenko-Kozlovska Oksana

Lviv Polytechnic National University

У статті з'ясовано сутність понять «артефакти» та «туристичні артефакти», визначено актуальність потреби формування туристичного бренду міста та чинники, які визначають цінність туристичного бренду. Здійснено візуальний огляд та аналіз наявного бренду Одеси, визначено цінності, які формують культуру мешканця Одеси, та пам'ятки, які приваблюють туристів в Одесу. Визначено завдання брендингу туристичної дестинації. Сформовано перелік показників оцінювання загального індексу привабливості туристичного бренду Одеси, якими стали географічне розташування, люди, інфраструктура, маркетингова політика, безпека, імідж. Розроблено модель формування стратегії просування туристичного бренду Одеси, яка передбачає такі етапи, як оцінювання наявного туристичного бренду міста; визначення змісту бренду; формування плану просування туристичного бренду; реалізація плану просування туристичного бренду; оцінювання ефективності брендингу міста.

Ключові слова: туристичні артефакти, туристичний бренд міста, туристична дестинація, брендинг, індекс привабливості, стратегія просування, Причорноморський регіон.

В статті вияснена сутність понять «артефакти» і «туристичні арте-

факти», определены актуальность необходимости формирования туристического бренда города и факторы, которые определяют ценность туристического бренда. Осуществлен визуальный обзор и анализ существующего бренда Одессы, определены ценности, которые формируют культуру жителя Одессы, и достопримечательности, которые привлекают туристов в Одессу. Определены задания брендинга туристической дестинации. Сформирован перечень показателей оценивания общего индекса привлекательности туристического бренда Одессы, которыми стали географическое положение, люди, инфраструктура, маркетинговая политика, безопасность, имидж. Разработана модель формирования стратегии продвижения туристического бренда Одессы, которая предусматривает такие этапы, как оценивание существующего туристического бренда города; определение содержания бренда; формирование плана продвижения туристического бренда; реализация плана продвижения туристического бренда; оценивание эффективности брендинга города.

Ключевые слова: туристические артефакты, туристический бренд города, туристическая дестинация, брендинг, индекс привлекательности, стратегия продвижения, Причорноморский регион.

The article clarifies the essence of the concept of "artifacts" and "tourist artifacts"; clarifies the need to study tourist artifacts; the purpose of tourism branding is formed; the urgency of the need for the formation of the tourism brand of the city and the factors that determine the value of the tourism brand are determined. Carried out a visual inspection and analysis of the existing Odessa brand; suggested measures to improve the existing brand (logo); identified the values that shape the culture of the resident of Odessa and the attractions that attract tourists to Odessa. The role of tourist artifacts in forming the brand of cities of Odessa is established. The task of branding a tourist destination has been identified. The list of indicators of estimation of the general index of attractiveness of the tourism brand of the city of Odessa has been formed, namely: geographical location; people, tourism infrastructure, marketing policy, security, and city image. The task of branding a tourist destination has been identified. The list of indicators of estimation of the general index of attractiveness of the tourism brand of the city of Odessa has been formed, namely: geographical location; people, tourism infrastructure, marketing policy, security, and city image. The model of formation of the strategy of promotion of the tourism brand of Odessa has been developed, which includes the following stages: evaluation of the existing tourism brand of the city, including: comparison of the existing tourism brand of the city with similar brands of other cities; SWOT-analysis of tourism potential of Odessa region; defining the content of the brand, namely: analyzing the target audience, defining the mission and goals of the tourism branding of the city, choosing the methods of tourism branding: promotion and promotion of the tourism brand of the city, improving the Internet resources of the tourism industry of the city; development of a tourism brand promotion plan, which includes the formation of a national network of tourist information centers, participation in international tourist fairs; implementation of a plan to promote the tourism brand and evaluate the branding effectiveness of the city of Odessa, analyzing the achievements from the previous stage.

Key words: tourist artifacts; the city's tourism brand; tourist destination, branding; attractiveness index, promotion strategy, Black Sea region.

Постановка проблеми. У сучасних умовах жорсткої конкуренції розвиток туризму потребує застосування щоразу нових та творчих ідей для стимулювання попиту та підвищення привабливості територій, в межах яких його здійснюють. Ефективний розвиток туристичних дестинацій є можливим лише за умови використання інновацій-

ного підходу до формування їх привабливого іміджу та зацікавлення широкого кола туристів.

Серед об'єктів інтересу сучасних туристів є, безперечно, артефакти, зокрема сучасні, що уособлюють атмосферу місцевості, її традиції та колорит, ментальність її мешканців, яким притаманний символічний контекст. Таких об'єктів на світовому

туристичному ринку існує велика кількість, однак переважно вони є історичними. Історичні артефакти є фактором підвищеного попиту на туристичні подорожі до країн, де вони сконцентровані.

В сучасних умовах розвитку туризму для популяризації дестинацій назріла необхідність створювати та популяризувати сучасні артефакти, які дадуть змогу підвищити привабливість тих місцевостей, де відсутні історичні чи культурні пам'ятки. Однак ця проблема недостатньо досліджена науковцями, тому актуальним завданням є дослідження, пов'язане з використанням туристичного потенціалу територій, зокрема артефактів як інноваційних об'єктів територіального брендингу. Метою дослідження є можливість використання туристичних артефактів для покращення бренду міста.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам, які виникають під час дослідження територіального брендингу, присвячені численні праці вчених та практиків. Зокрема, Н.П. Шалигіна [1] пропонує програму з брендингування регіону для підвищення його туристичної привабливості; Л.В. Малік [2] визначає основні фактори, що можуть обумовлювати успішність брендингу території; Т.А. Смирнова [3] визначає роль брендингу в підвищенні привабливості міста для туризму; О.А. Біловодська [4] пропонує стратегію формування бренду міста; Ю.В. Чала [5] визначає залежність між брендом країни та її світовим визнанням і соціально-економічним розвитком; А.А. Мазаракі [6] пропонує інноваційні засади формування туристичного бренду; А.Ю. Парфіненко [7] досліджує об'єкти всесвітньої культурної спадщини як маркери туристичної ідентифікації території.

Однак проблема використання туристичних артефактів як інноваційних об'єктів територіального брендингу міста потребує подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сутності туристичних артефактів, оцінювання можливості їх використання для покращення іміджу та просування бренду Одеси задля підвищення туристичної привабливості міста.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для ефективного управління туристичною діяльністю в регіоні задля підвищення його туристичної привабливості необхідно постійно працювати над розробленням та впровадженням різних видів інновацій, використанням наявного туристичного потенціалу та інтелектуального капіталу.

Задля цього необхідно проаналізувати стан ринку туристичних послуг в межах досліджуваної території. Завданням такого аналізу є визначення туристичного потенціалу та показників, що дають можливість оцінити його спроможність задовольняти попит на туристичні послуги, а також створення умов для стабільного підвищення туристичної привабливості території.

Для прийняття економічно обґрунтованих, ефективних рішень під час реалізації регіональної туристичної політики необхідно як слід проаналізувати дані, якими оперують органи державної влади на місцях, що дасть змогу визначити недоліки управління туристичною галуззю регіону та вибрати найкращі варіанти для регулювання цим процесом.

Мало дослідженими та незалученими в туристичну діяльність є артефакти, які дають змогу сформувати бренд території, отже, підвищувати його привабливість для туристів.

Артефакт (лат. «Artefactum», що перекладається як «штучно зроблений») – це явище, процес, предмет, властивість предмета або процесу, поява якого в спостережуваних умовах за природних причин неможлива або є малоімовірною. Поява артефакту є ознакою цілеспрямованого втручання в спостережуваний процес або наявності якихось неврахованих чинників. Артефакт культури – це штучно створений об'єкт, що має знаковий або символічний зміст. Артефактами культури можуть бути створені людьми предмети, речі, а також феномени духовного життя суспільства, такі як наукові теорії, забобони, твори мистецтва та фольклор [8].

Артефакт – це будь-який об'єкт, створений або модифікований людьми, явище, яке не властиве якомусь досліджуваному об'єкту, штучний продукт чи утворення, що виникає в ході того чи іншого дослідження, є результатом оброблення об'єкта під час дослідження [9].

У культурології артефакт у звичайному розумінні є будь-яким штучно створеним об'єктом, продуктом людської діяльності. В культурології він є носієм соціально-культурної інформації, життєво смислових значень, засобом комунікації; будь-яким штучно зробленим об'єктом, предметом культури в трьох основних сферах її буття, таких як культура матеріальна, культура духовна, культура людських відносин. Процес, не властивий об'єкту в нормальному для нього стані, виникає зазвичай в ході його дослідження. У культурі він є будь-яким штучно створеним об'єктом, що має як певні фізичні характеристики, так і знаковий або символічний зміст [10].

Поняття «туристичний артефакт» досі не поширене в наукових дослідженнях. Однак на практиці у туристичній діяльності таких об'єктів з'являється щоразу більше. До артефактів належать не лише пам'ятки старовини, але й новітні, штучно створені об'єкти, які символізують певні місця чи події. Отже, їх можна створювати й використовувати, наприклад, для підвищення туристичної привабливості місцевості.

Туристичні артефакти – це штучно створені об'єкти чи події, які характеризують конкретну місцевість за допомогою символічних знаків (брендів), штучно створених розважальних парків та

відображають у знаках ментальність, традиції, особливості поведінки населення, їхні культурно-мистецькі та духовні надбання тощо, яким притаманна новизна.

Туристичні артефакти можуть слугувати основою для формування та просування бренду країни чи окремого міста.

Формування туристичного бренду міста нерозривно пов'язане з національним брендом.

Згідно з визначенням фахівців UNWTO (Всесвітньої туристичної організації) туристичний бренд країни – це сукупність емоційних та раціональних уявлень, що є результатом зіставлення всіх ознак країни, власного досвіду та інформації, що впливають на створення певного образу [11].

За такого підходу побудована методика організації «World Travel Market», яка оцінює найвідоміші туристичні бренди країн [12].

Актуальність потреби формування туристичного бренду міста викликана такими чинниками, як посилення конкуренції на ринку туристичних послуг, яка викликана збільшенням пропозиції; збільшення доступності туристичних дестинацій для туристів; зменшення вартості туристичних маршрутів; потреба пошуку інноваційних складових туристичного продукту для підвищення туристичної привабливості.

Згідно з науковими дослідженнями цінність туристичного бренду полягає у символічному втіленні споживчих (емоційних та функціональних) очікувань від придбання туристичних продуктів; забезпеченні диференціації мультикорисностей туристичних ресурсів та споживчих характеристик туристичних продуктів; виконанні функції так званої бізнес-карти щодо підвищення туристичної привабливості; інтегруванні туристичної привабливості України, оскільки узагальнює інституційно-організаційні, інноваційно-технологічні та культурно-ментальні основи розвитку туристичних ресурсів території (держави, регіону, міста) щодо їх відповідності споживчим очікуванням; детермінуючому впливі цінності туристичного бренду на соціально-економічну цінність туристичного продукту, тобто туристичний бренд уособлює символічну цінність туристичних продуктів [6].

Отже, туристичний бренд місцевості можна використовувати як інструмент для підвищення туристичної привабливості на основі посилення емоційного сприйняття та прихильності.

Оскільки туристичний бренд є лише частиною політики пропаганди туристичної галузі місцевості, для досягнення його мети, що полягає в підвищенні іміджу території та збільшенні кількості туристичних прибуттів, необхідно використовувати інноваційний підхід та впроваджувати сучасні маркетингові засоби просування, тобто розробити та реалізувати стратегічний план туристичного брендингу міста.

Про актуальність створення національної мережі туристичних брендів України (області, райони, міста, територіальні громади, курорти, туристичні території) йдеться у Стратегії розвитку туризму і курортів України [13].

Огляд сайтів міста Одеси та туристичного сайту Одеси показав, що бренд (логотип) міста має вигляд якоря, як відображено на рис. 1 [14].



Рис. 1. Бренд (логотип) м. Одеси

Джерело: [14]

Отже, можна припустити, що його використовують як туристичний бренд. Візуальний огляд наявного логотипа (рис. 1) дає підстави стверджувати, що логотип непривабливий, не відображає основних пам'яток та цінностей міста Одеси, дуже спрощено символізує місто як приморське, не враховує його культуру й колорит і не асоціюється саме з Одесою, адже біля моря в Україні розташовано багато міст.

Наявний логотип важко назвати туристичним брендом Одеси, отже, він потребує не лише вдосконалення, але й промоції.

У 2010 році командою «ВікіСітіНоміка» зроблені спроби створити новий бренд м. Одеси. Зібралися маркетологи міста, творчі люди, що запропонували бренд-платформу, у якій запропоновано гасло «Одеса – місто, яке надихає»; визначено цінності, які формують культуру мешканця м. Одеси, якими стали творчість (відчувається усюди: від повсякденного життя до літератури й мистецтва); натхнення (приємна атмосфера приморського міста впливає на туристів); ставлення (легке ставлення до життя, толерантність); свобода (намагання бути незалежними і в центрі уваги чи не всього світу); комфорт (зручне життя та приємне проведення часу); визнання (намагання виділитись, бути не як усі) [15].

Однак новий туристичний бренд так і не створили. Його вигляд має відображати основні цінності та пам'ятки, які приваблюють туристів в Одесу, серед яких слід назвати міську архітектуру (перлиною є театр опери і балету); море (санаторії, бази відпочинку); природні та тематичні парки, рекреаційні зони; сучасне мистецтво та артефакти; розважальні заклади; фестивалі, події та інші заходи для дозвілля.

Туристично-рекреаційний потенціал Одеської області досить різноманітний, адже існують Одеський національний академічний театр опери та балету; знамениті Потьомкінські сходи; українська Венеція, а саме місто Вилкове; фортеця XII-XV століть в місті Білгороді-Дністровському; розкопки античних міст Тіри і Ніконії; пам'ятники культової архітектури в містах Одесі, Ізмаїлі, Рені, Кілії. Близько 4 500 пам'яток культурної спадщини, 12 міст області занесені до Списку історичних населених місць України. Понад 100 об'єктів культурної спадщини мають статус пам'яток національного значення, що створили Одещині імідж одного з найбільш відомих і популярних, насамперед через свою самобутність, місць для відвідування туристами. В межах території області є 123 об'єкти природно-заповідного фонду, зокрема державне значення мають Дунайський біосферний заповідник, Дунайські і Дністровські плавні, Куяльницький та Шаболатський лимани, ландшафтний парк «Тилігульський», ботанічний сад Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова, 22 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва [18].

На їх основі потрібно створювати бренд, візуальний образ міста Одеси.

Завданнями брендингу туристичної дестинації є формування впізнавання, особливості місцевості; підвищення позитивного, привабливого іміджу серед туристів; покращення задоволеності від відвідування території; збільшення ефективності туристичних витрат; підвищення рівня інвестиційної привабливості місця; збільшення туристичних потоків; підвищення рівня використання туристичного потенціалу; підтримка об'єктів культурного та духовного надбання, які становлять туристичний інтерес, органами влади; опосередковане зменшення рівня безробіття в регіоні; підвищення рівня туристичної привабливості; формування позитивного іміджу держави тощо.

Для реалізації завдань, поставлених після вдосконалення логотипу міста, розробимо відповідну модель формування стратегії просування туристичного бренду, схема якої зображена на рис. 2.

Розглянемо детально кожен з етапів стратегії просування туристичного бренду м. Одеси.

Етап I. Оцінювання наявного туристичного бренду м. Одеси.

Першим кроком стратегічного управління брендингом може бути порівняння наявного туристичного бренду міста з аналогічними брендами інших міст.



Рис. 2. Схема стратегії просування туристичного бренду м. Одеси

Для прикладу розглянемо бренд м. Львова, який зображений на рис. 3.

Графічний вигляд логотипу Львова є зображенням п'яти веж, а саме Вірменської церкви, Вежі Корнякта, Ратуші, Латинського кафедрального собору та церкви Андрія, а також більше сотні тематичних піктограм, що відображають різноманітні події з життя міста.

Отже, порівняння з логотипом м. Львова спонукає до потреби вдосконалити бренд м. Одеси, а саме доповнити піктограмами, які б відображали життя міста.

Для визначення впливу зовнішнього середовища цього процесу здійснюють SWOT-аналіз наявного туристичного бренду м. Одеси.

Аналізування привабливості туристичного бренду Одеси пропонуємо здійснювати за моделлю

С. Анхольта, яка базується на опитуванні місцевих жителів, внутрішніх та зовнішніх туристів і туристичних експертів [16]. Адапована й доповнена модель зображена на рис. 4. За цією моделлю визначають загальний індекс привабливості туристичного бренду міста як середнє арифметичне значень показників, за якими здійснюють оцінювання.

Для покращення сприйняття туристичного бренду міста потрібно розробити таку стратегію його просування, в результаті якої місцеві мешканці та туристи чітко ідентифікуватимуть місцевість серед інших та віддаватимуть їй перевагу. На основі аналізу наявних асоціацій місцевих мешканців та туристів, пов'язаних містом, слід вибрати найсильніші їхні групи та визначити як основу стратегії просування туристичного бренду. Далі критерії, що зазначені в моделі, які належать



Рис. 3. Туристичний бренд м. Львова

Джерело: [14]

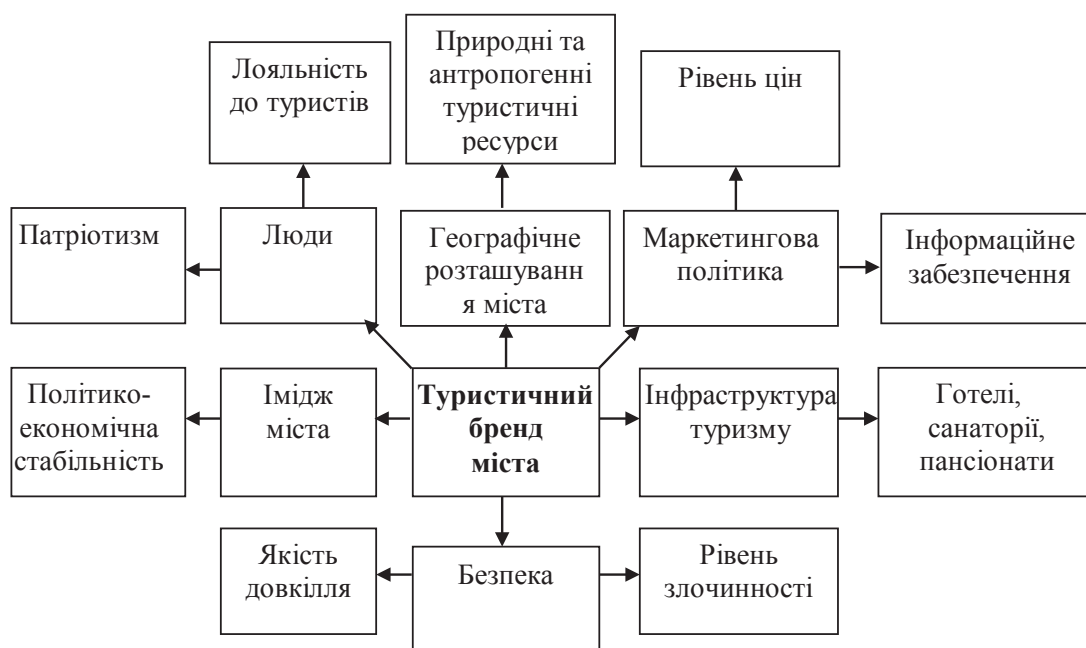


Рис. 4. Схема показників оцінювання туристичного бренду міста

до сильних та слабких сторін, співвідносяться із зовнішніми можливостями та загрозами. У результаті SWOT-аналізу можемо ранжувати сильні сторони та можливості зовнішнього середовища від найбільш до найменш перспективних, а слабкі сторони та загрози – від найбільш серйозних і важливих до несуттєвих. Це є основою для вибору цільових аудиторій та подальшого формування стратегії туристичного брендингу міста.

SWOT-аналіз туристичного потенціалу Одеської області здійснимо на основі такого, який запропонований у Програмі розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017-2020 роки [18], і зведемо його в табл. 1.

Етап II. Визначення змісту туристичного бренду м. Одеси.

Цей етап передбачає аналізування цільової аудиторії. Цільовими аудиторіями просування туристичного бренду м. Одеси можуть бути місцеві мешканці, туристи та інвестори. Цільовими аудиторіями, яким потенційно цікаве місто, можуть бути прихильники рекреаційного, відпочинкового, культурного, паломницького, ділового, екстремального, спортивного, зеленого та сільського туризму тощо.

Визначимо місію та цілі туристичного бренду міста. Місія туристичного бренду м. Одеси полягає у формуванні позитивної, приємної асоціації про нього. Цілями туристичного брендингу є збільшення кількості туристів, особливо іноземних; збільшення кількості інвестиційних коштів; участь представників міста в міжнародних подіях; збіль-

шення кількості повторних візитів до міста; збільшення кількості публікацій про Одесу як про туристичний напрямок.

Далі слід здійснити вибір методів туристичного брендингу. Серед відомих методів просування в туристичному брендингу міста можна використати рекламу, пропаганду чи промоцію. Рекламувати бренд міста можна в газетах, журналах, спеціальних буклетах, телевізійних та радіопрограмах, Інтернеті, туристичних інформаційних центрах, на сувенірній продукції.

Під пропагандою в галузі туризму розуміють неоплачену інформацію, яку поширюють журналісти, фахівці з туризму, туристи, місцеві мешканці.

Спеціально організовану промоцію туристичного бренду міста можна поширити в рамках прес-конференцій, презентацій, фестивалів, міжнародних виставок, зв'язків з громадськістю («public relations»).

Етап III. План просування туристичного бренду міста.

Стратегічний план туристичного брендингу міста є узагальненням усіх попередніх етапів і може визначати один з напрямів розвитку території, якщо туристична галузь визнана пріоритетною. Реалізація плану значною мірою залежить від впізнавання бренду, в основу якого закладена ідея, що асоціюється з містом.

Формування національної мережі туристичних інформаційних центрів передбачає вжиття таких заходів. Структура Національної мережі офіційних туристичних інформаційних центрів в Україні може

Таблиця 1

SWOT-аналіз туристичного потенціалу Одеської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
– Сприятливі умови для поєднання різних видів туризму та оздоровлення; – значні рекреаційні, бальнеологічні та інші природні ресурси; – велика кількість пляжів; – наявність історичної та культурної спадщини; – привабливий туристичний імідж Одеси; – можливості розширення ринку туристичних послуг (зелений, екологічний, гастрономічний, етнографічний, паломницький, медичний, діловий, подієвий туризм); – широкий спектр можливостей щодо забезпечення організованого відпочинку та оздоровлення.	– Незадовільний стан доріг, непривабливість туристичної інфраструктури; – слабка поінформованість про туристичну діяльність у місті; – незадовільний рівень туристичного обслуговування; – відсутність цілісної системної державної політики розвитку туристичної галузі; – недостатня скоординованість роботи різних профільних установ з надання туристичних, оздоровчих та інших супутніх послуг; – відсутність мережі туристичних інформаційних центрів у місті; – недостатність інформації про туристичні атракції на веб-сайтах профільних установ; – нескоординованість інформації на веб-сайтах профільних установ та туристичних об'єктів.
Зовнішні можливості	Зовнішні загрози
– Збільшення значення регіону щодо надання рекреаційно-оздоровчих послуг у зв'язку з анексією Криму; – співпраця з державами Чорноморського регіону; – членство в європейських міжрегіональних об'єднаннях; – транзитні перевезення територією регіону; – розширення сфери послуг; – підписання Угоди про асоціацію з ЄС; – підтримка місцевої влади щодо поліпшення інвестиційного клімату в регіоні.	– Загроза суверенітету України та національній безпеці внаслідок анексії Криму та окупації Донеччини; – конфлікт у спільній прикордонній зоні з Молдовою; – конкуренція з боку інших регіонів та держав; – корупція та нестабільність в економіці; – незадовільний рівень сервісу на туристичних об'єктах; – значні потоки переміщених осіб та проблема їх прийому й розміщення; – низький рівень інвестиційної привабливості; – недостатня поінформованість потенційних інвесторів про можливості регіону.

Джерело: [18]

об'єднати регіональні системи туристично-інформаційних центрів (РТИЦ), які повинні об'єднати системи інформаційного забезпечення туристичної діяльності міст (МТИЦ). Основу РТИЦ і МТИЦ складають офіційні туристично-інформаційні центри (ТИЦ), які розташовані у приміщеннях місцевих рад. До складу офіційних туристичних інформаційних центрів повинні входити автоматизовані інформаційні системи для поширення первинної інформації з місць, привабливих для туристів. Всі місцеві офіційні туристично-інформаційні центри одного регіону повинні бути об'єднані локальною мережею центру інформаційного забезпечення туристичної діяльності, через яку можуть обмінюватись інформацією, наприклад, про кількість вільних місць у готелях, заплановані культурні чи інші заходи, якими цікавляться туристи, наявність квитків на засоби сполучення тощо. Координуючий туристично-інформаційний центр створюється у приміщеннях місцевих органів влади. Неофіційні туристично-інформаційні центри можуть створювати та діяти в готелях, на вокзалах, в аеропортах, кіосках, туристичних агенціях та туристичних бюро, які мають отримувати інформацію від офіційних туристично-інформаційних центрів національної мережі таких закладів [17].

Участь у міжнародних туристичних ярмарках спрямована на створення позитивного іміджу міста, його туристичної, інвестиційної та іншої привабливості. Промоцією м. Одеси як туристичного центру займається Управління туризму, рекреації та курортів Одеської обласної державної адміністрації, як зазначено в Програмі розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017-2020 роки [18].

Удосконалення інтернет-ресурсів туристичної галузі міста полягає в такому. До наявної веб-сторінки Управління туризму, рекреації та курортів у місті доцільно додати веб-сторінки усіх туристичних об'єктів, на яких мали б поширювати інформацію про туристичний бренд міста.

Етап IV. Реалізація плану просування туристичного бренду міста.

Її має здійснювати група планування Управління туризму, рекреації та курортів Одеської обласної державної адміністрації, яка повинна регулярно оцінювати та контролювати результати впровадження стратегічного плану, вносити до нього корективи.

Етап V. Оцінювання ефективності бренду міста.

Його здійснюють шляхом аналізування досягнення з попереднього етапу та за умови його неможливості реалізації, тобто повернення до I етапу.

Результатом реалізації запропонованого стратегічного плану просування бренду міста має бути привернення оптимальної кількості туристів та інвесторів через чітку візуальну ідентифікацію, в основу якої має бути покладена національна та місцева ідентичність.

Висновки з проведеного дослідження. Наявний туристичний бренд (логотип) м. Одеси потребує вдосконалення щодо візуальної частини та покращення просування.

1) Формування туристичного бренду міста пропонуємо здійснювати за таким алгоритмом, як формування ідеї бренду; оцінювання туристичного потенціалу міста за такими факторами, як географічне розташування (природні й антропогенні ресурси), інфраструктура туризму (засоби розміщення, інвестиції), маркетингова політика (ціни, інформаційне забезпечення), якість довкілля, загальний імідж міста (політична ситуація, економічна стабільність, безпека); розроблення логотипу, гасла й «brand book»; аналізування цільової аудиторії, позиціонування бренду, розроблення стратегії просування бренду на національному та міжнародному рівнях.

2) Стратегія просування туристичного міста передбачає такі етапи, як оцінювання наявного туристичного бренду міста; визначення змісту бренду; формування плану просування туристичного бренду; реалізація плану просування туристичного бренду; оцінювання ефективності брендингування міста.

3) Показниками оцінювання загального індексу привабливості туристичного бренду міста можуть бути географічне розташування, люди, інфраструктура, маркетингова політика, безпека, імідж.

У подальших дослідженнях проблем, пов'язаних з туристичним брендингом, доцільно дослідити економічну ефективність вжиття заходів з просування бренду міста.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шалигіна Н.П., Селюков М.В., Курач Є.В. Про роль брендингу у формуванні туристської привабливості регіону. *Фундаментальні дослідження*. 2013. № 8-5. С. 1165-1168.
2. Малік Л.В. Формування бренд-іміджу дестинації в реаліях сучасної України на засадах упровадження КСВ. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 21. № 1. С. 306-310.
3. Смирнова Т.А., Приварникова І.Ю. Формування бренду міста як інноваційний шлях підвищення його привабливості для туризму. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Менеджмент інновацій»*. 2015. Т. 23. Вип. 5. С. 93-100.
4. Біловодська О.А., Гайдабрус Н.В. Стратегічний підхід до формування бренду міста (на прикладі м. Сум). *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 22-31.
5. Чала Ю.В., Кузнєцова Д.І., Расторгуєва О.О. Формування національного бренду України в контексті інтеграції до світової економічної спільноти. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua> (дата звернення: 10.09.2019).
6. Мазаракі А.А. та ін. Інновінг в туризмі : монографія. Київ, 2016. 532 с.

7. Туристичний імідж регіону : монографія / за ред. А.Ю. Парфінєнка. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. 312 с.

8. Вікіпедія (вільна енциклопедія). URL: <http://www.uk.wikipedia.org> (дата звернення: 11.09.2019).

9. Орфографічний словник. URL: <http://www.slovnuk.ua> (дата звернення: 11.09.2019).

10. Словниккультурології: URL: <https://www.gufo.me/dict/culturology> (дата звернення: 11.09.2019).

11. Всесвітня туристична організація: URL: <http://www.unwto.org> (дата звернення: 12.09.2019).

12. World Travel Market. URL: <http://www.wtm.org> (дата звернення: 12.09.2019).

13. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 року. URL: <http://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501> (дата звернення: 17.09.2019).

14. Туристичний портал Одеси. URL: <http://www.odessatourism.org.ua> (дата звернення: 17.09.2019).

15. WikiCityNomika. URL: <http://www.wikicitynomica.org/gorod/city-branding-workshop-odessa-brand-storm.html> (дата звернення: 17.09.2019).

16. Анхольт С. Брендинг: дорога к мировому рынку. Москва : Кудитц-Образ, 2004. 272 с.

17. Музиченко-Козловська О.В. Формування національної системи туристично-інформаційних центрів. Управління інноваційним процесом в Україні: налагодження взаємодії між учасникам : матеріали V міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, 22–23 травня 2014 року. Львів, 2014. С. 39-40.

18. Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017–2020 роки. URL: <https://www.oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5a58d0f18f339.pdf> (дата звернення: 18.09.2019).

19. Бренд-бук м. Львова. URL: <https://www.westnews.info/news/Vidteper-u-Lvova-novij-brend-buk.html> (дата звернення: 18.09.2019).

REFERENCES:

1. Shalyghina N.P., Seljukov M.V., Kurach Je.V. (2013) Pro rolj brendynghu u formuvanni turystskoji pryvablyvistj reghionu [The role of branding in shaping the tourist appeal of the region]. *Basic research*, no. 8-5, pp. 1165-1168.

2. Malik L.V. (2015) Formuvannja brend-imidzhu destynaciji v realijakh suchasnoji Ukrajinj na zasadakh uprovadzhennja KSV [Formation of a brand image of a destination in the realities of modern Ukraine on the basis of CSR implementation]. *Economic analysis*, vol. 21, no. 1, pp. 306-310.

3. Smyrnova T.A., Pryvarnykova I.Ju. (2015) Formuvannja brenda mista jak innovacijnyj shljakh pidvyshhennja jogho pryvablyvosti dlja turizmu [Formation of a city brand as an innovative way of increasing its attractiveness for tourism]. *Innovation management*, vol. 23, no. 5, pp. 93-100.

4. Bilovodsijka O.A., Ghajdabrus N.V. (2012) Stratehichnyj pidkhid do formuvannja brenda mista (na

pryklyadi m. Sum) [A strategic approach to the formation of a city brand (for example, Sumy)] *Marketing and innovation management*, no. 2, pp. 22-31.

5. Chala Ju.V., Kuznjecova D.I., Rastorghujeva O.O. Formuvannja nacionaljnogho brendu Ukrajinj v konteksti integraciji do svitovoji ekonomichnoji spiljnoty [Formation of the national brand of Ukraine in the context of integration into the world economic community]. Available at: <http://essuir.sumdu.edu.ua> (accessed 10 September 2019).

6. Mazaraki A.A. (2016) Innovinh v turyzmi [Innovating in tourism]. Kyjiv : Kyiv National University of Trade and Economics. (in Ukrainian).

7. Parfinenko A.Ju. (2011) Turystychnyj imidzh reghionu [Tourist image of the region]. Kharkiv. (in Ukrainian).

8. Vikipedija (viljna encyklopedija) [Vikipedija (viljna encyklopedija)]. Available at: <http://www.uk.wikipedia.org> (accessed 11 September 2019).

9. Orfoghrafichnj slovnyk [Spelling Dictionary]. Available at: <https://www.slovnuk.ua> (accessed 11 September 2019).

10. Slovnyk z kuljturologhiji [Dictionary of cultural studies]. Available at: <https://www.gufo.me/dict/culturology> (accessed 11 September 2019).

11. Vsesvitnja turystychna orghanizaciji [World Tourism Organization]. Available at: <https://www.unwto.org> (accessed 12 September 2019).

12. World Travel Market. Available at: <https://www.wtm.org> (accessed 12 September 2019).

13. Pro skhvalennja Strateghiji rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [On approval of the Tourism and Resort Development Strategy for the period up to 2026]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501> (accessed 17 September 2019).

14. Turystychnyj portal Odesy [Odesa Travel Portal]. Available at: <http://www.odessatourism.org.ua> (accessed 17 September 2019).

15. WikiCityNomika. Available at: <http://wikicitynomica.org/gorod/city-branding-workshop-odessa-brand-storm.html> (accessed 17 September 2019).

16. Ankholjt S. (2004) Brendyngh: dorogha k myrovomu rynku [Branding: the road to the global market]. Moskow : Kuditz-image. (in Russian).

17. Muzychenko-Kozlovskaja O.V. (2014) Formuvannja nacionaljnoji systemy turystychno-informacijnykh centriv [Formation of national system of tourist information centers] *Proceedings of the Managing the Innovation Process in Ukraine: Establishing Interaction between Participants (Lviv, May 22-23)*. Lviv : Publisher of Lviv Polytechnic, pp. 39-40.

18. Proghrama rozvytku turyzmu ta kurortiv v Odesjkij oblasti na 2017-2020 roky. [Tourism development program in Odesa region]. Available at: <https://www.oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5a58d0f18f339.pdf> (accessed 18 September 2019).

19. Brend-buk m. Ljvova [Brand-book of Lviv]. Available at: <https://westnews.info/news/Vidteper-u-Lvova-novij-brend-buk.html> (accessed 18 September 2019).

МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ УДОСКОНАЛЕННЯ І МОДЕРНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ

MECHANISMS AND TOOLS FOR IMPROVEMENT AND MODERNIZATION OF SOCIAL INFRASTRUCTURE OF THE REGION

У статті на основі аналізу сучасних тенденцій розвитку регіональних соціально-економічних систем переглянута та доповнена система показників функціонування соціальної інфраструктури. Відзначено необхідність перегляду наявних параметрів і завдань розвитку соціальної інфраструктури в регіоні. Обґрунтовано важливість розроблення нової стратегії модернізації соціальної інфраструктури та її впровадження. Запропоновано алгоритм розроблення програми такої модернізації, що сприятиме узгодженості дій між різними регіональними галузевими відомствами. Визначено мету управління програмою модернізації соціальної інфраструктури та завдання, які вирішуються за допомогою цієї модернізації. Наголошено на необхідності розроблення та узгодження довгострокової стратегії розвитку всіх установ соціальної інфраструктури в регіоні задля розкриття подальших перспектив ефективного розвитку та модернізації соціальної інфраструктури регіону загалом.

Ключові слова: модернізація, соціальна інфраструктура, регіональна економіка, соціально-економічна система, фактори модернізації, алгоритм програми модернізації.

В статье на основе анализа современных тенденций развития региональных соци-

ально-экономических систем пересмотрена и дополнена система показателей функционирования социальной инфраструктуры. Отмечена необходимость усовершенствования существующих параметров и заданий развития социальной инфраструктуры в регионе. Обоснована важность разработки новой стратегии модернизации социальной инфраструктуры и ее внедрения. Предложен алгоритм разработки программы такой модернизации, что будет способствовать согласованности действий между различными региональными отраслевыми ведомствами. Определены цель управления программой модернизации социальной инфраструктуры и задания, решаемые с помощью этой модернизации. Сделан акцент на необходимости разработки и согласования долгосрочной стратегии развития всех учреждений социальной инфраструктуры в регионе с целью раскрытия дальнейших перспектив эффективного развития и модернизации социальной инфраструктуры региона в целом.

Ключевые слова: модернизация, социальная инфраструктура, региональная экономика, социально-экономическая система, факторы модернизации, алгоритм программы модернизации.

УДК 336.773 (732)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-17>

Панасюк В.М.

д.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування
Тернопільський національний економічний університет

Panasjuk Valentyna

Ternopil National Economic University

In the article, based on the analysis of current tendencies of regional socio-economic systems development, the system of indicators of the functioning of social infrastructure is reviewed and supplemented. In particular, the indicators that show the demand for services provided by social organizations, personnel support indexes and indicators of availability of material and technical resources in social institutions are described and proposed for use. The necessity to review the existing parameters and tasks that are solved through this modernization are defined. It is emphasized that modernization implies improving the quality of social infrastructure provision of services, increasing the share of the population covered by such services, solving the problems of human capital formation, which meets the goals and objectives of regional development. The algorithm for the development of a program of such modernization, which will facilitate the coherence of actions between different regional sectorial agencies, is proposed. The need to develop and agree on a long-term strategy for the development of all social infrastructure institutions in the region and creation of strong relationships between them is emphasized in order to open up further prospects for the effective development and modernization of the region's social infrastructure as a whole. For improvement the social services, such instruments as benchmarking, QR-codes, NFS technologies, electronic diaries to schoolchildren; electronic food cards for low-income families; electronic cards for travel in transport; city resident cards, and other new technologies are proposed to implement.

Key words: modernization, social infrastructure, regional economy, socio-economic system, factors of modernization, algorithm of modernization program.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвиток економіки передусім супроводжується суттєвими перетвореннями, що пов'язані з ефективним використанням ресурсної бази. При цьому вплив соціальної інфраструктури на економічний розвиток регіону не завжди є очевидним. Варто зауважити, що саме рівень розвитку соціальної інфраструктури відіграє ключову роль у формуванні факторів економічного розвитку регіону, які належать до групи ендегенних. Чільне місце серед цих факторів посідає людський капітал, формування якого в регіоні є завданням соціальної інфраструктури, тому модернізація соціальної інфраструктури є базовою умовою функціонування та розвитку регіональної соціально-економічної системи.

Модернізація соціальної інфраструктури в регіоні покликана не лише вирішувати питання забезпечення ринку праці робочою силою, але й вирішувати проблеми щодо запитів регіональної економіки, забезпечення формування людського капіталу відповідно до потреб регіональної економіки в кадрах.

З огляду на такі вимоги потрібно кардинально переглянути систему показників функціонування соціальної інфраструктури. Зазначена система може бути представлена у вигляді трьох показників, таких як показник попиту послуг установ соціальної сфери, показник кадрового забезпечення та показник матеріально-технічного оснащення установ соціальної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сучасними зарубіжними та вітчизняними дослідниками проблем модернізації соціальної інфраструктури є В. Іванов [13], О. Євсєєва [9], В. Дубницький, В. Комірна, І. Ганжела [8], С. Бандур, Т. Заяць, В. Куценко [1], М. Вебер [5], Л. Ситар, Р. Скриньовський [14], А. Чухно [15] та інші. Огляд публікацій свідчить про те, що питання модернізації соціальної інфраструктури розглядаються опосередковано. Кількість публікацій, спрямованих на дослідження проблем, пов'язаних з модернізацією соціальної інфраструктури в регіонах, є незначною, майже відсутні дослідження щодо перегляду системи показників функціонування соціальної інфраструктури. Однак сучасний економічний розвиток держави загалом і регіонів зокрема вимагає перегляду системи показників функціонування соціальної інфраструктури, що повинні не тільки фіксувати поточний стан і динаміку соціальної інфраструктури, але й відображати її завдання з формування людського капіталу регіону. За таких умов зростає важливість того, щоби соціальна інфраструктура відповідала запитам регіональної економіки, забезпечувала формування людського капіталу відповідно до потреб регіональної економіки в кадрах.

Постановка завдання. Метою статті є визначення пріоритетних шляхів модернізації соціальної інфраструктури регіону з огляду на цілі, завдання, умови та особливості функціонування регіональних соціально-економічних систем.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Під час формування цілей та завдань розвитку соціальної інфраструктури регіону необхідно враховувати умови та особливості функціонування регіональних соціально-економічних систем загалом. Сьогодні розвиток регіональних соціально-економічних систем вимагає більшого рівня професіоналізму та конкурентоспроможності фахівців, що актуалізує завдання розвитку соціальної інфраструктури на регіональному рівні. Це є важливим аспектом соціально-економічної системи регіону, що формує людський капітал [9].

В умовах сучасного ринку важливим є перегляд системи показників функціонування соціальної інфраструктури. Ці показники повинні не тільки фіксувати поточний стан і динаміку соціальної інфраструктури, але й відображати виконання її завдань з формування людського капіталу регіону. З огляду на ці критерії зазначена система може бути представлена у вигляді таких трьох показників [9].

1) Показники попиту послуг установ соціальної сфери, які включають кількість осіб, що припадають на одну установу соціальної сфери за видами діяльності; частку населення, охопленого послугами установ соціальної сфери; обсяг послуг установ соціальної сфери за видами діяльності в розрахунку на одну установу; обсяг послуг уста-

нов соціальної сфери за видами діяльності в розрахунку на одну людину; частку платних послуг установ соціальної сфери за видами діяльності в їх загальному обсязі; спеціалізовані показники й послуги установ соціальної сфери відповідно до специфіки їх діяльності.

При цьому уникнення кадрового дисбалансу в соціально-економічній системі регіону є неможливим без перегляду соціальної інфраструктури в конкретному регіоні. Показниками попиту послуг є показники попиту на соціальну інфраструктуру в регіоні, що відображають кількісний та якісний попит на послуги закладів охорони здоров'я, освіти й культури в регіоні. Такі показники включають обсяг послуг, частку населення, охопленого послугами соціальної сфери, частку штатних послуг та спеціалізовані показники затребуваності послуг установ соціальної сфери. Вищезазначені показники в умовах соціальної сфери є визначальними показниками функціонування соціальної сфери в регіоні.

2) Показник кадрового забезпечення установ соціальної сфери. Саме цей показник свідчить про наявність або дефіцит в соціальній інфраструктурі регіону професійного кадрового потенціалу. Він визначає показники професійно-кваліфікаційної структури працюючих у соціальній сфері за видами діяльності; обсяг послуг установ соціальної сфери за видами діяльності в розрахунку на одного працюючого в них; спеціалізовані показники кадрового забезпечення установ соціальної сфери відповідно до специфіки їх діяльності; обсяг штатних послуг установ соціальної сфери за видами діяльності в розрахунку на одного працюючого в них. Варто акцентувати увагу на тому, що показники кадрового забезпечення установ соціальної сфери є пропозицією в соціальній інфраструктурі регіону. Показник кадрового забезпечення є одним з основних факторів соціальної інфраструктури регіону, який виконує ключову роль у забезпеченні установ соціальної сфери трудовими ресурсами. Від цього залежать ефективність та якість забезпечення кадрами соціальної інфраструктури та успішність установи загалом.

3) Показники матеріально-технічного оснащення установ соціальної сфери, якими є кількість установ соціальної сфери за видами діяльності в розрахунку на 1000 осіб; абсолютні показники матеріально-технічного забезпечення закладів соціальної сфери в розрахунку на 1 особу; показники матеріально-технічного забезпечення установ соціальної сфери відповідно до специфіки їх діяльності; ступінь відповідності рівня оснащеності установ соціальної сфери встановленим вимогам; показники оснащеності установ соціальної сфери обладнанням; показники оснащеності установ соціальної сфери іншими матеріально-технічними засобами.

Визначення нової системи показників функціонування соціальної інфраструктури сприяє активізації

роботи щодо модернізації соціальної інфраструктури регіону, розгляду її як єдиного комплексу щодо реалізації в соціально-економічній системі функцій з формування й розвитку людського капіталу.

Сьогодні важливим є перехід до нової стратегії модернізації соціальної інфраструктури, що вимагає перегляду параметрів і завдань щодо розвитку соціальної інфраструктури в регіоні. Схема регіонального управління модернізацією соціальної інфраструктури взаємозалежна з формуванням людського капіталу, а результатом свого функціонування передбачає як підвищення якості надання закладами соціальної інфраструктури послуг, збільшення частки населення, охопленого такими послугами, так і вирішення завдань з формування людського капіталу, який відповідає цілям й задачам регіонального розвитку [2].

Варто зауважити, що структура закладів охорони здоров'я, освіти, культури, підготовки кадрів повинна бути не тільки чітко визначена, спеціалізована, але й територіально диверсифікована зі створенням просторово локалізованих і функціонально пов'язаних багаторівневих мереж установ соціальної інфраструктури [10]. Все це створить додаткові можливості для розвитку соціальної інфраструктури в регіоні та дасть змогу забезпечити необхідними кадрами підприємства, організації та приватний бізнес конкретного регіону.

Важливим пріоритетом підвищення якості надання соціальних послуг є створення сприятливих умов життєдіяльності людини в регіоні, що забезпечить скорочення міграційного відтоку. Так, у сфері професійної освіти як ключового елементу соціальної інфраструктури, відповідального за формування професійно-кваліфікаційної складової людського капіталу, ключовим інструментом управління може стати регіональне й приватне замовлення. Формування такого замовлення є можливим у рамках цільового замовлення в професійні освітні установи з укладанням конкретних договорів, які передбачають проведення практик, написання курсових і дипломних проектів, а також подальше працевлаштування на підприємстві чи в установі. Отже, залучення інвестицій на регіональному рівні є можливим не тільки за рахунок регіонального й муніципального бюджету, але й за рахунок власника або приватного бізнесу. Розвиток людського капіталу в регіоні є можливим також за допомогою перепідготовки персоналу через регіональну систему професійної освіти. Ці завдання можна вирішити на рівні суб'єкта господарювання шляхом розроблення регіональної програми модернізації соціальної інфраструктури. Формування програми модернізації соціальної інфраструктури території передбачає певний порядок дій (рис. 1).

Зауважимо, що розроблення такої програми забезпечить узгодженість дій різних регіональних

галузових відомств, у підпорядкуванні яких перебувають установи соціальної інфраструктури, дасть змогу вибудувати систему взаємодії між установами культури та освіти, освіти й науки, освіти й охорони здоров'я, а також їх взаємодії з реальним сектором економіки у вирішенні завдань щодо формування людського капіталу [4].

1) Під час формування програми модернізації соціальної інфраструктури необхідно визначити пріоритети розвитку соціальної інфраструктури території. Це передусім стосується регіонів, що мають стійку тенденцію до зменшення людського капіталу. Програма базується на використанні факторів модернізації соціальної інфраструктури в регіоні.

2) Для забезпечення успіху під час реалізації цієї програми необхідно розробити механізм управління програмою модернізації соціальної інфраструктури. На наш погляд, під механізмом управління цією програмою модернізації соціальної інфраструктури треба розуміти сукупність форм, методів, важелів нормативно-правового та інформаційно-аналітичного забезпечення, адресного регулювання стійкої та збалансованої взаємодії економічних, фінансових, соціальних, техніко-технологічних, організаційних, інвестиційних процесів задля досягнення в регіоні відповідності між якісними та кількісними параметрами установ соціальної інфраструктури регіону одні одним.

3) Управління (керування) програмою модернізації соціальної інфраструктури передбачає формування мети управління, виділення суб'єктів управління на регіональному та муніципальному рівнях, а також принципів та результату здійснення такого управління.

Вважаємо, що метою управління програмою модернізації соціальної інфраструктури є забезпечення ефективної роботи установ соціальної інфраструктури за кількісними та якісними параметрами відповідно до потреб регіональної економіки, що досягається за допомогою модернізації соціальної інфраструктури регіону, в рамках якої вирішуються такі завдання:

- охоплення послугами всього населення регіону;
- забезпечення доступності послуг соціальної інфраструктури для населення регіону;
- підвищення якості послуг соціальної інфраструктури.

Управління програмою модернізації соціальної інфраструктури регіону вимагає врахування особливостей та специфіки функціонування регіональної соціально-економічної системи [10]. Однак при цьому важливо враховувати, що розроблення, обґрунтування такої програми й управління нею мають базуватись на концепції довгострокового соціально-економічного розвитку. Соціальна політика та стратегія розвитку кожного регіону мають розроблятися з урахуванням пріоритетів соціально-економічного розвитку.

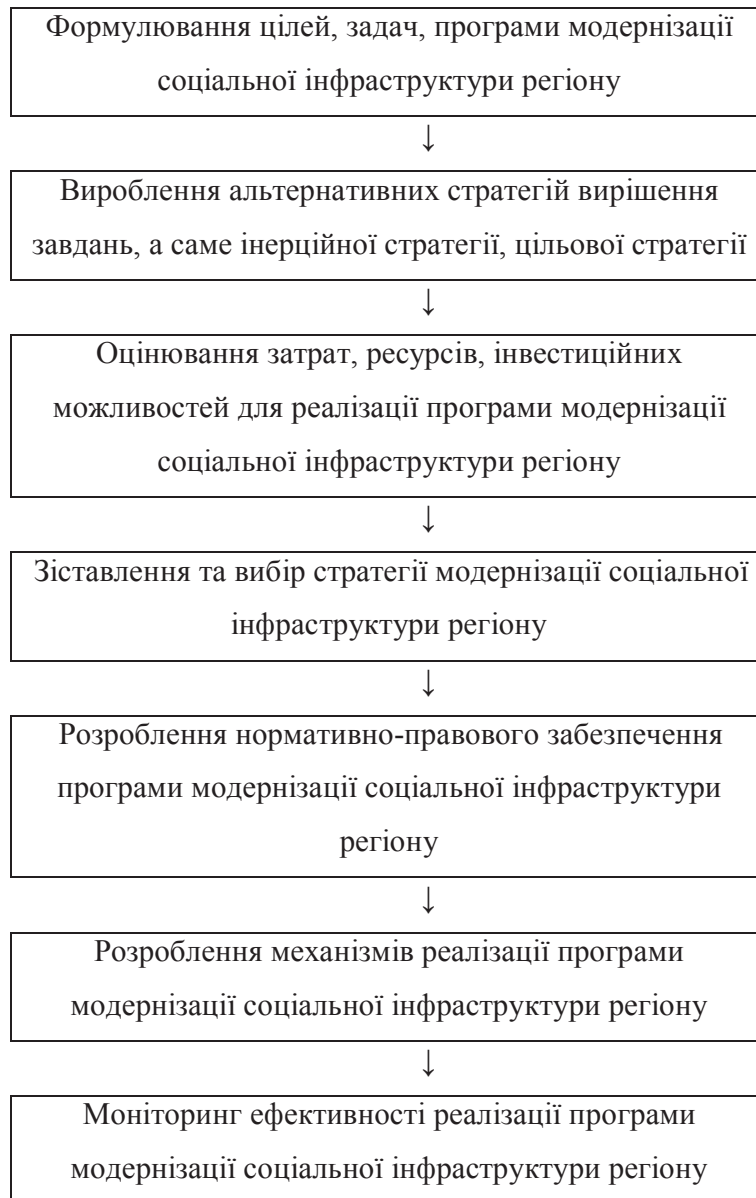


Рис. 1. Алгоритм розроблення програми модернізації соціальної інфраструктури регіону

Визначальною для програми модернізації соціальної інфраструктури повинна стати модернізація установ соціальної інфраструктури регіону, що спрямована на формування людського капіталу, а результатом має стати забезпечення відповідності людського капіталу регіону потребам регіональної економіки.

Висновки з проведеного дослідження. У статті на основі аналізу функціонування соціальної інфраструктури регіону запропонована система показників для визначення ефективності її модернізації. Ці показники не лише фіксують поточний стан і динаміку розвитку соціальної інфраструктури, але й відображають її завдання з формування людського капіталу регіону.

Запропоновано в рамках реалізації механізму модернізації соціальної інфраструктури використовувати:

- методологію бенчмаркінгу, що дає можливість формувати механізм модернізації технології та систематизувати процес запозичення кращого з практики регіонів;
- поширення пропускнуої системи для школярів «Смарсі»;
- запровадження Кю-ар-кодів (QR-code) у сфері надання транспортних послуг, охорони здоров'я, освіти тощо;
- запровадження ЕН-ЕФ-СІ-технології (NFC-technology) (встановлення терміналів банківського обслуговування);
- популяризацію серед населення регіонів мобільних платежів «Apple Pay», «Google Pay»;
- популяризацію серед молоді мобільних додатків з технології доповненої реальності (Ар-кіт) (туристично-реакційні сфери, мистецько-культурні заходи тощо);

– поширення електронних щоденників серед школярів, електронних карток харчування для малозабезпечених сімей, електронних карток для проїзду в транспорті, карток жителя міста;

– запровадження в ЦНАПах електронних кабінетів, електронних підписів, дистанційної реєстрації дітей в дошкільних закладах, використання дистанційних послуг у різних сферах інфраструктури регіону.

Викладені у статті пропозиції, критерії та судження щодо модернізації соціальної інфраструктури регіону сприятимуть створенню можливостей для формування людського капіталу, що відповідатиме потребам регіону, що забезпечить формування нової якості середовища життєдіяльності населення загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бандур С., Заяць Т., Куценко В. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи : монографія. Черкаси : Брама-Україна, 2006. 620 с.
2. Брянцев В., Панасюк В., Щелкунов В., Криштопа М. Проблеми модернізації соціальної інфраструктури регіону. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/13.pdf (дата звернення: 08.09.2019).
3. Беляков К. Інформатизація в Україні: проблеми організаційного, правового та наукового забезпечення : монографія. Київ : КВІЦ, 2008. 576 с.
4. Благоразумова О. Державне регулювання соціальної сфери в умовах циклічності економіки. *Схід*. 2011. № 2. С. 3-6.
5. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму / пер. з нім. О. Погорілого. Київ : Основи, 1994. 261 с.
6. Данилишин Б. та ін. Оцінка техніко-економічного стану об'єктів інфраструктури та виробничих фондів України : монографія. Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2008. 375 с.
7. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF> (дата звернення: 08.09.2019).
8. Дубницький В., Комірна В., Ганжела І. Стратегія розвитку соціальної інфраструктури регіону: модель, закономірності, аргументи, актуальність, результат. *Соціальна економіка*. 2016. № 1. С. 30-38.
9. Євсєєва О. Формування і розвиток соціальної інфраструктури муніципальних утворень. *Traektoriya Nauki*. 2016. № 6 (11). URL: <https://pathofscience.org/index.php/ps/article/download/180/203> (дата звернення: 08.09.2019).
10. Панасюк В., Бродовська О. Фінансова політика небанківської фінансової установи: сутність та порядок формування. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 32. С. 175-182. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/28.pdf (дата звернення: 08.09.2019).
11. Панасюк В., Пархоменко Н., Бакум І. Модернізація соціальної інфраструктури регіона как условие его функционирования и развития. *Моло-*

дежь в науке и предпринимательстве : сборник научных статей VII международного форума молодых ученых. Гомель : Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2018. С. 114-118.

12. Профінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг : Закон України від 12 липня 2001 р. № 2664-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14> (дата звернення: 09.09.2019).

13. Гладышев А. и др. Основы социального управления : учебное пособие. Москва : Высшая школа, 2001. 271 с.

14. Ситар Л., Скриньковський Р. Сучасний стан та проблеми розвитку соціальної сфери України. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3954> (дата звернення: 09.09.2019).

15. Чухно А. Модернізація економіки та економічна теорія. *Економіка України*. 2012. № 10. С. 24-33.

REFERENCES:

1. Bandur S., Zayats' T., Kutsenko V. (2006) *Sotsial'nyy rozvytok Ukrayiny: suchasni transformatsiyi ta perspektvy* [Social development of Ukraine: modern transformations and perspectives]. Kyiv : Brama-Ukrayina. (in Ukrainian).
2. Bryantsev V., Panasyuk V., Shchelkunov V., Kryshchopa M. (2018) *Problemy modernizatsiyi sotsial'noyi infrastruktury rehionu* [Problems of modernization of social infrastructure of the region]. *Efektivna ekonomika* [Effective Economics], no. 4. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/13.pdf (accessed 08 September 2019).
3. Byelyakov K. (2008) *Informatyzatsiya v Ukrayini: problemy orhanizatsiynoho, pravovoho ta naukovooho zabezpechennya* [Informatization in Ukraine: problems of organizational, legal and scientific support]. Kyiv : KVITS. (in Ukrainian).
4. Blahorazumova O. (2011) *Derzhavne rehulyuvannya sotsial'noyi sfery v umovakh tsyklichnosti ekonomiky* [State regulation of the social sphere in the conditions cyclicity of the economy]. East, no. 2, pp. 3-6.
5. Weber M. (1994) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. (O. Pohorilyi, Trans.). Kyiv : Osnovy. (Original work published 1905) (in Ukrainian).
6. Danylyshyn B., Hvesik M., Koretsky M., Dacia O. (2008) *Otsinka tekhniko-ekonomichnoho stanu ob'yektiv infrastruktury ta vyrobnychkh fondiv Ukrayiny* [Evaluation of the technical and economic condition of objects infrastructure and production facilities of Ukraine]. Donetsk : Southeastern Ltd. (in Ukrainian).
7. *Derzhavna stratehiya rehional'noho rozvytku na period do 2020 r.* [State strategy for regional development for the period up to 2020] : Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine vid 06.08.2014, no. 385 [Electronic resource]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF> (accessed 08 September 2019).
8. Dubnyts'ky V., Komirna V., Hanzhela I. (2016) *Stratehiya rozvytku sotsial'noyi infrastruktury rehionu: model', zakonomirnosti, arhumenty, aktual'nist', rezul'tat* [Development strategy social infrastructure of the region: model, patterns, arguments, relevance, result]. *Social Economy*, no. 1, pp. 30-38.

9. Yevsyeyeva O. (2016) Formuvannya i rozvytok sotsial'noyi infrastruktury munitsypal'nykh utvoren' [The formation and development of social infrastructure of municipalities]. *Traektoriya Nauki* [The trajectory of science] (electronic journal), no. 6 (11). Available at: <https://pathofscience.org/index.php/ps/article/download/180/203> (accessed 08 September 2019).

10. Panasyuk V., Brodovs'ka O. (2019) Finansova polityka nebankivs'koyi finansovoyi ustanovy: sutnist' ta poryadok formuvannya [Non-banking financial policy financial institution: the nature and procedure of formation]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure], no. 32, pp. 175-182. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_eng/28.pdf (accessed 08 September 2019).

11. Panasyuk V., Parkhomenko N., Bakum Y. (2018) Modernyzatsyya sotsyal'noy ynfrastruktury rehiona kak uslovye eho funktsyonyrovannya y rozvytyya [Modernization of the social of Infrastructure of the Region as a Condition for its Functioning and Development]. Proceeding of the *Molod' v nautsi i pidpryyemnytstvi: VII mizhnarodnyy forum molodykh vchenykh*. Gomel :

Belarusian Trade and Economic University of Consumer Cooperation, pp. 114-118.

12. Pro finansovi posluhy ta derzhavne rehulyuvannya rynku finansovykh posluh [About financial services and state regulation of the financial market services]. Law of Ukraine from 12.07.2001. No. 2664-III [Electronic resource]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14> (accessed 09 September 2019).

13. Gladyshev A., Ivanov V., Patrushev V. (2001) Osnovy sotsial'noho upravlinnya [Fundamentals of Social Management]. Moscow : Higher. Shk. (in Russian).

14. Sytar L., Skryn'ovs'kyy R. (2015) Suchasnyy stan ta problemy rozvytku sotsial'noyi sfery Ukrayiny [Current status and problems of development social sphere of Ukraine]. *Efektivna ekonomika* [Effective Economics] (electronic journal), no. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3954> (accessed 09 September 2019).

15. Chukhno A. (2012) Modernizatsiya ekonomiky ta ekonomichna teoriya [Modernization of economics and economic theory]. *Economy Of Ukraine*, no. 10, pp. 24-33.

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

SCIENTIFIC APPROACHES TO THE STUDY OF RURAL DEVELOPMENT

УДК 332.122

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-18>**Хоміюк Н.Л.**

к.е.н., докторант кафедри міжнародних економічних відносин та управління проектами Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Khomiuk Nataliia

Lesya Ukrainka Eastern European National University

У статті досліджено наукові підходи до вивчення розвитку сільських територій. Обґрунтовано взаємодію понять «розвиток» і «сільські території». Проаналізовано наукові доробки класиків економічної теорії щодо розвитку сільських територій. Виявлено багатогалузевий характер розвитку сільських територій задля обґрунтування напрямів його подальшої диверсифікації в умовах децентралізації. Запропоновано розвиток сільських територій розглядати як процес розширеного відтворення розвитку сільських територій, що забезпечує гармонійне зростання економічної, соціальної, демографічної, етнічної та екологічної сфер на основі інтегрованого підходу. В результаті узагальнення наукових підходів до вивчення сутності розвитку сільських територій виявлено, що нині не існує єдиного визначення досліджуваного поняття. Обґрунтовано, що забезпечення розвитку сільських територій має ґрунтуватися на засадах єдності й цілісності, врахуванні процесу децентралізації, який здійснюється шляхом формування об'єднаних територіальних громад.

Ключові слова: сільська територія, розвиток, розвиток сільських територій, об'єднана територіальна громада, децентралізація.

В статье исследованы научные подходы к изучению развития сельских территорий.

Обосновано взаимодействие понятий «развитие» и «сельские территории». Проанализированы научные труды классиков экономической теории по развитию сельских территорий. Выявлен многоотраслевой характер развития сельских территорий с целью обоснования направлений его дальнейшей диверсификации в условиях децентрализации. Предложено развитие сельских территорий рассматривать как процесс расширенного воспроизводства развития сельских территорий, который обеспечивает гармоничный рост экономической, социальной, демографической, этнической и экологической сфер на основе интегрированного подхода. В результате обобщения научных подходов к изучению сущности развития сельских территорий выявлено, что сейчас не существует единого определения исследуемого понятия. Обосновано, что обеспечение развития сельских территорий должно основываться на принципах единства и целостности, учете процесса децентрализации, который осуществляется путем формирования объединенных территориальных общин.

Ключевые слова: сельская территория, развитие, развитие сельских территорий, объединенная территориальная община, децентрализация.

The article explores scientific approaches to the study of rural development. At this stage, we believe that the problem of world-class rural development mismatch remains unresolved. The interaction of the concepts of "development" and "rural territories" is grounded. It is determined that the concept of "development" has a philosophical nature and is the subject of many sciences: geographical, economic, social, environmental, and psychological. Analysis of scientific achievements of domestic scientists on the issue of rural development shows the differences in approaches to determining its content, nature and structure. The works of the classics of economic theory concerning rural development are analyzed. The multi-sectoral character of rural development has been identified in order to substantiate the directions of its further diversification under decentralization conditions. It is proposed to consider rural development as a process of extended reproduction of rural development, which ensures the harmonious growth of economic, social, demographic, ethnic and environmental spheres on the basis of an integrated approach. The study revealed that the development of rural areas should be reflected in the expansion of employment and income of the rural population, the proper provision of medical and educational institutions, improvement of road transport infrastructure, creating conditions for the development of alternative areas of business and their further diversification in the nature of the territories. It is stipulated that the development of rural territories in the context of decentralization depends on the availability of natural resources, the location of villages, the effective functioning of the united territorial communities, the correctness of the decisions made by the heads and heads of these communities. Based on the generalization of scientific approaches to the study of the essence of rural development, it is revealed that at present there is no single definition of the concept under study. It is justified that the provision of rural development should be based on the principles of unity and integrity, taking into account the process of decentralization, which is carried out by forming integrated territorial communities, with due regard for the geographical, economic, environmental, ethnic and demographic characteristics of each rural area.

Key words: rural area, development, rural development, integrated territorial community, decentralization.

Постановка проблеми. Дослідження проблем розвитку сільських територій для України було й залишається актуальним, адже на них проживає майже третина населення країни. За останні роки ця проблематика перетворилась на одне з найбільш дискусійних регіональних питань, адже на сучасному етапі проблема невідповідності рівня розвитку сільських територій світовому рівню залишається невирішеною, тому доцільними, на нашу думку, є подальші дослідження наукових підходів до розвитку сільських територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань розвитку сільських територій приділено увагу таких учених, як В. Бойко, В. Борщевський, Т. Гоголь, О. Гуторова, Ю. Губеня, В. Дієсперов, І. Залуцький, І. Кульчий, А. Ключник, М. Лесів, А. Лісовий, Ю. Лупенко, М. Малік, Л. Мармоль, О. Павлов,

Н. Рідей, Х. Притула, В. Славов, М. Талавири, М. Хвесик, В. Юрчишин. Однак, попри значний обсяг публікацій із дослідженої тематики, залишаються недостатньо розкритими наукові підходи до вивчення розвитку сільських територій в умовах децентралізації.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження наукових підходів до вивчення розвитку сільських територій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розкриття змістовної характеристики розвитку сільських територій потребує теоретичного обґрунтування взаємодії понять «розвиток» і «сільські території».

Поняття «розвиток» має філософську природу та є предметом багатьох наук, зокрема географічних (розвиток географічних досліджень), економічних (розвиток економіки, розвиток регіонів), соціальних (розвиток соціальних досліджень),

екологічних (розвиток екосистем), психологічних (розвиток особистості, розвиток людини).

З точки зору філософії розвиток – це незворотна, спрямована, закономірна зміна матеріальних та ідеальних об'єктів; один із загальних видів зв'язку [1, с. 555]. В історії філософської думки вирізняють три основних тлумачення розвитку:

- розвиток як збільшення й зменшення, що знайшло відображення в теоріях преформізму;
- розвиток як перехід можливості в дійсність;
- розвиток як виникнення нового.

Сама ідея розвитку по-новому актуалізується й модифікується феноменом глобальних проблем [1, с. 555].

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови зазначається, що розвиток – це процес, унаслідок якого відбувається зміна якості чогось, перехід від одного якісного стану до іншого, вищого; ступінь освіченості, культурності, розумової, духовної зрілості [2, с. 1235].

Ю. Погорелов називає розвиток загальнонауковою категорією, що розглядається з трьох найтісніших чином пов'язаних сторін, таких як закон, принцип та явище, крізь призму кількісних та якісних змін, накопичення яких зумовлює перехід системи з одного стану до якісно іншого [3].

Розвиток – це динамічний процес, необоротна, спрямована, закономірна зміна об'єктів та явищ у різних секторах і галузях економіки на різних територіальних ієрархічних рівнях (населений пункт – район – країна – група країн – світ) [4, с. 199]. Лише наявність всіх трьох характерних властивостей виділяє процес розвитку серед інших змін. Економічний розвиток – це перехід від простого до складного, від нижчого до вищого, з одного стану в інший, якісно новий, як правило, зі зміною структурних характеристик об'єкта. В результаті процесу розвитку виникає новий якісний стан об'єкта [4, с. 199].

Наукові підходи до визначення сутності поняття «розвиток сільських територій» представлено в табл. 1.

Аналіз наукових доробків вітчизняних науковців щодо питання розвитку сільських територій свідчить про відмінності підходів до визначення його змісту, сутності та структури.

О. Павлов у своїх працях досліджує наукові праці класиків теорій локальних культур та цивілізацій О. Шпенглера та А. Дж. Тойнбі, засновника світосистемного руху Ф. Броделя, теоретиків постіндустріального суспільства Д. Белла й Е. Тоффлера та представника еволюціоністської теорії П. Куусі, в яких йдеться про долю села та селянства, а також про місце та роль в історії людства аграрного суспільства [9].

Питання сільського розвитку піднімає відомий німецький філософ О. Шпенглер у своїй книзі «Занепад Європи» (1922 р.), яка складається з двох частин. За його теорією людина перетворюється на селянина, коли «пускає коріння» в ґрунт, який обробляє. Душа людини знаходить душу в ландшафті. З розвитком міст людина починає відриватися від ґрунту й стає «духом», «вільною», тобто перетворюється на кочівника. На відміну від локальних цивілізацій, які змінюють одна одну, селянин – це вічна людина, що передувала культурі. Вона продовжує свій рід з покоління до покоління завдяки своєму зв'язку із землею. Цей зв'язок не зникне, поки людина пам'ятатиме своє коріння. Згідно з його поглядом місто й село відрізняються одне від одного не розміром, а наявністю душі [10, с. 91-94].

На думку англійського філософа А. Дж. Тойнбі, селянству історія завжди здається незначущою казкою, незважаючи на всю її повчальність та ґрунтовність. Селянство, захоплене вихором історії, втягнене в цивілізацію, щоби матеріально забезпечувати привілейовану меншість, досі залишається найбільш нещасним братом тих примітивних суспільств, яких цивілізації не встигли поглинути [11, с. 107].

Французький філософ, основоположник світосистемного підходу Ф. Бродель у своїй праці «Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм

Таблиця 1

Наукові підходи до визначення сутності поняття «розвиток сільських територій»

Автор	Зміст
М. Малік, В. Пулім [5]	Не тільки розвиток матеріальної бази, житлового господарства, соціальної інфраструктури на селі, але й підвищення якості життя на селі, пов'язане з духовними та суспільними потребами людини. Науковці вважають, що потрібно поєднати в єдине ціле розвиток ініціативи громад і розвиток за спеціально визначеними програмами, фінансуванням та системною організацією.
С. Коробка, Т. Пенцак [6]	Система заходів (соціально-економічних, політико-правових), спрямованих на забезпечення стабільних незворотних змін у виробничій, соціальній та екологічних сферах.
О. Гуторова [7]	Стабільний розвиток сільського співтовариства, що забезпечує підвищення ефективності сільської економіки; стабільне відтворення сільського населення; впорядкування інженерно-технічних та санітарно-гігієнічних норм території; забезпечення зайнятості сільського населення й середнього рівня доходів; підвищення рівня життя сільського населення; збереження культури й традицій; розбудову соціальної інфраструктури; раціональне та екологічно безпечне використання ресурсів.
В. Онегіна, Л. Батюк [8]	Таке нарощення аграрного виробництва, за якого вигоди від нього більш-менш рівномірно розподіляються між усіма учасниками процесу, а скорочення зайнятості у сільському господарстві супроводжується створенням нових робочих місць у позааграрній сфері на селі.

Джерело: узагальнено на основі [5; 6; 7; 8]

XV-XVIII ст.» (1979 р.) проводить порівняння міста й села. Місто він розглядає як електричні трансформери (вони підвищують напругу, пришвидшують обмін, безупинно керують життям людей) [12, с. 413]. Як зазначає науковець, місто завжди має передумовою певне число реальностей та процесів. Крім того, кожне місто чи містечко має своє село, своє клаптя сільського життя [12, с. 414]. За цього підходу село ніколи фактично не можна було відокремити від міста, як не відокремлюється вода від масла. Село мало було утримувати місто, давати джерела харчування [12, с. 418-419].

Звернення до розгляду сільського розвитку в контексті цивілізаційного підходу, як зазначає О. Павлов, є актуальним щодо визначення його постіндустріальної моделі. Для України це питання має передусім політичне значення. Річ в тім, що, по-перше, вона за географічною ознакою належить до Європи, а по-друге, для неї більш характерним є європейський тип сільського розвитку [9].

Звернемо увагу на те, що поняття «розвиток сільських територій» має багатоаспектний характер, відповідно, теорії про розвиток сільських територій досліджуються різними галузями знань (рис. 1).

Досліджені наукові підходи до вивчення розвитку сільських територій дали змогу виявити їх багатогалузевий характер для обґрунтування напрямів його подальшої диверсифікації в умовах децентралізації.

Отже, розвиток сільських територій слід розглядати як процес розширеного відтворення розвитку сільських територій, що забезпечує гармонійне зростання економічної, соціальної, демографічної, етнічної та екологічної сфер на основі інтегрованого підходу.

Розвиток сільських територій повинен проявлятися в розширенні сфер зайнятості та доходів сільського населення, належному забезпеченні медичними та освітніми закладами, покращенні дорожньо-транспортної інфраструктури, створенні умов для розвитку альтернативних напрямів підприємництва та їх подальшої диверсифікації на цих територіях, збереженні та покращенні природних ресурсів [13; 14].

Для України розвиток сільських територій є важливим не лише з огляду на необхідність вирішення їх соціально-економічних проблем, але й задля збереження звичаїв українського народу, його історичних та етнічних особливостей, адже саме сільська громада є ключовим носієм та осередком розвитку культурних традицій [15], тому в системі економічної безпеки регіону та країни загалом важливу роль відіграють об'єднані територіальні громади (ОТГ) як найважливіші її елементи. На нашу думку, децентралізація стає ефективнішою, коли до участі залучається населення об'єднаних територіальних громад, тому розвиток сільських територій в умовах децентралізації залежить від забезпеченості природними ресурсами, місця розташування сіл, ефективного функціонування об'єднаних територіальних громад, правильності прийнятих рішень головами й старостами цих громад.

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнення наукових підходів до вивчення сутності розвитку сільських територій дає підстави стверджувати, що нині не існує єдиного визначення досліджуваного поняття, тому забезпечення розвитку сільських територій має ґрунтуватись на засадах єдності й цілісності, врахуванні процесу децентралізації, який здійснюється шляхом формування громад (це дасть змогу жителям села брати участь в управлінні громадою), а також обов'язково враховує географічні, економічні, екологічні, етнічні та демографічні особливості кожного сільського територіального утворення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Філософський енциклопедичний словник / за ред. В. Шинкарука. Київ : Абрис, 2002. 744 с.



Рис. 1. Багатогалузевий характер вивчення сільських територій та особливостей їх розвитку

Джерело: авторська розробка

2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / уклад. і голов. ред. В. Бусел. Київ ; Ірпінь : ВТФ Перун, 2005. 1728 с.

3. Погорелов Ю. Категорія розвитку та її експлейнарний базис. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2012. Т. 1. Вип. 27. С. 30-34.

4. Социально-экономическая география: понятия и термины. Словарь-справочник / отв. ред. А. Горкин. Смоленск : Ойкумена, 2013. 328 с.

5. Малік М., Пулім В. Концептуальні засади розвитку сільських територій. URL: <http://mts.asu.lt/mtsrbid/article/viewFile/694/720> (дата звернення: 25.07.2019).

6. Коробка С., Пенцак Т. Проблеми соціально-економічного розвитку сільських територій в Україні. *Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького*. 2017. Т. 19. № 76. С. 67-71.

7. Гуторова О. Проблеми та перспективи розвитку сільських територій в Україні. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2016. № 4. С. 68-73.

8. Онегіна В., Батюк Л. Сучасні тенденції розвитку сільських територій як загроза економічній безпеці України. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2016. № 1. С. 33-36.

9. Павлов О. Сільський розвиток у контексті цивілізаційного підходу. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 156. С. 50-52.

10. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории. Т. 2 : Всемирно-исторические перспективы / пер. с нем. и примеч. И. Маханькова. Москва : Мысль, 1998. 606 с.

11. Тойнби А. Дж. Цивилизация перед судом истории : сборник / пер. с англ. 2-е изд. Москва : Айрис-пресс, 2003. 592 с.

12. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV-XVIII ст. Т. 1 : Структура повсякденності: можливе і неможливе / пер. з фр. Г. Філіпчук. Київ : Основи, 1995. 543 с.

13. Хоміюк Н. Теоретичні основи розвитку сільських територій в Україні. *Актуальні проблеми регіональних досліджень* : матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Луцьк, 11-12 грудня 2017 р.) / за ред. В. Лажніка. Луцьк : Вежа-Друк, 2017. С. 34-35.

14. Хоміюк Н. Сутність поняття «сільський розвиток». *Розвиток соціально-економічних систем в сучасних умовах* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 2-3 лютого 2018 р.). Херсон : Молодий вчений, 2018. С. 46-47.

15. Васильців Т., Бойко В. Напрями та засоби розвитку сільських територій в контексті зміцнення соціально-економічної безпеки України. Львів : Ліга-Прес, 2016. С. 10-11.

REFERENCES:

1. Shynkaruk V. (ed.) (2002) *Filosofskyi entsyklopedychnyi slovnyk* [Philosophical Encyclopedic Dictionary]. K. : Abrys.

2. Busel V. (ed.) (2005) *Velykyi tлумachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy (z dod. i dopov)* [The Great Interpretive Dictionary of Modern Ukrainian (with additions and supplements)]. K. ; Irpin : VTF Perun.

3. Pohorielov Yu. (2012) *Katehoriia rozvytku ta yii ekspleinarnyi bazys* [Category of development and its baseline]. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky*

[Theoretical and applied issues of economics], vol. 1, no. 27, pp. 30-34.

4. Gorkin A. (ed.) (2013) *Sotsialno-ekonomicheskaya geografiya: ponyatiya i terminy. Slovar-spravochnik* [Socio-economic Geography: Concepts and Terms. Directory Dictionary]. Smolensk : Oykumena.

5. Malik M., Pulim V. (2007) *Kontseptualni zasady rozvytku silskykh terytorii* [The conceptual foundations of the rural area development]. Available at: <http://mts.asu.lt/mtsrbid/article/viewFile/694/720> (accessed 25 July 2019).

6. Korobka S., Pentsak T. (2017) *Problemy sotsialno-ekonomichnoho rozvytku silskykh terytorii v Ukraini*. [Problems of socio-economic development of rural territories in Ukraine]. *Naukovyi visnyk LNUVMBT imeni S.Z. Hzhyskoho*. [Scientific Messenger of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies], vol. 19, no. 76, pp. 67-71.

7. Hutorova O. (2016) *Problemy ta perspektyvy rozvytku silskykh terytorii v Ukraini*. [Problems and prospects of rural development in Ukraine]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky*. [Actual problems of innovative economy], no. 4, pp. 68-73.

8. Onehina V., Batiuk L. (2016) *Suchasni tendentsii rozvytku silskykh terytorii yak zahroza ekonomichnoi bezpetsi Ukrainy*. [Current trends in rural development as a threat to the economic security of Ukraine]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky*. [Actual problems of innovative economy], no. 1, pp. 33-36.

9. Pavlov O. (2009) *Silskyi rozvytok u konteksti tsyvilizatsiinoho pidkhodu*. [Rural development in the context of civilization approach]. *Kultura narodov Prychornomoria*. [Culture of the peoples of the Black Sea], no. 156, pp. 50-52.

10. Spengler O. (1998) *Zakat Evropyi. Ocherki morfologii mirovoy istorii. Vsemirno-istoricheskie perspektivy* [The sunset of Europe. Essays on the history of the morphologist. World-historical perspectives], vol. 2. (Mahankova I., trans). M. : Myisl.

11. Toynbee A. (2003) *TSivilizatsiya pered sudom istorii* [Civilization before the Court of History]. M. : Ayris-press.

12. Brodel F. (1995) *Materialna tsyvilizatsiia, ekonomika i kapitalizm, XV-XVIII st. Struktura povsiakdennosti: mozhlyve i nemozhlyve* [Material civilization, economics and capitalism, XV-XVIII centuries. The Structure of Everyday Life: Possible and Impossible]. vol. 1. K. : Osnovy.

13. Khomiuk N. (2017) *Teoretychni osnovy rozvytku silskykh terytorii v Ukraini*. [Theoretical bases of rural development in Ukraine]. Proceedings from: I Mizhn. nauk.-prakt. internet-konferentsii "*Aktualni problemy rehionalnykh doslidzhen*" [The First International scientific and practical internet-conference "Topical Issues in Regional Studies"]. Luts'k : Vezha-Druk, pp. 34-35.

14. Khomiuk N. (2018) *Sutnist poniattia "silskyi rozvytok"* [The essence of the concept of "rural development"]. Proceedings from II Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsia "*Rozvytok sotsialno-ekonomichnykh system v suchasnykh umovakh*" [The Second International scientific and practical conference "Development of socio-economic systems in modern conditions"]. Kher'son : Young Scientist Publishing House, pp. 46-47.

15. Vasylytsiv T., Boiko V. (2016). *Napriamy ta zasoby rozvytku silskykh terytorii v konteksti zmitsnennia sotsialno-ekonomichnoi bezpeky Ukrainy*. [Rural development trends and tools in the context of strengthening the socio-economic security of Ukraine]. Lviv : Liha-Pres, pp. 10-11.

РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ РІЧКИ РАТА THEORETICAL ASPECTS OF ECOLOGICAL-ECONOMIC DIAGNOSTICS OF THE RATA RIVER

УДК 338.142

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-19>**Голодовська О.Я.**асистент кафедри екологічної безпеки
та природоохоронної діяльності
Національний університет
«Львівська політехніка»**Кохалевич К.Р.**асистент кафедри підприємництва та
екологічної експертизи товарів
Національний університет
«Львівська політехніка»**Holodovska Olena**

Lviv Polytechnic National University

Kokhalevych Kateryna

Lviv Polytechnic National University

У статті досліджено сутність еколого-економічного аналізу, визначено його основні складові, розглянуто їх особливості. Визначено, що основною проблемою природо-користування є те, що людина, залучаючи працю та природний капітал (ресурс), створює необхідні для себе блага й одночасно породжує проблему якості середовища, в якому вона живе. Особливою складовою розширення еколого-економічного розвитку навколишнього середовища є його діагностика. Це означає процес дослідження об'єкта діагнозу задля одержання результату. Постійна увага до проблеми природо-користування та екологічної безпеки зумовлена не тільки соціально-економічною та екологічною кризами в Україні, але й глобальними змінами довкілля, прогресуючим погіршенням екологічної ситуації в усьому світі. Нехтуючи біоекологічними законами, людство використовує невідтворені ресурси планети, порушуючи наявну природну рівновагу. Проведення еколого-економічної діагностики дає можливість встановлення та визначення причин і явищ, які характеризують стан екосистеми для передбачення можливих відхилень і попередження порушень нормального режиму її функціонування.

Ключові слова: навколишнє середовище, природокоористування, забруднення, еколого-економічна діагностика, еколого-економічний механізм.

В статье исследована сущность эколого-экономического анализа, определены его

основные составляющие, рассмотрены их особенности. Определено, что основной проблемой природопользования является то, что человек, привлекая труд и природный капитал (ресурс), создает необходимые для себя блага и одновременно порождает проблему качества среды, в которой он живет. Особой составляющей расширения эколого-экономического развития окружающей среды является его диагностика. Это обозначает процесс исследования объекта диагноза с целью получения результата. Постоянное внимание к проблеме природопользования и экологической безопасности обусловлено не только социально-экономическим и экологическим кризисами в Украине, но и глобальными изменениями окружающей среды, прогрессирующим ухудшением экологической ситуации во всем мире. Пренебрегая биоекологическими законами, человечество использует невозобновимые ресурсы планеты, нарушая существующее природное равновесие. Проведение эколого-экономической диагностики дает возможность установления и определения причин и явлений, характеризующих состояние экосистемы для предсказания возможных отклонений и предупреждения нарушений нормального режима и функционирования.

Ключевые слова: окружающая среда, природопользование, загрязнение, эколого-экономическая диагностика, эколого-экономический механизм.

The essence of ecological-economic analysis is investigated in this paper. The main components of it have been determined and their features have been considered as well. It is established that the main problem of nature use is that a person by means of labor and natural capital (resource) creates the necessary benefits for himself and simultaneously generates problems of the quality of the environment in which he lives. Special part of expansion of ecology-economic development environment is his diagnostic. It is mean the process investigation of diagnosis object for the purpose to get the result. Permanent attention to the problem of nature management and economic security to caused not only social-economic and economic crisis in Ukraine but and global changes of environment, progressive deterioration ecology situation in all world. Humanity is using non-reproduce resources of planet neglecting biological rules and disturbing the natural equilibrium. Ecological problems cover the phenomena of degradation of the natural ecosystem and decrease natural-resource potential natural object which are associated with the deterioration of the quality of the components of the natural environment. The ecologic problems caused economic, social and political problems at some stage of its development. This connection has limited effect, that is ecologic difficulties complicate the decision ecologic problems. Carrying out of ecology-economic diagnostic give possibility to set and determine of causes and phenomena which characterize state of the ecosystem for prediction possible deviations and to warn disruption of normal regulations and functioning. Diagnostic ecology-economic parsing create base for making the necessary management decisions that aimed at improving the environment and optimization business activity. Advantages of diagnostics are to provide complex and systematic ecology-economic analysis. Ecology-economic analysis is one of the spheres of science, which has been developing most significantly lately. Issues of interaction of society with the environment today is identified as one of the most important problems that reflects the relevance of investigation of theoretical aspects of ecology-economic diagnostic as tool to ensure and improve the environmental state of the environment.

Key words: environment, nature management, pollution, ecological-economic diagnostics, ecological-economic mechanism.

Постановка проблеми. На порозі ХХІ ст. науковий потенціал суспільства розширює можливості економічного розвитку та супроводжується глобальним порушенням екологічної рівноваги у навколишньому середовищі, тому особливою складовою еколого-економічного аналізу є його

діагностика. Поняття «діагностика» запозичене з медицини (від гр. «diagnosis») та означає розпізнавання, визначення, тобто процес дослідження об'єкта діагнозу задля одержання результату. Цей термін досить широко використовується в різних галузях наук. Однак зміст еколого-

економічної діагностики потребує більш ретельного вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Згідно з літературними джерелами питанням діагностики економіко-екологічного аналізу приділяють увагу такі науковці, як Б.В. Буркінський [5], Н.М. Андрєєва [1], М.Д. Балджи [3], К.В. Павлов [6], О.Г. Дмитрієва [4], Є.В. Мішенін [2], С.К. Харічков [1; 3]. Однак питання визначення методів діагностики в системі водного басейну в межах еколого-економічного оцінювання залишаються вивченими дуже мало.

Постановка завдання. Метою статті є проведення еколого-економічної діагностики річки Рата.

Виклад основного матеріалу дослідження. Постійна підвищена увага до проблем природокористування та екологічної безпеки зумовлена як соціально-економічною та екологічною кризами в Україні, так і глобальними змінами довкілля й прогресуючим погіршенням екологічної ситуації у всьому світі. Найнебезпечнішим є те, що людство активно використовує невідтворювані ресурси планети, порушуючи наявну природну рівновагу. Нехтуючи біоекологічними законами, людина ризикує викликати ланцюгову реакцію незворотних наслідків, тому масштаби антропогенного впливу на природу необхідно узгоджувати з її потенційними можливостями.

Окремі успіхи в ліквідації локальних катастроф і розв'язанні регіональних кризових задач не свідчать про ефективність та вичерпність прикладених зусиль. Тенденція негативних змін навколишнього середовища вимагає активізації дій, спрямованих на забезпечення екологічної стабілізації.

Екологічні проблеми охоплюють явища деградації природної екосистеми та зниження природно-ресурсного потенціалу природного об'єкта, які пов'язані з погіршенням якості компонентів природного середовища. Причому на певній стадії свого розвитку екологічні проблеми породжують економічні, соціальні й політичні проблеми. Цей зв'язок має обернену дію, тобто економічні труднощі ускладнюють вирішення екологічних проблем.

Варто відзначити, що хоча в Україні скорочуються обсяги виробництва, проте навантаження на природне середовище не зменшується. Одним з фактів підтвердження цього є зростання скидання забруднених стічних вод у природні поверхневі об'єкти.

Якщо розглядати проблему охорони довкілля з економічної точки зору, то збереження оточуючого середовища можна пов'язати зі збереженням та передачею нащадкам екологічних ресурсів, іншими словами, з нагромадженням високоякісного природного капіталу. Він поділяється на антропогенний капітал (штучно створений людиною, тобто міста, штучні водоймища, дороги), критичний (невідтворювальні ресурси, які

не можуть бути замінені антропогенним капіталом) і відтворювальний природний капітал (відтворювальні ресурси, які можуть бути повністю або частково відновлені антропогенним капіталом).

До критичного капіталу належать поверхневі води, зокрема моря. Ця природна система (екосистема) завдяки своїй природі та відповідній ролі в загальному кругообігу матерії та енергії біосфери життєво необхідна людству й не може бути замінена якимось іншим штучно створеним або природним ресурсом.

Одними з найактуальніших проблем у галузі охорони навколишнього природного середовища є збереження, відновлення й раціональне використання природних ресурсів, що неможливе без забезпечення надійної роботи еколого-економічного механізму. У 2015 році пріоритетним завданням у цьому напрямі було забезпечення ефективного контролю за правильністю, повнотою та своєчасністю справляння зборів за забруднення довкілля до природоохоронних фондів усіх рівнів, а також цільового, ефективного та своєчасного використання коштів фонду ОНПС в обласному бюджеті.

Природоохоронні заходи в галузі фінансуються з кількох джерел, а саме з державного бюджету за відповідними державними програмами, коштів місцевих бюджетів, власних коштів підприємств за розробленими ними програмами, коштів міжнародних грантів (насамперед йдеться про інституційні проекти), інших коштів. У структурі джерел фінансування природоохоронної діяльності важливе місце посідають фонди охорони навколишнього природного середовища (державний, обласний, місцеві).

Основну частину надходжень до фондів ОНПС усіх рівнів становить збір за забруднення навколишнього природного середовища. У 2016 році кошти від збору розподілялися між місцевими (сільськими, селищними, міськими), обласним і Державним фондами ОНПС у співвідношенні 20%, 50% і 30% відповідно.

За масштабом екологічні проблеми поділяються на локальні, регіональні та басейнові. В цьому разі йдеться про екологічні проблеми басейна.

Дослідження стану екологічної системи водних басейнів має здійснюватися шляхом проведення еколого-економічної діагностики.

Під еколого-економічною діагностикою розуміють встановлення й вивчення причин та явищ, які характеризують стан екосистеми для передбачення можливих відхилень і попередження порушень нормального режиму їх функціонування.

Встановлення діагнозу розпочинається з проведення моніторингу екосистеми. В результаті проведення еколого-економічної діагностики визначається стан системи. Він може бути:

- природним, якщо природна система залишається в первісному стані;

Таблиця 1

**Витрати на аналіз показників
для повної та скороченої програм
дослідження на всіх створах річки Рата**

Показник	Повна програма	Скорочена програма
	розрахунок проводиться у. о.	
Хімія	6 556	3 867
Гідрологія	358	358
Фітопланктон	1 673	836
Макрозообентос	260	129
Макрофіти	80	–
Риба	100	–
Мікробіологія	3 834	956
Відходи	628	314
Разом	13 489	6 460

Дана таблиця показує, що для мінімальної програми ці витрати можна значно зменшити (на 50%) порівняно з повною програмою досліджень. Мінімальна програма передбачає зменшену кількість параметрів та кількість проаналізованих показників. Більш якісне оцінювання результатів дослідження, звичайно, можна проводити за повної програми досліджень.

Таблиця 2

**Витрати на відбір проб для повної
та скороченої програм дослідження
на всіх створах річки Рата**

Створи	Повна програма	Скорочена програма
	розрахунок проводиться у. о.	
р. Рата, м. Рава-Руська	9 653	5 506
р. Желдець, м. Соснівка	15 084	9 079
р. Болотня, с. Сілець	6 915	4 226
р. Свиня, м. Великі Мости	9 026	5 192
р. Біла, с. Бутин	9 653	5 506
р. Мощанка, с. Пирятин	9 653	5 506
р. Рата, с. Межеріччя	9 653	5 506
р. Рата, м. Великі Мости	13 486	6 461
Разом	83 123	43 982

У таблиці наведені витрати на дослідження для виконання повної та скороченої програм на основі інформації про параметри й частоту відбору проб, тобто мінімум, якого необхідно дотримуватись у разі обмежень фінансування. Витрати на виконання мінімальної програми на всіх створах є такими ж, як і витрати повної програми.

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізувавши усе вищенаведене, можемо зазначити, що еколого-економічний аналіз є однією зі сфер науки, що найбільш суттєво розвивається останнім часом. Питання взаємодії суспільства з довкіллям сьогодні визначається як одна з найважливіших глобальних проблем, що відображає

– динамічно стабільним, коли швидкість відновлюваних процесів дорівнює швидкості антропогенного руйнування або більше за неї;

– кризовим, якщо швидкість антропогенного руйнування перевищує темпи самовідновлення природної системи;

– критичним, коли в природній системі відбуваються корінні зміни;

– катастрофічним, за якого не можна відновити природну систему.

Таким чином, будь-яка екосистема має асиміляційний потенціал, який дає змогу витримувати антропогенне навантаження й деформаційний вплив без втрати цілісності своєї структури, зберегти свою працездатність та продуктивність. Якщо антропогенний вплив перевищує асиміляційний потенціал, то обмінні процеси в межах екосистеми руйнуються, вона втрачає свою стабільність, працездатність, продуктивність і, відповідно, ефективність.

Джерела антропогенного впливу макрзабруднення (зовнішні стосовно водного басейну) слід поділити на три групи:

– річковий стік води та прибережні джерела забруднення (об'єкти господарської діяльності);

– атмосферні опади;

– басейнові джерела, що розташовані безпосередньо в межах водного басейну, через що їх вплив є досить масштабним.

Діагностичний еколого-економічний аналіз створює базу для прийняття необхідних управлінських рішень, спрямованих на поліпшення (оздоровлення) довкілля та оптимізацію господарської діяльності. Переваги еколого-економічної діагностики полягають у забезпеченні комплексності та системності еколого-економічного аналізу.

По-перше, в процесі визначення стану довкілля враховується вплив не тільки кількісних, але й якісних факторів. Це дає змогу застосовувати нові підходи до характеристики окремих процесів антропогенного впливу на якість водного басейну, а також встановлювати причини, закономірності й межі природної змінності стану екосистеми.

По-друге, діагностичний аналіз об'єднує в єдине ціле ретроспективний, перспективний, оперативний та стратегічний види аналізу. Це сприятиме розробленню реального прогнозу можливих позитивних змін у стані водного басейну внаслідок внесення необхідних коректив у господарську діяльність людини.

Сутність роботи полягає в проведенні дослідження поверхневої води, якості води у річці Рата та формуванні природоохоронних засобів. У статті представлено результат розрахунків вартості дослідження на всіх створах річки Рата. Необхідно зауважити, що ці витрати є орієнтовними. Витрати на відбір проб та аналізи представлені в табл. 1, 2.

актуальність дослідження теоретичних аспектів еколого-економічної діагностики як інструмента забезпечення якості (екологічності) продукції, а також покращення стану довкілля.

Отже, після проведення діагностики поверхневих вод можна зробити висновок, що основними напрямками подальших наукових досліджень є вивчення наслідків екологічної рівноваги у навколишньому середовищі, розроблення механізму еколого-економічного управління, а також формування заходів зменшення або повної ліквідації еконавантаження на довкілля.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андреева Н.Н., Харичков С.К. Экологически ориентированные инвестиции в системе обеспечения ресурсноэкологической безопасности : монография Одесса : ИПРЭЭИ НАН Украины, 2000. 196 с.
2. Мішенін Є.В., Сотник І.М., Мішеніна Н.В., Галиця І.О. Теорія еколого-економічного аналізу : навчальний посібник. Суми : СумДУ, 2014. 246 с.
3. Балджи М.Д., Харічков С.К. Основи діагностики комплексного природокористування: регіональний вимір : монографія. Одеса : ІПРЕД НАН України, 2008. 144 с.
4. Дмитриева О.Г. Региональная экономическая диагностика : монография. Санкт-Петербург : СПбГУЭФ, 1992. 274 с.
5. Буркинський Б.В, Степанов В.М., Харічков С.К. Еколого-економічні орієнтири стратегії сталого розвитку України. *Проблеми сталого розвитку України*. Київ : БМТ, 1998.
6. Павлов К.В. Управление эколого-экономическими системами пригородных сельскохозяйственных районов. *Часопис економічних реформ*. 2017. № 1 (25) С. 93-101.

7. Сташук В.А. Еколого-економічні основи басейнового управління водними ресурсами. Дніпропетровськ : Зоря, 2006. 480 с.

REFERENCES:

1. Andreeva N.N., Kharichkov S.K. (2000) *Ekologicheski orientirovannye investitsii v sisteme obespecheniya resursnoekologicheskoy bezopasnosti* [Environmentally-oriented investments in the system of ensuring resource-ecological safety]. Odessa : IPREI NAS. (in Ukrainian).
2. Mishenin E.V., Sotnik I.M., Mishenina N.V., Halytsya I. O. (2014) *Teoriia ekoloho-ekonomichnoho analizu* [Theory of Ecological and Economic Analysis]. Sumy : SSU. (in Ukrainian).
3. Balji M.D., Kharichkov S.K. (2008) *Osnovy diahnostyky kompleksnoho pryrodokorystuvannia: rehionalnyi vymir* [Fundamentals of diagnostics of complex nature management: regional dimension]. Odessa : IPREED NAS. (in Ukrainian).
4. Dmitrieva O.G. (1992) *Regional'naya ekonomicheskaya diagnostika* [Regional Economic Diagnostics]. St. Petersburg : SPSU of EF. (in Russian).
5. Burkinsky B.V., Stepanov V.M., Kharichkov S.K. (1998) *Ekoloho-ekonomichni oriientyry stratehii staloho rozvytku Ukrainy* [Ecological and economic guidelines of the sustainable development strategy of Ukraine]. Proceedings of the *Problems of sustainable development of Ukraine* (Ukraine, Kyiv, 1998), Kyiv : BMT.
6. Pavlov K.V. (2017) Upravlenie ekologo-ekonomicheskimi sistemami prigorodnykh sel'skokhozyaystvennykh rayonov [Management of ecological-economic systems of suburban agricultural areas of economic reforms]. *Journal of Economic Reforms*, vol. 25, no. 1, pp. 93-101.
7. Stashuk V.A. (2006) *Ekoloho-ekonomichni osnovy baseinovoho upravlinnia vodnymi resursamy* [Ecological and economic bases of basin water management]. Dnepropetrovsk : Zorya. (in Ukrainian).

РЕВАЙЛДІНГ: ІДЕОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ ТУРИСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

REVILDING: IDEOLOGICAL BACKGROUND AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT THROUGH TOURIST ACTIVITIES

УДК 338.48(504)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-20>

Грабар М.В.

к.е.н., доцент кафедри туризму
Ужгородський національний університет

Сіденко Н.О.

студентка
Ужгородський національний університет

Hrabar Maryna

Uzhhorod National University

Sidenko Nikol

Uzhhorod National University

Стаття узагальнює аргументи та контраргументи в межах наукової дискусії щодо базових концептів ревайлдингу. Основною метою проведеного дослідження є визначення ролі туризму в концепції ревайлдингу. Систематизація літературних джерел та підходів до вирішення проблеми необхідності впровадження концепції ревайлдингу засвідчила, що ревайлдинг-проекти є перспективними туристичними об'єктами й мають значну туристичну привабливість. Охарактеризовано єдиний ревайлдинг-проект в Україні, а саме парк природи «Беремицьке». Встановлено, що у країнах Євросоюзу нині здійснюється масштабна програма ревайлдингу (European Rewilding), прийнята до 2020 р., що передбачає створення в степових та лісостепових областях країн Східної Європи десяти великих природних парків загальною площею 1 млн. га. Дослідження емпірично підтверджує та теоретично доводить, що туризм є першочерговим інструментом розвитку та популяризації ревайлдинг-проектів.

Ключові слова: туризм, ревайлдинг, ревайлдинг-проект, парк природи «Беремицьке».

Стаття обобщает аргументы и контраргументы в пределах научной дискуссии каса-

тельно базовых концептов ревайлдинга. Основной целью проведенного исследования является определение роли туризма в концепции ревайлдинга. Систематизация литературных источников и подходов к решению проблемы необходимости внедрения концепции ревайлдинга засвидетельствовала, что ревайлдинг-проекты являются перспективными туристическими объектами и имеют значительную туристическую привлекательность. Охарактеризован единственный ревайлдинг-проект в Украине, а именно парк природы «Беремицкое». Установлено, что в странах Евросоюза сейчас осуществляется масштабная программа ревайлдинга (European Rewilding), принятая до 2020 г., которая предусматривает создание в степных и лесостепных областях стран Восточной Европы десяти крупных природных парков общей площадью 1 млн. га. Исследование эмпирически подтверждает и теоретически доказывает, что туризм является первоочередным инструментом развития и популяризации ревайлдинг-проектов.

Ключевые слова: туризм, ревайлдинг, ревайлдинг-проект, парк природы «Беремицкое».

The paper summarizes the arguments and counterarguments within the scientific discussion on the issue on basic concepts of rewilding. The main purpose of the research is to determine the role of tourism in the concept of rewilding. Systematization literary sources and approaches for solving the problem the need to implement the concept of rewilding indicates that rewilding projects are promising tourist sites and have considerable tourist appeal. The only rewilding project in Ukraine is by the nature park "Beremitske". It is established that a large-scale European Rewilding Program is being implemented in the EU countries by 2020 and envisages the creation of ten large nature parks in the steppe and forest-steppe regions of Eastern Europe with a total area of 1 million hectares. Through its work in pilot areas, Rewilding Europe demonstrates that rewilding can generate significant new business opportunities, jobs and income for local people, landowners and communities. Launched in 2013, to date 18 enterprises in six countries have been supported by REC, with a total of 520,000 euro. These enterprises range from wildlife viewing hides in Italy and wildlife breeding centers in the Netherlands to sustainable hunting ventures in Croatia and the Miles Away Fly camp in Portugal's Côa Valley. The following rewilding projects have been characterized: Western Iberia (Portugal), Danube Delta (Ukraine, Romania, Moldova), Southern Carpathians (Romania), Velebit Mountains (Croatia), Central Apennines (Italy), Rhodope Mountains (Bulgaria), Swedish Lapland (Sweden), Oder Delta (Germany, Poland). Thus, it can be argued that Tourism is represented in the discourse of Rewilding through three main discursive themes: the importance of cross-sectorial connection (integration of nature sciences with other sectors such as business or social sciences), importance to restore connection with nature via nature-based activities, education and recreation and importance of mega-fauna. The study empirically confirms and theoretically proves that tourism is a paramount tool for the development and promotion of rewilding projects.

Key words: tourism, rewilding, rewilding design, nature park "Beremitskoe".

Постановка проблеми. Охорона природи та екологічний туризм зазнали значних перетворень протягом останніх десятиліть. Ці зміни вплинули на охорону природи, яка, здавалося б, рухається до науково обґрунтованої природоохоронної управлінської моделі. Серед нових дискурсів про охорону природи ревайлдинг набуває все більшої популярності. Саме туризм є найбільш реальним інструментом пропагування необхідності та ефективності ідей ревайлдингу, що, зрештою, створить безпрограшну ситуацію для всіх людей. Розвиток ревайлдингу як інноваційного напрямку туризму передбачає позитивні зміни для планети загалом. Ревайлдинг здатен задовольнити потреби туристів у відпочинку на дикій природі, з одного боку, та сприяє розвитку туристичного бізнесу за

рахунок формування нових туристичних послуг, з іншого боку.

Залучення міжнародних установ та організація наукових заходів, що зосереджуються на цьому підході, свідчать про те, що ревайлдинг не лише вийшов з меж природоохоронної біології, але й стає мейнстрімом.

Можна стверджувати, що ревайлдинг пропонує оптимістичний погляд на майбутнє збереження планети. Він тісно пов'язаний з поняттям «природний процес», а головним способом його досягнення є забезпечення зв'язку на різних рівнях та відновлення популяції мегафауни. Туризм є важливим фактором у практичному здійсненні ревайлдингу, фасилітатором зв'язку між людиною та природою, галуззю, яка об'єднує різні сектори

й дуже пов'язана з наявністю харизматичної мегафауни.

Припинення деградації та відновлення повної потужності екосистем сприяють можливості розпочати нове природоохоронне та економічне бачення через ревайлдинг природних процесів шляхом активізації туристичних послуг цього спрямування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження ревайлдингу як дискурсу про охорону, яка спрямована на збільшення або збереження диких ландшафтів, його недавнє впровадження як альтернативної та більш прогресивної стратегії збереження біорізноманіття знаходять своє відображення в працях таких науковців, як Дж. Лорімер, К. Сандом, П. Джепсон, К. Дауті, М. Баруа, К. Кірбі [6, с. 40-50].

Регіональні прояви ревайлдингу, а саме екотуризм і ревайлдинг у Швеції, представлено в науковій праці Ф. Конінха [5].

Ревайлдинг та бачення екотуризму в Західній Іберії, тобто одному з перших європейських ревайлдинг-проектів, окреслено А Пеллісом [7].

Дослідження туризму як стимулу для ревайлдинг-проектів в провінції Лімпопо (Південна Африка) здійснили Г. Гугендорн, Д. Мейнджес, К. Келсо, Д. Фітчет [4].

Незважаючи на зростаючу популярність ревайлдингу, його практичний вплив на природоохоронні стратегії та проекти, у вітчизняному науковому просторі йому не приділяли достатньої уваги як щодо теоретичного аналізу, так і в контексті розвитку туризму.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення теоретичних знань новітньої концепції, а саме ревайлдингу, та дослідження шляхів її розвитку через призму туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Відновлення природи, повернення дикої природи та ревайлдинг можуть принести економічну користь усім Європі. Природа може приносити дохід. Екологічний туризм у всьому світі процвітає. Коли біорізноманіття занепадає, спостереження за дикими тваринами посилюється.

Люди хочуть бачити диких птахів і тварин поруч. Головним засобом досягнення цього є туристичні маршрути у ревайлдинг-об'єкти. Туристи платять значні гроші, щоби побачити гірських горил в Африці, ведмедів гірських на Алясці, білих ведмедів на Свальбард, китів у Канаді, сов у Фінляндії, орлів у Норвегії, грифів в Іспанії та вовків у Швеції.

Ревайлдинг – це новітня природоохоронна ідеологія, заснована на відновленні характерних для конкретного регіону високопродуктивних екосистем шляхом поетапного повернення збережених великих тварин у місця споконвічного ареалу, де раніше вони були повністю винищені людиною [8].

Ревайлдинг є необхідною діяльністю в сучасних умовах з таких причин.

1) Біорізноманіття. Діяльність людини була неймовірно руйнівною щодо такого важливого природного ресурсу, як біорізноманіття. У звіті Всесвітнього фонду дикої природи детально описано, як тільки за останні 40 років люди привели до зникнення половини тварин на планеті. Це відбувається через полювання, знищення місць мешкання тварин, а також забруднення водних ресурсів, лісів тощо. Ревайлдинг дає природі можливість відновити її природне та видове біорізноманіття.

2) Саморегуляція. Коли екосистеми характеризуються біорізноманіттям, вони стають саморегульованими. Це означає, що екосистеми не вимагають втручання або підтримки людини. Природні екосистеми самі формують той природний баланс, що є найбільш підходящим для їх подальшого розвитку.

3) Захист від вимирання. Повернення тварин, які колись проживали на тих чи інших територіях, є способом їх захисту від вимирання. До речі, це стосується не тільки великих тварин, але й дрібних звірів, комах та рослин.

4) Комерційна вигода. Багато критиків ревайлдингу стверджують, що повернення тварин може завдати шкоди населенню з фінансової точки зору. Насправді, сафарі та спостереження за дикими тваринами є одними із затребуваних видів туризму сучасної людини. Це сприяє розвитку туристичного потенціалу регіону, де проводиться така діяльність, що не може не впливати на фінансовий стан місцевого населення. Ревайлдинг може принести нові можливості для бізнесу. Розвиток ревайлдингу може надати нові можливості для сільської економіки, яка зараз часто асоціюється зі зниженням економічної продуктивності, депопуляцією сільської місцевості та занедбаністю земель.

Нині туристичні оператори, що спеціалізуються на сафарі, починають розглядати Європу не лише як джерело ринку, але й як саме по собі туристичне місце для подорожі. Основна проблема сьогодні полягає в тому, що дикої природи для спостереження замало. Однак ревайлдинг дасть змогу поступово розвивати цілий набір нових туристичних продуктів [6, с. 43].

У країнах Євросоюзу нині здійснюється масштабна програма ревайлдингу (European Rewilding), прийнята до 2020 р., що передбачає створення у степових та лісостепових областях країн Східної Європи десяти великих природних парків загальною площею 1 млн. га. Метою проекту, що умовно називається Європейським Серенгеті, є формування передумов для соціального та економічного розвитку регіонів, де ведення традиційного сільського господарства з низки причин стає неконкурентоспроможним [8].

Нині в Європі розвиваються такі ревайлдинг-проекти, як Західна Іберія (Португалія), дельта Дунаю (Україна, Румунія, Молдова), Південні

Карпати (Румунія), гори Велибит (Хорватія), Центральні Апенніни (Італія), гори Родопи (Болгарія), Шведська Лапландія (Швеція), дельта Одера (Німеччина, Польща). Розглянемо більш детально специфіку зазначених територій.

Західна Іберія перейшла від традиційних способів управління біорізноманіттям та ведення сільського господарства до орієнтованого на ревайлдинг підходу, який включає розвиток ревайлдинг-підприємств.

Регіон Дунайської дельти є економічно депресивним, має високий рівень безробіття, депопуляцію сільських районів, низький рівень життя та сильну залежність від природних ресурсів. Програма працює над створенням нових можливостей, підтримуючи розвиток бізнесу, заснованого на природі. Розробляються проекти щодо створення інфраструктури для природоохоронного туризму, зокрема вежі для спостереження за дикими тваринами.

Південні Карпати передбачають створення найбільших у Європі диких ландшафтів. Цей проект має понад 1 млн. га заповідних територій, багату дику природу, великі неушкоджені ліси, високу концентрацію біорізноманіття, відносно неушкоджені діки ландшафти, дікі річки та великі площі мозаїчної рослинності, що значною мірою формуються традиційним землеробством та випасом. Це разом з відносною близькістю до деяких найвідоміших печер у світі формує потенціал якісного туристичного напрямку як для вітчизняних, так і для зарубіжних відвідувачів.

Велебит – це одна з найважливіших природних областей на Балканах, розташована на узбережжі Адриатики Хорватії. Тут розміщуються два національних парки, біосферний заповідник, глибокі каньйони та дікі тварини. Туристична інфраструктура уздовж узбережжя дуже добре розвинена, адже існують численні пішохідні стежки, різноманітні засоби розміщення: від стандартних готелів до гуртожитків і кают для ночівлі.

Центральні Апенніни характеризуються багатим різноманіттям екосистем. Серед найважливіших місць слід назвати букові ліси, відкриті схили пагорбів та альпійські луки.

Гори Родопи – це найважливіше місце розмноження чорного грифу на Балканському півострові. Гори Родопи залучають молодь шляхом надання дотацій для бізнесу. Збільшення чисельності дикої природи є основою унікальної та різноманітної туристичної пропозиції Болгарії. Шляхом залучення нових цільових сегментів туристів розширюється туристичний сезон у країні. Гори Родопи стали одним із найкращих місць Європи для спостереження за грифами та великими травоядними тваринами на близькій відстані.

У континентальній Європі немає іншого місця з такими величезними, незаселеними територіями, бездоріжжям та оригінальними ландшаф-

тами, як Шведська Лапландія. Ініціатива ревайлдингу в Лапландії розширила й без того багату дику природу. Туризм розглядається як серйозна економічна альтернатива промисловості. Лапландія пропонує ексклюзивні тури про оленярство, а також саамську культуру та історію.

Дельта Одера є унікальним регіоном з багатою мозаїкою великих диких континентальних, морських та прісноводних екосистем. Неподалік від Берліна, недалеко від Щецина та курортів уздовж узбережжя Балтії цей дикий ландшафт може створити нові джерела доходу та гордості для місцевого населення. Мисливські асоціації проводять екскурсії по дикий природі. Місцеві жителі навколо лагуни відкрили нові невеликі готелі та ресторани, де подають рибні страви з дельти. Дельта Одера стала символом якості життя як для людей, так і для природи.

Пріоритетом програми Європейського ревайлдингу стало вироблення Регламенту ЄС щодо інвазивних (чужорідних) видів. Пропонується вилучити з дикої природи країн Євросоюзу близько 50 чужорідних видів, які не становлять екологічної або господарської цінності.

«Rewilding Europe Capital» (REC) – це перша в Європі організація щодо фінансування ревайлдинг-підприємств, яка надає фінансові позики новому та наявному бізнесу, що каталізує, підтримує та досягає позитивних екологічних та соціально-економічних результатів. Нині 18 підприємств у шести країнах отримали підтримку «REC» загальною сумою 520 тис. євро [8].

Крім «REC», фінансову підтримку ревайлдинг-проектам надає Європейська компанія «Safari» та Європейський інвестиційний банк. Мета проектів полягає у сприянні збереженню, відновленню, управлінню та примноженню природного капіталу. Європейська компанія «Safari» пропонує унікальні тури місцями дикої природи. З кожної наданої туристичної послуги компанія відраховує кошти на розвиток ревайлдинг-проектів.

Єдиний ревайлдинг-проект в Україні, яким є парк природи «Беремицьке», – це спроба повернути куточок чернігівської землі «назад у дикість» шляхом поселення у спорожнілі сільськогосподарські угіддя диких коней, оленів, косуль і лосів.

Село Беремицьке не випадково стало своєрідним полігоном для створення першого в Україні ревайлдинг-парку. Триста гектарів пустуючих, безлюдних земель втратили для людини господарську цінність. Це ділянка переходу лісостепу до зони змішаних лісів південного Полісся, яка передбачає значне біорізноманіття. Основна діяльність парку пов'язана з відновленням екосистем Подесіння шляхом використання ревайлдингових методів створення мозаїчних ландшафтів, зокрема, за рахунок природного випасу [1]. Крім природи, на території туристичного об'єкта є культурні пам'ятки. Місцевість, на якій розташований парк,

має дуже давню й цікаву історію. Колись тут були стародавні поселення, отже, існують легенди про те, що саме тут жерці заряджалися енергією для здійснення своїх ритуалів.

«Беремицьке» консультує Нідерландський інноваційний фонд «Ark Nature», який бере участь у ревайлдінг-русі вже чверть століття та є однією з провідних і шанованих екологічних ревайлдінг-організацій. «Беремицьке» дає можливість відчувати атмосферу дикого лісу тисячолітньої давнини, де тварини й людина співіснують на рівних. Яскраві враження туристам забезпечить фото-сафарі [1].

Можна стверджувати, що туризм представлений у концепції ревайлдингу через три основних напрями:

- важливість міжсекторного зв'язку (інтеграція наук про природу з іншими галузями, такими як бізнес чи соціальні науки);

- важливість відновлення зв'язку з природою через туризм;

- зв'язки між природними районами.

Таким чином, ревайлдінг має такі позитивні впливи:

- 1) вплив на навколишнє середовище, адже менший вплив людини означає, що природні процеси мають шанс допомогти покращити природне середовище та відновити природу, ланцюги харчування, а динамічні, мозаїчні ландшафти можуть розвиватися завдяки великим трав'янистим та хижакам;

- 2) соціально-економічний вплив, адже туристичний бізнес можна розвивати на основі диких

пейзажів шляхом пропонування нових і різних туристичних пакетів та екскурсійних програм, забезпечення нових можливостей роботи та доходів, а соціальну узгодженість та місцеве суспільство можна покращити, якщо новий місцевий бізнес будуватиме мережі, створюючи мультиплікаційні ефекти та зменшуючи залежність від субсидій;

- 3) культурний вплив, адже повернення молоді в сільську місцевість буде вносити нове життя в об'єднані територіальні громади, місцеве/регіональне брендування областей та продуктів, що дасть нову ідентичність, зможе зберегти культурну спадщину й традиційні навички.

Висновки з проведеного дослідження. Основний ідейний зміст ревайлдингу полягає у внеску у відновлення природних процесів, насамперед, шляхом відновлення зв'язків на різних рівнях та збільшення мегафауни (хоча важливість інших процесів також загальноновизнана). Здійснюється ревайлдінг за допомогою повернення великих тварин на місця їх споконвічного проживання, з яких вони були витіснені внаслідок людської діяльності. Нині в Європі розвиваються такі ревайлдінг-проекти, як Західна Іберія (Португалія), дельта Дунаю (Україна, Румунія, Молдова), Південні Карпати (Румунія), гори Велибит (Хорватія), Центральні Апенніни (Італія), гори Родопи (Болгарія), Шведська Лапландія (Швеція), дельта Одера (Німеччина, Польща). Важливою складовою розвитку та пропагування популяризації ревайлдингу є туризм.

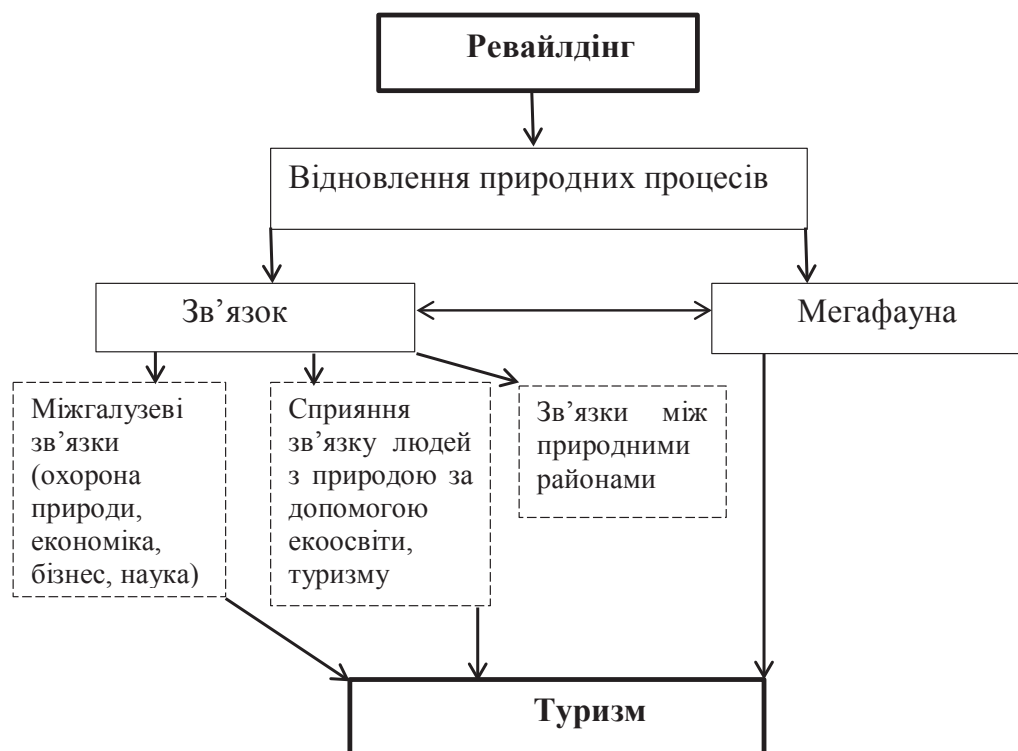


Рис. 1. Роль туризму в концепції ревайлдингу

Джерело: узагальнено авторами на основі [4; 6; 8]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Парк природи «Беремицьке». URL: <https://beremytske.com.ua/uk> (дата звернення: 20.09.2019).
2. Бачо Р.Й. Теорія потенціалів в сучасному управлінні туристично-рекреаційною галуззю регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. Вип. 9. Ч. 3. С. 123-126.
3. Donlan J. Rewilding North America. *Nature*. 2005. № 436 (18). P. 913-914.
4. Hoogendoorn G., Meintjes D., Kelso C., Fitchett J. Tourism as an incentive for rewilding: the conversion from cattle to game farms in Limpopo province, South Africa. *Journal of Ecotourism*. 2018. DOI: 10.1080/14724049.2018.1502297.
5. Koninx F. Ecotourism and rewilding: the case of Swedish Lapland. *Journal of Ecotourism*. 2018. DOI: 10.1080/14724049.2018.1538227.
6. Rewilding: Science, practice, and politics / J. Lorimer, C. Sandom, P. Jepson, C. Doughty, M. Barua, K.J. Kirby. *Annual Review of Environment and Resources*. 2015. № 40. P. 39-62. DOI: 10.1146/annurev-enviro-102014-021406.
7. Pellis A. Reality effects of conflict avoidance in rewilding and ecotourism practices – the case of Western Iberia. *Journal of Ecotourism*. 2019. DOI: 10.1080/14724049.2019.1579824.
8. Rewilding Europe. URL: <https://rewilding-europe.com/areas> (дата звернення: 15.09.2019).

REFERENCES:

1. Nature Park Beremytske. Available at: <https://beremytske.com.ua/uk> (accessed: 20 September 2019).
2. Bacho R. Y. (2014) Teoriia potentsialiv v suchasnomu upravlinni turystychno-rekreatsiinoiu haluzziu rehionu [Theory of potentials in modern management tourism and recreation branch of region]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, vol. 9, no. 3, pp. 123-126.
3. Donlan J. (2005). Rewilding North America. *Nature*. 436 (18), pp. 913-914.
4. Hoogendoorn G., Meintjes D., Kelso C., Fitchett J. (2018). Tourism as an incentive for rewilding: the conversion from cattle to game farms in Limpopo province, South Africa. *Journal of Ecotourism*. DOI: 10.1080/14724049.2018.1502297.
5. Koninx F. (2018) Ecotourism and rewilding: the case of Swedish Lapland. *Journal of Ecotourism*. DOI: 10.1080/14724049.2018.1538227.
6. Lorimer J., Sandom C., Jepson P., Doughty C., Barua M., Kirby K.J. (2015) Rewilding: Science, practice, and politics. *Annual Review of Environment and Resources*, 40, 39-62. DOI: 10.1146/annurev-enviro-102014-021406.
7. Pellis A. (2019) Reality effects of conflict avoidance in rewilding and ecotourism practices – the case of Western Iberia, *Journal of Ecotourism*. DOI: 10.1080/14724049.2019.1579824.
8. Rewilding Europe. Available at: <https://rewilding-europe.com/areas> (accessed 15 September 2019).

MANAGEMENT OF COUNTERACTING THE INVASIVE CROPS' SPREAD IN THE UKRAINIAN ECONOMY AGRARIAN SECTOR SECURITY SYSTEM

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОТИДІЇ ПОШИРЕННЮ ІНВАЗІЙНИХ КУЛЬТУР В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

UDC 332.3

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-21>**Pidkhomnyi Oleg**

Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor,
Professor at Department of Finance,
Money Circulation and Credit
Ivan Franko National University of Lviv

Revak Iryna

Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor,
Dean of the Faculty of Management
and Economic Security
Lviv State University of Internal Affairs

The article substantiates the conceptual bases and offers practical recommendations to counteract the spread of invasive crops in Ukraine. The particular danger of the rapid spread of certain species of hogweed in Ukraine is emphasized. The foreign experience of controlling invasive plants spread on the lands of individuals, local communities, and agricultural producers is analysed. The Ukrainian regulatory base on the regulation of agricultural land use has been investigated. Proposals for counteracting the spread of dangerous species of hogweed are substantiated, namely: monitoring of areas planted with hogweed; development of local programs for counteracting the natural self-sowing of hogweed and more. It is recommended to set up specialized local committees to combat the spread of hogweed. The tasks of such committees should be to develop programs that address the specificities of local ecosystems and agro-industrial complexes.

Key words: invasive crop, hogweed, agricultural land, agrarian sector, threat.

В статті обґрунтовано концептуальні основи і запропоновано практичні рекомендації щодо протидії поширенню інвазійних культур в Україні. Наголошено на особливій небезпеці швидкого поширення окремих видів борщівника теренами нашої країни. Проаналізовано зарубіжний досвід боротьби з розповсюдженням інвазійних рослин на землях приватних осіб, місцевих громад та виробників сільськогосподарської продукції. Звернено увагу на можливості негативного впливу борщівника на здоров'я людей, які контактують з ним, що спричиняє зниження працездатності та потребує видатків на лікування. Підкреслено руйнівні наслідки стихійного поширення борщівника для якості сільськогосподарського призначення. Присвячено увагу адміністративній відповідальності за бездіяльність щодо вирішення проблеми неконтрольованого поширення інвазійних культур на території України. Запропоновано посилити відповідальність місцевих органів влади та територіальних громад за невжиття належних заходів по боротьбі з поширенням інвазійних культур. Обґрунтовано пропозиції щодо протидії поширенню небезпечних видів борщівника, а саме: проведення моніторингу площ, засіяних борщівником; розроблення місцевих програм протидії стихійному самозасіву борщівника тощо. Серед локальних заходів запропоновано розробку цільових фінансованих програм із систематичного викошування, викорчування борщівника до визрівання насіння. Досвід випасу тварин для боротьби з борщівником переважно отриманий від використання овець, але ця рослина також може бути їжею для великої рогатої худоби. Вівці та велика рогата худоба надають перевагу молодим та свіжому пагонам, а найефективніший контроль досягається, якщо починати випас на початку сезону, коли рослини невеликі. Як правило, худобі потрібен певний проміжок часу, щоб звикнути до борщівника, перш ніж вона регулярно їстиме ці рослини. У деяких густозасіяних борщівником місцях доцільно сформувати лісові насадження для створення затінку, що несприятливий для росту цієї інвазійної культури. Виявлено взаємозв'язок проблеми поширення борщівника із проблемами вирубування лісу та видобутку бурштину в Україні. Землі, на яких відбуваються вказані види діяльності, передусім, можуть бути колонізовані борщівником, як плодючою, та витривалою рослиною, невибагливою до якості ґрунтів. Відповідна загроза поки що не озвучувалась і, відповідно не обговорювалась науковцями, посадовими особами, громадськістю. А саме в місцях вирубування лісу та видобутку бурштину можуть утворитись потужні джерела розсіювання борщівника вітром на інших землях, передусім, сільськогосподарських полях, оскільки вони не мають затінку, що створюється деревами. Виявлено загрози безпеці аграрного сектору України та, можливо, сусідніх країн спонукають розгляд питань не тільки боротьби з борщівником, але і його аграрного та промислового використання. Рекомендовано організовувати на місцях спеціалізовані комітети для боротьби з поширенням борщівника. Серед завдань таких комітетів має бути розроблення програм, що враховують специфіку місцевих екосистем та агропромислових комплексів.

У статті обґрунтовано концептуальні основи та запропоновано практичні рекомендації щодо протидії поширенню інвазійних культур в Україні. Наголошено на особливій небезпеці швидкого поширення окремих видів борщівника теренами нашої країни. Проаналізовано зарубіжний досвід боротьби з розповсюдженням інвазійних рослин на землях приватних осіб, місцевих громад та виробників сільськогосподарської продукції. Звернено увагу на можливості негативного впливу борщівника на здоров'я людей, які контактують з ним, що спричиняє зниження працездатності та потребує видатків на лікування. Підкреслено руйнівні наслідки стихійного поширення борщівника для якості сільськогосподарського призначення. Присвячено увагу адміністративній відповідальності за бездіяльність щодо вирішення проблеми неконтрольованого поширення інвазійних культур на території України. Запропоновано посилити відповідальність місцевих органів влади та територіальних громад за невжиття належних заходів по боротьбі з поширенням інвазійних культур. Обґрунтовано пропозиції щодо протидії поширенню небезпечних видів борщівника, а саме: проведення моніторингу площ, засіяних борщівником; розроблення місцевих програм протидії стихійному самозасіву борщівника тощо. Серед локальних заходів запропоновано розробку цільових фінансованих програм із систематичного викошування, викорчування борщівника до визрівання насіння. Досвід випасу тварин для боротьби з борщівником переважно отриманий від використання овець, але ця рослина також може бути їжею для великої рогатої худоби. Вівці та велика рогата худоба надають перевагу молодим та свіжому пагонам, а найефективніший контроль досягається, якщо починати випас на початку сезону, коли рослини невеликі. Як правило, худобі потрібен певний проміжок часу, щоб звикнути до борщівника, перш ніж вона регулярно їстиме ці рослини. У деяких густозасіяних борщівником місцях доцільно сформувати лісові насадження для створення затінку, що несприятливий для росту цієї інвазійної культури. Виявлено взаємозв'язок проблеми поширення борщівника із проблемами вирубування лісу та видобутку бурштину в Україні. Землі, на яких відбуваються вказані види діяльності, передусім, можуть бути колонізовані борщівником, як плодючою, та витривалою рослиною, невибагливою до якості ґрунтів. Відповідна загроза поки що не озвучувалась і, відповідно не обговорювалась науковцями, посадовими особами, громадськістю. А саме в місцях вирубування лісу та видобутку бурштину можуть утворитись потужні джерела розсіювання борщівника вітром на інших землях, передусім, сільськогосподарських полях, оскільки вони не мають затінку, що створюється деревами. Виявлено загрози безпеці аграрного сектору України та, можливо, сусідніх країн спонукають розгляд питань не тільки боротьби з борщівником, але і його аграрного та промислового використання. Рекомендовано організовувати на місцях спеціалізовані комітети для боротьби з поширенням борщівника. Серед завдань таких комітетів має бути розроблення програм, що враховують специфіку місцевих екосистем та агропромислових комплексів.

Ключові слова: інвазійна культура, борщівник, землі сільськогосподарського призначення, аграрний сектор, загроза.

Problem formulation. The Ukraine economy agrarian sector security depends largely on the nature of the use of its land resources, among which the main role belongs to agricultural lands. Pursuant to Article 22 of the Land Code of Ukraine [1], agricultural-purpose lands are recognized as lands allocated for agricultural production, agricultural research and training activities, placement of relevant production infrastructure, including infrastructure for wholesale markets of agricultural products or intended for

these purposes. Agricultural-purpose lands include: agricultural land (arable land, perennial crops, hayfields, pastures and fallows); non-agricultural lands (economic paths and runs, field forest strips and other protective plantations, except those referred to forest lands, lands under farm buildings and yards, lands under the infrastructure of wholesale agricultural markets, lands of temporary conservation, etc.

Agricultural-purpose lands are a separate category of lands in Ukraine and account for a large share

of the land fund of Ukraine. Increased legal protection of agricultural-purpose lands means prioritizing land use in agriculture. However, in the current context, invasive crops capture an increasing area of Ukrainian land through self-seeding. Among these crops, the greatest threats are some species of hogweed.

Invasive alien plants, such as hogweed, are of increasing concern. Based on the problems caused by such invasive weeds on most other continents, Ukraine and all of Europe are now suffering from alien species that have a serious negative impact on various ecosystems and agricultural potential. Hogweed and other invasive alien plants reduce local plant biodiversity. They can cause significant economic damage, sometimes also posing a risk to human health. There is no universal tool to stop these invasive plants, reduce their impact or prevent future infestations. Hogweed seeds can remain viable in the soil for 15 years. For this reason, long-term monitoring is very important.

Analysis of recent research and publications.

In Ukraine, the study of hogweed problems is carried out mainly from the medical, biological, and environmental point of view [2; 3; 4; 5].

Unfortunately, Ukrainian scientists do not pay enough attention to the problems of hogweed spreading as the agricultural sector detriment, economic factors, and the consequences of the respective processes. In Ukraine, there is no conceptual basis for the development of state and local programs to combat the spread of hogweed. The article attempts to contribute to the solution of this problem, taking into account foreign experience.

Foreign scientists have made a significant contribution to the substantiation of organizational, economic and financial mechanisms to counteract the spread of hogweed. Their contribution is represented by hundreds of works, several of which are presented in the references list to this article [6; 7; 8; 9].

Given the need to develop sustainable solutions to stop the spread of invasive species, such as hogweed, the Giant Alien project in the framework of the 5th Framework Program of the European Union, which uses an integrated approach to develop just such a sustainable strategy to control invasive alien weeds in Europe. The project began in January 2002 and ended in April 2005. 8 partners and 3 subcontractors, as well as more than 40 scientists from 7 countries, attend it.

Setting article objectives. One common goal of the article is to provide Ukrainian authorities (for example, municipalities, districts, road agencies, environmental agencies) and private landowners with scientifically sound but simple and practical management methods to reduce the number and prevent the further spread of invasive hogweed. This article is an attempt to disseminate, in a few words, the latest knowledge about all relevant aspects of the combat against hogweed.

Methodological functions in relation to the development of the concept of combating the spread of hogweed are performed by: general systems theory since this theory solves the problems of stability, safety, security of various systems under the influence of destructive factors on them; general management theory since the prevention of dangers and threats to the security of the agricultural sector is impossible without certain information and control actions.

Research main material presentation. Hogweed is the common name for a group of closely related high species of the hogweed genus, which were introduced to Europe. They are one of the largest herbs in Europe, and with their impressive appearance and dominant colonies, the plants are familiar to river authorities and land surveyors in most European countries. The average hogweed produces a whopping 20,000 seeds that can fall very far from the plant.

In Ukraine and parts of Europe, hogweed is grown as a culture for silage production. After this practice was stopped, the crop established itself in very extensive and dense plantations, taking advantage of the widespread abandoned arable land and a significant reduction in the number of grazing animals. The experiments in these former fields, in which the hogweed now lives, led to some recommendations for the restoration of pasture after fighting with the hogweed.

In Ukraine, the combat against hogweed has been declared at the state level but is rarely appeared in specific practical measures. According to Article 15-2 of the Land Code of Ukraine [1], the powers of the central executive body implementing state policy in the field of state supervision in the agro-industrial complex, in the field of land relations, include the implementation of measures to prevent the owners and users of land from spoiling the land by overgrown with bushes and weeds. Landowners and land users who do not take weed control measures, including hogweed, bear administrative responsibility under Article 52 of the Code of Administrative Offenses [10].

Attitudes to hogweed (except for the species included in the Red Book) should be as a quarantine plant. Quarantine measures aimed at reducing the population of the plant have started to be regional and international. Local activities include the development of targeted funded programs for the systematic mowing, uprooting of hogweed before the seeds ripen.

Hogweed has spread in the north-eastern and north-western United States, and southern Canada and is an invasive species across Western Europe. USA researchers have confirmed the presence of this federally listed "noxious weed" in such states as Virginia, Maine, Massachusetts, Vermont, Connecticut, New York, Pennsylvania, North Carolina, Michigan, Illinois, Washington, and Oregon. It is even created the New York Department of Environmental Conservation's Hogweed Program Coordinator. The spread of hogweed throughout Europe continued

until the mid-20th century when the danger of hogweed became more widely known. However, despite warnings, the plant continued to be used by gardeners, beekeepers, and farmers (for feeding livestock) for another 50 years. The European Union funded the Giant Alien project to combat hogweed. On August 2, 2017, it has been added to the List of Invasive Alien Species of Union concern. In the United Kingdom, the Wildlife and Countryside Act 1981 makes it an offence to plant or cause hogweed to grow in the wild.

In addition to environmental problems, high invasive species of hogweed also pose a serious danger to human health. The main risk groups are people who come into contact with the plant during their work, such as gardeners or landscape workers.

The experience of grazing was mainly derived from the use of sheep but the plant is also very tasty for livestock. There are facts of grazing goats and horses in connection with the control of hogweed. Sheep and cattle prefer young and fresh crops, and the most effective control is achieved by starting grazing at the beginning of the season when the plants are small. As a rule, livestock needs a period of time to get used to hogweed before they regularly eat plants. But soon, animals have a preference for hogweed, and large areas of the plant can be removed.

In some fields which are densely planted by hogweed, it is advisable to form forest plantations to create a shade that is unfavourable to the growth of this invasive crop. We claim that there is a relationship between the problem of hogweed spreading with the problems of deforestation and amber mining in Ukraine. The lands on which these activities take place can, first of all, be colonized by hogweed as a fertile and hardy plant, unpretentious to the quality of the soil. The corresponding threat has not yet been announced and, accordingly, has not been discussed by scientists, officials, the public. Namely, in the areas of deforestation and amber mining, powerful sources of hogweed scattering by the wind in other lands, especially agricultural fields, can be formed since they do not have shade created by trees. Identified threats to the security of the agricultural sector of Ukraine and possibly neighbouring countries prompt consideration not only of the combat against hogweed but also of its agrarian and industrial use.

Numerous tests have demonstrated the vulnerability of hogweed to systemic herbicides. In order to effectively prevent the spread of tall species of hogweed and optimize the use of financial resources, preventive measures should be aimed at those areas that are most likely to be reached by the seeds of hogweed, which also represent suitable habitats. There are several components of this approach to prevention, early detection, and rapid response: developing policies and guidelines for best practices; identification of the penetration paths of seeds and areas that can be reached by seeds; identification of habitats most vulnerable to

intrusion; awareness-raising program; surveys and other mechanisms to monitor the distribution of hogweed, and especially to identify new populations; eradication campaign in which preventive measures are not implemented, and subsequent monitoring.

Therefore, at the first stage, it is necessary to draw up a map of the distribution of all existing populations, especially in neighbouring occupied regions. It is very important to involve the public in the dissemination of information materials as a part of an awareness-raising campaign. The public can be informed about the problems caused by hogweed. This can be done using websites for a specific area, local newspapers, radio and television programs and posters, brochures, and leaflets. A targeted public awareness program needs to be developed. Awareness-raising should be targeted at key groups, such as road and river managers, and companies intentionally or unintentionally transporting soil. Another useful method that can be used to determine the distribution of these visible aliens is aerial photographs during flowering and early fruiting (from the second half of June to July).

The relevant authority, after receiving information on a possible new infection, should have the resources to visit immediately the facility in order to confirm identification, assess the situation, including land ownership and access, degree of intrusion and control options.

The details of the information recorded will depend on the storage system and the intended analysis of the data. The storage system can range from a simple system based on registration sheets or cards and a map made manually for displaying sites to the use of computer databases.

Using the information collected during the investigation of the distribution of hogweed, and understanding the mechanisms by which seeds penetrate, it is possible to determine the areas in which seeds can spread. This should be combined with information on the places where hogweed is grown in these areas in order to identify the areas most vulnerable to invasion. There can be compared the distribution of sites with a high content of hogweed with other data, such as land use, habitat quality, proposed development and planning policies. Because data is collected and stored, maps can be used to study the effects of distribution channels, identify habitats that are often associated with crops, and areas of infection risk. Resources for controlling the distribution of hogweed by wind may be limited but plant mapping will allow local authorities to focus on monitoring key locations and prevent further spread of plants. Based on field observations and the integration of survey data with other cartographic information, it is possible to determine the management of hogweed in the region and agree on an implementation plan with stakeholders.

If prevention methods fail and hogweed spreads to new areas, early detection of new populations is

critical for quick response and elimination. If the new population is still small, its elimination is cheaper and more likely to be successful. Therefore, national or local strategies to control or contain hogweed should include early detection programs. However, early detection is only useful if it is supported by an emergency plan for which a strategy needs to be adapted. The plan should indicate the responsible organizations or groups that are ready to act quickly. It is necessary to ensure that they have adequate financial, human, and material resources. Actions will be successful only if they are included in management plans that are integrated into regional and local government policies.

Conclusions from the conducted research.

Special management is essential for former agricultural land that has not been cultivated for several years, as well as for other areas designated for agriculture with severe infection by invasive hogweed. Integrated methods used include mowing/shearing, chemical control, tillage and sowing of grass mixtures.

Hogweed can be controlled manually, mechanically and with the help of herbicides. In some cases, infection with hogweed is best controlled using several different methods in combination or sequentially applying an attack plan in two, three or even four directions. The last part of any control method is the planting of grasses or other vegetation to ensure competition against hogweed and reduce soil erosion. Timely application of herbicides may be effective but numerous applications are usually required. Grazing cows and pigs that are fairly resistant to hogweed sap can help in managing but not in destroying plants. Only without the influx of seeds and several years of constant control efforts hogweed can be destroyed.

We recommend setting up specialized committees to deal with the hogweed. The tasks of such committees should be to develop hogweed combating programs that address the specificities of local ecosystems and agro-industrial complexes.

REFERENCES:

1. *Zemelnyi Kodeks Ukrainy vid 25 zhovtnia 2001 r.* (2001) [Land Code of Ukraine of October 25, 2001]. (electronic edition). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14> (accessed 30 September 2019).
2. Vykhov B.I. (2015) *Ekologichna otsinka vplyvu invaziynykh vydiv roslin na fitoriznomanittia Zakarpattia* [Ecological assessment of the impact of invasive plant species on the phytochemical diversity of Transcarpathia] (PhD Thesis), Kyiv: State Ecological Academy of Postgraduate Education and Management.
3. Ivashchenko O.O. Burda R. I. (2014) *Yevropeiska polityka shchodo invaziynykh chuzhoridnykh vydiv roslin ta perspektyvy yii zaprovadzhennia v Ukraini* [European policy on invasive alien plant species and prospects for its introduction in Ukraine] *Scientific works of the Institute of Bioenergy Crops and Sugar Beet of NAAS of Ukraine*, vol. 20, pp. 46-54.

4. Koinova I.B. (2013) *Zapobihannia rozpovsiudzhenniu shkidlyvykh bur'ianiv na ukrainsko-polskomu pohranychchi*. Lvivska oblast – rehion suchasnoho upravlinnia komunalnymi posluhamy. Lviv-Peremysyl [Prevention of the spread of harmful weeds on the Ukrainian-Polish border]. *Lviv Oblast is a region of modern utility management*. Lviv-Przemysl. vol. 5. pp. 45-49. (in Ukrainian).

5. Synytsyna N.Yu. (2014) *Poshyrennia borshchivnyka Sosnovskoho na terytorii mista Zhytomyra* [Distribution of Sosnovsky hogweed in the territory of Zhytomyr]. *Zhytomyr: ZhDU im. I. Franka*. pp. 172-178. (in Ukrainian).

6. Ontario Invasive Plant Council (2012) *Giant Hogweed (Heracleum mantegazzianum). Best Management Practices in Ontario*. Available at: https://www.ontarioinvasiveplants.ca/wp-content/uploads/2016/06/OIPC_BMP_Hogweed.pdf (accessed 30 September 2019).

7. Moravcova, L., Pysek, P., Krinke, L., Pergl, J., Perglova, I., & Thompson, K. (2007) *Seed germination, dispersal and seed bank in Heracleum mantegazzianum. Ecology & Management of Giant Hogweed (Heracleum mantegazzianum)* (eds P. Pysek, M.J. W. Cock, W. Nentwig and H.P. Ravn), pp.74-91. CABI, Oxfordshire.

8. Nielsen, C., Ravn, H.P., Nentwig, W. & Wade, M. (eds.) (2005) *The giant hogweed best practices manual: guidelines for the management and control of an invasive weed in Europe. Forest and Landscape*. Denmark, Horsholm, 44.

9. Nielsen, C., Vanaga, I., Treikale, O. & Priekule, I. (2007) *Mechanical and chemical control of Heracleum mantegazzianum and H. sosnowskyi. Ecology & Management of Giant Hogweed (Heracleum mantegazzianum)* (eds P. Pysek, M.J.W. Cock, W. Nentwig and H.P. Ravn), pp.226-239. CABI, Oxfordshire.

10. *Kodeks Ukrainy pro administratyvni pravoporushennia vid 7 hrudnia 1984 r. № 8073-X* [Code of Administrative Offenses of December 7, 1984 No. 8073-X]. (electronic edition). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10> (accessed 30 September 2019).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14> (дата звернення: 30.09.2019).
2. Вихор Б.І. Екологічна оцінка впливу інвазійних видів рослин на фіторізноманіття Закарпаття: автореф. дис. ... канд. біол. наук. К., 2015.
3. Іващенко О.О., Бурда Р.І. Європейська політика щодо інвазійних чужорідних видів рослин та перспективи її запровадження в Україні. Наук. праці Ін-ту біоенергетичних культур і цукрових буряків НААН України. 2014. Вип. 20. С. 46-54.
4. Койнова І.Б. Запобігання розповсюдженню шкідливих бур'янів на українсько-польському пограниччі. Львівська область – регіон сучасного управління комунальними послугами. Львів-Перемишль, 2013. Розділ 5. С.45-49.
5. Синицина Н.Ю. Поширення борщівника Сосновського на території міста Житомира. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Наука. Молодь. Екологія.». Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. С. 172-178.

6. Ontario Invasive Plant Council (2012) *Giant Hogweed (Heracleum mantegazzianum). Best Management Practices in Ontario*. (electronic edition). Available at: https://www.ontarioinvasiveplants.ca/wp-content/uploads/2016/06/OIPC_BMP_Hogweed.pdf (дата звернення: 30.09.2019).

7. Moravcova, L., Pysek, P., Krinke, L., Pergl, J., Perglova, I., & Thompson, K. (2007) *Seed germination, dispersal and seed bank in Heracleum mantegazzianum. Ecology & Management of Giant Hogweed (Heracleum mantegazzianum)* (eds P. Pysek, M.J. W. Cock, W. Nentwig and H.P. Ravn), pp. 74-91. CABI, Oxfordshire.

8. Nielsen, C., Ravn, H.P., Nentwig, W. & Wade, M. (eds.) (2005) *The giant hogweed best practices*

manual: guidelines for the management and control of an invasive weed in Europe. Forest and Landscape. Denmark, Horsholm, 44.

9. Nielsen, C., Vanaga, I., Treikale, O. & Priekule, I. (2007) *Mechanical and chemical control of Heracleum mantegazzianum and H. sosnowskyi. Ecology & Management of Giant Hogweed (Heracleum mantegazzianum)* (eds P. Pysek, M.J.W. Cock, W. Nentwig and H.P. Ravn), pp.226-239. CABI, Oxfordshire.

10. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 7 грудня 1984 р. № 8073-X Відомості Верховної Рада УРСР URL: <http://zakon.nau.ua> (дата звернення: 30.09.2019).

ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ТА КОНЦЕПЦІЯ ЕКОЛОГІЧНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

GREEN MARKETING AND THE CONCEPT OF ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN UKRAINE

У статті здійснено науковий аналіз комплексу екологічного маркетингу та сучасного стану розвитку екологічної відповідальності серед виробників та споживачів продукції. Розвиток екологічного маркетингу та зростання кількості й популярності «зеленої» продукції зумовлені об'єктивною необхідністю враховувати екологічні наслідки економічної діяльності сучасних підприємств, загостренням екологічних проблем та потребою у стимулюванні зростання екологічної свідомості кожного суб'єкта економічно-соціальних відносин. Основними завданнями екологічного маркетингу є впровадження практик ведення екологічно відповідального підприємництва, стимулювання попиту на екологічно чисті технології виробництва й еко-продукцію. Проаналізовано статистику підприємств, які є найбільшими забруднювачами навколишнього середовища в Україні та світі, а також досліджено інструменти та методи, які використовує сучасний бізнес для практичного впровадження концепції екологічного маркетингу у своїй діяльності. Запропоновано альтернативні шляхи екологізації українського бізнесу.

Ключові слова: екологічний маркетинг, соціальна відповідальність, сталій розвиток, концепція «зеленого» маркетингу.

В статье осуществлен научный анализ комплекса экологического маркетинга

и современного состояния развития экологической ответственности среди производителей и потребителей продукции. Развитие экологического маркетинга и рост количества и популярности «зеленой» продукции обусловлены объективной необходимостью учитывать экологические последствия экономической деятельности современных предприятий, обострением экологических проблем и потребностью стимулирования роста экологического сознания каждого субъекта экономико-социальных отношений. Основными задачами экологического маркетинга являются внедрение практик ведения экологически ответственного предпринимательства, стимулирование спроса на экологически чистые технологии производства и эко-продукцию. Проанализирована статистика предприятий, которые являются наибольшими загрязнителями окружающей среды в Украине и мире, а также исследованы инструменты и методы, которые использует современный бизнес для практического внедрения концепции экологического маркетинга в своей деятельности. Предложены альтернативные пути экологизации украинского бизнеса.

Ключевые слова: экологический маркетинг, социальная ответственность, устойчивое развитие, концепция «зеленого» маркетинга.

УДК 504.062.2

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-22>

Фещур І.В.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Львівський національний університет
імені Івана Франка

Feshchur Iryna

Ivan Franko National University of Lviv

The paper presents an analysis of environmental marketing concept and the direction of its use in Ukrainian enterprises. The number of companies producing green products is growing rapidly and consumers are increasingly interested in such goods and services. Green marketing means environmentally friendly activities related to developing, manufacturing and selling products to meet consumer needs taking into account environmental impacts. Green marketing practices show that the additional costs of producing green products are borne by consumers, but research shows that many of them are willing to pay a premium price for eco-friendly products and the environmental protection. The concept of green marketing contains the following 4P's main elements and their attributes: environmental product (the use of natural and organic materials, search for local socially responsible business partners, packaging and processing etc.); environmental price (fair trade, additional revenue for environmental activities); environmental promotion (choosing eco-friendly promotional materials, building consumer awareness, using branding, public relations, advertising); environmental place (emission reductions from transportation, optimization of logistics processes, etc.) The article contains statistics of the enterprises that are the largest environmental pollutants in Ukraine and in the world, as well as the tools and methods used by modern business to put into practice the concept of eco-marketing in their activities. The activity of Ukrainian enterprises was analyzed in detail, which made it possible to draw the following conclusions: 1) the largest polluters of Ukraine's ecology are large companies in the metallurgical, energy and utility sectors, and they only declare environmental initiatives, but do little to improve production capacity to environmental standards; 2) Ukrainian big business and well-known brands are trying to implement the concept of socially responsible business and take into account the environmental aspects of their programs. The development of eco-marketing today depends not only on big business or public policy initiatives, but on every small entrepreneur, and especially on every consumer.

Key words: green products, sustainable marketing, green marketing, environmentally friendly business, ecological marketing mix.

Постановка проблеми. За останні десятиліття концепція сталого розвитку та збереження екології піднялась на першу сходинку в міжнародному політичному та економічному порядку денному та була визнана ключовим рушієм інновацій. Як наслідок, кількість компаній, що розробляють «зелену» продукцію, швидко зростає, а споживачі виявляють все більший інтерес до таких товарів та послуг. Таким чином, розуміння основних характеристик «зеленої» продукції, виявлення факторів, що впливають на їх ціну, та готовність споживачів платити більше за таку продукцію, канали збуту та рекламні інструменти стають не лише корисним,

але й необхідним сьогодні інструментом для українського бізнесу.

З цієї причини глибоке розуміння екологічного маркетингу сприяло б, з одного боку, більш чистому виробництву за рахунок розвитку «зелених» продуктів та технологій, а з іншого боку, сталому споживанню шляхом їх успішного збуту. Результати показують, що визначення «зеленого» маркетингу з часом змінювалося відповідно до зростаючої актуальності екологічної парадигми. Щодо стратегії екологічного маркетингу було визначено кілька різних сегментів «зелених» споживачів, а також дослідження вказують на те, що, надаючи більшого значення

позиціонуванню екологічного бренду, а не позиціонуванню «зеленого» продукту, багато компаній отримують можливість диференціації своєї діяльності на ринку. Аналізуючи екологічний маркетинг-мікс, можемо зробити висновок, що існує багато видів «зеленого» маркетингу; споживачі готові платити преміальну ціну відповідно до функціональних ознак продукції або за відповідальність компанії перед природним середовищем; ключову роль відіграють ланцюги поставок із замкнутим циклом та зворотна логістика; ретельне визначення вмісту реклами є важливим, а знаки екомарки можуть бути важливими індикаторами якості та відповідальності для споживачів. Дослідження забезпечує поглиблений аналіз та узагальнення сукупності знань, що до цього часу накопичилися в галузі «зеленого» маркетингу, й може бути корисним для керівників, підприємців, науковців та студентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Серед науковців, які досліджували концепцію екологічного маркетингу, варто відзначити іноземних, таких як К. Хеньйон, Е. Кіннер, Д. Фуллер, П. Ховкін, К. Пітті, Ж. Оттман, А. Ендрюс, та українських, таких як А. Вичевич, Т. Вайданич, І. Дідович, Н. Зіновчук, А. Ращенко, Л. Мельник. Незважаючи на значний науковий доробок у сфері екологічного маркетингу, ця проблема потребує постійного пошуку нових шляхів та методів впливу на рівень екологічної свідомості всіх суб'єктів економічних відносин, а також постійного моніторингу успіхів та поразок компаній на шляху до екологізації бізнесу.

Постановка завдання. Метою статті є поглиблення підходів до визначення концепції екологічного маркетингу та її складових, аналіз сучасного стану розвитку екологічної свідомості менеджменту зарубіжних та вітчизняних компаній і споживачів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Екологічний маркетинг є частиною соціально-етичної концепції маркетингу, який зародився у США у 1970-х роках. Кембриджський бізнес-словник визначає екологічний маркетинг як концепцію маркетингу, в якій основний наголос робиться на тому, що вироблена продукція не повинна шкодити навколишньому середовищу [1]. Основними завданнями екологічного маркетингу є впровадження практик ведення екологічно відповідального підприємництва, демонстрація соціальної відповідальності, скорочення витрат (упаковка, транспортування, використання енергії, води тощо), виробництво та популяризація безпечної «зеленої» продукції.

Отже, екологічний маркетинг – це екологічно безпечна діяльність, пов'язана з розробленням, виробництвом та реалізацією продукції для задоволення потреб споживачів, яка враховує екологічні наслідки. Екологічний маркетинг можна представити як господарський процес, що має на меті задоволення потреб споживачів, забезпечує певні переваги суб'єктам господарювання, зокрема збільшення

прибутку підприємств, задовольняє вимоги щодо збереження довкілля, сприяє утворенню соціального, екологічного та економічного ефектів [2, с. 12].

Екологічний («зелений») маркетинг сьогодні ґрунтується на виробництві товарів та послуг, спрямованих на збереження факторів навколишнього середовища, та екологічній обізнаності усіх суб'єктів виробництва та споживання. Компанії, що займаються «зеленим» маркетингом, приймають рішення щодо всього процесу створення продукції компанії, наприклад способів переробки, упаковки та дистрибуції. Ці практики можуть підпадати під більш широкі параметри екологічних, соціальних та управлінських критеріїв, що є набором соціально відповідальних кроків, які можуть здійснювати приватні підприємства. «Зелений» маркетинг означає, що виробники використовують екологічно чисті процеси у виробництві, зокрема переробку відходів, використання відновлюваної енергії, зменшення викидів вуглекислого газу. Щодо приватного бізнесу «зелений» маркетинг може стосуватися виробничого процесу або самих продуктів чи послуг, або обох складників.

Аналізуючи екологічний маркетинг-мікс («*environmental marketing mix*») або концепцію «зеленого» маркетингу, можемо виділити такі ознаки основних елементів 4P's:

- «*environmental product*» (використання натуральних та органічних матеріалів у процесі виробництва, пошук місцевих соціально відповідальних бізнес-партнерів, пакування та переробка);
- «*environmental price*» (справедлива торгівля, яка полягає в тому, що виробники екологічно чистої продукції можуть отримувати більші прибутки за рахунок вищої ціни, а ті, хто завдає шкоди довкіллю, не лише ризикують корпоративним іміджем компанії, але й можуть отримати штрафи);
- «*environmental promotion*» (вибір екологічно чистих рекламних матеріалів, формування екологічної свідомості споживачів, використання брендингу, зв'язків із громадськістю, різноманітних інструментів реклами та пропаганди для інформування споживачів про важливість захисту довкілля);
- «*environmental place*» (скорочення викидів від транспортації, оптимізація логістичних процесів тощо).

«Зелений» маркетинг може приваблювати споживачів за рахунок екологічно чистого виробництва, збереження особистого здоров'я та чистоти довкілля, що веде до створення великої екологічно свідомої спільноти.

Варто зазначити, що сьогодні разом із термінами «екологічний маркетинг», «соціально відповідальний бізнес», «дружній до довкілля/екологічно чистий» почали використовувати поняття «екологічно свідомий споживач» («*green consumer*») як окрему категорію. Такі споживачі не лише поведуться як екологічно свідомі мешканці планети, але й віддають перевагу «зеленій» продукції, а також

прискіпливо вивчають методи та технології її виробництва. Ця група споживачів вважає, що охорона довкілля – це завдання не лише уряду, екологів чи науковців, навіть не представників бізнесу, але й кожного громадянина тієї чи іншої країни.

Як показали результати аналізу однієї з найбільших дослідницьких компаній світу «Nielsen» у 2014 році, більша частина опитаних споживачів готова платити більше за «зелену» продукцію. В опитуванні взяли участь 30 000 споживачів із 60 країн світу. Практика «зеленого» маркетингу показує, що додаткові витрати на виробництво екологічно чистої продукції лягають на плечі споживачів. Однак близько 55% споживачів були готові доплачувати за продукцію та послуги від компаній, які прагнуть позитивно вплинути на соціальну та екологічну сферу (до 45% у 2011 році), а 52% здійснили принаймні одну покупку за попередні півроку товару хоча б однієї соціально відповідальної компанії. Більше половини респондентів повідомили, що перевіряли упаковку продукції, щоби переконатися в тому, що вона не є шкідливою для навколишнього середовища. Споживачі в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Латинській Америці та на Близькому Сході, Африці виявили більшу зацікавленість (64%, 63%, 63% відповідно) у дорожчій «зеленій» продукції, тоді як у Північній Америці та Європі преференції були трохи нижчими (42% і 40% відповідно) [3]. Однак варто зазначити, що за останні кілька років популяризація зелених товарів та екологічно відповідального підприємництва лише зростає, тому можна впевнено стверджувати, що відсоток споживачів, які дбають про власне здоров'я та здоров'я нашої планети, лише зростатиме.

Якщо проаналізувати дані Державної служби статистики України про витрати на охорону довкілля та рівні утворення й поводження з відходами, матимемо такі результати. За останні 10 років

рівень утворення відходів зріс у десятки разів, коли рівень їх утилізації збільшується значно повільніше (рис. 1). Витрати на охорону навколишнього природного середовища (охорона атмосферного повітря, проблеми зміни клімату, очищення зворотних вод, поводження з відходами, захист та реабілітація ґрунтів тощо) за цей період зросли майже втричі, зокрема витрати держави на поводження з відходами майже збільшились у чотири рази [4]. Такі результати демонструють те, що, незважаючи на природоохоронний напрям діяльності державних інститутів, ми маємо сьогодні значні проблеми з накопиченням відходів та забрудненням навколишнього середовища. Ці екологічні виклики стосуються всіх суб'єктів економіко-соціальних відносин, а саме виробників, споживачів, посередників, громадських організацій, місцевих громад.

У 2018 році Міністерством екології та природних ресурсів України та Державною службою статистики України був опублікований перелік 100 найбільших підприємств-забруднювачів [6]. Першу десятку складають ПАТ АК «Київводоканал», ПрАТ «Меткомбінат «Азовсталь»», ЛМКП «Львівводоканал», ПАТ «Дніпровський Меткомбінат», КП «Дніпроводоканал», ПАТ «Запоріжсталь», МКП «Миколаївводоканал», ПАТ «ДТЕК Павлоградвугілля», КП «Чернігівводоканал», КП «Міськводоканал». Перша десятка найбільших забруднювачів за викидами в атмосферне повітря виглядає таким чином: ПАТ «Арселор Міттал Кривий Ріг», ПрАТ «ММК ім. Ілліча», «Бурштинська ТЕЦ», ПАТ «ДТЕК Західенерго», ВП «Курахівська ТЕС» ТОВ «ДТЕК Східенерго», ПрАТ «ДТЕК Павлоградвугілля», ВП Запорізька ТЕС ПАТ ДТЕК «Дніпроенерго», Вуглегірська ТЕС ПАТ «Центренерго», Ладижинська ТЕС ПАТ «ДТЕК Західенерго», ПрАТ «МК «Азовсталь»», ПАТ «Запорізький меткомбінат «Запоріжсталь»».

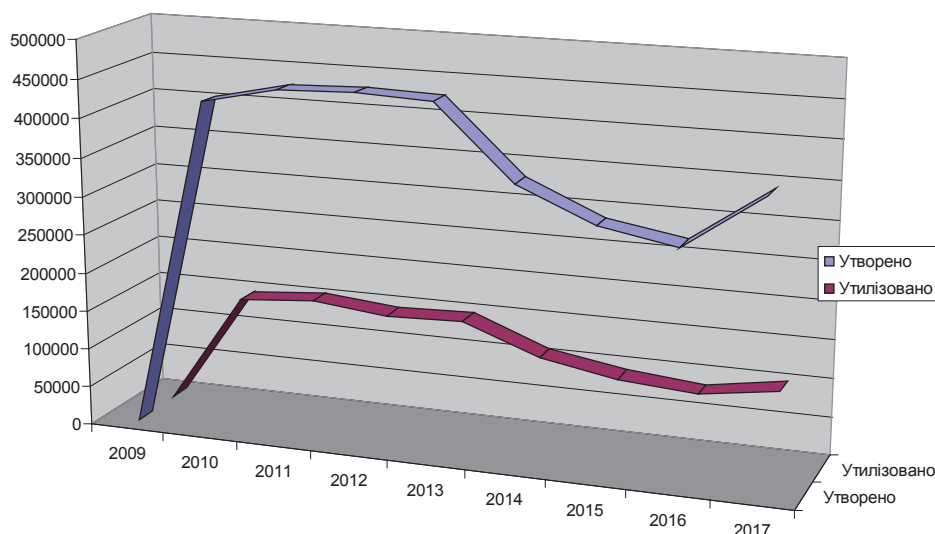


Рис. 1. Рівень утворення та утилізації відходів за даними Державної служби статистики України

Джерело: розроблено автором на основі [5]

Незважаючи на те, що діяльність цих підприємств зосереджена у промислових металургійній та енергетичній сферах, а також у комунальному секторі, спробуємо дослідити, які інструменти екологічного маркетингу використовують або декларують деякі з них.

ПрАТ АК «Київводоканал» та Львівське міське комунальне підприємство «Львівводоканал» визначають, що заходи з охорони довкілля щодо зменшення негативного впливу об'єктів каналізації на навколишнє природне середовище є пріоритетами їх діяльності [7]. У «Київводоканалі» створений департамент екологічного нагляду, а також декларується впровадження системи менеджменту якості за ДСТУ. Серед екологічних проектів «Львівводоканалу» є ініціатива щодо нейтралізації сірководню в напірних колекціях, виробництва додаткової електроенергії та тепла з біогазу тощо. Однак, заважаючи на збитковість цих підприємств, очевидно, що фінансування великих екологічних проектів є обмеженим [8]. ПрАТ «Меткомбінат «Азовсталь»» у розділі про відповідальність компанії зазначає, що основними завданнями є реконструкція конвертерів та цеху сіркоочищення, капітальний ремонт системи аспірації ливарного двору із заміною електрофільтру, що за збільшення обсягів виробництва сталі на 35% приведе до зниження загальних викидів до 25%, а зниження скидань стічних вод складе 15% [9].

ПАТ «Арселор Міттал Кривий Ріг» є лідером металургійної промисловості України та найбільшим іноземним інвестором у країні. Основними цілями ПАО «Арселор Міттал Кривий Ріг» в галузі екології є виконання природоохоронних зобов'язань і забезпечення екологічної безпеки [10]. На підприємстві затверджена екологічна політика, в якій викладені основні принципи ставлення компанії до охорони довкілля, а також підприємство щорічно підтверджує відповідність системи екологічного менеджменту вимогам міжнародних стандартів.

Найбільша приватна енергетична компанія України «ДТЕК» декларує такі напрями та пріоритети соціального партнерства, як енергоефективність у комунальному секторі, розвиток соціально значущої інфраструктури, охорона здоров'я, підвищення активності громад, розвиток бізнес-середовища [11]. Хоча компанія заявляє про своє зобов'язання модернізувати технологічні процеси для запобігання, скорочення або усунення негативного впливу на навколишнє середовище, статистика щодо забруднення довкілля підрозділами компанії свідчить про протилежне.

Переглянувши ще декілька звітів інших підприємств щодо їхньої природоохоронної діяльності, можемо зробити висновок про те, що всі вони декларують ту чи іншу активність щодо збереження довкілля, водночас залишаються у топі рейтингу найбільших його забруднювачів.

Щодо міжнародної ситуації, то рейтинг Ґрінпісу у 2018 році назвав компанію «Coca-Cola» головним забруднювачем довкілля, за нею йдуть «PepsiCo.», «Nestlé», «Danone» та «Mondelez International». Завершують першу десятку «Procter & Gamble», «Unilever», «Perfetti van Melle», «Mars Incorporated» та «Colgate-Palmolive» [12]. Однак ці компанії не лише декларують, але й впроваджують у життя величезні проекти із переробки та правильного захоронення вторинних матеріалів, ефективного управління відходами по всьому світі. Багато з них зазначають, що мають програми переробки до 2025 року, які будуть реально діяти й дадуть свій результат уже через декілька років.

Продовжуючи тему забруднення планети пластиком та спроб компаній його зменшити, проаналізуємо діяльність ще декількох українських підприємств, які сьогодні є одними з перших у рейтингу за вартістю брендів України, що означає певний рівень довіри та лояльності серед споживачів. Компанія «Моршинська» намагається дбати про довкілля, запроваджуючи такі ініціативи, як проект «Зелена торба», в рамках якого компанія надає своїм клієнтам із замовленням питної води зручну сітку, до якої складаються порожні пластикові пляшки, які під час наступного замовлення забирає кур'єр; функціонування станцій сортування сміття, куди споживачі можуть самостійно здати пластикові пляшки (рис. 2).

Також компанією зроблено кроки щодо інновацій у пакуванні, що дало змогу зменшити кількість використаного пластику на 45 т на рік [13]. Запроваджена перфорація етикетки, що дає змогу переробляти пляшку окремо від етикетки й підвищує якість переробленої сировини. Зважаючи на недостатню кількість підприємств із переробки вторинної сировини, низький рівень свідомості споживачів щодо подальшої переробки сміття, частіше – недовіри, ми сьогодні робимо лише перші кроки до системного захисту довкілля, водночас ефективного розвитку екологічного маркетингу.

«Приватбанк», що є одним з лідерів рейтингу найдорожчих українських брендів, також позиціонує себе як екологічно дружня компанія. В інформації про державне АТ зазначається, що весь документообіг у банку електронний, отже, практично не використовується папір. Також працює екологічна технологія інкасації. Щороку «Приватбанк» проводить суботники, стати учасниками яких можуть усі бажаючі.

Багато інших великих українських компаній у звітності щодо корпоративної соціальної відповідальності часто навіть не згадують про свої екологічні ініціативи. Деякі вибирають певні напрями у своїй соціально-відповідальній діяльності, зосереджуючись на певній сфері. Наприклад, компанія «Епіцентр» пріоритетним напрямом для себе вибрала підтримку спорту в Україні. «Київстар» визначає для себе серед основних

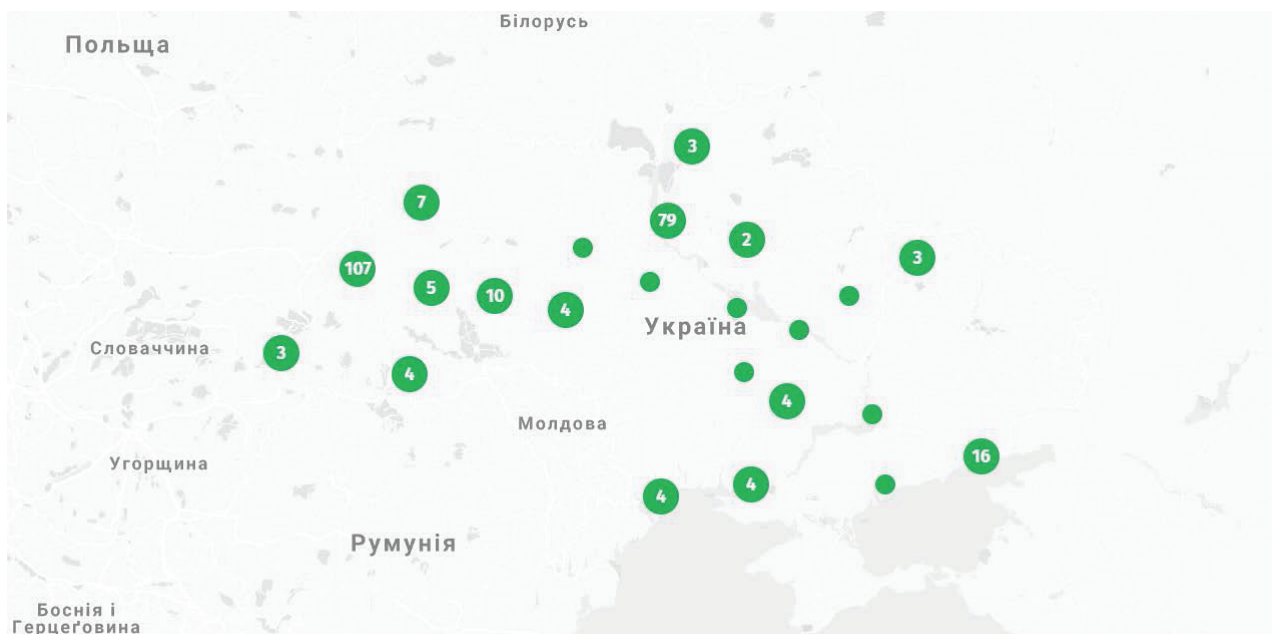


Рис. 2. Мапа прийому пластику в Україні компанією «Моршинська»

Джерело: [13]

соціальних ініціатив дитячу безпеку, розвиток освіти, підтримку здоров'я та здорового способу життя, благодійність та волонтерство.

У компанії «Фокстрот» є декілька напрямів соціальної діяльності, таких як турбота про майбутнє здоров'я української нації (допомога медичним закладам, освітні програми, благодійні проекти), екологічна ініціатива «Зелений офіс», сутність якої полягає в тому, що співробітники офісу вибирають енергозберігаюче офісне обладнання, економлять папір і збирають використаний папір для переробки. Раз на 2-3 місяці оголошується «Зелений день календаря», коли співробітники збирають весь папір у великі коробки й передають його на переробку. Зібрані гроші йдуть на благодійність дитячим будинкам та лікарням [14].

Компанія «Рошен» у своєму звіті про соціальну діяльність також зазначає, що вона керується принципами «Зеленого офісу» та використовує електронний документообіг, а також декларує ініціативи щодо оптимізації використання упаковки, серед яких слід назвати оптимізацію ваги та обсягів пакування, раціональний підхід до використання поновлюваних ресурсів з урахуванням вимог до матеріалу упаковки й характеристик продукту, підтримку ініціативи щодо рециркуляції або рекуперації енергії з використаної упаковки, використання перероблених матеріалів [15].

Проаналізувавши наведені приклади, можемо зробити висновок про те, що представники великого бізнесу в Україні намагаються впроваджувати концепцію соціально відповідального бізнесу й враховують у своїх програмах екологічні аспекти діяльності. Однак з огляду на загострення екологічних проблем в Україні та світі таких зусиль та ініціа-

тив потрібно значно більше. Це стосується не лише великого, але й середнього та малого бізнесу.

Висновки з проведеного дослідження.

Розвиток екологічної концепції маркетингу як частини соціально відповідального бізнесу сьогодні є однією з найактуальніших тенденцій економічно-соціальних відносин. Дослідження дає можливість зробити висновок про те, що український великий бізнес недостатньо швидко та якісно впроваджує у своїй діяльності екологічні ініціативи, які часто мають декларативний характер або не несуть необхідного ефекту для суспільства. Аналізуючи діяльність міжнародних компаній, які є лідерами у веденні екологічно дружнього бізнесу, звертаємо увагу на ініціативи таких компаній, як «IKEA», «Unilever», «Panasonic», «Allergan», «Patagonia», «IBM», «Adobe», «Nike». Ці та інші компанії враховують усі способи та можливості на шляху до екологізації бізнесу й підвищення якості життя у коротко- та довготривалій перспективі. Еко-ініціативи міжнародних компаній потрібно вивчати та впроваджувати у діяльність вітчизняних підприємств. Однак варто пам'ятати про те, що захист довкілля – це завдання не лише великого бізнесу або державних органів, але й кожного окремого споживача, кожного суб'єкта економіко-соціальних відносин, кожного мешканця нашої планети.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Meaning of eco-marketing in English. *Cambridge University Press*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/eco-marketing> (дата звернення: 16.09.2019).

2. Зіновчук Н., Ращенко А. Екологічний маркетинг : навчальний посібник. Житомир : вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.

3. The Nielsen Global Survey of Corporate Social Responsibility and Sustainability. *The Nielsen Company (US)*. 2014. URL: <https://www.nielsen.com/us/en/press-releases/2014/global-consumers-are-willing-to-put-their-money-where-their-heart-is> (дата звернення: 21.09.2019).

4. Витрати на охорону навколишнього природного середовища / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/ns_rik/ns_rik_reg/onps_u/pvonps_u.htm (дата звернення: 01.10.2019).

5. Рівень утворення та утилізації відходів / Державна служба статистики України. 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/ns_rik/ns_u/opar_u2005.html (дата звернення: 01.10.2019).

6. Мінприроди підготувало рейтинг «ТОП-100 найбільших підприємств-забруднювачів» за 2017 рік / Міністерство екології та природних ресурсів України. 2018. URL: <https://menr.gov.ua/news/32941.html> (дата звернення: 17.09.2019).

7. Звіт про управління ПрАТ АК «Київводоканал» за 2018 рік / ПрАТ Київводоканал. 2018. URL: <https://vodokanal.kiev.ua/zvit-pro-upravlinnya-kvk-2018> (дата звернення: 29.09.2019).

8. Екологічні проекти «Львівводоканалу» / Львівводоканал. URL: <https://lvivvodokanal.com.ua/aboutus/environment> (дата звернення: 29.09.2019).

9. Турбота про довкілля «Азовсталь» / Металургійний комбінат «Азовсталь». URL: <https://azovstal.metinvestholding.com/ua/responsibility/safety/environment> (дата звернення: 29.09.2019).

10. Корпоративна відповідальність «Арселор Міттал» / ПАТ «Арселор Міттал Кривий Ріг». URL: <https://ukraine.arcelormittal.com/index.php?id=265> (дата звернення: 29.09.2019).

11. Сталый розвиток «ДТЕК» / ДТЕК. URL: https://dtek.com.ua/sustainable_development (дата звернення: 29.09.2019).

12. Schleeter R. These 10 companies are flooding the planet with throwaway plastic / Greenpeace International. 2018. URL: <https://www.greenpeace.org/international/story/18876/these-10-companies-are-flooding-the-planet-with-throwaway-plastic> (дата звернення: 16.09.2019).

13. Моршинська: разом за природу / Моршинська. URL: <https://zapryrodu.morshynska.ua> (дата звернення: 20.09.2019).

14. Соціальна відповідальність «Фокстрот» / Фокстрот. URL: <https://www.foxtrot.com.ua/uk/article/682> (дата звернення: 29.09.2019).

15. Соціальний звіт 2017-2018 / Roshen. 2018. URL: https://www.roshen.com/uploads/Roshen__AR-2018__FIN-preview-min.pdf (дата звернення: 29.09.2019).

REFERENCES:

1. Cambridge University Press. Meaning of eco-marketing in English. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/eco-marketing> (accessed 16 September 2019).

2. Zinovchuk N., Rashhenko A. (2015) *Ekologichnyi marketing* [Ecological marketing]. Zhytomyr : I. Franko State University.

3. The Nielsen Company (2014) *The Nielsen Global Survey of Corporate Social Responsibility and Sustainability*. Available at: <https://www.nielsen.com/us/en/press-releases/2014/global-consumers-are-willing-to-put-their-money-where-their-heart-is> (accessed 21 September 2019).

4. State Statistics Service of Ukraine (2018) *Vytraty na oхoronu navkolyshnogo pryrodnoho seredovyssha* [Expenditure on environmental protection]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/ns_rik/ns_rik_reg/onps_u/pvonps_u.htm (accessed 1 October 2019).

5. State Statistics Service of Ukraine (2018) *Riven utvorennya ta utylizaciyi vidходiv* [The level of waste accumulation and utilization]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/ns_rik/ns_u/opar_u2005.html (accessed: 1 October 2019).

6. Ministry of Ecology and Natural Resources of Ukraine (2018) *Minpryrody pidhotuvalo reitynh «TOP-100 naibilshykh pidpriemstv-zabrudniuvachiv» za 2017rik* [The rating of "TOP-100 largest polluting enterprises" for 2017 by Ministry of Ecology]. Available at: <https://menr.gov.ua/news/32941.html> (accessed: 17 September 2019).

7. PrAT "Kyivvodokanal" (2018) *Zvit pro upravlinnia PrAT "Kyivvodokanal"* [PJSC Kyivvodokanal Management Report]. Available at: <https://vodokanal.kiev.ua/zvit-pro-upravlinnya-kvk-2018> (accessed: 29 September 2019).

8. "Lvivvodokanal". *Ekolohichni proekty "Lvivvodokanal"* [Lvivvodokanal Ecological Projects]. Available at: <https://lvivvodokanal.com.ua/aboutus/environment> (accessed 29 September 2019).

9. "Azovsytyal". *Turbota pro dovkillia "Azovstal"* [Caring for the environment at Azovstal]. Available at: <https://azovstal.metinvestholding.com/ua/responsibility/safety/environment> (accessed 29 September 2019).

10. "ArselorMittal". *Korporativna vidpovidalnist "ArselorMittal"* [ArcelorMittal Corporate Responsibility]. Available at: <https://ukraine.arcelormittal.com/index.php?id=265> (accessed 29 September 2019).

11. "DTEK". *Stalyi rozvytok "DTEK"* [The DTEK's Sustainable Development]. Available at: https://dtek.com.ua/sustainable_development (accessed 29 September 2019).

12. Schleeter R. (2018) *These 10 companies are flooding the planet with throwaway plastic*. Greenpeace International. Available at: <https://www.greenpeace.org/international/story/18876/these-10-companies-are-flooding-the-planet-with-throwaway-plastic> (accessed 16 September 2019).

13. Morshynska. *Razom za pryrodu* [Morshynska project "Together for Nature"]. Available at: <https://zapryrodu.morshynska.ua> (accessed 29 September 2019).

14. Foxtrot. *Sotsialna vidpovidalnist* [Social responsibility of Foxtrot]. Available at: <https://www.foxtrot.com.ua/uk/article/682> (accessed 29 September 2019).

15. Roshen Corporation (2018) *Sotsialnyi zvit 2017-2018* [Roshen Corporate Social Report for 2017-2018]. Available at: https://www.roshen.com/uploads/Roshen__AR-2018__FIN-preview-min.pdf (accessed 29 September 2019).

РОЗДІЛ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА КУЛЬТУРА ТА ДУХОВНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК СУЧАСНІ ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

INTELLECTUAL CULTURE AND SPIRITUAL INTELLECT AS MODERN FACTORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

УДК 005.94.331.108 + 378.14.339

DOI: <https://doi.org/10.32843/bSES.45-23>

Захарчин Г.М.

д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту
персоналу та адміністрування
Національний університет
«Львівська політехніка»

Zakharchyn Galina

Lviv Polytechnic National University

У статті обґрунтовано доцільність розгляду синтезу інтелектуальної культури й духовного інтелекту в контексті інноваційного розвитку суспільства та економічних процесів. Зазначено, що універсальний закон розвитку та принцип свободи складають концептуальну засаду розгляду інтелектуальної культури та духовного інтелекту як сучасних чинників інноваційного розвитку. Підкреслено важливість методологічного й технологічного зрізу досліджуваної проблематики. Висвітлено основні характеристики духовного інтелекту й інтелектуальної культури, окреслено їхні спільні риси. Відображено трансформацію сутнісних ознак духовного інтелекту в категорії менеджменту та економіки. Охарактеризовано роль цінностей у структурі інтелектуальної культури. Запропоновано формулу синтезу інтелектуальної культури й духовного інтелекту. Наголошено на особливій ролі інтелектуальної культури й духовного інтелекту як ефективних тонко планових інструментів в управлінні інноваційними процесами.

Ключові слова: інтелектуальна культура, духовний інтелект, інноваційний розвиток, цінності, інтелектуальний капітал, духовний коучинг.

В статье обоснована целесообразность рассмотрения синтеза интеллектуальной

культуры и духовного интеллекта в контексте инновационного развития общества и экономических процессов. Указано, что универсальный закон развития и принцип свободы составляют концептуальную основу рассмотрения интеллектуальной культуры и духовного интеллекта как современных факторов инновационного развития. Подчеркнута важность методологического и технологического среза исследуемой проблематики. Освещены основные характеристики духовного интеллекта и интеллектуальной культуры, очерчены их общие черты. Отображена трансформация существенных признаков духовного интеллекта в категории менеджмента и экономики. Охарактеризована роль ценностей в структуре интеллектуальной культуры. Предложена формула синтеза интеллектуальной культуры и духовного интеллекта. Сделан акцент на особенной роли интеллектуальной культуры и духовного интеллекта как эффективных тонко плановых инструментов в управлении инновационными процессами.

Ключевые слова: интеллектуальная культура, духовный интеллект, инновационное развитие, ценности, интеллектуальный капитал, духовный коучинг.

The article substantiates the expediency of considering the synthesis of intellectual culture and spiritual intelligence in the context of innovative development of society and economic processes. It is stated that the universal law of development and the principle of freedom constitute the conceptual basis for considering intellectual culture and spiritual intelligence as modern factors of innovative development. It is emphasized that the expediency of consideration of these factors is justified by the fact that innovation processes in the economic sphere take place in the socio-cultural space, which influences innovative thinking, shapes the intellectual culture of the subjects of innovation activity and makes them responsible for the consequences of innovative processes. The importance of methodological and technological aspects of the investigated problems is revealed. It is emphasized that the systematic consideration of innovation through the prism of the synthesis of intellectual culture and spiritual intelligence is a fundamental methodological basis for the formation of strategically important competitive advantages in the globalized world on a qualitatively different outlook. The main characteristics of spiritual intelligence and intellectual culture are outlined, their common features are outlined. It is emphasized that all aspects of spiritual intelligence (mental, moral, cognitive) reveal the intrinsic properties of a person, and, integrating with intellectual culture, stimulate the objective comparison of the price and real value of the results of innovative activity. Thus, the cost (economic) and social (moral) aspects of innovation are combined. The author defines the intellectual culture based on the values and attitudes of all subjects of the innovation process. The transformation of essential features of spiritual intelligence into the category of management and economy is reflected. It is stated that the modern technique of using spiritual intelligence to stimulate innovative development is spiritual coaching, with the help of which you can make successful management decisions in the conditions of uncertainty that accompanies innovation processes, and to form effective mechanisms for adaptation to innovations. The role of values in the structure of intellectual culture is characterized; its main tasks in the field of intellectual and innovative activity are highlighted. The formula of synthesis of intellectual culture and spiritual intelligence is offered. Emphasis is placed on the particular role of intellectual culture and spiritual intelligence as effective finely planned tools in managing innovation processes.

Key words: intellectual culture, spiritual intellect, innovative development, values intellectual capital, spiritual coaching.

Постановка проблеми. Інноваційний розвиток є об'єктивною вимогою часу, зумовлений необхідністю не тільки зберігати суб'єктами господарювання своїх конкурентних позицій на ринку, але й відповідати універсальному закону розвитку, якому підвладне все буття суспільства й відповідно до якого змінюються соціально-еко-

номічні формації, відбувається еволюційний прогрес, народжується нова якість форми та змісту трансформаційних процесів в економіці. Сьогодні появу нової якості інноваційного розвитку диктують знання та інтелектуальний капітал, а інтелектуальна культура є тим просторовим середовищем, у якому розвиток набуває особливого сенсу.

В інтелектуальній культурі поєднуються раціональне начало, знання, інтелект, та моральні цінності й норми доброчесності, які є основою духовного інтелекту й закладають підвалини етичних відносин у процесах інноваційного розвитку. Отже, виникає потреба використання інтелектуальної культури та духовного інтелекту як тонко планових інструментів в активізації інноваційної діяльності. Однак ця потреба поки що не доведена до рівня практичного втілення, крім того, потребує глибшого теоретичного дослідження й узагальнення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У науковому середовищі спостерігаємо прагнення дослідників глибше пізнавати процеси реального світу через призму дослідження матеріальних і духовних аспектів, які пронизують усі сфери нашої життєдіяльності. Отже, з'являється багато публікацій, в яких господарські й економічні процеси та явища аналізуються в контексті соціогуманістичної парадигми, наближеної до пізнання духовного начала людини, яка творить реальність, змінює дійсність, продукує нові знання, тобто є основним суб'єктом усіх відносин, зокрема, в економічній сфері. Власне, через призму соціально-філософського пізнання висвітлюються проблеми концептуалізації духовності як цілісного феномена в публікаціях [1; 9] та розглядається духовний інтелект в контексті формування лідерських якостей як обов'язкової компоненти разом із традиційним рівнем інтелекту (IQ), емоційним інтелектом (EQ), життєвою енергією (VQ) [3; 8, с. 67]. Дещо ширший погляд на духовний інтелект подається в публікаціях, де ця категорія розглядається як духовний потенціал. Зокрема, таке розуміння зустрічаємо у К. Липовської, яка стверджує, що «інтелектуальний потенціал суспільства – це частина його духовного потенціалу» [5, с. 27]. Інтелектуалізація сучасного суспільства актуалізувала цю проблематику, розширивши просторове поле досліджень, у якому значна роль відводиться інтелекту, інтелектуальному потенціалу [6; 8] та інтелектуальній культурі [2; 4]. Динаміка сучасних процесів об'єктивно спонукає до розширення діапазону досліджень інноваційного розвитку та чинників, які його обумовлюють. Однак, попри значні напрацювання науковців у царині духовного інтелекту та інтелектуальної культури, відсутні публікації, в яких інноваційний розвиток розглядається через призму єдності інтелектуальної культури й духовного інтелекту, які забезпечують цілісність та гуманістичне спрямування інноваційного розвитку. Отже, потребують поглибленого дослідження й подальшого розвитку концептуальна й методологічна основа та понятійно-категоріальний апарат окресленої у статті проблематики.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні доцільності розгляду синтезу інтелектуальної культури й духовного інтелекту в кон-

тексті інноваційного розвитку суспільства та економічних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Інноваційний поступ суспільства та реальне економічне зростання на гуманістичних засадах уможливлються завдяки розвитку інтелектуальної культури й духовної зрілості людини, яка проявляється через її духовний інтелект. В інтелектуальній культурі імперативом стає постійний розвиток, самовдосконалення, гармонізація відносин усіх учасників інтелектуального творення. Вищою мірою самовдосконалення й саморозвитку є духовний інтелект, який виростає з персонального інтелекту, що відображає якість пізнання світобудови й місця та ролі людини в суспільстві, трансформується в соціальний інтелект, в якому межі пізнання значно розширюються, а також виходить на рівень високої свідомості, даючи змогу досягнути цілісну реальність, де переплітаються духовні й матеріальні процеси. Отже, в контексті універсального закону розвитку розглядаємо інноваційний розвиток, інтелектуальну культуру, якій також притаманний розвиток, і духовний інтелект, що відображає усвідомлене прагнення до розвитку, активну внутрішню мотивацію вдосконалення й широке поле сприйняття реальності. Іншими словами, підставами для розгляду інтелектуальної культури та духовного інтелекту як сучасних чинників інноваційного розвитку є категорія розвитку, що впливає з універсального закону розвитку, й принцип свободи, закладений в основу творчості та пошуку нового. Доцільність розгляду зазначених чинників обґрунтовується тим, що інноваційні процеси в економічній сфері відбуваються в соціокультурному просторі, що впливає на інноваційне мислення, формує інтелектуальну культуру та спонукає до відповідальності за наслідки інноваційних процесів.

Інтелектуальну культуру розуміємо як систему відносин, які виникають між учасниками інтелектуальної, інноваційної та інформаційної діяльності на основі культури мислення, культури дії, культури спільної праці, спрямованої на примноження знань, інтелектуальне збагачення й розвиток інтелектуального капіталу [4, с. 131]. Відносини між людьми формуються на основі цінностей. Базовими цінностями інтелектуальної культури є знання, інтелектуальна свобода, саморозвиток, творчість, інформаційна відкритість, довіра, співпраця, відповідальність, толерантність. Саме ці цінності також притаманні духовному інтелекту, у складі якого виділяють моральний інтелект, спрямований на морально-етичну відповідальність, добро й доброчесну поведінку. Отже, духовний інтелект є духовним стержнем для відносин, які повинні будуватися на моральних цінностях і нормах, водночас він є духовною основою для інтелектуальної культури. Цінністю стає не сам є інтелектуальний продукт, який є наслідком інноваційної діяльності,

а його корисність для суспільства, тобто суспільне благо. Інтелектуальна культура, як і духовний інтелект, нерозривно пов'язана з морально-етичною ціннісною орієнтацією людини, яка проявляється як у професійному середовищі, так і в системі суспільних відносин. Інтелектуальна культура в сучасних, динамічно-насичених умовах, стимулює появу нової якості мислення, яка породжує нову форму інтелектуальної діяльності, спрямованої як на примноження інтелектуального капіталу суспільства, так і на духовний розвиток особистості. Інтелектуальна культура здатна гармонізувати відносини всіх суб'єктів інтелектуальної діяльності, поєднати корпоративний інтерес із суспільним благом, інтелектуально й духовно збагатити світ, оскільки її основними завданнями є розвиток духовності, професіоналізму, світоглядної та фахової ерудиції, підвищення рівня доброчесності у сфері інтелектуально-інноваційної діяльності.

Духовний інтелект (SQ) як категорію й поняття запровадив у науковий вжиток Х. Гарден, який в своїх працях стверджував, що теорія множинного інтелекту виходить із трактування поняття духовності як форми інтелекту, що засноване на серії взаємопов'язаних, але відмінних когнітивних процесів і здібностей, які приводять людину до розуміння її оточення й кращого життя [3]. Науковці погоджуються з тим, що духовність є центральним елементом інтелекту, тому що пророкує функціонування та адаптацію й пропонує можливості, що дають змогу людям вирішувати проблеми й досягати цілей [7, с. 68]. Відповідно, духовний інтелект є «життєдайним елементом, який активно проявляється в сферах ділового світу» [7, с. 68]. Життєдайна сила духовного інтелекту полягає в свободі творчості як джерела інноваційного розвитку й мотивації інноваційної активності без жодного примусу чи опору. Як зауважують дослідники, «справжній (реальний) інтелект завжди діяльний, він не спить, а тому вміння особистості скерувати його у творче та корисне для людства русло чи сферу своїх інтересів засвідчуватиме наявність динаміки інтелектуального потенціалу» [8, с. 15].

Важливими характеристиками духовного інтелекту є доброчесна поведінка, активне використання духовних ресурсів, висока якість життя,

високий рівень самосвідомості, цілісне сприйняття процесів і явищ, вміння бачити й розуміти зв'язок між причиною та наслідком у різних ситуаціях. Ці характеристики співпадають із сутнісним наповненням культури мислення, культури дії та спільної праці як складових інтелектуальної культури. Єдність інтелектуальної культури й духовного інтелекту не тільки роблять саме життя осмисленим, але й наповнюють економічні процеси іншим сенсом, в якому присутній духовний вимір. Отже, раціональне й матеріальне поступається місцем духовному, формується інше світобачення, а в ланцюжку інноваційного процесу основним суб'єктом стає відповідальна творча особистість із високим рівнем свободи розвитку, моралі й етики поведінки, здатна змінювати світ і спрямовувати інноваційний розвиток в русло соціально-духовного збагачення.

Формами прояву духовного інтелекту в економіці та менеджменті є осмислений розвиток, саморозвиток, активне пізнання, цінності, екологічність, цілісність, самоусвідомлення, свобода творчості, синтетичне мислення. Перелічені та інші сутнісні ознаки духовного інтелекту проявляються в менеджменті та економіці через відповідні категорії, які мають безпосереднє відношення до інноваційних процесів. У табл. 1 представлено сутнісні ознаки духовного інтелекту та їх трансформацію в категорії менеджменту та економіки.

Осмислений розвиток не вимагає стимулювання до вдосконалення професійних та інших якостей людини, а є природним внутрішнім мотивом, який заохочує до активного пізнання й творення. Відповідно, ця внутрішня спонука в професійному середовищі переростає у креативність, прагнення до творчості. Отже, з'являються інноваційні ідеї, які комерціалізуються в інноваційні продукти. Оскільки в основу духовного інтелекту закладено принцип свободи творчості, то джерело інноваційних ідей не вичерпується, а вмиле управління талантами на рівні підприємства забезпечуватиме високу ефективність інноваційної діяльності. З огляду на перспективу розвитку синтетичне мислення як ознака духовного інтелекту сприятиме стратегічному моделюванню економічних процесів та системності в прийнятті доленосних управлінських рішень.

Таблиця 1

Трансформація сутнісних ознак духовного інтелекту в категорії менеджменту та економіки

Сутнісні ознаки духовного інтелекту	Трансформація в категорії менеджменту та економіки
Осмислений розвиток, саморозвиток	Інноваційний розвиток, управління талантами, розвиток персоналу
Активне пізнання	Мотивація
Цінності	Управління поведінкою, поведінкова економіка, корпоративна культура
Екологічність	Соціальна ефективність, екологічна безпека, екологічна культура
Свобода творчості	Управління талантами, інноваційний розвиток
Цілісність, самоусвідомлення	Партнерство й співпраця, духовне лідерство
Синтетичне мислення	Стратегічне моделювання й розвиток, системність у прийнятті управлінських рішень

Модерною технікою використання духовного інтелекту для активізації інноваційного розвитку є духовний коучинг, за допомогою якого можна приймати успішні управлінські рішення в умовах невідомості, яка супроводжує інноваційні процеси. Закладена в основі духовного інтелекту здатність цілісно розуміти всі прояви зовнішнього й внутрішнього світу та адекватно реагувати на виклики, зберігаючи свій творчий потенціал, уможлиблює появу нових адаптаційних механізмів у системі духовного коучингу.

Завдяки синтезу інтелектуальної культури й духовного інтелекту формується нова формула мислення, одним із принципів якої є самоусвідомлення. Самоусвідомлення – це здатність зв'язувати причини й наслідки в одне ціле, поєднання розуміння зі знанням, вміння не виділяти свою окремішність, а бачити себе в команді, ставати духовним лідером та водночас командним гравцем. Духовний інтелект якнайкраще спонукає до ефективної командної співпраці, без якої не обійтися в інноваційних процесах: від моменту зародження ідеї, її технологічного опрацювання до успішної комерціалізації. Поєднуючи інтелектуальну культуру й духовний інтелект, можемо досягнути інформаційно-духовної мобільності, що в умовах глобалізованого простору розширює масштабність та горизонти інноваційної діяльності.

Формулою синтезу інтелектуальної культури й духовного інтелекту є така: «знання – воля – благо». Знання задає тон позитивного мислення, воля спонукає до активної дії з використанням духовних ресурсів, благо відображає корисний результат для суспільства, що якісно покращує життя в усіх формах.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, доцільність розгляду інтелектуальної культури й духовного інтелекту в контексті інноваційного розвитку суспільства та економіки обґрунтовується концептуально, методологічно й технологічно. Концептуальний зріз відображає те, що інтелектуальна культура й духовний інтелект трансформують ідею розвитку відповідно до універсального закону розвитку, формують нову філософію інноваційних цінностей як сучасної логіки ведення інноваційної діяльності. Системний розгляд інноваційності через призму синтезу інтелектуальної культури та духовного інтелекту є засадничою методологічною основою для формування стратегічно важливих конкурентних переваг у глобалізованому світі на якісно іншій світоглядній основі. Технологічний аспект відображає те, що інтелектуальна культура й духовний інтелект сьогодні стають ефективними тонко плановими інструментами управління інноваційними процесами. З огляду на це подальші дослідження доцільно спрямовувати на розвиток цього тонко планового інструментарію й доведення його до реального використання в практичній

сфері та оцінювання його ефективності. У теоретичному сенсі доцільно поглиблювати дослідження духовного інтелекту та інтелектуальної культури як інтегральних категорій, які повинні повноцінно використовуватися в економічній сфері. Поєднання теоретичних і практичних подальших досліджень має дати поштовх новій інтелектуально-духовній концепції інноваційного розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Головіна О. Аналіз наукових підходів дослідження духовного інтелекту особистості *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 3. С. 27-32.
2. Драган О. Інтелектуальна культура як складова інноваційної культури для інноваційного розвитку організації. *Економіка ринкових відносин*. 2013. № 11. С. 251-258.
3. Gardner H. Reflections in multiple intelligences: myths and messages. *Phi Delta Kappan*, 1995. P. 204-207.
4. Захарчин Г., Косміна Ю. Інтелектуальна культура в системі управління знаннями. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 27. Ч. 1. С. 129-133.
5. Липовська К. Інтелектуальний потенціал у контексті управління суспільним розвитком: поняття та сутність. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2017. Вип. 4 (35). С. 21-27.
6. Поперечнюк В. Інтелектуалізація сучасного суспільства: проблеми та перспективи. *Інформація і право*. 2013. № 3 (9). С. 83-88.
7. Романовський О., Квасник О., Шаповалова В. та ін. Обов'язкові складові особистості харизматичного лідера як запорука його успіху. *Лідер. Еліта. Суспільство*. 2017. № 1. С. 60-73.
8. Ситник Й. Інтелектуалізація систем менеджменту підприємств: концепція, системний моніторинг та моделювання : монографія. Львів : видавництво Львівської політехніки, 2017. 380 с.
9. Целякова О. Духовність як цілісний феномен: проблеми концептуалізації в контексті соціально-філософського пізнання. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2008. Вип. 33. С. 65-73.

REFERENCES:

1. Holovina O. (2015) Analiz naukovykh pidkhodiv doslidzhennia dukhovnoho intelektu osobystosti [Analysis of scientific approaches to the study of spiritual intelligence of the individual]. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, vol. 5, pp. 159-177.
2. Drahan O. (2013) Intelektualna kultura yak skladova innovatsiinoi kultury dlia innovatsiinoho rozvytku orhanizatsii [Intellectual culture as a component of innovation culture for innovative development of the organization]. *Journal of Economics of Market Relations*, vol. 11, pp. 251-258.
3. Gardner H. Reflections in multiple intelligences: myths and messages. *Phi Delta Kappan*, 1995. pp. 204-207.
4. Zakharchyn H., Kosmya Yu. (2018) Intelektualna kultura v systemi upravlinnia znanniamy. [Intellectual culture in the knowledge management system]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 27, no. 1, pp. 129-133.

5. Lypovska K. (2017) Intelktualnyi potentsial u konteksti upravlinnia suspilnym rozvytkom: poniattia ta sutnist [Intellectual potentsial in the context of management suspensive development: poniattia ta sutnist]. *Public administration and local self-government*, vol. 4, no. 35, pp. 21-27.

6. Poperechniuk V. (2013) Intelktualizatsiia suchasnoho suspilstva: problemy ta perspektyvy [Intellectualization of modern society: problems and perspectives]. *Information and Law*, vol. 3, no. 9, pp. 83-88.

7. Romanovskyi O., Kvasnyk O., Shapovalova V. and oth. (2017) Oboviazkovi skladovi osobystosti kharyzmatychnoho lidera yak zaporuka yoho uspikhu [Mandatory components of a charismatic leader's personal-

ity as a key to his success]. *Leader. Elite. Community*, vol. 1, pp. 60-73.

8. Sytnyk Y. (2017) *Intelktualizatsiia system menedzhmentu pidpriemstv: kontseptsii, systemnyi monitorynh ta modeliuvannia: monohrafiia*. [Intellectualization of enterprise management systems: concept, system monitoring and modeling: monograph]. Lviv : Lviv Polytechnic Publishing House (in Ukrainian).

9. Tseliakova O. (2008) Dukhovnist yak tsilisnyi fenomen: problemy kontseptualizatsii v konteksti sotsialno-filosofskoho piznannia. [Spirituality as a holistic phenomenon: problems of conceptualization in the context of socio-philosophical knowledge]. *Humanitarian Bulletin of ZDIA*, vol. 33, pp. 65-73.

СТАН ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛЮ ЩОДО
ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВSTATE OF THE GOVERNMENT CONTROL
OF QUALITY AND SAFETY OF FOOD PRODUCTS

УДК 346.5:63.002.6

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-24>**Лозинська Т.М.**д.н.держ.упр., професор,
професор кафедри публічного
управління та адміністрування
Полтавська державна аграрна академія**Дем'яненко Н.В.**к.е.н., доцент, доцент кафедри
підприємництва і права
Полтавська державна аграрна академія**Чупилко В.О.**студент
Полтавська державна аграрна академія**Lozinska Tamara**

Poltava State Agrarian Academy

Demyanenko Nataliya

Poltava State Agrarian Academy

Chupilko Volodimir

Poltava State Agrarian Academy

У статті розглянуто проблеми державного контролю харчових продуктів у сфері забезпечення якості. Правове регулювання безпечності та якості харчових продуктів слід розглядати як один зі способів гарантування безпеки життя й здоров'я людей, що закріплено Конституцією України. Основну роль у здійсненні контролю за якістю та безпечністю продуктів харчування й продовольчої сировини відіграє держава задля захисту життя, здоров'я та інтересів споживачів. Дослідження свідчать про те, що останніми роками спостерігається тенденція до зниження якості сировини, яка постачається на перероблення. Слабкість економічних зв'язків між сільськогосподарськими та переробними підприємствами, розділеними власністю, є однією з причин скорочення надходження сільськогосподарської сировини та зниження її якості. Зниження цукристості цукрових буряків, олійності насіння соняшнику, вмісту крохмалю в картоплі, білку та жиру в молоці, сухих речовин в овочах негативно впливає на якість готової продукції, що обумовлює необхідність використання штучних компонентів під час виробництва продуктів харчування.

Ключові слова: якість, безпечність, харчові продукти, контроль, споживачі.

В статье рассмотрены проблемы государственного контроля пищевых продуктов

в сфере обеспечения качества. Правовое регулирование безопасности и качества пищевых продуктов следует рассматривать как один из способов гарантирования безопасности жизни и здоровья людей, что закреплено Конституцией Украины. Основную роль в осуществлении контроля за качеством и безопасностью продуктов питания и продовольственного сырья играет государство в целях защиты жизни, здоровья и интересов потребителей. Исследования свидетельствуют о том, что в последние годы наблюдается тенденция к снижению качества сырья, поставляемого на переработку. Слабость экономических связей между сельскохозяйственными и перерабатывающими предприятиями, разделенными собственностью, является одной из причин сокращения поступления сельскохозяйственного сырья и снижения ее качества. Снижение сахаристости сахарной свеклы, маслянистости семян подсолнечника, содержания крахмала в картофеле, белка и жира в молоке, сухих веществ в овощах негативно влияет на качество готовой продукции, что обуславливает необходимость использования искусственных компонентов при производстве продуктов питания.

Ключевые слова: качество, безопасность, пищевые продукты, контроль, потребители.

The article deals with the problems of state control of food in the field of quality assurance. Legal regulation of food safety and quality should be considered as one of the ways of ensuring the safety of life and health of people, which is enshrined in the Constitution of Ukraine. The main role in the control of the quality and safety of food and raw materials is played by the state in order to protect the life, health and interests of consumers. Studies show that in recent years there has been a tendency to reduce the quality of raw materials supplied for processing. Weakness of economic links between agricultural and processing enterprises divided by property is one of the reasons for the reduction of agricultural inputs and the deterioration of their quality. Reduction of sugar content of sugar beets, oilseeds of sunflower seeds, starch content in potatoes, protein and fat in milk, solids in vegetables, adversely affects the quality of finished products, which necessitates the use of artificial components in the production of food. The threat to food security remains the problem of providing food businesses with raw materials that are not contaminated with impurities and hazardous substances (especially for baby food) and the organization of proper controls on the quality and safety of raw materials that are being processed. The development of the sugar, starch and molasses, canned fruits, oil and fat, meat, dairy and fisheries industries is directly dependent on agriculture – the main supplier of raw materials. Studies show that in recent years there has been a tendency to decrease the quality of raw materials supplied for processing. Weak economic links between agricultural and processing enterprises are one of the reasons for the decline in agricultural inputs and the deterioration of their quality. Reduction of sugar content of sugar beets, oilseeds of sunflower seeds, starch content in potatoes, protein and fat in milk, solids in vegetables, adversely affects the quality of the finished product. During the planned inspections, problems with the sale of products in the food markets of Poltava were also identified, in particular the comments concerned both the quality of food and tobacco and alcoholic beverages. As the parameters of quality and safety of products were not maintained and it did not correspond to the recipes according to physicochemical, organoleptic and microbiological parameters, as a consequence, in certain types of meat products bacteria and microorganisms capable of causing food toxicity were found in consumers.

Key words: quality, safety, food, control, consumers.

Постановка проблеми. Захист права громадян на безпечність та якість продуктів в Україні як одного з базових прав припускає поєднання свободи вибору людини з гарантованим забезпеченням фізіологічних потреб споживання якісних харчових продуктів як умови її особистого існування. Якість харчових продуктів за ДСТУ ISO 9001:2009 залежить від факторів сфери виробництва і умов вирощування рослинної продукції, якості сировини, напівфабрикатів, технології їхнього оброблення, обладнання; факторів сфери розподілу, тобто якості зберігання, транспортування, реалізації; факторів сфери споживання, тобто якості короточасного збе-

рігання, споживання та засвоєння [6, с. 126]. Отже, критерії якості та безпечності харчових продуктів обумовлюються нормативно-правовим регулюванням та дотриманням регуляторних норм на будь-якому технологічному етапі виробництва й визначають стандартизований рівень якості [3, с. 15]. Послаблення державного контролю, як правило, негативно позначається на властивостях продуктів харчування, що вимагає розроблення спеціальних заходів споживчої політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Щорічно в Україні реєструється майже 1,5 тис. випадків харчових отруєнь. Питання безпечності та

якості продуктів були й залишаються актуальним предметом наукових досліджень, таких учених, як В.А. Домарецький, Т.П. Златова, І.В. Зозуля, Д.Ф. Крисанов, Т.А. Лайко, М.Ф. Бабієнко, В.Л. Іванов, О.С. Проневич, оскільки спостерігаються зміни в харчових технологіях, здійснюється пошук нових можливостей виробництва на основі біотехнологій.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз заходів контролю харчової продукції Головним управлінням Держпродспоживслужби в Полтавській області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Правове регулювання безпечності харчових продуктів слід розглядати як один зі способів гарантування безпеки життя й здоров'я людей, що закріплено Конституцією України. Основна роль у реалізації цієї конституційної норми відводиться державному регулюванню, яке спрямоване на захист інтересів виробників, споживачів і держави загалом. Зокрема, державне регулювання безпечності та окремих показників якості харчових продуктів здійснюється шляхом встановлення санітарних заходів; встановлення вимог до окремих показників якості харчових продуктів; державної реєстрації визначених законодавством об'єктів санітарних заходів; видачі, припинення, анулювання та поновлення експлуатаційного дозволу; інформування та підвищення обізнаності операторів ринку й споживачів щодо безпечності та окремих показників якості харчових продуктів; встановлення вимог щодо стану здоров'я персоналу потужностей; участі в роботі відповідних міжнародних організацій; здійснення державного контролю; притягнення операторів ринку, їх посадових осіб до відповідальності у разі порушення законодавства про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів [2].

Проведені останніми роками наукові й лабораторні дослідження та перевірки Головним управлінням Держпродспоживслужби в Полтавській області харчової продукції, що реалізується на вітчизняних продовольчих ринках, засвідчили, що

у сфері якості та безпечності продовольства періодично виникає низка проблем, пов'язаних із порушенням технологічних вимог щодо виробництва й реалізації продтоварів. У зверненнях громадян до Держпродспоживслужби можна виділити найбільш гострі питання (табл. 1).

У 2019 р. у зверненнях громадян до Держпродспоживслужби найбільше порушуються питання щодо захисту прав споживачів (160 звернень, або 62%); ветеринарії та надання ветеринарної допомоги (26 звернень, або 10,1%); якості харчових продуктів (25 звернень, або 9,7%). Спостерігається зростання чисельності звернень протягом 2017-2019 рр. щодо порушень у галузі ветеринарії та надання ветеринарної допомоги (у 3,7 рази); якості харчових продуктів (у 2,8 рази); захисту рослин і фітосанітарії (на 50%).

Найбільша кількість звернень стосується порушень прав споживачів (більше 60%). Звернення громадян щодо якості продуктів та безпечності їх для здоров'я споживача стосуються загальних вимог до безпечності продукції (зокрема, інформації про продукцію та її маркування, терміни зберігання, використання харчових добавок, вмісту у харчових продуктах небезпечних забруднювачів, фальсифікації продукції); недобросовісних торговельних методів ведення бізнесу (включаючи рекламу та маркетингову діяльність).

На виконання вимог статті 15 Закону України «Про звернення громадян» в Держпродспоживслужбі забезпечено особистий розгляд звернень споживачів щодо безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, а також першочерговий прийом жінок, яким присвоєно почесне звання України «Мати-героїня», інвалідів Другої Світової війни, Героїв Соціалістичної Праці, Героїв Радянського Союзу та Героїв України. Держпродспоживслужбою створено можливість подання письмових звернень громадян, надісланих з використанням Інтернету, з 2018 р. запроваджено роботу цілодобової «гарячої лінії», що спрощує механізм взаємодії Держпродспоживслужби з громадянами

Таблиця 1

Види звернень громадян до Головного управління Держпродспоживслужби в Полтавській області, 2017-2019 рр.

Вид звернень	Роки						2019 р. до 2017 р., %
	2017		2018		2019		
	од.	%	од.	%	од.	%	
Ветеринарія та надання ветеринарної допомоги	7	4,2	25	14,9	26	15,1	в 3,7 рази більше
Захист рослин та фітосанітарія	2	1,2	2	1,2	3	1,7	150,0
Санітарний стан	13	7,9	23	13,7	17	9,9	130,8
Ціни	7	4,2	8	4,8	5	2,9	71,4
Діяльності посадових та службових осіб	9	5,5	3	1,8	4	2,3	44,4
Екологія та забруднення навколишнього середовища	4	2,4	2	1,2	3	1,7	75,0
Захист прав споживачів	96	58,2	72	42,9	74	43,0	77,1
Якість харчових продуктів	9	5,5	16	9,5	25	14,5	в 2,8 рази більше
Інші	18	10,9	17	10,1	15	8,7	83,3
Всього	165	100,0	168	100,0	172	100,0	104,2

Джерело: складено авторами за даними Головного управління Держпродспоживслужби в Полтавській області

та дає змогу оперативно вирішувати проблемні питання, які порушуються у зверненнях громадян, а також удосконалювати роботу з урахуванням громадської думки. Територіальним органом Держпродспоживслужби також забезпечено відповідні умови для реалізації громадянами конституційних прав на письмове звернення та особистий прийом.

Загрозою продовольчій безпеці залишається проблема забезпечення підприємств харчової промисловості сировиною, не забрудненою хімічними домішками та небезпечними речовинами (особливо для продуктів дитячого харчування), та організації належного контролю за якістю й безпечністю сировини, що надходить на перероблення. Розвиток цукрової, крохмале-патокової, плодоовочеконсервної, олійно-жирової, м'ясної, молочної, рибної промисловості безпосередньо залежить від сільського господарства, що є головним постачальником сировини. Проведені дослідження свідчать про те, що останніми роками спостерігається тенденція до зниження якості сировини, яка постачається на перероблення. Слабкість економічних зв'язків між сільськогосподарськими та переробними підприємствами є однією з причин скорочення надходження сільськогосподарської сировини та зниження її якості. Зниження цукристості цукрових буряків, олійності насіння соняшнику, вмісту крохмалю в картоплі, білку та жиру в молоці, сухих речовин в овочах негативно впливає на якість готової продукції [4, с. 46].

Показники якості продукції, реалізованої товаровиробниками, визначаються лабораторіями заготівельника, тому точність та об'єктивність цих показників залежать від кваліфікації та сумлінності працівників сировинних лабораторій заготівельних організацій, а також нерідко обумовлюються конфліктом інтересів власників.

Загрозою продовольчій безпеці є наявність на українському ринку відносно дешевих, але небезпечних продуктів харчування, які містять надмірну кількість харчових добавок, генетично модифіковані компоненти та гормони. В Україні використання харчових добавок регулюється Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку харчових добавок, дозволених для використання у харчових продуктах», іншими санітарними правилами та нормами. Згідно із законодавством України використання харчових добавок має здійснюватися лише з дозволу Міністерства охорони здоров'я України. Із 480 добавок, які досліджуються в Україні, дозволено використовувати 371 харчову добавку, 105 не отримали такого дозволу, а 4 заборонені. Харчові добавки повинні забезпечувати безпечність харчових продуктів за збереження їх високої якості й не повинні використовуватися для приховування низької якості продукції, тобто їх використання не має створювати загрозу здоров'ю [6, с. 126].

Ще одним проблемним аспектом у цій галузі є фальсифікація продуктів харчування. Зокрема,

в Полтавській області приблизно 30% харчової продукції фальсифіковано за одним або кількома показниками (табл. 2). Серед асортиментної фальсифікації найпоширенішими є часткова заміна харчового продукту водою, додавання до харчового продукту низькоякісного замінника й повна заміна натурального продукту імітатором. Замінники, які використовують у разі асортиментної фальсифікації, здебільшого є харчовими, тобто дешевшими продуктами з меншою харчовою цінністю, але подібними до натуральних за кількома ознаками. Фахівці зазначають, що у разі додавання 10% води до рідких харчових продуктів (соку, вина) дегустатори не помічають фальсифікації. У разі додавання 20% води третина дегустаторів висловлює сумнів щодо якості продукту, а лише за розведення у 50% більшість дегустаторів впевнено розпізнає водянистий смак соків та вин. Незначне розведення водою рідких продуктів не можуть зареєструвати прилади, якими визначають фізико-хімічні показники, тому фальсифікація харчових продуктів, тобто їх підроблення за допомогою харчових і нехарчових добавок, які імітують покращення органолептичних характеристик, або заміна продукту вищого ґатунку нижчим набула значного поширення [1, с. 40].

Суттєві проблеми виникають в разі заміни в молочній продукції молочного жиру рослинними жирами, а у м'ясній – м'яса білковими замінниками. Нормативно-технічною документацією (ДСТУ 4436:2005 «Ковбаси варені. Загальні технічні умови») заборонено присвоювати новим видам ковбас традиційні назви, а спереди та жирові суміші називати маслом (ДСТУ 4445:2005 «Спереди та суміші жирові. Загальні технічні умови»).

Нові національні стандарти на м'ясні вироби (ковбаси) передбачають виробництво ковбасних виробів традиційного асортименту, відомого ще за часів СРСР, з дотриманням рецептур відповідно до міждержавних стандартів (ГОСТ) без дозволу заміни інгредієнтів. Згідно з ними вміст білку в ковбасних виробах не повинен перевищувати 13%. Законом України «Про молоко і молочні продукти» (редакція 2010 р.) передбачено зменшення допустимої норми використання рослинних жирів із 75% до 50%, а виробники зобов'язані проводити обов'язкове маркування готової продукції [5, с. 70].

Ключовими новаціями нового закону, яким у своїй роботі керується Управління безпечності харчових продуктів та ветеринарії, є ризик-орієнтований підхід до перевірок операторів ринку та запровадження Акта перевірки. Підприємства перевіряють залежно від ступеня ризику для життя й здоров'я людей (наприклад, у магазині, де продається запакована продукція тривалого зберігання, ризиків менше, ніж у магазині, де продається свіже м'ясо).

У ході планових перевірок виявлені проблеми щодо реалізації продукції на продовольчих ринках Полтави, зокрема зауваження стосувалися якості

Таблиця 2

Основні способи фальсифікації харчових продуктів та методи їх виявлення

Харчові продукти	Способи фальсифікації	Методи виявлення фальсифікації
М'ясні продукти	Заміна м'яса на інші тваринні компоненти; заміна м'яса білковими ізолятами.	Визначення вмісту сполучної тканини (колагену) або оксипроліну; визначення вмісту білка та амінокислот.
Молоко	Підмішування до молока різних консервувальних речовин (соди, крейди, бензойної кислоти); розведення водою; підмішування борошна; кип'ятіння молока.	Визначення за допомогою розолової кислоти (метод Гілдера) або іонометрії; реакція з хлорним залізом; хроматографічний метод; визначення вмісту жиру за допомогою розчину йоду; визначення густини, вмісту жиру, сухого залишку.
Пиво	Використання неякісної сировини (несолодженіх матеріалів) замість солоду; скорочення терміну бродіння; розведення водою; додавання піноутворювачів; додавання гліцерину.	Визначення вмісту окремих вуглеводів та амінокислот, а також органолептично; вимірювання об'єму; визначення вмісту сухих речовин або золи; визначення pH; визначення вмісту гліцерину.
Соки	Розведення водою; додавання цукрового сиропу, цукру; додавання барвників; додавання консервантів; додавання соків низького ґатунку.	Визначення вмісту барвників; визначення консервантів, глюкози, фруктози методом ВЕРХ або методом газової хроматографії.
Чай	Підмішування листя інших рослин; підмішування використаного чаю; підфарбовування.	Мікроскопічні дослідження; визначення вмісту кофеїну; визначення вмісту золи; хімічні дослідження.
Какао та шоколад	Додавання кондитерських і тваринних жирів.	Визначення жирно-кислотного складу за допомогою мас-спектрометрії.

Джерело: сформовано на основі [1, с. 141]

продуктів харчування, тютюнових виробів та алкогольних напоїв. Оскільки не дотримувалися норми якості й безпечності продукції, вона не відповідала рецептурам за фізико-хімічними, органолептичними та мікробіологічними показниками, то в окремих видах м'ясних виробів були виявлені бактерії та мікроорганізми, спроможні викликати у споживачів харчову токсикоінфекцію.

Висновки з проведеного дослідження. Виробництво неякісної продукції та унеможливлення вчасного реагування на жорсткі вимоги, що встановлюють країни-імпортери, приводить до низької конкурентоспроможності вітчизняної харчової продукції.

Отже, Держпродспоживслужба в Полтавській області, як і в інших областях України, не може забезпечити достатній контроль за обігом харчових продуктів задля гарантування населенню їх якості та безпечності наявними регуляторними засобами. Це вимагає перегляду організаційно-функціональної основи державної політики у сфері якості та безпечності харчових продуктів. Зокрема, доцільним є налагодження більш дієвого внутрішнього контролю в системі Держпродспоживслужби, що сприятиме зменшенню корупційних ризиків і посиленню фінансової дисципліни. Важливим напрямом є використання в діяльності установи наукових розробок (наприклад, таких, що стосуються подолання резистентності антибіотиків, що безпосередньо впливає на якість продукції тваринництва).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бубела Т.В., Воробець О.Г. Безпечність та якість харчової продукції. *Вимірювальна техніка та метрологія*. 2010. № 71. С. 139-144.
2. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 22 липня 2014 р. № 1602-VII. *Урядовий кур'єр*. 2014.

3. Семенова А.А., Туниева Е.К., Холодов Ф.В. Криопротекторы или новые свойства «старых» пищевых добавок. *Мясная индустрия*. 2019. № 9. С. 14-16.
4. Смоляр В.І. Харчова експертиза. Київ : Здоров'я, 2015. 460 с.
5. Соколов А.Н. Рынок полуфабрикатов Украины. *Мясной бизнес*. 2018. № 10. С. 68-72.
6. Тарасюк Г.М. Необхідність удосконалення продуктових стандартів, норм та нормативів при плануванні розвитку підприємств харчової промисловості. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 4. Т. 1 (114). С. 125-127.

REFERENCES:

1. Bubela T.V., Vorobets O.G. (2010) Bezpechnist ta yakist kharchovoi produktsii [Food safety and quality]. *Vymiruvanna tekhnika ta metrolohiia*, vol. 71, pp. 139-144.
2. Pro osnovni pryntsypy ta vymohy do bezpechnosti ta yakosti kharchovykh produktiv (2014) : Zakon Ukrainy vid 22 lypnia 2014 r. № 1602-VII. *Uriadovi kur'ier*.
3. Semenova A.A., Tunyeva E.K., Kholodov F.V. (2019) Kryoprotektory uly novye svoistva "starykh" pyshchevykh dobavok [Cryoprotectants or new properties of "old" food additives]. *Miasnaia yndustryia*, vol. 9, pp. 14-16.
4. Smoliar V.I. (2015) Kharchova ekspertyza [Food Expertise]. Kyiv : Zdorov'ia. (in Ukrainian).
5. Sokolov A.N. (2018) Rynok polufabrykatov Ukrainy [Market of semi-finished products of Ukraine]. *Miasnoi byznes*, vol. 10, pp. 68-72.
6. Tarasiuk H. M. (2018) Neobkhdnist udoskonalennia produktovykh standartiv, norm ta normativiv pry planuvanni rozvytku pidpriemstv kharchovoi promyslovosti [The need to improve the product standards, norms and norms in planning the development of food industry]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 4, no. 1 (114), pp. 125-127.

НЕОБАНКИ ЯК НОВА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА

THE NEOBANK AS A NEW BUSINESS MODEL OF A FINANCIAL INTERMEDIATION

У статті розглянуто основні підходи до класифікації бізнес-моделей банків, визначено, що розвиток фінтеху стимулює появу необанків як банків, які просують свої продукти та надають послуги з використанням можливостей інтернет-простору. Обґрунтовано, що в наукових дослідженнях нині відсутня одностайність щодо класифікації бізнес-моделей банків, але їх можна узгодити між собою. В роботі визначено як найбільш типові роздрібну модель, оптову, або інвестиційно орієнтовану, та універсальну. Зазначено, що одна модель може частково переймати ознаки іншої задля диверсифікації як структури активів, так і капіталу, а також зниження ризиків функціонування. Необанки щодо їх віднесення до певної бізнес-моделі визначено як найбільш наближені до роздрібної моделі, або універсальної, з огляду на їх спрямованість на надання послуг саме фізичним особам. Обґрунтовано, що незначна частина вітчизняних банків, що активно працюють щодо розширення діджитал-послуг, може бути віднесена лише до двох груп із чотирьох моделей цифрових банків, таких як модель «бренд цифрового банку» та модель «цифрові банківські канали».

Ключові слова: бізнес-модель, банк, необанк, фінтех, клієнтоцентризм, цифрова економіка.

В статье рассмотрены основные подходы к классификации бизнес-моделей банков,

определено, что развитие финтеху стимулирует появление небанков как банков, продвигающих свои продукты и предоставляющих услуги с использованием возможностей интернет-пространства. Обосновано, что в научных исследованиях сейчас отсутствует единодушие по классификации бизнес-моделей банков, но их можно согласовывать между собой. В работе определены как наиболее типичные розничная модель, оптовая, или инвестиционно-ориентированная, и универсальная. Указано, что одна модель может частично перенимать признаки другой с целью диверсификации как структуры активов, так и капитала, а также снижения рисков функционирования. Небанки касательно их отнесения к определенной бизнес-модели определены как наиболее приближенные к розничной модели, или универсальной, с учетом их направленности на оказание услуг именно физическим лицам. Обосновано, что незначительная часть отечественных банков, активно работающих в направлении расширения диджитал-услуг, может быть отнесена только к двум группам из четырех моделей цифровых банков, таких как модель «бренд цифрового банка» и модель «цифровые банковские каналы».

Ключевые слова: бизнес-модель, банк, необанк, финтех, клиентоцентризм, цифровая экономика.

УДК 336.7:004.77 (477)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-25>

Благунов И.И.

к.е.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Blahun Ivan

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

The main approaches to the classification of the business banking models are revealed. It's identified that new forms of banking are already actively developing in the global financial market – neobanks, that is, mostly banks that operate online in the Internet. At the same time, in Ukraine, the scientific research on the systematization of business models of banks and the development of a new model – neobanks – are fragmentary, so the purpose of this study is to systematize existing approaches to the classification of business models of banks, to assess the state of development of neobanks and to characterize them from the point of the business model. In the process of the study, common scientific methods of cognition were used, including the method of analysis and synthesis and a grouping method. There is currently no consensus on scientific classification of banks' business models, but they can still be reconciled. On the base of the systematization of business models, a retail model, a wholesale or investment-oriented model and universal model were distinguished. Separately we can identify a trading model which is more typical for banks of countries with the developed stock market and is characterized by the formation of a large portfolio of securities mainly for sale. At the same time one model may partially take on the features of another in order to diversify both asset and capital structure, as well as reduce functioning risks. Neobanks from the point of their attribution to a particular business model are identified as the closest ones to the retail or universal model, taking into account their focus on providing services to individuals. The main advantage of neobanks is the minimization of organizational and staffing costs, as well as the lack of traditional offices and the increased speed of service delivery to clients; all these facts lead to reduction of tariffs for banking services. Normally there are two options for operating of neobank or bank-challenger: at first, as independent bank with an appropriate banking license, and secondly as bank that works closely with traditional banks using their license for retail financial services from its own platform. It is substantiated that a small part of domestic banks actively working towards expanding digital services can be attributed to only two groups of four digital bank models, such as "brand of a digital bank" and "digital banking channels".

Key words: business model, bank, neobank, fintech, customer based strategy, digital economy.

Постановка проблеми. Розвиток сучасних інтернет-технологій суттєво впливає на економічні процеси, а особливо відчутним це є у функціонуванні фінансового ринку. Найбільш помітні зміни, що відбуваються під впливом формування та розвитку цифрової економіки й фінтеху, спостерігаються на ринку у вигляді нових фінансових продуктів та послуг. Ці процеси провокують зміни, що відбуваються в системі фінансових інститутів як

посередників. Ці процеси й турбулентність фінансового ринку змушують фінансових посередників, перш за все банків, шукати нові бізнес-моделі, здатні не лише зберігати, але й розширювати клієнтську базу, а також забезпечувати фінансову стабільність та нарощувати рентабельність своєї діяльності. На світовому фінансовому ринку вже активно розвиваються нові форми банківського бізнесу, а саме необанки, що є банками, які працюють

в режимі онлайн в інтернет-просторі без фізичного існування відділень, в які приходять клієнти для отримання відповідних банківських послуг; нові форми розвитку страхових компаній, а саме іншуртех-компанії, які надають страхові послуги в онлайн-режимі; альтернативне фінансування, а саме краудфандингові платформи, які дають змогу здійснювати пряме фінансування без банківського чи будь-якого іншого фінансового посередництва; формуються сучасні фінансові екосистеми. В Україні лідерами у впровадженні фінтеху, нових фінансових продуктів та послуг є банки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивчення проблем розвитку як фінтеху, так і необанків останнім часом стають все більш актуальними як в роботах зарубіжних, так і в працях вітчизняних науковців. Серед робіт, присвячених розвитку фінтеху в Україні, варто виокремити праці А. Семенова та С. Цирулика щодо тенденцій розвитку сучасних фінансових послуг під впливом фінтеху [1], Г. Поченчука [2], М. Лизогуб [3], Л. Дудинця [4].

Щодо змін, які відбуваються у структурі фінансової системи загалом, варто відзначити системні дослідження зарубіжних науковців, таких як Е. Деміргуч-Кунт, Л. Клаппер, М. Пер'є, Ф. Аллен [5; 6].

З огляду на те, що необанки є новою бізнес-моделлю банків, що формуються під впливом фінтеху, досліджено наявні класифікації бізнес-моделей банків в роботах зарубіжних авторів, таких як С. Ніколс [7], М. Кьохлер [8], Р. Роенжпін, Н. Тарашев, К. Тсатсароніс [9], М. Фарне, В. Анджелос [10]. Розвиток необанків в Україні досліджувався в працях таких науковців, як В. Коваленко [11], О. Тищенко [12]. З огляду на значну обмеженість вітчизняних досліджень щодо розвитку необанків стосовно їх розгляду як бізнес-моделі є подальша необхідність проведення таких досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є систематизація наявних підходів до класифікації бізнес-моделей банків, оцінювання стану розвитку необанків та їх характеристика щодо бізнес-моделі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сучасний розвиток інтернет-технологій спричинив поступову зміну стратегій формування бізнес-моделей банків на клієнтоцентризм, який можна визначити як нову концепцію організації банківського бізнесу, що орієнтується на комплексне задоволення потреб клієнтів, використовуючи фінтех.

Щодо формування бізнес-моделі банку сьогодні не існує єдиної думки про розуміння самого поняття та відповідної класифікації. Фахівці НБУ виокремлюють п'ять моделей:

- універсальна (бізнес-модель, яка передбачає, що суттєву питому вагу в активах та зобов'язаннях становлять операції як з фізичними, так і з юридичними особами, а також операції з іншими банками та небанківськими фінансовими установами, такими як страхові, фінансові, лізингові компанії);

- роздрібна (бізнес-модель, що орієнтується на клієнтів – фізичних осіб);

- корпоративна (на противагу попередній, орієнтується на обслуговування юридичних осіб щодо формування як активів, так і зобов'язань);

- корпоративна з роздрібним фінансуванням (її сутність полягає в тому, що в структурі активів значну питому вагу становлять кредити, надані юридичним особам, водночас у структурі зобов'язань переважають депозити фізичних осіб);

- обмежене кредитне посередництво (бізнес-модель ведення банківського бізнесу, за якої значна питома вага активів формується за рахунок кредитування обмеженого кола осіб або активні операції мають джерелом фінансування власні кошти, а не більше 30% активів сформовані шляхом кредитування фізичних та юридичних осіб) [13].

Дослідження представників Банку міжнародних розрахунків на основі аналізу панельних даних 178 банків за 2005-2015 роки дали змогу виділити роздрібну (комерційний банкінг), оптову, універсальну та торгову бізнес-моделі. Автори зазначають, що до фінансової кризи найбільш впевнено почувалися саме банки з оптовою бізнес-моделлю, але вони були максимально вразливими під час фінансової кризи. Після фінансової кризи значна частина оптових банків почала розширювати роздрібний бізнес, що дало їм змогу вийти з фінансової кризи. Крім того, автори зазначають, що універсальна модель була й залишається привабливою для великих банків [9].

В результаті дослідження, проведеного фахівцями Європейського банку, виокремлено чотири групи бізнес-моделей, які також узгоджуються за класифікацією, викладеною вище:

- оптова модель («wholesale funded banks»), що представлена, як правило, великими банками, основними клієнтами яких є корпорації, інші банки, а меншою мірою – фізичні особи;

- модель, що спеціалізується на операціях з цінними паперами («securities holding banks»), яку можна визначити як торгову модель, а її ключовими характеристиками є відносно великий портфель цінних паперів та значний готівковий буфер, але незначне використання деривативів; як правило, її складають банки, невеликі за розміром, водночас банки, які використовують таку модель, є досить неоднорідними;

- модель традиційних комерційних банків («traditional commercial banks»), яка представлена, як правило, банками середнього розміру, що мають серед своїх клієнтів інші банки, а також фінансують свою діяльність за рахунок депозитів фізичних та юридичних осіб, використовують деривативи переважно для хеджування; на думку авторів, саме ця модель є класичним варіантом банку як фінансового посередника;

- модель комплексного комерційного банку («complex commercial banks»), представником якої

є банк середнього розміру, який має ознаки універсального, тобто здійснює й класичні банківські операції, й операції з цінними паперами, використовує деривативи переважно не для хеджування, а для торгівлі [10].

В роботі М. Кьохлера, що є фахівцем «Дойче Бундесбанку», виокремлено лише дві моделі, такі як роздрібно орієнтована та інвестиційно орієнтована [8]. Однак автор зазначає, що й перша, й друга можуть як бути вузько спеціалізованими, так і мати певну диверсифікацію. Зокрема, спеціалізована роздрібно орієнтована модель передбачає фокусування на обслуговуванні специфічних груп роздрібних клієнтів та включає обслуговування споживачів, малого бізнесу, автокредитування. Стандартними роздрібними продуктами при цьому є споживче кредитування та автокредитування. Зобов'язання в такому банку формуються переважно за рахунок депозитів його клієнтів, а оптове фінансування не є пріоритетом. В такій бізнес-моделі основним джерелом формування доходу є процентний дохід, а непроцентні доходи досить часто не визнаються важливими та не є пріоритетними.

Стосовно диверсифікованої роздрібно орієнтованої моделі, то, на відміну від вище викладеної, вона передбачає розширення спектру послуг, а саме надання іпотечних кредитів, фінансових консультацій різним типам клієнтів. Зобов'язання мають більш диверсифіковані джерела формування, але ті, що сформовані за рахунок депозитів клієнтів, є пріоритетом. В такій моделі у формуванні доходу найбільшу питому вагу становить процентний дохід, але частка непроцентного доходу є порівняно більшою, ніж за спеціалізованої роздрібно орієнтованої моделі, що дає змогу мати диверсифіковану структуру доходу.

Інвестиційно орієнтована спеціалізована бізнес-модель передбачає фокусування на одному або невеликій кількості інвестиційних продуктів чи наявності невеликої кількості оптових клієнтів. Зобов'язання банку формуються переважно за

рахунок оптових клієнтів, при цьому депозити роздрібних клієнтів не мають значення. На відміну від роздрібно орієнтованої моделі, у формуванні доходів на перший план виходять непроцентні доходи.

Диверсифікована інвестиційно орієнтована бізнес модель, як і роздрібно орієнтована, передбачає суттєве розширення переліку послуг, що надаються клієнтам, але з огляду на орієнтацію на оптового клієнта вона передбачає андерайтинг, комерційний та корпоративний банкінг, супроводження процедур злиття та поглинання, управління інвестиціями клієнтів тощо. На відміну від інших, ця бізнес-модель є більш диверсифікованою як за структурою фінансування з пріоритетом на оптове фінансування, так і за структурою доходів з пріоритетом на непроцентні доходи.

Класифікації бізнес-моделей, розглянутих вище, можна певною мірою узгодити між собою. Розбіжності, які існують в цих моделях, обумовлені перш за все особливістю функціонування банківської системи в Україні, Німеччині та інших європейських країнах. На наш погляд, узгодженість між розглянутими бізнес-моделями може бути представлена таким чином (рис. 1).

Саме фінансова криза 2008 року, яка значною мірою знизила рівень довіри до банків, стимулювала розвиток фінтеху в банківській сфері, а також привела до появи інтернет-банкінгу, в подальшому – необанків. Щодо впливу фінтеху на розвиток бізнес-моделей банків, то, на нашу думку, найбільшим він буде саме для роздрібно орієнтованої моделі, при цьому можна зазначити, що на першій позиції буде саме спеціалізований тип, а на другій – диверсифікований, водночас досить значним може бути вплив на універсальну бізнес-модель. Стосовно інвестиційно орієнтованих бізнес-моделей, то, звичайно, використання інтернет-технологій є важливим для розвитку бізнесу, але з огляду на фокусування на незначному колі оптових клієнтів, досить високим є рівень консерватизму а також залежність від потреб одного чи декількох

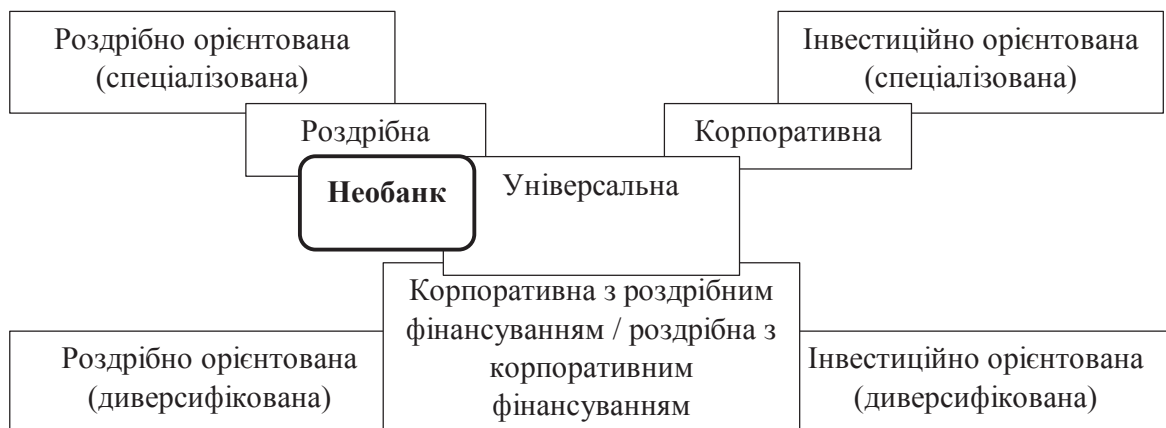


Рис. 1. Теоретичне узгодження бізнес-моделей банків

Джерело: складено автором

оптових клієнтів, під яких можуть вибудовуватись бізнес-процеси банку, тому використання фінтеху, який зосереджений здебільшого на задоволенні потреб роздрібних споживачів, може бути досить обмеженим. Як правило, необанки, що нині перебувають у стадії свого інтенсивного розвитку, переважно зосереджені саме на обслуговуванні фізичних осіб, для чого вони використовують інформацію, що акумулюється в соціальних мережах, де корпоративні клієнти банків також можуть бути представлені, але щодо просування своєї продукції. Перетворення банків на маркетплейси нині може бути стимулом для перетворення банків на новий тип фінансового посередника, а саме фінансову універсальну технологічну компанію, шляхом створення фінансової екосистеми. Однак останнє є можливим лише для потужних, як правило, транснаціональних банків, оскільки вимагає наявності значного капіталу фінансування.

Основною перевагою необанків є мінімізація організаційних витрат та витрат на персонал з огляду на відсутність традиційних відділень та офісів, а також зростання швидкості надання послуг клієнтам, що приводить до зменшення розміру тарифів на надання банківських послуг. Водночас необхідно зазначити, що розвиток необанків вимагає значних сум інвестицій, оскільки програмне забезпечення має постійно оновлюватись, тому нині не спостерігається значного прориву необанків, про який йшлося в період з 2000-х років. Можна констатувати, що нині відбуваються зміна бізнес-моделей банків та їх перехід на клієнтоорієнтованість, але розвиток виключно необанків є досить обмеженим. Водночас конвергентні процеси, що відбувалися тривалий час на фінансовому ринку під впливом фінтеху, нині виходять за його межі, наслідком чого стає створення фінансових екосистем та формування фінансових універсальних технологічних компаній, які здатні надавати послуги як фінансового, так і нефінансового характеру.

Світовий досвід показує, що стандартно є два варіанти функціонування необанків, або банків-челенджерів:

- як самостійний банк, що має відповідну банківську ліцензію;
- як банки, які працюють у тісній кооперації з традиційними банками, використовуючи їх ліцензію для роздрібного продажу фінансових послуг зі власної платформи.

В Україні формально нині не існує необанків, водночас в окремих дослідженнях прикладом необанку в Україні наводять «Monobank». На його офіційному сайті зазначено, що він є роздрібним продуктом АТ «Універсал Банк», який є результатом співпраці з групою «Fintech Band» та працює на мобільних пристроях. Набір банківських послуг, що пропонуються в цьому додатку, є досить широким та включає безкоштовні грошові перекази, оплату

комунальних послуг, контроль за власними фінансовими операціями, а також можливість доступу до служби підтримки з використанням популярних месенджерів, таких як «Viber», «Telegram», та соціальної мережі «Facebook», що є досить зручним.

Варто зазначити, що низка банків нині досить активно розвиває свої діджитал-послуги, зокрема ПАТ КБ «Приватбанк», ПАТ «ОТП Банк», АТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «УкрСиббанк», ПАТ «Перший Український міжнародний банк». Серед наведених банків одним із найбільш популярних є ПАТ КБ «Приватбанк», який нині свій додаток «Приват24» визначає як найбільш поширений інтернет-банк. В цьому разі можна говорити про діджитал-банк, тобто традиційний банк, який має власну інтернет-платформу з широким спектром банківських послуг, та дає змогу значний перелік банківських операцій здійснювати з її використанням. Серед інших банків саме інтернет-банк «Приватбанк» є максимально наближеним до формування фінансової екосистеми, оскільки вже на сучасному етапі він дає змогу не лише здійснювати грошові перекази, дистанційно відкривати депозитні рахунки, сплачувати комунальні послуги, контролювати рух грошей по рахунках, але й купувати досить значний перелік товарів та послуг, який постійно розширюється, а також отримувати страхові послуги. Порівняно з проектом «Monobank/Універсал банк», який сьогодні має 1,3 млн. клієнтів, інтернет-банк «Приватбанк» обслуговує більше 7 млн. клієнтів. В цьому контексті варто також звернути увагу на проект, який активно підтримується НБУ, а саме «BankID» (національна система електронної дистанційної ідентифікації фізичних осіб) [14], що може суттєво сприяти розвитку діджитал-банків. Саме цей проект передбачає спрощення процедур доступу клієнтів банків до отримання адміністративних послуг, зокрема подання заяв, отримання довідок, виписок з реєстрів, тобто фізичні особи можуть через використання банку як платформи отримати доступ до послуг, які надаються на Єдиному державному порталі адміністративних послуг, послуг Міністерства юстиції України тощо.

З огляду на те, що в Україні розвиток необанків перебуває лише в стадії їх формування, нині їх складно класифікувати. Водночас фахівці компанії IBM пропонують таку класифікацію цифрових банків [15].

1) Бренд цифрового банку («digital bank brand»). Передбачає створення традиційними банками нового бренду, як правило, спрямованого на цільовий сегмент покоління Y та Z. Такий підхід є менш ризикованим щодо стратегічного розвитку традиційного банку, оскільки створені цифрові бренди можуть потім продаватись материнською компанією як окремий банк або створений бренд цифрового банку дасть змогу за необхідності

використовувати інфраструктуру материнської компанії. Такий підхід є взаємовигідним з позиції утримання напрацьованої клієнтської бази, що стає все більш складнішим в умовах інтенсивного розвитку фінтеху та розширення клієнтської бази для материнської компанії.

2) Цифрові банківські канали («digital bank channel»). На відміну від першої моделі, в цьому разі основна увага приділяється створенню нових мобільних та онлайн-додатків, що мають орієнтацію на клієнтські сегменти. В цьому разі банк не створюється з нуля, що є перевагою з огляду на суттєве зниження витрат. Як правило, через відповідні канали продаються традиційні продукти реального банку.

3) Субсидіарний цифровий банк («digital bank subsidiary»). Він передбачає створення дочірнього цифрового банку, що дає змогу традиційним банкам створювати нову «наскрізну» бізнес-модель. Як правило, традиційні банки є досить консервативними та мають досить жорстку та неповоротку систему щодо швидкості просування нових цифрових продуктів. Саме цей тип моделі дає змогу надати своїм клієнтам оптимізовану наскрізну взаємодію. Таку модель можуть дозволити собі потужні банки, найчастіше це можуть бути фінансові конгломерати, зокрема «Hello Bank» від «BNP Paribas», які можуть використовувати потужні серверні системи для створення та просування інноваційних банківських продуктів.

4) Цифровий банк. Він є повноцінним банком, який будується та розвивається на основі цифрових технологій. Всупереч поширеній думці про те, що цифровий банк – це банк з позаофісним обслуговуванням, представники компанії «IBM» вважають, що цифровий банк може взаємодіяти з клієнтом у фінансових центрах або навіть інших локаціях, але основна маса продуктів та послуг просувається основним каналом взаємодії з клієнтами, а саме цифровим каналом.

Аналіз банківських продуктів та послуг, що надають банки в Україні, визначені нами як банки, що активно впроваджують діджитал-послуги та застосовують фінтех для нарощення власної клієнтської бази, дав нам змогу зробити висновок про те, що, по-перше, такими банками є, як правило, банки, які можна класифікувати як роздрібні або універсальні щодо формування бізнес-моделі, по-друге, щодо їх класифікації як таких, які можна віднести до цифрових банків, можна констатувати існування бренду цифрового банку (це стосується «Монобанк», але більш популярною є модель цифрових банківських каналів, використання яких активно відбувається ПАТ КБ «Приватбанк», ПАТ «ОТП Банк», АТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «УкрСиббанк», ПАТ «Перший Український міжнародний банк»). На наш погляд, ПАТ КБ «Приватбанк» є за своїм рівнем розвитку цифрових

банківських послуг максимально наближеним до створення фінансової екосистеми.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, в результаті проведеного дослідження можна дійти таких висновків. По-перше, розвиток фінтеху суттєво впливає на зміну стратегій формування бізнес-моделей банків та появу нових, а саме необанків. По-друге, в наукових дослідженнях нині відсутня однаковість щодо класифікації бізнес-моделей банків, але їх можна узгодити між собою. На наш погляд, варто виокремити як найбільш типові роздрібну модель, оптову, або інвестиційно орієнтовану, та універсальну. Водночас одна модель може частково переймати ознаки іншої задля диверсифікації як структури активів, так і капіталу, а також зниження ризиків функціонування. По-третє, щодо віднесення необанків до певної бізнес-моделі, то слід сказати, що вони найбільш наближені до роздрібної моделі, або універсальної, з огляду на їх спрямованість на надання послуг саме фізичним особам. По-четверте, класифікація банків як цифрових дає змогу зробити висновок, що вітчизняні банки можуть бути віднесені лише до двох груп із чотирьох, таких як модель «бренд цифрового банку» та модель «цифрові банківські канали». Перспективами подальшого дослідження є визначення наявності взаємозв'язків розвитку сучасних бізнес-моделей на стабільність банківської системи в умовах турбулентних процесів на фінансовому ринку України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Семенов А., Цирулик С. Тенденції розвитку Fintech послуг на світовому та вітчизняному ринках фінансових послуг. *Бізнес-інформ*. 2018. № 10. С. 327-334.
2. Поченчук Г. Fintech у структурі фінансової системи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 21. С. 49-55.
3. Лизогуб М. Фінансова система в умовах викликів фінансових технологій. *Економіка та держава*. 2018. № 4. С. 112-115.
4. Дудинець Л. Розвиток фінансових технологій як фактор модернізації фінансової системи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 22. С. 794-798.
5. The Global Findex Database. Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution / A. Demirgüç-Kunt, L. Klapper, D. Singer, S. Ansar, J. Hess. *World Bank group*. 2017. 151 p.
6. Allen F., Demirgüç-Kunt A., Klapper L., Martinez Peria M.S. The foundations of financial inclusion. Understanding ownership and use of formal accounts. *Journal of Financial Intermediation*. 2016. № 27. P. 1-30. DOI: 10.1016/j.jfi.2015.12.003.
7. Nichols C. The Five Business Models of Banking. Center State. 2019. URL: <https://csbcorrespondent.com/blog/five-business-models-banking>.
8. Köhler M. Business models in banking – how did they evolve and how do they need to be changed in the post-crisis period. *The Journal of Financial Perspectives*. 2014. 21 p.

9. Roengpitya R., Tarashev N., Tsatsaronis K., Villegas A. Bank business models: popularity and performance. *BIS Working Papers*. 2017. № 682. 45 p.

10. Farnè M., Angelos V. Business models of the banks in the euro area. *Working Paper Series*. 2017. № 2070. 47 p.

11. Коваленко В. Розвиток Fintech: загрози та перспективи для банків України. *Прийзовський економічний вісник*. 2018. № 4 (09). С. 127-132.

12. Тищенко О. Огляд сучасних тенденцій на ринку онлайн-банкінгу в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 1237-1243.

13. Касаткіна Т. Впровадження нового наглядового процесу SREP / Департамент банківського нагляду НБУ. 2018. URL: <https://bank.gov.ua/docscatalog/document?id=80321367> (дата звернення: 18.06.2019).

14. Про затвердження Положення про систему BankID Національного банку України (назва в редакції Постанови Національного банку від 30 жовтня 2018 року № 105) : Постанова Правління Національного банку України від 30 серпня 2016 року № 378. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0378500-16> (дата звернення: 03.07.2019).

15. Designing a sustainable digital bank. IBM Sales and Distribution. *White Paper Executive Summary*. 2015. 8 p.

REFERENCES:

1. Semenog A., Tsyrylyk S. (2018) Tendentsii rozvytku Fintech posluh na svitovomu ta vitchyznianomu rynkakh finansovykh posluh [The Tendencies in the Development of Fintech Services in Both the Global and the National Financial Services Markets]. *Biznes-inform*, no. 10, pp. 327-344.

2. Pochenchuk H. (2018) Fintech u strukturі finansovoi systemy [Fintech in the financial system structure]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 21, pp. 49-55.

3. Lyzohub M. (2018) Finansova systema v umovakh vyklykiv finansovykh tekhnolohii [The financial system in terms of financial technology challenges]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 4, pp. 112-115.

4. Dudynets L. (2018) Rozvytok finansovykh tekhnolohii yak faktor modernizatsii finansovoi systemy [Development of financial technologies as a factor of financial system modernization]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 22, pp. 794-798.

5. Demirgüç-Kunt A., Klapper L., Singer D., Ansar S., Hess J. (2017). The Global Findex Database.

Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. *World Bank group*. 151 p.

6. Allen F., Demirgüç-Kunt A., Klapper L., Martinez Peria M.S. (2016). The foundations of financial inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts. *Journal of Financial Intermediation*, no. 27, pp. 1-30. DOI: 10.1016/j.jfi.2015.12.003.

7. Nichols C. (2019). The Five Business Models of Banking. Center State. Available at: <https://csbcorrespondent.com/blog/five-business-models-banking> (accessed 8 August 2019).

8. Köhler M. (2014). Business models in banking – how did they evolve and how do they need to be changed in the post-crisis period. *The Journal of Financial Perspectives*. 21 p.

9. Roengpitya R., Tarashev N., Tsatsaronis K., Villegas A. (2017). Bank business models: popularity and performance. *BIS Working Papers*. 682. 45 p.

10. Farnè M., Angelos V. (2017). Business models of the banks in the euro area. *Working Paper Series*. 2070. 47 p.

11. Kovalenko V. (2018) Rozvytok Fintech: zahrozy ta perspektyvy dlia bankiv Ukrainy [Fintech development: threats and prospects for banks of Ukraine] *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk*, no. 4 (09), pp. 127-132.

12. Tishchenko H. (2017) Ohliad suchasnykh tendentsii na rynku onlain-bankinhu v Ukraini [Review of modern tendencies in the online banking services market in Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo*, no 13, pp. 1237-1243.

13. Kasatkina T. (2018) Vprovadzhennia novoho nahliadovoho protsesu SREP. Departament bankivskoho nahliadu NBU. [Implementation of the new SREP monitoring process]. Available at: <https://bank.gov.ua/docscatalog/document?id=80321367> (accessed 18 June 2019).

14. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro systemu BankID Natsionalnogo banku Ukrainy (nazva v redaktsii Postanovy Natsionalnogo banku vid 30 zhovtnia 2018 № 105) : Postanova Pravlinnia Natsionalnogo banku Ukrainy vid 30 serpnia 2016 № 378 [on approval of the BankID Regulation of the National Bank of Ukraine. (Title in the wording of the Resolution of the National Bank of October 30, 2018 No. 105). Resolution of the Board of the National Bank of Ukraine dated August 30, 2016 No. 378]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0378500-16> (accessed 3 July 2019).

15. Designing a sustainable digital bank. (2015) IBM Sales and Distribution. *White Paper Executive Summary*. 8 p.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ
BLOCKCHAIN НА ФІНАНСОВИХ РИНКАХTHE PROSPECTS OF USE OF BLOCKCHAIN
TECHNOLOGY ON FINANCIAL MARKETS

УДК 336.74

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-26>**Денис О.Б.**д.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка**Делас В.А.**к.е.н., доцент кафедри фінансів
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка**Denys Oksana**Taras Shevchenko National
University of Kyiv**Delas Vitalina**Taras Shevchenko National
University of Kyiv

У статті висвітлено специфічні риси, які притаманні технології Blockchain. До переваг технології Blockchain, які сприяли її поширенню на фінансових ринках, належать децентралізація, прозорість, теоретична необмеженість, надійність, усунення посередника та мінімізація помилок. Визначено, що використання технології Blockchain на фінансових ринках дає змогу забезпечити вищий рівень довіри між учасниками транзакцій, підвищувати швидкість транзакцій, зменшувати витрати на транзакції, запобігати шахрайству та корупції. Наведено найбільш ймовірні для використання Blockchain напрямки. Визначено, що основними проблемними аспектами впровадження технології Blockchain на фінансових ринках є недостатня окупність інвестицій в технологію, відсутність чіткого регулювання та стандартизації, а також єдиного підходу регуляторів фінансових ринків до технології Blockchain, питання гарантій конфіденційності даних, проблеми шифрування та гарантії безпеки даних.

Ключові слова: фінансові ринки, інновації фінансових ринків, FinTech, Blockchain, фінансові активи, інформаційна асиметрія, інфраструктура фінансових ринків, регулювання фінансових ринків.

В статті освещены специфические черты, которые присущи технологии Blockchain.

К преимуществам технологии Blockchain, которые способствовали ее распространению на финансовых рынках, принадлежат децентрализация, прозрачность, теоретическая неограниченность, надежность, устранение посредника и минимизация ошибок. Определено, что использование технологии Blockchain на финансовых рынках позволяет обеспечить высший уровень доверия между участниками транзакций, повышать скорость транзакций, уменьшать расходы на транзакции, предотвращать мошенничество и коррупцию. Приведены наиболее вероятные для использования Blockchain направления. Определено, что основными проблемными аспектами внедрения технологии Blockchain на финансовых рынках являются недостаточная окупаемость инвестиций в технологию, отсутствие четкого регулирования и стандартизации, а также единого подхода регуляторов финансовых рынков к технологии Blockchain, вопросы гарантий конфиденциальности данных, проблемы шифрования и гарантии безопасности данных.

Ключевые слова: финансовые рынки, инновации финансовых рынков, FinTech, Blockchain, финансовые активы, информационная асимметрия, инфраструктура финансовых рынков, регулирование финансовых рынков.

The paper contributes to our understanding of the processes within which Blockchain technology on the financial markets is taking place. Owing to review of existing theories and empirical researches the specific features inherent of Blockchain technologies are highlighted. The main advantages, risks and directions for the use of Blockchain technology on the financial markets are shown. The advantages of Blockchain technology that have contributed to its widespread adoption on the financial markets include: decentralization, transparency, theoretical unrestrictedness, reliability, elimination of intermediaries and minimization of errors. It has been determined that the use of Blockchain technology in the financial markets allows achieving a higher level of trust among the participants of transactions, increase significantly the speed of transactions, reduce its costs, and prevent fraud and corruption. The most likely directions for the use of Blockchain technology in the financial markets are: development of a new class of financial assets, settlement of financial disputes, accounting of major transactions and reconciliation acts. Generally, the key innovations emerging from Blockchain's financial institutions at this stage include the development of infrastructure to facilitate international transactions, the emergence of a new asset class (the digital ownership), process automation, human factor mitigation, and unifying decision-making rules. It is noted that, despite the significant growth in recent years of financial institutions using Blockchain technology, there are also a number of disadvantages to this technology that hinder its active adoption and widespread use on the financial markets. The main problems of the implementation of Blockchain technology in the financial markets were identified as insufficient return on investment in technology, lack of clear regulation and standardization, as well as a unified approach of financial market regulators to Blockchain technology, issues of data privacy guarantees, data encryption and security guarantees.

Key words: financial markets, financial market innovations, FinTech, Blockchain, financial assets, information asymmetry, financial markets infrastructure, regulation of financial markets.

Постановка проблеми. Проблематика використання технології Blockchain на фінансових ринках привертає все більшу увагу як теоретиків, так і практиків. Це обумовлене тим, що ця технологія має низку переваг, які дають змогу суттєво оптимізувати процеси фінансового посередництва та вирішити ключові проблеми взаємовідносин на фінансовому ринку, а саме інформаційну асиметрію та зростаючі транзакційні витрати.

Незважаючи на істотне зростання за останні роки фінансових інститутів, які використовують технологію Blockchain, про що свідчить практика, існує також безліч недоліків цієї технології, які заважають її активному впровадженню та широкому застосуванню.

З огляду на вищенаведене, актуальність та своєчасність досліджень, присвячених можливостям, перевагам та ризикам використання технології Blockchain на фінансових ринках, не викликають сумніву.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Опрацювання наукових доробок свідчить про те, що різні аспекти тематики Blockchain на фінансових ринках досліджували О. Маковоз, Т. Передерій, О. Садченко, І. Савельєв, О. Васильєв, А. Німкович, А. Літошенко, А. Бабкін, Д. Буркалтсева, В. Пшенічніков та інші вчені.

Постановка завдання. Віддаючи належне напрацюванням науковців, зазначаємо, що з огляду на новизну тематики питання використання технології

Blockchain на фінансових ринках висвітлені фрагментарно та потребують додаткових досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Традиційно чинниками, які ускладнюють ефективну взаємодію на фінансових ринках, є високий рівень інформаційної асиметрії (нерівномірний розподіл інформації між учасниками угоди) та значні трансакційні витрати, які виникають під час пошуку інформації щодо угоди, структурування угоди, а іноді – відновлення внаслідок порушення угоди прав власності.

Вирішення проблеми є досить складним завданням, оскільки інформаційна асиметрія на фінансових ринках має свою специфіку. Якщо на товарних ринках зловживання інформацією є характерним для продавця товару чи послуги, то на фінансових інформаційна асиметрія набуває більших масштабів та має певні відмінності. Перша відмінність полягає в тому, що інформаційна асиметрія на ринку фінансових послуг найчастіше має двосторонній характер (посередники й зацікавлені особи часто не володіють інформацією один про одного). Другою характерною ознакою фінансових ринків є ускладнений моніторинг за надавачами фінансових послуг через більш складну фінансову звітність. Зрештою, така інформаційна асиметрія спричиняє значно вищий рівень ризику недобросовісної поведінки, залишає можливості для шахрайства на фінансових ринках, приводить до збільшення ризиків фінансових та репутаційних втрат, знижує рівень довіри між учасниками фінансових відносин, а зростаючі внаслідок неї трансакційні витрати створюють ризики для блокування роботи ринків загалом [1-4].

В останні десятиріччя процеси конвергенції фінансових ринків, глобалізації фінансової діяльності, появи нових фінансових інструментів суттєво підвищили інформаційну асиметрію.

Закономірно, що зростання ризиків фінансового посередництва вимагають впровадження інновацій для їх зниження чи усунення. Серед інновацій фінансового ринку, які могли б вирішити зазначені проблеми та водночас викликають найбільше дискусій на сучасному етапі, слід назвати технологію Blockchain.

Blockchain можна охарактеризувати як децентралізовану систему зберігання інформації, що не дає змогу вносити коригування в уже зафіксовані дані [5]. Фактично технологія асоціюється з книгою обліку, де записані всі транзакції, які може перевірити кожен бажаючий, а також упевнитися в їх справжності.

Для впорядкування та відслідковування еволюції наявних та потенційних технологічних аспектів Blockchain їх прийнято розділяти на три категорії [6]:

- Blockchain 1.0, що є валютою, яка застосовується в різних додатках, що мають відношення до грошей (наприклад, системи переказів та цифрових платежів);

- Blockchain 2.0, що представлена контрактами, досить великою кількістю фінансових додатків на основі технології Blockchain, що працюють з різними фінансовими контрактами: від купівлі-продажу акцій та облігацій до операцій з різними деривативами;

- Blockchain 3.0, яку складають додатки, сфера застосування яких виходить за рамки використання їх в галузі грошових переказів та фінансових операцій, адже вони поширюються на сфери державного управління, охорони здоров'я, науки, мистецтва тощо.

Незважаючи на те, що вперше ідея Blockchain з'явилася близько 20 років тому, за останнє десятиліття вона набула більшої популярності на фінансових ринках. На думку низки експертів, Blockchain є серйозним науково-технічним проливом, оскільки ця технологія здатна змінити не тільки фінансову інфраструктуру, але й уклад взаємовідносин у багатьох важливих сферах.

До ключових переваг технології Blockchain, які сприяли її поширенню на фінансових ринках, можна віднести [7; 8; 9; 10]:

- децентралізацію (в ланцюжку немає єдиного серверу, а рівноцінний доступ до даних у режимі реального часу мають усі авторизовані користувачі);

- прозорість (інформація про транзакції, контракти тощо зберігається у відкритому доступі, а для того, щоби змінити дані, потрібно змінювати інформацію в усіх інших блоках);

- теоретичну необмеженість (Blockchain можна доповнювати записами до нескінченності);

- безпеку даних (з огляду на те, що система оновлюється автоматично у відповідь на будь-які зміни, надсилаючи відповідні дані всім, хто має доступ до інформації, непомітно видалити чи замінити частину інформації неможливо);

- усунення посередника та мінімізацію помилок (система дає змогу перевіряти транзакції без втручання третьої особи);

- надійність (відмінність Blockchain від класичної бази даних полягає в тому, що він не контролюється однією особою або організацією, а її безпека забезпечується розподіленою архітектурою; якщо частина комп'ютерів, на яких зберігається Blockchain, буде зламана, це ніяк не позначиться на роботі всієї системи, що є неможливим для класичної бази даних).

Внаслідок зазначених переваг використання технології Blockchain на фінансових ринках дає змогу учасникам отримати низку вигід, а саме [5; 8]:

- забезпечити вищий рівень довіри між учасниками транзакцій;

- підвищувати швидкість транзакцій;

- зменшувати витрати на транзакції (згідно з деякими оцінками, використання Blockchain дасть змогу банкам заощаджувати близько 20 мільярдів доларів за рахунок відмови від послуг посередників під час здійснення транзакцій);

- запобігати шахрайству та корупції;
- створити прозоре інформаційне поле між учасниками угоди.

Фактично технологія Blockchain кардинально змінює характер відносин між учасниками трансакцій. Трансакційні витрати на пошук, аналізування та оцінювання інформації зменшуються завдяки принципам відкритості цілого ланцюжку даних, водночас зникає проблема недостатньої чи помилкової (неправильної, непідтвердженої) інформації, яка б давала змогу здійснювати зловживання.

До ключових нововведень, які з'явилися у діяльності фінансових установ від технології Blockchain, можна віднести [7; 8; 9]:

- розвиток інфраструктури для спрощення міжнародних транзакцій;
- появу нового класу активів, а саме цифрової власності (з появою технології тісно пов'язана криптовалюта, що є особливим електронним платіжним засобом, який не регулюється жодною з державних систем, а курс якого підтримується тільки попитом і пропозицією; при цьому функції спостерігачів і контролерів лежать на користувачах мережі та власниках криптовалют);
- автоматизацію процесів, зменшення впливу людського чинника та встановлення єдиних правил прийняття рішень.

Закономірно, що з огляду на суттєві вигоди технологія використовується чи тестується для подальшого використання все більшою кількістю потужних фінансових інститутів, таких як:

- фондова біржа «Nasdaq» і SEB-банк (тестують Blockchain в торгівлі взаємними фондами);
- «Royal Bank of Canada» (планує використовувати технологію для переказів між канадськими та американськими філіями);
- американський фінансовий холдинг «JPMorgan Chase» (розробляє власну Blockchain-платформу);
- «Interbank Information Network» (використовує Blockchain для здійснення міжбанківських платежів) [4];
- «Mastercard» (використовує Blockchain-API для міжбанківських переказів);
- другий за величиною банк Іспанії «Banco Bilbao Vizcaya Argentaria» (BBVA) (використав Blockchain під час видачі одному зі своїх корпоративних клієнтів кредиту на суму 75 млн. євро) [11];
- банки «UniCredit» та «UBS» (використовують для розрахунків платформу (протокол) «Ripple», яка дає змогу проводити міжнародні транзакції за 3-5 хвилин) [8];
- Група Ісламського Банку Розвитку (використала Blockchain на основі фінансових продуктів, які потенційно можуть бути використані для підтримки розвитку та фінансової інтеграції);
- фінансовий регулятор Швейцарії («Financial Market Supervisory Authority») (активно підтримує

ринок ICO і розвиток проектів на основі технології Blockchain) [12];

- сорок п'ять банків (зокрема, «BNP Paribas» та «Societe Generale»), що об'єдналися в рамках проекту «R3 CEV», який передбачає впровадження взаємопов'язаних Blockchain для заміни наявних систем реєстрацій даних [13];

- центральний банк Канади, «TMX Group» разом з компанією «Payments Canada» (почали випробувати приклади блокчейн-технологій для автоматизації розрахунків за цінними паперами) [14].

Незважаючи на все більш широке використання технології Blockchain, як теоретики, так і практики неоднозначно оцінюють подальші перспективи її розвитку.

Прихильники децентралізованих технологій стверджують, що Blockchain кардинально змінить різні сфери, зокрема фінансові ринки, страхування, публічні фінанси.

При цьому фахівці виділяють такі найбільш ймовірні для використання Blockchain напрями:

- кредитування;
- розвиток нового класу фінансових активів;
- врегулювання фінансових спорів;
- бухгалтерський облік основних операцій та актів звірки.

Водночас інші дослідники дають менш оптимістичні прогнози щодо використання Blockchain, визначаючи низку проблем, які стримують широке використання технології.

До основних проблемних аспектів впровадження технології Blockchain на фінансових ринках належать такі.

1) Недостатня окупність інвестицій в технологію. Так, представники консалтингової компанії «McKinsey» відзначають, що протягом 2017-2018 років індустрія Blockchain привернула величезні інвестиції з боку великих корпорацій, венчурних фірм та приватних осіб (згідно з даними «CoinSchedule», протягом 2018 року тільки за допомогою ICO було залучено в індустрію \$21,4 млрд.). Водночас, за словами аналітиків, досягнутий прогрес не виправдовує обсяг вкладень у цю сферу [15]. У листопаді 2017 року «Deloitte» опублікувала результати дослідження, які показали низьку результативність проектів Blockchain. В середньому тривалість їхнього життя ледь перевищує один рік. З майже 27 тис. таких проектів, розміщених на платформі «GitHub» у 2016 році, активно підтримуються розробниками через рік лише 8%. При цьому 92% розробок фактично виявилися недієвими [16].

2) Відсутність чіткого регулювання та стандартизації, наслідком чого є те, що новій галузі не вдається вийти з початкової стадії розвитку, щоби перейти до зростання, зрілості та масового прийняття [15].

3) Відсутність єдиного підходу регуляторів фінансових ринків до технології Blockchain, що перешкоджає їх координації. Зрештою, це

ускладнює можливості міжнародних трансакцій, оскільки багато корпорацій працюють на міжнародному рівні, а якщо в одній країні застосовуються рішення Blockchain, то є ризик, що регулятор іншої країни може затримати використання сучасних технологій. Нині технологія Blockchain не регулюється жодними міжнародними документами, які б встановлювали її стандарти. Відсутність правового регулювання на міжнародному та національних рівнях унеможливує запровадження широко-масштабного здійснення операцій на фінансових ринках з використанням технології Blockchain.

4) Конфіденційність. Нині технологія Blockchain передбачає загальнодоступність до даних, що зберігаються. Однак різні фінансові установи в певних сферах своєї діяльності (перш за все, банківські установи) потребують збереження конфіденційної інформації, що перешкоджає використанню цієї технології.

5) Проблеми шифрування та гарантії безпеки даних. Ключі доступу є найважливішим елементом технології Blockchain, оскільки забезпечують роботу кожного приватного користувача, однак за втрати чи помилки в цих ключах відновити доступ неможливо, що створює певні труднощі. Також не досить дослідженим залишається питання ймовірності втручання в роботу системи сторонніх осіб та гарантії безпеки даних за широкого використання.

Висновки з проведеного дослідження. На сучасному етапі розвитку фінансового ринку технологія Blockchain має великий потенціал і швидкими темпами впроваджується в життя.

До переваг технології Blockchain, які сприяли її поширенню на фінансових ринках, можна віднести децентралізацію, прозорість, теоретичну необмеженість, надійність, усунення посередника та мінімізацію помилок.

Використання технології Blockchain на фінансових ринках дає змогу забезпечити вищий рівень довіри між учасниками трансакцій, підвищувати швидкість трансакцій, зменшувати витрати на трансакції, запобігати шахрайству та корупції.

До ключових нововведень, які з'явилися в діяльності фінансових установ від технології Blockchain, належать розвиток інфраструктури для спрощення міжнародних трансакцій, поява нового класу активів, а саме цифрової власності, автоматизація процесів, зменшення впливу людського чинника та встановлення єдиних правил прийняття рішень.

Незважаючи на істотне зростання за останні роки фінансових інститутів, які використовують технологію Blockchain, про що свідчить практика, існує також низка недоліків цієї технології. Основними проблемними аспектами впровадження технології Blockchain на фінансових ринках є недостатня окупність інвестицій в технологію, відсутність чіткого регулювання та стандартизації,

єдиного підходу регуляторів фінансових ринків до технології Blockchain, питання гарантій конфіденційності даних, проблеми шифрування та гарантії безпеки даних.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пластун О. Методи боротьби з інформаційною асиметрією. URL: http://dSPACE.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9714/1/Plastun_dspace.pdf (дата звернення: 03.10.2019).
2. Раделицький Ю. Асиметрія інформації на ринку фінансових послуг. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.9. С. 238-241.
3. Мацелюх Н. Асиметрія інформації як фактор дисбалансів ціноутворення на фінансовому ринку. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znprnudps_2013_2_12.pdf (дата звернення: 03.10.2019).
4. Денис О. Специфіка інформаційної асиметрії в банках. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016. Вип. 19. С. 122-124.
5. Савельев И. Технология blockchain и ее применение. *Прикладная информатика*. 2016. Т. 11. № 6 (66). С. 19-26.
6. Бабкин А., Буркалтсева Д., Пшеничников В., Тюлин А. Криптовалюта и блокчейн-технология в цифровой экономике: генезис развития. *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки*. 2017. Т. 10. № 5. С. 6-22. DOI: 10.18721/JE.10501
7. Садченко О. Технологія блокчейн у сфері фінансових послуг для підприємства. *Економічні інновації*. 2017. № 65. С. 145-153.
8. Что такое технология Blockchain и как ее могут использовать банки? URL: http://www.prostobank.ua/depozity/stati/chto_takoe_tehnologiya_blockchain_i_kak_ee_mogut_ispolzovat_banki (дата звернення: 03.10.2019).
9. Технологія Блокчейн вже змінює світ фінансів: як саме? URL: <http://www.management.com.ua/tend/tend1050.html> (дата звернення: 03.10.2019).
10. Блокчейн в Україні: Що це за технологія і чим вона корисна. URL: <https://ua.112.ua/statji/blokchein-v-ukraini-shcho-tse-za-tehnologhiia-i-chymvona-korysna-417161.html> (дата звернення: 03.10.2019).
11. Вперше в світі банк видав кредит за допомогою блокчейна. URL: <https://ukr.segodnya.ua/economics/kriptovalyuta/vpervye-v-mire-bank-vydale-kredit-s-pomoshchyu-blokcheyna-1134150.html> (дата звернення: 03.10.2019).
12. Васильев О., Німкович А. Впровадження Фін-Тех і Блокчейну як інфраструктури ринку цінних паперів. *Управління розвитком*. 2018. № 1 (191). С. 30-35.
13. Літошенко А. Технологія Blockchain: переваги та неочевидні можливості використання в різних галузях. *Економіка та держава*. 2017. № 8. С. 77-79.
14. Ковальчук А., Сайбель Н. Блокчейн-технологии в финансовом секторе экономики: преимущества и проблемы использования. *Концепт*. 2018. № 4. URL: <http://e-koncept.ru/2018/184019.htm> (дата звернення: 02.10.2019).
15. McKinsey: хайп вокруг технологии блокчейн по-прежнему чрезмерно велик. URL: <https://forklog.com/mckinsey-hajp-vokrug-tehnologii-lokchejn-po-prezhnemu-chrezmerno-velik> (дата звернення: 03.10.2019).

16. Эволюция блокчейна: исследование Deloitte. URL: <https://decenter.org/p/10-deloitte-blockchain> (дата звернення: 03.10.2019).

17. Что такое блокчейн простыми словами. URL: <https://prostocoin.com/blog/blockchain-guide> (дата звернення: 03.10.2019).

REFERENCES:

1. Plastun O. Metody borotjby z informacijnoju asymetrijeju [Methods of combating information asymmetry]. Available at: http://dSPACE.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9714/1/Plastun_dSPACE.pdf (accessed 3 October 2019).

2. Radelyckij Ju. (2012) Asymetrija informacii na rynku finansovykh poslugh [Information asymmetry in the financial services market]. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, vol. 22.9, pp. 238-241.

3. Maceljukh N. Asymetrija informacii, jak faktor dysbalansiv cinoutvorennja na finansovomu rynku [Information asymmetry as a factor in financial market imbalances]. Available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpnudps_2013_2_12.pdf (accessed 3 October 2019).

4. Denys O. (2016) Specyfika informacijnoju asymetriji v bankakh [Specificity of information asymmetry in banks]. *Scientific Bulletin of the International Humanities University*, vol. 19, pp. 122-124.

5. Savel'ev I. (2016) Tekhnologiya blockchain i ee primenenie [Blockchain technology and its application]. *Applied Informatics*, vol. 11, no. 6 (66), pp. 19-26.

6. Babkin A., Burkaltseva D., Pshenichnikov V., Tyulin A. (2017) Kriptovalyuta i blokcheyn-tehnologiya v tsyvrovoy ekonomike: genezis razvitiya [Cryptocurrency and blockchain technology in the digital economy: the genesis of development]. *Scientific and technical data sheets of SPbSPU. Economic sciences*, vol. 10, no. 5, pp. 6-22. DOI: 10.18721/JE.10501.

7. Sadchenko O. (2017) Tekhnologhija blokcheyn u sferi finansovykh poslugh dlja pidpryjemstva [Blockchain technology in the financial services industry]. *Economic innovation*, no. 65, pp. 145-153.

8. Chto takoe tekhnologhija Blockchain y kak ee moghut yspol'zovatj banky? [What is Blockchain Technology and How Can Banks Use It?] Available at: http://www.prostobank.ua/depozity/stati/chto_takoe_tehnologiya_blockchain_i_kak_ee_mogut_ispolzovat_banki (accessed 3 October 2019).

9. Tekhnologhija blokcheyn vzhe zminjuje svit finansiv: jak same? [Blockchain technology is already changing the world of finance: how?]. Available at: <http://www.management.com.ua/tend/tend1050.html> (accessed 3 October 2019).

10. Blokcheyn v Ukraini: Shho ce za tekhnologhija i chym vona korysna [Blockchain in Ukraine: What technology is and what it is useful for]. Available at: <https://ua.112.ua/statji/blokcheyn-v-ukraini-shcho-tse-za-tekhnologhiia-i-chym-vona-korysna-417161.html> (accessed 3 October 2019).

11. Vpershe v sviti bank vydav kredyt za dopomoghoju blokcheyna [For the first time in the world, the bank issued a loan using a blockchain]. Available at: <https://ukr.segodnya.ua/economics/kriptovalyuta/vpervye-v-mire-bank-vydal-kredit-s-pomoshchyu-blokcheyna-1134150.html> (accessed 3 October 2019).

12. Vasylyjev O., Nimkovych A. (2018) Vprovadzhennja FinTekh i Blokcheynu jak infrastruktury rynku cinnykh paperiv [Implementation of FinTech and Blockchain as a securities market infrastructure.] *Development Management*, vol. 1 (191), pp. 30-35.

13. Litoshenko A. (2017) Tekhnologhija Blockchain: perevagh y ta neochevydni mozhlyvosti vykorystannja v riznykh ghaluzjakh [Blockchain Technology: Benefits and Unprecedented Uses in Different Industries]. *Economy and state*, no. 8, pp. 77-79.

14. Koval'chuk A., Saybel' N. (2018) Blokcheyn-tehnologii v finansovom sektore ekonomiki: preimushchestva i problemy ispol'zovaniya [Blockchain technology in the financial sector: advantages and problems of use]. *Concept*, no. 4. Available at: <http://e-koncept.ru/2018/184019.htm> (accessed 2 October 2019).

15. McKinsey: khayp vokrug tekhnologii blokcheyn po-prezhnemu chrezmerno velik. [McKinsey: The hype around blockchain technology is still overwhelming]. Available at: <https://forklog.com/mckinsey-hajp-vokrug-tehnologii-blokcheyn-po-prezhnemu-chrezmerno-velik> (accessed 3 October 2019).

16. Evolyutsiya blokcheyna: issledovanie Deloitte. [Blockchain Evolution: Deloitte Research]. Available at: <https://decenter.org/p/10-deloitte-blockchain> (accessed 3 October 2019).

17. Chtotakoeblokcheynprostymislovami. [What is blockchain in simple words]. Available at: <https://prostocoin.com/blog/blockchain-guide> (accessed 3 October 2019).

СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ПІРИНГОВОГО (P2P) КРЕДИТУВАННЯ

WORLDWIDE PEER-TO-PEER (P2P) LENDING EXPERIENCE

УДК 336.7

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-27>**Дубина М.В.**

д.е.н., доцент,
завідувач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Чернігівський національний
технологічний університет
Жаворонок А.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри публічних,
корпоративних фінансів
та фінансового посередництва
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Савчук Д.Г.

к.е.н., доцент, доцент кафедри
обліку і оподаткування
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Dubyna Maksym

Chernihiv National
University of Technology

Zhavoronok Artur

Yuriy Fedkovych Chernivtsi
National University

Savchuk Dmytro

Yuriy Fedkovych Chernivtsi
National University

У статті досліджено пірингове (P2P) кредитування, яке є відносно новим для України та водночас динамічно розвивається за кордоном. Проаналізовано моделі регулювання діяльності P2P-кредитування, такі як ізраїльська, італійська, англійська, індійська, бразильська, дворівнева американська, мексиканська, південноафриканська. Проаналізовано становлення пірингового кредитування у деяких країнах Європи, таких як Швеція, Німеччина, Литва, Франція, Іспанія. На цій основі визначено, що за кордоном система пірингового кредитування перебуває в постійному розвитку. Держава бере активну участь у діяльності платформ та здійснює їх регулювання та контроль. Зарубіжна банківська система розвинених країн тісно співпрацює з онлайн-сервісами пірингового кредитування. Причому позичати можна не тільки долари або фунти, але й криптовалюту. Наприклад, платформа P2P-кредитування BitBond дає змогу взяти в борг біткойни. Звичайно, ми перебуваємо тільки на початку цього шляху, але вже зараз вражає обсяг операцій, які відбуваються з використанням онлайн-платформ P2P-кредитування.

Ключові слова: пірингове (P2P) кредитування, банківське кредитування, скоринг, позичальник, онлайн-платформа.

В статье исследовано пириговое (P2P) кредитование, которое является отно-

сительно новым для Украины и одновременно динамично развивается за рубежом. Проанализированы модели регулирования деятельности P2P-кредитования, такие как израильская, итальянская, английская, индийская, бразильская, двухуровневая американская, мексиканская, южноафриканская. Проанализировано становление пиригового кредитования в некоторых странах Европы, таких как Швеция, Германия, Литва, Франция, Испания. На этой основе определено, что за границей система пиригового кредитования находится в постоянном развитии. Государство активно участвует в деятельности платформ и осуществляет их регулирование и контроль. Зарубежная банковская система развитых стран тесно сотрудничает с онлайн-сервисами пиригового кредитования. Причем занимать можно не только доллары или фунты, но и криптовалюту. Например, платформа P2P-кредитования BitBond позволяет взять в долг биткойны. Конечно, мы находимся только в начале этого пути, но уже сейчас поражает объем операций, которые происходят с использованием онлайн-платформ P2P-кредитования.

Ключевые слова: пириговое (P2P) кредитование, банковское кредитование, скоринг, заемщик, онлайн-платформа.

The purpose of the article is to deepen the theoretical provisions of the operation of peer-to-peer lending and to study the world experience of its use by individuals. This article examines peer-to-peer (P2P) lending, which is relatively new to Ukraine and is developing dynamically abroad. Models of regulation of P2P lending activity are analyzed: Israeli, Italian; English; Indian, Brazilian two-tier American; Mexican, South African. The formation of peer-to-peer lending in some European countries, including Sweden, Germany, Lithuania, France, Spain, is analyzed. On this basis, it has been determined that the peering lending system is in constant development. The state actively participates in the activities of the platforms and carries out their regulation and control. The foreign banking system of developed countries works closely with online peer-to-peer lending services. And you can borrow not only dollars or pounds, but also cryptocurrency. For example, BitBond's P2P lending platform lets you borrow bitcoins. Of course, we are only at the beginning of this path, but already the volume of transactions that occur with the use of online P2P lending platforms is striking. The introduction of modern information technology contributes to the transformation of all spheres of society, especially the sphere of financial services. On the one hand, financial institutions, by investing in the introduction of new technologies for providing their own services, help to improve the quality of service to their customers. However, on the other hand, the legal regulation of their activities, legal restrictions do not allow these institutions to freely use their own funds to lend to business entities and earn expected profits. This contributes to the emergence of new technologies in the field of functioning of the credit services market, which simplify the process of crediting and allow satisfying the interests of all subjects of credit relations. It is possible to predict the active diffusion of new innovative technologies within the domestic credit services market and the growing demand for P2P loans.

Key words: peer-to-peer (P2P) lending, bank lending, scoring, borrower, online platform.

Постановка проблеми. Подальший розвиток ринку кредитних послуг пов'язаний зі впливом нових інноваційно-інформаційних технологій на процес взаємодії між позичальником та кредитором. Сьогодні вся сфера фінансових послуг зазнає кардинальних та невідворотних змін. З огляду на те, що в Україні серед усіх інших складових ринку фінансових послуг саме кредитний ринок є сегментом, що найбільш динамічно розвивається, перш за все нові технології розвиваються в його межах та покликані підвищити якість взаємодії між суб'єктами кредитних відносин.

Значний вплив інноваційні технології насамперед здійснюють на функціонування фінансово-кредитних установ, до яких прийнято відносити комерційні банки,

кредитні спілки, фінансові компанії. Саме ці фінансові посередники сьогодні активно впроваджують нові технології у власну діяльність як для підвищення якості надання кредитних послуг, так і для забезпечення зростання власної ефективності роботи.

Проте в Україні сьогодні розвиток ринку кредитних послуг супроводжується значною кількістю системних проблем, до яких варто віднести складність отримання позики фізичними особами, що не мають підтвердження офіційного працевлаштування, надвисокі позики за кредитними продуктами, тривалий час погодження довгострокових позик, суворі вимоги банківських установ до потенційних позичальників тощо. Саме ці проблеми спонукають позичальників

шукати нові можливості залучення позик. У цьому разі нові інформаційні технології сприяють цьому процесу та приводять до виникнення нових способів надання фінансових послуг різним клієнтам. У результаті розроблено схему онлайн-кредитування, яке пов'язане з безпосереднім взаємозв'язком між позичальником та кредитором без опосередкованої участі інших банківських установ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З огляду на інноваційний характер пірингового кредитування (кредитування між двома фізичними особами безпосередньо через використання інформаційних технологій) ґрунтовних досліджень особливостей його зародження та надання сьогодні не існує. Проте є значна кількість робіт, у яких фрагментарно розглядаються питання організації процесу пірингового кредитування та специфічні риси, що йому притаманні. До авторів таких праць варто віднести таких, як О.П. Заруцька [1], І.П. Петренко [4], Ю.М. Петрушенко [5], О.В. Крухмаль [5], І.М. Привалова [6], М.В. Дубина [4], В.Ю. Прокопенко [2], І.Я. Кузьмук [3].

Постановка завдання. Метою статті є поглиблення теоретичних положень функціонування пірингового кредитування та вивчення світового досвіду його використання фізичними особами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Онлайн-платформи пірингового кредитування фізичних осіб набули широкого розвитку у світі. Згідно з оцінкою статистичної компанії «Morgan Stanley» на 2012 рік світовий обсяг Р2Р-кредитування оцінюється в 1,2 млрд. дол. Вже у 2017 році показник виріс до позначки 64 млрд. дол. Експерти прогнозують, що у 2020 році ринок рівноправного кредитування може сягнути 300 млрд. дол. У 2016 році піринговим кредитуванням почали все більше цікавитись представники малого та середнього бізнесу, тому цей фінансовий сектор почав швидко зростати, а саме на 53% за рік. Зараз експерти говорять про 120% середньорічного приросту й причин для зупинки не знаходять, тому пропонуємо більш детально вивчити зарубіжний ринок Р2Р-кредитування.

У світі сьогодні діють декілька моделей регулювання діяльності Р2Р-кредитування, а саме ізраїльська, італійська, англійська, індійська, бразильська, дворівнева американська, мексиканська, південноафриканська.

Англійська модель регулювання діяльності Р2Р-кредитування встановлює чіткі рамки для онлайн-платформ, а також надає нормативні акти для регулювання діяльності. Ізраїльська та італійська моделі взагалі забороняють діяльність пірингового кредитування в країнах. Індійська та бразильська моделі не мають виділення поняття Р2Р у законодавстві та не регулюються законодавчими актами, тобто присутній повністю вільний ринок. Лише законодавство стає на захист прав інвесторів, маючи декілька законодавчих актів. Дворівнева аме-

риканська модель Р2Р-кредитування має достатній контроль як з боку кожного штату, так і комісією цінних паперів і бірж США. З усіх моделей виділяються мексиканська та південноафриканська, тому що онлайн-платформи Р2Р-кредитування мають банківську ліцензію, як наслідок, заселяються банківським законодавством.

Найбільший розвиток Р2Р-кредитування отримало у США та Великобританії. Саме в цих країнах концентруються основні платформи, які, згідно з даними статистичних джерел, видають найбільше кредитів, а саме «Zopa» (Великобританія), «Funding Circle» (Великобританія), «RateSetter» (Великобританія), «Lending Club» (США), «Prosper» (США), «Market invoice» (США). Найперша компанія у світі Р2Р-кредитування, якою є «Zopa», була заснована у лютому 2005 року у Великобританії. За перший рік роботи платформа надала кредитів більше 5000 клієнтів у розмірі 278 млн. фунтів стерлінгів. Компанія пройшла досить довгий шлях, пережила світову кризу 2008 року, а нині все ще існує. Вже у 2017 році «Zopa» відкрила офіс у Барселоні. Згідно зі статистичними даними в офісах Лондона та Барселони працює понад 300 осіб. Протягом останніх 12 місяців онлайн-платформа позичила 996 млн. фунтів стерлінгів, а за весь час надала кредитів на суму понад 3,81 млрд. фунтів стерлінгів. Щодо інвесторів, то їх нараховують 60000 осіб із середньою сумою позики у 13000 фунтів. Позичальників нараховують більше ніж у 5 разів більше, а саме 311000 осіб із середньою сумою позики у 7700 фунтів стерлінгів.

За бажання отримати кредит на онлайн-платформі «Zopa» потрібно бути готовим до того, що відсоткова ставка варіюється від 2,8% до 34,9% за рік. Це залежить від суми та терміну користування кредитом. Позичальник може отримати суму від 1000 до 25000 фунтів стерлінгів на строк від 1 до 5 років.

Уряд Великобританії не залишився осторонь та інвестував у 2012 році 20 млн. фунтів стерлінгів через онлайн-платформу у британські компанії. Через 2 роки у 2014 році він знову інвестував 40 млн. фунтів стерлінгів. Намір уряду Великобританії полягав у тому, щоб обійти великі банки, які не бажають кредитувати більш дрібні компанії. Проте такі дії були розкритиковані за створення недобросовісної конкуренції через зосередження коштів на найбільших онлайн-платформах Р2Р-кредитування.

У Великобританії з 2014 року пірингове кредитування контролюється Органом фінансової поведінки. У разі ліквідації платформи позичальник обов'язково повинен повернути борг з відсотками кредиту. Правила контролюючого органу вимагають від компаній, що працюють на Р2Р-платформах, забезпечувати справність веб-сайтів, цілком прозорі умови співпраці, професійність та чесність у діяльності. Доцільно вживати

таких заходів в Україні задля підвищення надійності цього виду кредитування.

За весь час існування P2P-кредитування у Великобританії було декілька великих онлайн-платформ, окрім «Zopa», таких як «RateSetter», «FundingCircle» та «Market invoice». Щодо «FundingCircle», то вона є лідируючою компанією, що надає позики виключно малому бізнесу. «FundingCircle» надає кошти не стартапам, а малим підприємствам, що вже певний час перебувають на ринку. Основною функцією «FundingCircle» є те, що цей сервіс є інформаційним майданчиком, на якому зустрічаються потенційні кредитори й позичальники. Онлайн-платформа оптимізує процес здійснення кредитних операцій та полегшує процедуру оплати витрат, пов'язаних з укладенням кредитного договору, а також процедуру стягнення сум, що підлягають виплаті за кредитним договором. «FundingCircle» не виконує функції з управління коштами від імені інвестора. Інвестор має повний контроль і сам приймає рішення про надання кредиту позичальнику, а також про те, на яких умовах він готовий цей кредит надати. На відміну від українських P2P-платформ, сервіс «FundingCircle» дає можливість одному учаснику одночасно бути позичальником з непогашеним кредитом та інвестором платформи.

Інвесторами «FundingCircle» можуть бути як фізичні, так і юридичні особи. Якщо інвестором є фізична особа, то вона має бути постійним жителем Великобританії старше 18 років. Якщо інвестором є юридична особа, то компанія повинна бути зареєстрована в реєстраційній палаті Великобританії та вести свої справи на території Великобританії. Загальними вимогами до інвесторів є наявність діючого рахунку в банку та реєстрація на сайті. Після реєстрації учасник проходить перевірку на шахрайство. Платформа проводить аналіз даних такого довідкового агентства, як «Equifax» або «Experian». «FundingCircle» встановлює процентні ставки за кожним кредитом. Фіксовані процентні ставки регулярно перевіряються компанією й можуть бути змінені в будь-який час. Відсоткова ставка починається з 1,9% за рік та зростає залежно від ступеня ризику позичальника. За дострокове погашення компанія не бере штрафів.

За час існування компанія прокредитувала понад 56 000 компаній не тільки Великобританії, але й США, Німеччини, Іспанії та Нідерландів на суму 5,6 млрд. фунтів стерлінгів. У 2010 році дохід платформи склав приблизно 550 млн. дол. За весь період роботи онлайн-платформи до неї долучилось більше 85 000 інвесторів. «FundingCircle» дає можливість позичити кошти від 6 місяців до 5 років на суму від 10 тис. до 500 тис. фунтів стерлінгів.

Наступною розглянемо платформу «RateSetter». Вона була заснована у 2010 році у Великобританії та у 2014 році в Австралії. Платформа не сильно відрізняється від багатьох інших онлайн-систем

пірингового кредитування, оскільки всі вони працюють за приблизно схожим принципом, маючи деякі незначні відмінності. Платформа «RateSetter» має найбільш вагому перевагу перед іншими сервісами з огляду на те, що має Резервний фонд, з якого оплачуються безнадійні заборгованості. Основними конкурентами для себе вона вважає платформу «Zopa» й американські платформи «Lending Club» і «Prosper».

Для участі в платформі майбутній учасник заповнює анкету, зазначаючи необхідний розмір кредиту та відсоток, який готовий заплатити. Заявки приймаються від осіб старше 24 років. Сума кредиту може варіюватися від 1 до 25 тис. фунтів стерлінгів. Протягом одного робочого дня заява розглядається. На цьому етапі відсіюються 85% заяв. Нині платформа «RateSetter» нараховує 465 522 позичальників. Позичальник може оформити кредит від 1 до 5 років у розмірі від 500 до 35 000 фунтів стерлінгів.

Платформа за свої послуги бере комісію з кредитора в розмірі 10% від доходу, який він отримує від позичальників. Невеликою комісією також обкладаються позичальники, але вона включається в загальну суму кредиту й рівномірно розподіляється по всьому терміну його погашення.

На поточний момент загальна сума виданих кредитів складає більше 688 млн. фунтів стерлінгів. За 2017 рік платформа «RateSetter» надала позику на суму 85 млн. фунтів стерлінгів. Середній розмір вкладу становить трохи більше 11 тис. фунтів стерлінгів.

Розглянемо ще одну платформу пірингового кредитування Великобританії, а саме «Market invoice». Вона була запущена у 2011 році. Сервіс «Market invoice» можуть використовувати підприємства, які продають товари або надають послуги іншим підприємствам. При цьому підприємство повинне мати хоча б шестимісячну історію торгівлі й вести прибуткову діяльність. Клієнти онлайн-платформи використовують надані фінансові ресурси для запуску нових продуктів, збільшення штату та виходу компанії на міжнародний рівень.

Щодо обмеження суми інвестицій та позик онлайн-платформа пірингового кредитування не встановлює жодних рамок, тут немає мінімуму й максимуму. «Market invoice» є офіційним партнером «British Business Bank». Більше 50 млн. фунтів стерлінгів бюджетних коштів було авансовано для зростаючих підприємств Великобританії за допомогою механізму партнерства з «Market invoice». За весь час компанія надала кредитів на суму більше 838 млн. фунтів стерлінгів.

У США P2P-кредитування розпочалося зі створення онлайн-платформи «Prosper» у лютому 2006 року, а з часом була створена платформа «Lending Club». З початку діяльності «Prosper» профінансував понад 6 млрд. кредитів і має більше 2 мільйонів членів. Компанія розташована

в місті Сан-Франциско й виконує свої кредити через «WebBank», що є промисловим банком, який входить до складу FDIC, штату Юта.

Щоб отримати кредит через компанію «Prosper», клієнт повинен бути громадянином США та проживати в одному зі штатів, крім Айови, Мейна та Північної Дакоти. Також потрібно мати номер соціального страхування, підтверджену електронну адресу та банківський рахунок.

Сервіс «Prosper» використовує «Experian» для визначення кредитної оцінки. Щоб отримати кредит, потрібно мати мінімальну кредитну оцінку 640. Якщо навіть скористуватись іншим джерелом, то є вірогідність, що в позиції відмовлять. Навіть якщо оцінка іншого агентства перевищує мінімальну вимогу, кредит може бути не схвалений, якщо оцінка «Experian» покаже менше 640. У будь-якому разі за відмови в кредиті потрібно вирішувати кредитні спори з «Experian», а не «Prosper». Дохід, який зазначає позичальник, повинен бути підтвердженим, наприклад, копіями податкових декларацій або документами про вихід на пенсію. Вказати дохід іншої людини неможливо, оскільки кредити на онлайн-платформі «Prosper» є особистими кредитами, неможливо скласти спільну заявку. Також для отримання позики не потрібне заставне майно.

Платформа отримує дохід з позичальника залежно від ступеня ризику та терміну кредиту. Рівень ризику AA має від 1% до 2% на трирічний термін, 3% на п'ятирічний термін; рівень ризику A має 4% на трирічний термін, 5% на п'ятирічний термін; рівень ризику B має 5% для трирічного або п'ятирічного терміну; рівень ризику C має 7% на трирічний або п'ятирічний термін.

Коли подається заявка на отримання кредиту, платформа визначає «Prosper Rating». Це власна рейтингова система, яка передбачає ймовірність неплатежу за кредитом. «Prosper» користується цим рейтингом, встановлюючи відсоткову вартість кредиту. Рейтинг компанія визначає поєднанням чинників, включаючи банківський рахунок, термін кредиту, економічне середовище та конкурентне середовище. Найвищим рейтингом позичальника є AA, що має низьку ставку 5,99% річних на 3 роки. Найнижчим рейтингом «Prosper» є C, що має максимальну ставку 35,97% річних протягом 3 років. На 5 років кредити доступні на всіх рівнях, окрім рівня C. На рівні C можна отримати кредит тільки на 3 роки. Компанія не стягує жодних штрафів за дострокове погашення позики. На онлайн-платформі дозволяється мати більше одного кредиту, а кредитна оцінка повинна становити щонайменше 640. Максимальна сума позичок на одну людину складає 35 000 дол.

Позичальник має декілька варіантів здійснення щомісячних платежів. Першим є електронний переказ коштів, в якому платежі будуть автоматично вираховуватися з банківського рахунку у строк. Другий здійснюється за допомогою

онлайн-банкінгу, який дасть змогу сплатити кредит безпосередньо вдома через ПК чи мобільний телефон. Третій варіант погашення боргу можливо поштою, але це буде коштувати 15 доларів.

Сервіс «Lending Club» працює з 2007 року, а сьогодні з ним співпрацювали вже 2,5 млн. людей. Штаб-квартира «Lending Club» розташована у Сан-Франциско, але платформа працює в Інтернеті без будь-яких філій.

Онлайн-платформа дає змогу позичальникам подати заявку на споживчі, медичні позики, а також на бізнес. Кредит можна оформити на строк від 1 до 5 років. Кредит на споживчі потреби позичальник може отримати суму до 40 000 дол. через 7 днів після подання онлайн-заявки. Бізнес-позика може бути надана до 500 тис. дол., якщо компанія працює від 12 місяців. Позику може біти надана не тільки власнику компанії, але й акціонеру, якщо він має щонайменше 20% акцій та позитивну кредитну історію. Річна відсоткова ставка може коливатися від 9,77% до 35,71% річних. Медична позика надається від 2 до 5 років на суму від 2 000 дол. до 50 000 дол. Відсоткова ставка більш лояльна порівняно з бізнес-позикою й становить 3,99-24,99% річних від основної суми. Мінімальний розмір інвестицій становить 1 000 дол. Цю суму можна вкладати як в один проєкт, так і в декілька, наприклад у 40 кредитів по 25 дол. Інвестор має щонайменше 3% доходу.

Нині банки все активніше беруть участь у процесі P2P-кредитування і як кредитори, і як організатори таких платформ. У США близько 80% великих кредитів через платформи онлайн-кредитування надаються саме банками.

Спочатку онлайн-платформи пірингового кредитування не мали жорстких критеріїв щодо відбору позичальників, що привело до безнадійно прострочених кредитів. У 2008 році Комісія з цінних паперів і бірж США добилася того, щоби компанії взаємного кредитування реєстрували свої пропозиції як цінні папери відповідно до Закону про цінні папери від 1933 року. Це вирішило проблему ліквідності й привело до того, що запити за P2P-кредитами є прозорішими для кредиторів та інвесторів. Цінні папери, що пропонуються P2P-кредиторами США, реєструються та регулюються Комісією з цінних паперів. У нещодавній доповіді Управління з підзвітності уряду США вивчився потенціал для додаткового нормативного нагляду з боку Бюро споживчого фінансового захисту або Федеральної корпорації страхування депозитів, хоча жодна організація не запропонувала безпосередній нагляд за P2P-кредитуванням у цей час. У 2016 році у штат Нью-Йорк було відправлено попереджувальні листи, що вимагали від 28 P2P-мереж кредиторів того, щоби вони негайно виконали вимоги до розкриття своїх практик кредитування й продуктів, доступних у державі, інакше вони можуть не отримати ліцензію на роботу [3].

Окремо варто виділити китайський ринок P2P-кредитування. Нині на ринку Китаю функціонує більше 4 тисяч платформ, що надають послуги P2P-кредитування. Відсутність регулювання й обмежень цього виду діяльності дала значний поштовх для розвитку цього напрямку. Ринок збільшувався безпрецедентними темпами, однак відсутність регуляції з боку контролюючих органів створила дуже сприятливий ґрунт для шахрайських дій на ринку. Була створена велика кількість фінансових пірамід, які під виглядом P2P-компаній виманювали гроші в інвесторів, а через деякий час зникали. З іншого боку, такі платформи стали ще одним джерелом легкої наживи для неблагородних позичальників, адже вже на кінець 2015 року більше третини позичальників стали проблемними.

У Китаї відбувся справжній бум у розвитку галузі інтернет-фінансів загалом та пірингового кредитування зокрема, тому уряд Китаю створив «Керівництво в політиці інтернет-фінансів», яке було створене в серпні 2016 року. Основна нормативна зміна у цій політиці для платформ P2P-кредитування, стосувалась вимоги того, щоби вони встановлювали депозитарну систему сторонніх посередників для фінансів клієнтів через банківські установи. Це означає, що кошти клієнтів (позичальників та кредиторів) повинні міститися в комерційному банку або в будь-якій іншій небанківській фінансовій організації. В липні 2015 року уряд також ввів нові правила небанківських платежів, встановлюючи жорсткі обмеження на розмір небанківських угод. Одна з цілей цієї політики полягає в тому, щоби зробити більш важким проведення нелегальних коштів через небанківські платежі й канали фінансування, включаючи P2P. Керівництво також вносить P2P-провайдерів та їх дані в національний центр реєстру Кредиту центрального банку. Щодо обмежень у розмірах кредиту, то клієнт через P2P-платформу може взяти в кредит максимум 200 тис. юанів (близько 30 тис. дол.), а через декілька P2P-платформ – максимум 1 млн. юанів (близько 155 тис. дол.).

В грудні 2015 року платформа пірингового кредитування «Ezubao», що є однією з найбільших китайських платформ у цьому сегменті, була викрита в обмані більш ніж 1 млн. своїх інвесторів на загальну суму у 100 млрд. юанів (14,57 млрд. дол.). Керівництво компанії було викрито у виплатах раніше залученим інвесторам за рахунок коштів нових вкладників. В ході розслідування китайська влада заявила, що близько 95% інвестицій були присвоєні менеджментом «Ezubao» замість того, щоби бути наданими кінцевим позичальникам і забезпечити кредиторам обіцяну прибутковість у діапазоні від 9% до 14,6% [9].

В Австралії першим кредитором, що видає рівноправні позики відповідно до чинних вимог, стала компанія «Society One». З моменту свого заснування в серпні 2012 року компанія випустила позики

на загальну суму понад 1,2 млн. дол. Також компанія має досить гарну технологію мобільного обслуговування. Технологія прискорила процес оформлення кредитних заявок і кредитного фінансування.

Пропонуємо далі проаналізувати становлення пірингового кредитування в деяких країнах Європи, таких як Швеція, Німеччина, Литва, Франція, Іспанія.

У Швеції намагався закріпитися сервіс під назвою «Loan Land», проте ще до 2010 року компанія зазнала фатальної невдачі. Сервісній групі так і не вдалося домогтися значущих обсягів кредитування, крім того, почалися всілякі шахрайські операції. Власник компанії «Loan Land» передав усіх кредиторів і позичальників компанії «Trustbuddy».

«Trustbuddy» – це компанія, що зареєстрована в Швеції та здійснює свою діяльність на території Норвегії, Швеції, Німеччини та Фінляндії. Ця організація почала функціонувати ще до 2009 року, а її власники вже мали на той момент досвід проведення ігор в покер онлайн. Цей сервіс деякою мірою схожий на короткострокові SMS-позики з високими процентними ставками. На початковому етапі своєї діяльності компанія «Trustbuddy» звинувачувалася в автоматичній розсилці SMS-повідомлень. З одержувачів стягувалася досить висока плата. «Trustbuddy» спеціалізується на короткострокових позиках з відносно невисокою ціною.

У Німеччині немає державної підтримки P2P-кредитування, тому пірингове кредитування підпадає під регулювання банківської діяльності. Майданчики P2P працюють із банком-партнером, щоби перебувати в рамках закону. Німецький регуляторний варіант зобов'язує платформи P2P-кредитування купувати ліцензію на банківську діяльність. Такий контроль є мало поширеним на швидкозростаючих ринках Великобританії та США [3].

Іспанська влада нещодавно запропонувала спеціальний закон про краудфандінг-платформи. У рамках реформи P2P-платформи будуть зобов'язані реєструватися в центральному органі. Інвестори повинні бути поінформовані про можливі ризики. Індивідуальні внески на проекти будуть обмежені до 3 тис. євро за інвестора в проєкті та до 6 тис. євро за інвестора в разі декількох проєктів на платформі. Новій платформі необхідно внести як мінімум 50 тис. євро в акціонерний капітал і щонайменше 150 тис. євро у страхування відповідальності. Рекламу проєктів за межами платформи буде заборонено. За недотримання нових правил будуть накладатися штрафи. Вищезазначене підтверджує тенденцію до активізації контролю P2P-діяльності [3].

Литва розпочала P2P-кредитування з 1 лютого 2016 року. До основних вимог, що запроваджені новим законодавством, варто віднести 40 тис. євро акціонерного капіталу, необхідного для створення компанії пірингового кредитування; план на випадок

непередбачених обставин у разі відмови платформи; обмеження 500 євро інвестицій у розрахунок на одну кредитну операцію; обмеження 5 тис. євро інвестицій на платформу для недосвідчених інвесторів; надання можливості торговим майданчикам отримувати свої доходи тільки від щомісячних платежів, що сплачуються позичальниками [2].

У Франції нова нормативно-правова база по кредитах на основі кредитних платформ, зокрема P2P, діє з липня 2014 року. У рамках нової структури введений знак якості для P2P-платформ. Ця діяльність спрямована на забезпечення високого рівня захисту споживачів і прозорості в усіх напрямках.

Як і у Великобританії, кредитні платформи повинні будуть розкривати інформацію про потенційні інвестиційні ризики для інвесторів. P2P-платформи виграють від особливого правового статусу, але

водночас до них застосовуються додаткові правила прозорості. Кожен проект повинен мати верхню межу в 1 млн. євро, а також для нього встановлюється норма щодо розкриття інформації про майбутні витрати, планується також введення максимальної суми наданого кредиту в 1 тис. євро [3].

Згрупуємо інформацію про діяльність країн у табл. 1. Як бачимо, розвинені країни світу дуже успішно користуються P2P-кредитуванням. У більшості країн держава не тільки підтримує розвиток, але й сама бере участь у піринговому кредитуванні.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, впровадження сучасних інформаційних технологій сприяє трансформації всіх сфер суспільства, особливо сфери фінансових послуг. З одного боку, фінансові установи, інвестуючи кошти у впровадження нових технологій надання власних послуг,

Таблиця 1

Результати діяльності пірингових платформ в різних країнах

Країна	Онлайн-платформа	Результат діяльності
Великобританія	"Zopa"	- За перший рік роботи платформа надала кредит більше 5 000 клієнтам у розмірі 278 млн. фунтів стерлінгів; - запустила фонд "Safeguard" для того, щоби знизити ризики інвесторів та погашати безнадійну заборгованість за рахунок фонду; - протягом останніх 12 місяців онлайн-платформа позичила 996 млн. фунтів стерлінгів; - за весь час надала кредитів на суму понад 3,81 млрд. фунтів стерлінгів; - має 60 000 інвесторів; - середня сума позики становить 13 000 фунтів.
	"Funding Circle"	- Надає позики виключно малому бізнесу; - компанія надала кредити понад 56 000 компаніям; - загальна сума наданих кредитів перевищує 5,6 млрд. фунтів стерлінгів; - має більше 85 000 інвесторів.
	"RateSetter"	- Нараховує 465 522 позичальники; - має Резервний фонд, з якого оплачуються безнадійні заборгованості; - має 70 113 інвесторів на кінець 2018 року; - на поточний момент загальна сума виданих кредитів складає більше 688 млн. фунтів стерлінгів; - за 2017 рік надала позик на суму 85 млн. фунтів стерлінгів; - середній розмір вкладу становить трохи більше 11 тис. фунтів стерлінгів.
	"Market invoice"	- Займається P2B-кредитуванням; - не встановлює обмеження суми інвестицій та позик, тобто немає мінімуму й максимуму; - більше 50 млн. фунтів стерлінгів бюджетних коштів було надано підприємствам; - за весь час компанія надала кредитів на суму більше 838 млн. фунтів стерлінгів.
США	"Prosper"	- З початку діяльності профінансувала понад 6 млрд. кредитів; - має більше 2 мільйонів учасників; - використовує "Experian" для визначення кредитної оцінки.
	"Lending Club"	- Щоби отримати кредит, потрібно мати мінімальну кредитну оцінку 640; - на онлайн-платформі дозволяється мати більше одного кредиту.
Китай	"Ezubao"	- Була викрита в обмані більш ніж на 1 млн.; - викрита в шахрайстві на суму 100 млрд. юанів (14,57 млрд. дол.); - керівництво компанії було викрито у виплатах раніше залученим інвесторам за рахунок коштів нових вкладників; - близько 95% інвестицій були присвоєні менеджментом "Ezubao" замість того, щоби бути наданими кінцевим позичальникам.
		- Нині на ринку Китаю функціонує більше 4 тисяч платформ; - уряд Китаю створив у 2016 році «Керівництво в політиці інтернет-фінансів»; - максимальна сума кредиту становить 200 тис. юанів (близько 30 тис. дол.); - через декілька P2P-платформ можна отримати максимум 1 млн. юанів (близько 155 тис. дол.).

Джерело: складено авторами

сприяють підвищенню якості обслуговування своїх клієнтів. З іншого боку, юридична регламентація їх діяльності, законодавчі обмеження не дають змогу цим установам вільно використовувати власні кошти для кредитування суб'єктів господарювання та отримувати очікувані прибутки. Це сприяє виникненню нових технологій у сфері функціонування ринку кредитних послуг, які спрощують сам процес кредитування й дають змогу задовольнити інтереси всіх суб'єктів кредитних відносин.

Пірингове кредитування вже активно розвивається у зарубіжних країнах, оскільки йому притаманні значні переваги для кредиторів та позичальників. З огляду на це такий вид кредиту буде активно розвиватися й надалі. Світовий досвід, що проаналізований у статті, лише це підтверджує. Отже, можна прогнозувати активне поширення нових інноваційних технологій у межах вітчизняного ринку кредитних послуг та зростання попиту на кредити типу P2P.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Заруцька О.П., Синюк А.О. Міжнародний досвід та вітчизняна практика розвитку платформ P2P-кредитування: проблеми та перспективи. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка*. 2017. Т. 25. Вип. 11 (1). С. 118-123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2017_25_11%281%29_20 (дата звернення: 11.09.2019).
2. Прокопенко В.Ю., Дубина М.В. Кредитна інфраструктура: особливості визначення сутності категорії. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 1 (45). Т. 1. С. 209-212.
3. Кузьмук І.Я., Губатюк І.В. Зарубіжний досвід формування регуляторного механізму P2P-кредитування. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_2_2018ua/15.pdf (дата звернення: 11.09.2019).
4. Дубина М.В., Шишкіна О.В. Сутність та система інфраструктури кредитного ринку України. *Наукові записи Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2017. № 4. С. 80-86.
5. Крукмаль О.В., Заєць О.С. Peer-to-peer кредитування в Україні: перспективи розвитку та виклики для банків. *Інтернаука*. 2017. № 2 (2). С. 93-96. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2017_2%282%29_21 (дата звернення: 11.09.2019).
6. Петренко І.П. P2P-кредитування як новітній метод фінансування інвестиційних проєктів. URL: <https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-315/financial-cash-flow-and-credit-315/26314-315-125> (дата звернення: 11.09.2019).
7. Петрушенко Ю.М. Новітні підходи до фінансування розвитку місцевих громад: від реконізму до P2P-кредитування. *Вісник Української академії банківської справи*. 2014. № 1. С. 90-94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VUABS_2014_1_20 (дата звернення: 11.09.2019).
8. Привалова І.М. P2P-кредитування як елемент конкуренції на ринку банківських послуг України. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2014. № 2. С. 84-88.
9. 9 из 10 китайских P2P-платформ прекратят свое существование до конца года. URL: <http://futurebanking.ru/post/3303> (дата звернення: 11.09.2019).

REFERENCES:

1. Zarutska O.P., Syniuk A.O. (2017) Mizhnarodnyi dosvid ta vitchyzniana praktyka rozvytku platform R2R-kredytuvannia: problemy ta perspektyvy [International experience and domestic practice develop the R2R-lending platform: problems and prospects]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Serii: Ekonomika – Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series: Economics*. 25, 11 (1). 118-123. Available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_2_2018ua/15.pdf (accessed 11 September 2019).
2. Prokopenko V.Yu., Dubyna M.V. (2015) Kredytна infrastruktura: osoblyvosti vyznachennia sutnosti katehorii [Credit infrastructure: especially available category categories]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriiia "Ekonomika"*, vol. 1 (45), no. 1, pp. 209-212.
3. Kuzmuk I.Ya., Hubatiuk I.V. *Zarubizhnyi dosvid formuvannia rehuliatornoho mekhanizmu R2R kredytuvannia* [Polluted realized regulatory business R2R lending] Available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_2_2018ua/15.pdf (accessed 11 September 2019).
4. Dubyna M.V., Shyshkina O.V. (2017) Sutnist ta systema infrastruktury kredytnoho rynku Ukrainy [The social and credit infrastructure market of Ukraine]. *Naukovi zapysy Instytut zakonodavstva Verkhovnoi rady Ukrainy*, no. 4, pp. 80-86.
5. Krukhmal O. V., Zaiets O. S. (2017) Peer-to-peer kredytuvannia v Ukraini: perspektyvy rozvytku ta vyklyky dlia bankiv [Peer-to-peer lending in Ukraine: prospects for development and choice for citizens]. *Internauka*, no. 2 (2), pp. 93-96. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2017_2%282%29_21 (accessed 11 September 2019).
6. Petrenko I.P. P2P-kredytuvannia yak novitnii metod finansuvannia investytsiinykh poektiv [P2P lending as a new method of financing various projects]. Available at: <https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-315/financial-cash-flow-and-credit-315/26314-315-125> (accessed 11 September 2019).
7. Petrushenko Yu.M. (2014) Novitni pidkhody do finansuvannia rozvytku mistsevykh hromad: vid rekonizmu do P2P-kredytuvannia [New approaches to the international development of local people: from reconism to P2P lending]. *Visnyk Ukrainskoi akademii bankivskoi spravy* no. 1, pp. 90-94. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VUABS_2014_1_20 (accessed 11 September 2019).
8. Pryvalova I. M. (2014) R2R kredytuvannia – iak element konkurentsii na rynku bankivskykh posluh Ukrainy [P2R Lending – Product Competitiveness in the Business Services Market of Ukraine]. *Rehionalna biznes-ekonomika ta upravlinnia*, no. 2, pp. 84-88.
9. 9 yz 10 kytayskykh P2P-platform prekratiat svoje sushchestvovanye do kontsa hoda [9 out of 10 Chinese P2P platforms are fine by the end of the year]. Available at: <http://futurebanking.ru/post/3303> (accessed 11 September 2019).

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО МОДЕЛЮВАННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПОБУДОВИ ФІНАНСОВОЇ АРХІТЕКТУРИ ЕКОНОМІКИ

METHODICAL APPROACH TO THE MODELING OF PROPERTY OF CONSTRUCTION OF FINANCIAL ARCHITECTURE OF ECONOMY

У статті досліджено методичний підхід до моделювання властивостей побудови фінансової архітектури економіки. Доведено, що вивчення фінансової архітектури економіки передбачає створення моделі, що дає змогу здійснювати аналіз і передбачати її поведінку в діапазоні відповідних умов функціонування, вирішувати завдання структурних компонентів на різних рівнях ієрархії. З'ясовано, що залежно від цілей та завдань моделювання може проводитися на різних рівнях абстракції. Виявлено, що опис повинен відповідати концепції розвитку фінансової архітектури й задовольняти певні вимоги, а саме має бути відкритим і допускати можливість розширення (звуження) спектру функцій та завдань, а також передбачати можливість переходу від одного рівня ієрархії до іншого. Представлено формалізацію окремих властивостей побудови фінансової архітектури національної економіки, яка включає емерджентність, гомеостаз, холастичність, функціональність, структурованість, синергію та адаптацію. **Ключові слова:** фінансова архітектура, емерджентність, гомеостаз, холастичність, функціональність, структурованість, синергія, адаптація.

В статье исследован методический подход к моделированию свойств построения

финансовой архитектуры экономики. Доказано, что изучение финансовой архитектуры экономики предусматривает создание модели, позволяющей осуществлять анализ и предсказывать ее поведение в диапазоне соответствующих условий функционирования, решать задания структурных компонентов на различных уровнях иерархии. Выяснено, что в зависимости от целей и заданий моделирование может проводиться на различных уровнях абстракции. Выведено, что описание должно соответствовать концепции развития финансовой архитектуры и удовлетворять определенные требования, а именно должно быть открытым и допускать возможность расширения (сужения) спектра функций и заданий, а также предусматривать возможность перехода от одного уровня иерархии к другому. Представлена формализация отдельных свойств построения финансовой архитектуры национальной экономики, которая включает эмерджентность, гомеостаз, холастичность, функциональность, структурированность, синергию и адаптацию.

Ключевые слова: финансовая архитектура, эмерджентность, гомеостаз, холастичность, функциональность, структурированность, синергия, адаптация.

УДК 338.763

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-28>

Житар М.О.

к.е.н., заступник директора
навчально-наукового інституту
фінансів, банківської справи
Університет державної
фіскальної служби України

Zhytar Maksym

University of State Fiscal Service of
Ukraine

*The article explores a methodological approach to modeling the properties of building the financial architecture of the economy. It is proved that the study of the financial architecture of the economy provides for the creation of a model that allows analysis and to predict its behavior in the range of relevant operating conditions, to solve the problems of structural components at various levels of the hierarchy. It is established that, depending on the goals and objectives, modeling can be carried out at various levels of abstraction. It was revealed that the description should correspond to the concept of development of financial architecture and satisfy certain requirements: it should be open and allow the possibility of expanding (narrowing) the range of functions and tasks implemented within the framework of financial architecture; provide for the possibility of moving from one level of the hierarchy to another, providing the construction of virtual models of financial architecture. The formalization of certain properties of building the financial architecture of the national economy is presented, which includes emergence, homeostasis, holasticity, functionality, structuredness, synergy, and adaptation. It is concluded that due to the regularity of communicativeness, which manifests itself not only between financial architecture and its external environment, but also between the hierarchy levels of this architecture, each level of hierarchical ordering has a complex relationship with higher and lower levels. Each level of the hierarchy has the property of being directed towards a lower level, has the character of an autonomous whole (system) – on the one hand, on the other hand, it is directed to a node (top) of a higher level, exhibits the properties of the dependent part (a structural component of financial architecture). The most important feature of hierarchical ordering as regularity is that the regularity of integrity/emergence appears in it at every level of the hierarchy. Moreover, the combination of structural components within the configuration of the hierarchical structure of financial architecture leads not only to the emergence of new properties in the configuration. **Key words:** financial architecture, emergence, homeostasis, holasticity, structured functionality, synergy, adaptation.*

Постановка проблеми. Проблема функціонування фінансової архітектури економіки в сучасних умовах невизначеності посилюється недостатньою розробленістю теоретичних основ і складною практикою її комплексного використання. Дослідження біхевіористичності фінансового розвитку як окремого напрямку дає змогу побудувати модель економічної системи, що є основою для формування цілісної фінансової архітектури з внутрішньої структурою та параметрами. Розроблення економічної моделі, яка базується на спіралі фінансового розвитку, сприяє найбільш повному опису характеристик еволюційної фінансової архітектури. Формування базису еволюційної моделі цілісної фінансової архітек-

тури дає підстави для застосування принципів математичного моделювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сутність фінансової архітектури в сучасній економічній теорії, динаміку змін та рівні її ієрархії, методичні підходи до моделювання її властивостей досліджували багато зарубіжних учених, серед яких можна виділити М. Барклі, Р. Брейлі, С. Брігхем, Г. Демсеца, Т. Долгоп'ятову, Р. Ентова, І. Івашківську, Р. Капелюшнікова, М. Кокорева, Б. Коласа, Р. Ла Порта, Ф. Лопеса де Силанеса, С. Маерса, К. Сміта, А. Степанову, Д. Фінерті, Дж. Ван Хорна, А. Шляйфера. Серед вітчизняних науковців слід відзначити Н. Бичкову, М. Білик, І. Бланка, А. Гриценко, І. Зятковського, І. Калінську, О. Лактіонову,

В. Мельника, А. Наконечну, А. Поддєрьогіна, О. Сосновську, О. Терещенку, В. Федосова, Л. Федулову, С. Юрія.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження методичного підходу до моделювання властивостей побудови фінансової архітектури економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивчення фінансової архітектури економіки передбачає створення моделі, що дає змогу здійснювати аналіз і передбачати її поведінку в діапазоні відповідних умов функціонування, вирішувати завдання структурних компонентів на різних рівнях ієрархії [1-4]. Залежно від цілей та завдань моделювання може проводитися на різних рівнях абстракції.

Опис повинен відповідати концепції розвитку фінансової архітектури й задовольняти певні вимоги [5; 6]:

- має бути відкритим і допускати можливість розширення (звуження) спектру функцій та завдань, що реалізуються в рамках фінансової архітектури;

- має передбачати можливість переходу від одного рівня ієрархії до іншого, забезпечуючи побудову віртуальних моделей фінансової архітектури.

Такий опис фінансової архітектури охоплює широкий діапазон її властивостей. Далі представимо формалізацію окремих властивостей побудови фінансової архітектури національної економіки.

1) Емерджентність. Закономірність цілісності (емерджентності) проявляється у фінансовій архітектурі в появі у неї нових властивостей, відсутніх у її структурних компонентів.

Для того щоби глибше зрозуміти закономірність цілісності фінансової архітектури, необхідно перш за все враховувати дві її особливості:

- властивості фінансової архітектури (як цілого) Q_s не є простою сумою властивостей її складових компонентів:

$$Q_s \neq \sum Q_i; \quad (1)$$

- властивості фінансової архітектури (як цілого) залежать від властивостей її складових компонентів:

$$Q_s = f(q_i). \quad (2)$$

Крім цих двох основних особливостей, слід мати на увазі, що об'єднані в певну конфігурацію фінансової архітектури структурні компоненти, як правило, втрачають частину своїх властивостей, притаманних їм поза нею, тобто конфігурація архітектури якби пригнічує низку властивостей своїх компонентів. З іншого боку, компоненти, потрапивши в будову фінансової архітектури, можуть придбати нові властивості.

Звернемося до закономірності, двоїстої щодо закономірності цілісності, а саме адитивності (незалежності, відокремленості). Властивість адитивності проявляється у фінансової архітек-

тури в разі її розподілу на незалежні структурні компоненти; тоді стає справедливим такий вираз: $Q_s \neq \sum Q_i$

2) Гомеостаз. Ієрархія створюється за рівневою факторизацією процесів $\{F_i\}$ за допомогою узагальнених параметрів $\{Q_i\}$, що є функціоналом $\{F_i\}$. Передбачається, що число параметрів значно менше числа змінних, від яких залежать процеси динамічних змін стану фінансової архітектури у часі. Такий спосіб опису дає змогу визначити зв'язок між властивостями взаємодіючих із середовищем структурних компонентів та ефективністю самої фінансової архітектури.

Процеси $\{F_i(1)\}$ можна виявити як вихідні параметри у функціонуванні фінансової архітектури. Це процеси взаємодії із середовищем. Вважатимемо їх процесами першого рівня, що визначаються:

- параметрами системи першого рівня: $Q_1(1), Q_2(1), \dots, Q_j(1), \dots, Q_m(1)$;

- активною протидією параметрам середовища, безпосередньо спрямованими проти фінансової архітектури для зниження її ефективності: $b_1, b_2, \dots, b_k, \dots, b_K$;

- нейтральними (випадковими параметрами середовища): $A_1, c_2, \dots, c_1, \dots, c_L$;

- сприятливими параметрами середовища: $d_1, d_2, \dots, d_p, \dots, d_P$.

Середовище має безпосередній контакт з підсистемами нижчих рівнів, впливаючи через них на підсистеми більш високого рівня ієрархії:

$$F_i = F_i * (\{b_k\}, \{c_1\}, \{d_p\}). \quad (3)$$

Шляхом побудови ієрархії (параметри β -го рівня – процеси ($\beta-1$)-го рівня – параметри ($\beta-1$)-го рівня)) можна пов'язати властивості середовища з ефективністю фінансової архітектури.

Параметри фінансової архітектури $\{Q_i\}$ можуть змінюватися під час трансформації зовнішнього середовища, адже вони залежать від процесів в конструкції фінансової архітектури й записуються у вигляді функціоналів стану $Q_{j1}(t)$. Власним функціональним простором фінансової архітектури W будемо називати простір, точками якого є всі можливі стани фінансової архітектури, що визначається сукупністю параметрів до рівня b :

$$Q = \{Q(1), Q(2), \dots, Q(\beta)\}. \quad (4)$$

Окремий стан фінансової архітектури може зберігатися постійним на деякому інтервалі часу T .

Процеси $\{F_i(2)\}$ не можуть бути виявлені як вихідні параметри фінансової архітектури. Це процеси другого рівня, які залежать від параметрів $Q(2)$ рівня фінансової архітектури (параметрів другого рівня), й так далі.

Утворюється така ієрархія опису: ефективність (кінцева множина функціоналів) – процеси першого рівня (функції) – параметри першого рівня (функціонали) – процеси другого рівня (функції) –

параметри другого рівня (функціонали). На якомусь рівні наші знання про функціональні властивості фінансової архітектури вичерпуються, тому процес формалізації обривається. Обрив може відбутися на різних рівнях для різних параметрів (процесів), причому як на процесі, так і на параметрі.

3) Холістичність. Цей термін часто вживається як синонім цілісності. Однак деякі дослідники виділяють цю закономірність як самостійну, бажаючи підкреслити інтерес не до зовнішніх чинників прояву цілісності, а до більш глибоких причин, що обумовлюють виникнення цієї властивості, до чинників, які забезпечують збереження цілісності конфігурації фінансової архітектури.

Холістичними називають системоутворюючі, системозберігаючі чинники фінансової архітектури, серед яких важливу роль відіграють неоднорідність та суперечливість структурних компонентів, з одного боку, та їх прагнення до інтеграції, з іншого боку. Формалізація закономірностей взаємодії структурних компонентів із конфігурацією фінансової архітектури як цілого представлена в табл. 1.

4) Функціональність. Функціональний опис фінансової архітектури має відображати такі характеристики, як параметри, процеси, ієрархія.

Прийmemo, що фінансова архітектура S_{fa} виконує N функцій $\phi_1, \phi_2, \dots, \phi_s, \dots, \phi_N$, що залежать від n процесів впливу на ефективність її функціонування $F_1, F_2, \dots, F_i, \dots, F_n$. Ефективність виконання s -ї функції:

$$E_s = E_s(\psi_s) = E(F_1, F_2, \dots, F_i, \dots, F_n) = E_s(\{F_i\}), i = 1 \dots n, s = 1 \dots N \quad (5)$$

Загальна ефективність фінансової архітектури є вектор-функціоналом $E = \{E_s\}$. Ефективність фінансової архітектури залежить від сукупності внутрішніх та зовнішніх чинників впливу. Уявити цю залежність в явній формі надзвичайно складно, а практична цінність такого уявлення незначна через багатомірність та багатозв'язковість. Раціональний шлях формування функціонального опису полягає у застосуванні такої багаторівневої ієрархії описів, за якої опис більш високого рівня буде залежати від узагальнених та факторизованих змінних нижчого рівня.

5) Структурованість. Під час опису фінансової архітектури будемо розглядати її як структуру, в яку в певні моменти часу може бути введена будь-яка змінна опису функціонування окремого структурного компонента й з якої в певні моменти часу така змінна (або їх сукупність) може бути виведена, тобто сама архітектура матиме динамічний характер із комплексом зв'язків із зовнішнім середовищем.

У найзагальнішому вигляді функціональний опис фінансової архітектури в будь-якій динамічній системі зображується таким чином:

$$S_{fa} = \{T, x, C, Q, y, \phi, \eta\}, \quad (6)$$

де T – множина моментів часу в аналізованому періоді; X – сукупність значень вхідних зовнішніх впливів на стан фінансової архітектури; $C = \{c: T \rightarrow x\}$ – кількість допустимих вхідних впливів на стан фінансової архітектури; Q – множина станів фінансової архітектури у часі; Y – множина значень вихідних величин; $Y = \{u: T \rightarrow y\}$ – множина вихідних величин; $\phi = \{T^*c \rightarrow Q\}$ – перехідна функція стану фінансової архітектури в динаміці; $\eta: T^*Q \rightarrow Y$ – вихідна відображення змін станів фінансової архітектури в часі; C – часовий інтервал вхідного зовнішнього впливу на стан фінансової архітектури; U – часовий інтервал вихідної величини (змінної) стану фінансової архітектури.

6) Синергія. В рамках дослідження властивості синергії фінансова архітектура має такі основні характеристики, як множина неоднорідних компонентів; активність (цілеспрямованість) компонентів; сукупність різних взаємозв'язків між компонентами; семіотична (слабоформалізована) природа взаємозв'язків; узгоджена поведінка компонентів; відкритість; розподіленість; динамічність, здатність до адаптації, еволюційний потенціал; невідзначеність параметрів зовнішнього середовища.

Пропонуємо розглядати новий комплексний вид класифікації, коли зберігаються всі властивості та особливості системної синергії і синергії від перенесення компетенцій в рамках конфігурації фінансової архітектури національної економіки:

- синергія від інтеграції структурних компонентів за рівнями ієрархії;
- синергія від централізації функцій структурних компонентів задля економії витрат за кожним

Таблиця 1

Формалізація закономірностей взаємодії структурних компонентів із конфігурацією фінансової архітектури як цілого

Закономірності взаємодії структурних компонентів із конфігурацією фінансової архітектури як цілого	Ступінь цілісності фінансової архітектури λ	Коефіцієнт використання структурних компонентів ρ
Цілісність (емерджентність)	1	0
Прогресивна систематизація	$\lambda > \rho$	
Прогресивна факторизація	$\lambda < \rho$	
Адитивність (сумативність)	0	1

Джерело: побудовано автором

структурним компонентом, отримання додаткового ефекту як за рахунок мінімізації ризиків, так і за рахунок перенесення компетенцій.

Формула розрахунку синергетичного ефекту в рамках конфігурації фінансової архітектури така:

$$S_h = S_c + S_i, \quad (7)$$

де S_h – ефект синергії в рамках конфігурації фінансової архітектури; S_i – ефект синергії від інтеграції структурних компонентів фінансової архітектури за рівнями ієрархії; S_c – ефект синергії від централізації функцій структурних компонентів фінансової архітектури.

Формула ефекту синергії від централізації функцій структурних компонентів фінансової архітектури представляється таким чином:

$$S_c = \sum ((\Delta C_i + E_i) * K_i - C_c), i = 1, \dots, n, \quad (8)$$

де K – коефіцієнт централізації; ΔC – економія трансакційних витрат; E – додатковий економічний ефект; C_c – поточні витрати на реалізацію конкретної функції; n – кількість централізованих функцій.

7) Адаптація. Таку властивість будови фінансової архітектури національної економіки, як її адаптивність до змін зовнішнього середовища для досягнення поставленої мети, можна представити формалізовано через поняття фінансової архітектури як цілеспрямованої системи:

$$S_{fa} : X \rightarrow Y. \quad (9)$$

Для цієї системи існують два способи визначення S_{fa} як цілеспрямованої системи:

– нехай α є метою для S_{fa} (система вважається цілеспрямованою системою, якщо кожен параметр $x \in X$ задовольняє цілі α);

– S_{fa} вважається цілеспрямованою системою (зі зворотним зв'язком), якщо надана множина M (сукупність вхідних параметрів) разом з парою відображень (D, P) :

$$\begin{aligned} P : M * X &\rightarrow Y, \\ D : X * Y &\rightarrow M \end{aligned} \quad (10)$$

таких, що:

– $y = S_{fa}(x) \leftrightarrow (P(m, x) = y) \wedge (D(x, y) = m)$;

– D приймає рішення щодо мети α для відображення P_M , визначеного на $M * U$, в Y , тобто $P_M : M * U \rightarrow Y$.

Згідно з другим поняттям фінансова архітектура S_{fa} є цілеспрямованою системою, якщо надана пара відображень (P, D) , таких, що S_{fa} є композицією (зі зворотним зв'язком) P і D , крім того, D приймає рішення щодо мети α , визначеної для P_M .

Виходячи з поняття цілеспрямованої системи, можемо визначити деякі інші поняття, зокрема адаптацію, самоорганізацію. Наприклад, адаптацію можна визначити як процес, спрямований на зменшення кількості невизначеностей U , а самоорганізацію – як процес зміни структури цілеспря-

мованого процесу, тобто функцій, що визначають цілеспрямовану систему (функція виконання, модель процесу P_M , функція допустимості, стан задовільності тощо).

Необхідно враховувати не тільки зовнішні структурні особливості ієрархії фінансової архітектури, але й функціональні взаємини між її рівнями [7; 8].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, завдяки закономірності комунікативності, яка проявляється не тільки між фінансовою архітектурою та її зовнішнім середовищем, але й між рівнями ієрархії цієї архітектури, кожен рівень ієрархічної впорядкованості має складні взаємини з вищим та нижнім рівнями. Кожен рівень ієрархії має властивість спрямованості в бік нижчого рівня, має характер автономного цілого (системи), з одного боку, а з іншого боку, спрямований до вузла (вершини) вищого рівня, проявляє властивості залежної частини (структурного компонента фінансової архітектури). Ця конкретизація закономірності ієрархічності пояснює неоднозначність використання в складних організаційних системах, таких як фінансова архітектура національної економіки, поняття «система» й «підсистема», «мета» й «засіб» (елемент кожного рівня ієрархічної структури цілей є метою щодо нижчого, а від деякого рівня – також засобом щодо мети вищого рівня), що часто спостерігається в реальних умовах.

Найважливіша особливість ієрархічної впорядкованості як закономірності полягає в тому, що закономірність цілісності (ємерджентності), коли якісні зміни властивостей компонентів більш високого рівня об'єднуються компонентами нижчого, проявляється в ній на кожному рівні ієрархії. При цьому об'єднання структурних компонентів в рамках конфігурації ієрархічної структури фінансової архітектури приводить не тільки до появи нових властивостей у самої конфігурації, що об'єднуються компонентами деяких своїх властивостей, але й до того, що кожен структурний компонент на різних рівнях ієрархії набуває нових властивостей, відсутніх у нього в ізолюваному стані.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Олейник А. Институциональная экономика. Москва : ИНФРА-М, 2004. 188 с.
2. Шаститко А. Новая институциональная экономическая теория. Москва : ТЕИС, 2002. 591 с.
3. Schmoller G. Grundriss der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre. Duncker & Humblot, 1923. P. 74.
4. Sosnovska O., Zhytar M. Financial architecture as the base of the financial safety of the enterprise. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. № 4. P. 334-340.
5. Житар М. Сутність фінансової архітектури та її значення в теоретичній та практичній площинах сучасної фінансової науки. *Бізнес-інформ*. 2019. № 7. С. 8-13.

6. Мельник В., Бичкова Н. Фінансова архітектура національних корпорацій та її вплив на ефективність фінансової діяльності : монографія. Тернопіль : Астон, 2012. 244 с.

7. Merton R., Bodie Z. Conceptual Framework for Analyzing Financial Environment. *Global Financial System: A Functional Perspective* / D.B. Crane et al. (eds.). Boston, 1995. P. 3-31.

8. Buckley P.J., Ghauri P.N. Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. *Journal of International Business Studies*. 2004. No. 35 (2). P. 81-98.

REFERENCES:

1. Oleynik A. (2004) *Institutsional'naya ekonomika* [Institutional economy]. INFRA. (in Russian).

2. Shastitko A. (2002) *Novaya institutsional'naya ekonomicheskaya teoriya*: [New institutional economic theory]. TEIS. (in Russian)

3. Schmoller G. *Grundriss der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre*: Duncker & Humblot, 1923. P. 74.

4. Sosnovska O., Zhytar M. (2018) Financial architecture as the base of the financial safety of the enterprise. *Baltic Journal of Economic Studies*. vol. 4, no. 4. pp. 334-340.

5. Zhytar M. (2019) *Sutnist finansovoi arkhitektury ta yii znachennia v teoretychnii ta praktychnii ploshchynakh suchasnoi finansovoi nauky*[The essence of financial architecture and its importance in the theoretical and practical plane of modern financial science]. *Biznes-inform*, no. 7, pp. 8-13.

6. Meljnyk V., Bychkova N. (2012) *Finansova arkhitektura nacionalnykh korporacij ta jiji vplyv na efektyvnosti finansovoi dijalnosti: monohrafija* [Financial architecture of national corporations and its impact on the effectiveness of financial activities]. Ternopilj : Aston. (in Ukrainian).

7. Merton R., Bodie Z. (1995) Conceptual Framework for Analyzing Financial Environment. in: *Global Financial System: A Functional Perspective* / D.B. Crane et al. (eds.). Boston, pp. 3-31.

8. Buckley P.J., Ghauri P.N. (2004) Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. *Journal of International Business Studies*. no. 35 (2), pp. 81-98.

ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ РИЗИК-КОНТРОЛЮ КЛІЄНТІВ БАНКІВ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ

THEORETICAL APPROACH TO DEFINING THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF RISK-CONTROL OF THE BANKS CLIENTS IN THE SYSTEM OF FINANCIAL MONITORING

УДК 336.71:005.334

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-29>**Плескун І.В.**

аспірант кафедри банківської справи і фінансових послуг
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Pleskun Inna

Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics

У статті представлено результат реалізації теоретичного підходу до визначення сутності поняття ризик-контролю клієнтів банку в системі фінансового моніторингу, розкрито його характеристики. Проаналізовано погляди вітчизняних науковців на сутність понять «ризик», «контроль» та «фінансовий моніторинг». На основі результатів проведеного аналізу запропоновано авторське визначення поняття «ризик-контроль клієнтів банку», що може бути застосоване у сфері фінансового моніторингу на етапі прийняття управлінських рішень щодо забезпечення умов мінімізації ризику проведення операційної діяльності банку та попередження випадків легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом. Задля оцінювання ризику під час прийняття клієнтів на обслуговування в банк автором розроблена тестова анкета-опитувальник, яка формується під час обслуговування клієнта, а за результатами здійснення ідентифікації, верифікації та вивчення клієнта анкету можуть застосовувати усі кредитні організації.

Ключові слова: ризик, контроль, клієнти, система, фінансовий моніторинг.

В статті представлено результат реалізації теоретичного підходу до визначення сутності поняття ризик-контролю клієнтів банку в системі фінансового моніторингу, розкрито його характеристики. Проаналізовані погляди вітчизняних учених на сутність понять «ризик», «контроль» і «фінансовий моніторинг». На основі результатів проведеного аналізу запропоновано авторське визначення поняття «ризик-контроль клієнтів банку», яке може бути застосоване в сфері фінансового моніторингу на етапі прийняття управлінських рішень по забезпеченню умов мінімізації ризику проведення операційної діяльності банку і попередження випадків легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом. З метою оцінювання ризику при прийнятті клієнтів на обслуговування в банк автором розроблена тестова анкета-опитувальник, яка формується при обслуговуванні клієнта, а за результатами здійснення ідентифікації, верифікації та вивчення клієнта анкету можуть застосовувати всі кредитні організації.

Ключевые слова: риск, контроль, клиенты, система, финансовый мониторинг.

The article presents the result of the implementation of a theoretical approach to defining the essence of the concept of risk control of bank clients in the system of financial monitoring and its characteristics are disclosed. The views of domestic scientists on the essence of the concepts of "risk", "control" and "financial monitoring" are analyzed. Based on the results of the analysis, the author's definition of the concept "risk-control of bank clients this is a multi-level systematic monitoring organized by the bank and the actual verification of clients, which is to verify the operations and services provided to clients in order to establish the conformity of financial transactions with the nature and contents of the client's activities and legislative standards in the field of money laundering risk management and establishing the appropriate risk level, it is necessary to identify and solutions to emerging risk situations before they become serious for a banking institution" is proposed, which can be applied in the field of financial monitoring at the stage of making managerial decisions to ensure conditions for minimizing the risk of carrying out operating activities of the bank and preventing cases of money laundering. In order to assess the risk when accepting clients for servicing at a bank, the author developed a test questionnaire, which is formed during client servicing based on the results of identification, verification and examination of the client, all credit organizations can apply the questionnaire. The purpose of this questionnaire is to assess the individual risk of a bank client regarding its propensity to conduct financial transactions for the purpose of legalizing criminal income or for the purpose of financing terrorism. In addition to information about the client's identity and his place of residence, the questionnaire includes information about his place of work, about his immediate family, about his relations with public persons, primarily political figures, about the property of the bank's client, his sources of income, his business and information on all other customer accounts opened with other banks.

Key words: risk, control, clients, system, financial monitoring.

Постановка проблеми. Ризики присутні в самому характері діяльності банку як інституту, що виконує функції фінансового посередництва, що полягають у залученні коштів фізичних і юридичних осіб та розміщенні зазначених коштів від свого імені й на свій ризик на умовах терміновості, зворотності й платності задля отримання прибутку. Для будь-якої фінансової установи важливою складовою ризик-контролю є визначення того, чи можна довіряти потенційному клієнту, на початку взаємодії між клієнтом та посередником, яке полягає в реалізації процедур щодо встановлення основних фактів про кожного клієнта перед тим, як проводити будь-які операції, гарантувати, що фінансова установа

володіє інформацією про фінансовий стан, а також визначати рівень ризику своїх клієнтів.

Наглядові та контролюючі органи по всьому світі починають усвідомлювати, що без достатніх систем контролю, ключову роль у яких відіграє саме перевірка банками клієнтів, неможливо уникнути ризиків у діяльності банку. Банки під час взаємодії із своїми клієнтами повинні керуватись Законом України «Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» від 14 жовтня 2014 р. № 1702-VII. Належна внутрішня перевірка наявних та нових клієнтів дасть змогу

банкам мінімізувати загрозу ризиків та, як наслідок, фінансових втрат.

Доцільно констатувати, що збільшення обсягів сумнівних фінансових трансакцій, велика кількість різних шахрайських схем підвищують ризик залучення банків у процеси легалізації злочинних доходів та обумовлюють необхідність розпізнавання первинних джерел доходів клієнтів та впровадження індикаторів, що будуть розпізнавати підозрілі фінансові операції. У зв'язку з цим банки як організації, які зобов'язані надавати звіти, повинні ідентифікувати клієнтів, перевіряти та вивчати достовірність інформації про них, а також аналізувати джерела їх фінансових операцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз публікацій свідчить про те, що значну увагу теоретики та практики економічної науки приділяють вивченню ризиків, їх класифікації, розробленню та запровадженню ефективних систем ризик-менеджменту, а також пошуку методів контролю попередження виникнення нових видів ризиків.

Теоретичні роботи у сфері ризик-менеджменту у фінансових організаціях проводили західні теоретики, такі як Е. Альтман, Дж.Ф. Маршалл [1], Дж. Сінкі-мол., А. Дамодаран, П. Роуз [1], У. Шарп, Х. Шіренбек, Ф. Джоріон, М. Лор, Л. Бородовські, Д. Фрейзер, Б. Симкінс, Дж. Хамптон.

Вивченням окремих питань фінансового моніторингу приділено багато досліджень, зокрема праці таких українських учених, як Н. Внукова [2], Ж. Андрійченко [2], Т. Ковч [3], О. Глущенко [4], І. Семенен [4], С. Єгоричева [5], С. Леонов [6], О. Куришко [6].

Значний внесок у розвиток системи оцінювання та управління ризиками ВК/ФТРЗ здійснили О. Глущенко [4], І. Семенен [4]. Визначено зміст ризик-орієнтованого нагляду за діяльністю СПФМ, що має здійснюватися в системі протидії ВК/ФТ у роботі С. Єгоричевої [5]. Ризики в системі «банк – клієнт» під час здійснення фінансового моніторингу були розглянуті в праці С. Леонова [6] та О. Куришко [6]. Визначено сучасні підходи до управління банківськими ризиками, проаналізовано нові види банківських ризиків, існування яких пов'язане з дестабілізаційними процесами на фінансовому ринку, а також визначено основні напрями вдосконалення системи ризик-менеджменту в банках [7]. Здійснено оцінювання системи запобігання та протидії легалізації сумнівних доходів клієнтів банку [8]. У роботі [9] систематизовані практичні рекомендації щодо пошуку моделей оцінювання, контролю та ефективного управління ризиками для забезпечення протидії легалізації «брудних коштів».

Постановка завдання. Вітчизняним банкам необхідно створити інтегровану систему ризик-контролю, здатну виявляти ризики, ідентифікувати їх джерела й фактори, оцінювати їх рівень, забезпечувати моніторинг, містити необхідні інструменти

й процедури реагування на виникаючі загрози. Отже, метою статті є розроблення теоретичного підходу до визначення сутності ризик-контролю клієнтів банку та розкриття його характеристик.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діяльність банківських установ є високо ризиковою, адже щодня вони взаємодіють зі значною кількістю клієнтів та здійснюють великий обсяг операцій, що потребує від них у процесі щоденної операційної діяльності дотримання законодавства, інструкцій та положень Національного банку України, нормативно-правових актів. Перш за все банківські установи залучають кошти клієнтів, тому це вимагає значного контролю за законністю здійснення операцій та перевіркою клієнтів.

Під час тлумачення змісту поняття «ризик-контроль» слід виходити зі структурно-композиційної взаємодії у його сутності двох складових, а саме термінів «ризик» і «контроль». Перш за все розглянемо природу поняття «ризик». Термін «ризик» досить часто зустрічається в економічній літературі, у найширшому розумінні ризиком називають невизначеність щодо здійснення тієї чи іншої події в майбутньому. Ризик виражається для банку у ймовірності настання й концентрації небажаних внутрішніх і зовнішніх обставин, які можуть привести до втрати ліквідності та банкрутства.

У науковій літературі єдиного методологічного підходу до визначення ризику немає, хоча є загальні концептуальні напрями, що відображають структурні елементи цього поняття. Під час актуалізації банківського ризику в ключовому аспекті зосереджується увага на фінансово-економічному характері, що виявляється у формі можливих результатів ситуації ризику.

На думку В. Коваленко, банківський ризик слід розглядати як ймовірність недоотримання доходів або зменшення ринкової вартості капіталу банку внаслідок несприятливого впливу зовнішніх чи внутрішніх чинників, стану корпоративного управління, а також потенційну можливість отримати додатковий прибуток у разі реалізації певних, прийнятних для банку, фінансових ризиків [7].

На думку О. Колодізева, банківський ризик може розглядатись як ймовірність невідповідності обсягових, просторових та часових параметрів фінансових потоків банку очікуванім, можливість понесення кредитною організацією втрат або погіршення ліквідності, загроза втрати своїх ресурсів, невизначеність результату банківської діяльності, небезпека втрат, вартісне вираження події, що веде до втрат, а також характеристика діяльності, що відображає її невизначеність [9].

Як зазначає М. Дмитренко, ризик – це властива банківській діяльності можливість понесення кредитною організацією втрат або погіршення ліквідності внаслідок настання несприятливих подій, пов'язаних зі внутрішніми або зовнішніми чинниками [10].

Трактування поняття «банківський ризик» розглядалося різними дослідниками, аналіз наведених трактувань вказує на те, що їх більшість є подібними, всі вони пов'язані зі ймовірністю, невизначеністю, можливістю, небезпекою, а також під час трактування банківського ризику увага зосереджується на фінансово-економічному характері.

Банки зобов'язані управляти всіма видами наявних ризиків, таких як кредитний ризик, ризик ліквідності, ризик зміни процентної ставки, ринковий ризик, валютний ризик, операційно-технологічний ризик, ризик репутації, юридичний ризик та стратегічний ризик. Ризики прямо або опосередковано впливають на ефективність функціонування всієї системи фінансового менеджменту, опосередковано через систему фінансового моніторингу, а далі на ефективність боротьби з відмиванням грошей та запобігання фінансуванню тероризму загалом [11].

У процесі проведення фінансових операцій виникають ризики. Під ризиком фінансової установи під час здійснення фінансової операції розуміють небезпеку (загрозу, вразливі місця), дії, здійснені для суб'єктів первинного фінансового моніторингу задля легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму або фінансування розповсюдження зброї масового знищення під час надання ними послуг відповідно до характеру їх діяльності [12].

Зважаючи на важливість контролю в системі управління ризиками банку, розглянемо детальніше його сутність та характерні особливості.

Термін «контроль» походить від французького слова «controle», що означає перевірку або спостереження задля перевірки.

Згідно з «Економічною енциклопедією» [13] контроль – це елемент управління економічними об'єктами й процесами, який полягає у нагляді за ними задля перевірки їх відповідності стану, передбаченому законами, юридичними нормативними актами, а також програмами, планами, договорами, проектами, угодами.

Такі вчені, як Ф. Бутинець, В. Бондар, Н. Виговська, Н. Петренко, зазначають, що під контролем слід розуміти систематичне спостереження й перевірку процесу функціонування відповідного об'єкта задля визначення його відхилень від заданих параметрів [14]. Більш деталізоване визначення пропонують О. Акентьєва, З. Халіулліна, Г. Рябошапка, які визначають контроль як «систему спостереження і перевірки відповідності процесу функціонування об'єкта управління прийнятним управлінським рішенням, встановлення результатів управлінського впливу на керований об'єкт, виявлення відхилень, допущених у ході виконання цих рішень» [15].

І. Белова [16] визначає контроль, згідно з Лімською декларацією керівних принципів контролю,

як невід'ємну складову системи регулювання, метою якої є виявлення відхилень від прийнятих стандартів і порушень принципів, законності, ефективності та економії витрат матеріальних ресурсів на найбільш ранній стадії для того, щоби мати можливість вжити коригуючих заходів, а в окремих випадках – притягти винних до відповідальності, отримати компенсацію за спричинені збитки або вжити заходів щодо запобігання чи скорочення таких порушень у майбутньому.

На основі проведеного аналізу публікацій можна зробити висновок, що більшість науковців розглядає контроль як систему спостереження, перевірки, складову системи регулювання, функцію управління.

Ми погоджуємося з тим, що контроль є системою спостереження й перевірки та важливою функцією процесу управління. Контроль здійснюється на будь-якому рівні і є системою перевірки та спостережень процесів діяльності керованого об'єкта. Контроль ризиків покликаний перш за все забезпечити такі умови й алгоритми проведення банківських операцій, які унеможливають або зроблять важко здійснюваними зловживання й помилки, а також встановити відповідність цих операцій цілям і задачам банку, а також чинним нормативним документам.

Дослідивши сутність контролю, зазначимо, ким є клієнти.

Відповідно до ст. 1 ч. 1 п. 21 поточної редакції Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» клієнт – це будь-яка особа, яка звертається за наданням послуг до суб'єкта первинного фінансового моніторингу та/або користується послугами СПФМ. Банківські установи, такі як СПФМ, зобов'язані здійснювати ідентифікацію, верифікацію клієнта, вивчення клієнта та уточнення інформації про клієнта [12].

Перевіркою відомостей про клієнтів та операції, що вони мають намір здійснити, займаються уповноважені працівники банку. Відповідні дії мають бути здійснені до моменту проведення фінансової операції, відкриття рахунку, укладання договору. За наявності певних сумнівів щодо законності, економічної доцільності майбутніх фінансових операцій від клієнта додатково вимагають пояснень та підтверджуючих документів.

Необхідно зазначити, що в економічній науці немає єдиного погляду на визначення поняття «фінансовий моніторинг», більш уживаними були терміни «моніторинг», «банківський нагляд», «фінансовий контроль». Поняття «моніторинг» вчені тлумачать по-різному.

На думку І. Краснової, моніторинг – це система постійного контролю за рівнем ризиків,

спрямована на підтримання стабільної роботи банківської установи [17].

Як вважає Т. Ковч [3], фінансовий моніторинг – це процес безперервного науково обґрунтованого діагностично-прогностичного контролю, аналізу й прогнозування змін фінансової діяльності суб'єктів господарювання й населення та стану суб'єктів фінансово-кредитної сфери країни задля забезпечення економічного розвитку та фінансової стабільності секторів національної економіки, регіонів та держави.

С. Симов'ян наводить таке визначення: фінансовий моніторинг – це здійснення загальнодержавного та внутрішнього банківського нагляду за фінансовими операціями задля виявлення трансакцій, які можуть бути пов'язані з відмиванням грошей [18].

С. Діденко доходить висновку, що під фінансовим моніторингом в банку треба розуміти систему функціонування механізму організаційно-правових заходів суб'єктів державного й первинного рівнів, спрямованих на імунізацію банківського сектору від впливу деструктивних проявів економічних відносин в основі запобігання легалізації доходів, здобутих злочинним шляхом [19].

Згідно із Законом України [12] фінансовий моніторинг – це сукупність заходів, яких вживають суб'єкти фінансового моніторингу у сфері запобігання та протидії легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення, що включають прове-

дення державного фінансового моніторингу та первинного фінансового моніторингу.

Одним із найбільш загальних понять, яке застосовується для опису об'єктів під час здійснення системних досліджень, є поняття «система». У літературі зустрічається більше 40 різних визначень цього поняття. У сучасному розумінні поняття «система» визначається як цілісність, що складається з частин, поєднання взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів, здатних створювати та підтримувати єдність.

Деякі автори пропонують визначення поняття «система фінансового моніторингу» з методологічної точки зору. Так, О. Куришко пропонує під системою фінансового моніторингу в методологічному плані розуміти сукупність форм та методів взаємовідносин, що виникають під час проведення фінансових операцій клієнтами через фінансові установи з урахуванням законодавчо покладених на них обов'язків забезпечення заходів щодо повного та своєчасного запобігання й протидії легалізації злочинних доходів і фінансування тероризму з урахуванням провідних світових тенденцій в галузі способів та методів легалізації доходів, а також сукупності збирання, оброблення та аналізування інформації, а також її передачі до спеціалізованих органів держави [20].

Беручи до уваги проведений аналіз підходів до визначення сутності термінів «ризик» та «контроль», пропонуємо трактування поняття «ризик-контроль клієнтів банку», що може бути застосоване у сфері фінансового моніторингу. На рис. 1 наведено схематичне визначення цього поняття.

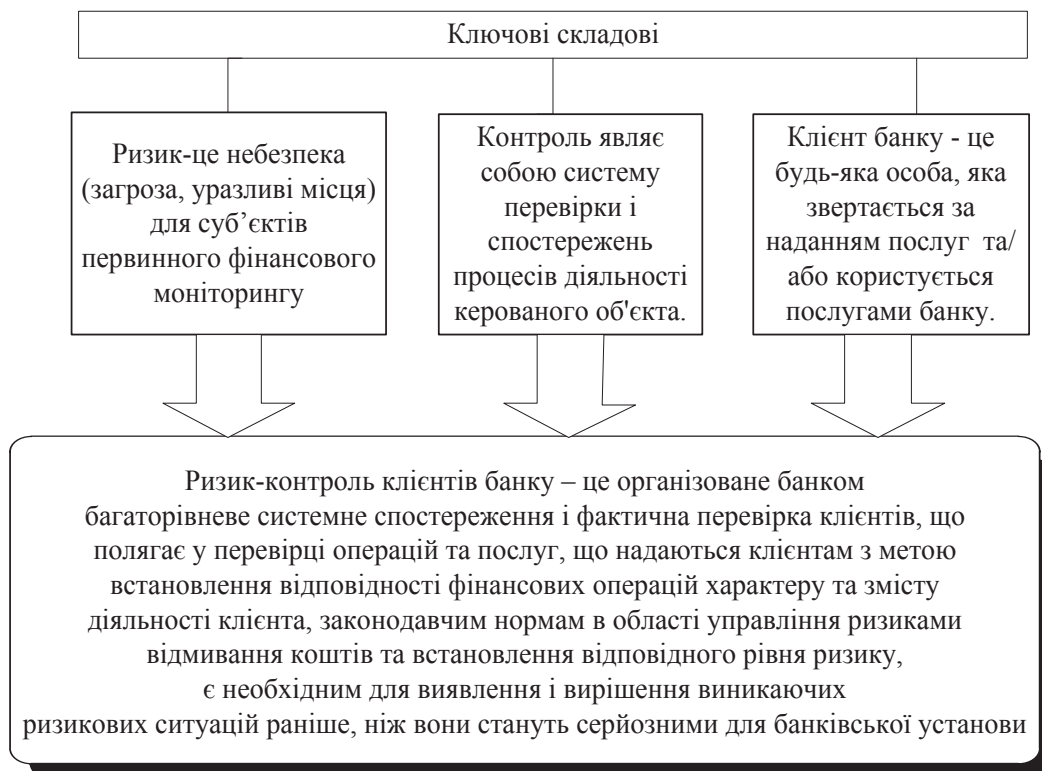


Рис. 1. Схематичне зображення визначення сутності складових поняття «ризик-контроль клієнтів банку»

Як видно з рис. 1, ризик-контроль клієнтів банку може розглядатись як організоване банком багаторівневе системне спостереження й фактична перевірка клієнтів, що полягає у перевірці операцій та послуг, що надаються клієнтам, задля встановлення відповідності фінансових операцій характеру та змісту діяльності клієнта, законодавчим нормам щодо управління ризиками відмивання коштів та встановлення відповідного рівня ризику, є необхідним для виявлення й вирішення виникаючих ризикових ситуацій раніше, ніж вони стануть серйозними для банківської установи.

Задля оцінювання ризику під час прийняття клієнтів на обслуговування в банк автором була розроблена тестова анкета-опитувальник, яку можуть застосовувати всі кредитні організації. Анкета формується за результатами здійснення ідентифікації, верифікації та вивчення клієнта до та під час обслуговування клієнта (Додаток А).

Висновки з проведеного дослідження.

Результати проведеного дослідження із систематизації позицій науковців та аналізу літературних джерел щодо визначення понять «ризик», «контроль» та «фінансовий моніторинг» дали змогу запропонувати авторське визначення поняття «ризик-контроль клієнтів банку», що надалі може бути застосоване у сфері фінансового моніторингу. Уточнене трактування змісту досліджуваного поняття можна вважати підґрунтям для отримання організаційного й методичного інструментарію нової якості на етапі управлінських рішень менеджменту банку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Marshall J.F., Rose P.K. *Financial Engineering. A Complete Guide to Financial Innovation*. New York : Institute of Finance, 1992. 728 p.
2. Андрійченко Ж. Фінансовий моніторинг у системі управління ризиками ринків фінансових послуг. *Розвиток системи управління ризиками ринків фінансових послуг* : монографія / наук. ред. та кер. кол. авт. Н. Внукова. Харків, 2014. С. 140-150.
3. Ковч Т. Формування системи фінансового моніторингу в банківській сфері України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» ; УБС НБУ. Київ, 2011. 30 с.
4. Глущенко О., Семененко І. Антилегалізаційний фінансовий моніторинг: ризик-орієнтований підхід : монографія / за заг. ред. Р. Слав'юка. Київ : УБС НБУ, 2014. 386 с.
5. Єгоричева С. Ризик-орієнтований нагляд у системі фінансового моніторингу. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 3 (75). С. 126-132.
6. Леонов С., Куришко О. Ризики в системі «банк – клієнт» при здійсненні фінансового моніторингу. *Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка»*. 2010. № 1. Т. 2. С. 173-181.
7. Система ризик-менеджменту в банках: теоретичні та методологічні аспекти : монографія / за ред. В. Коваленко. Одеса : ОНЕУ, 2017. 304 с.

8. Пономаренко В., Колодізев О., Лебідь О., Вейц О. Оцінювання системи запобігання та протидії легалізації сумнівних доходів клієнтів банку. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2018. № 26. Т. 3. С. 17-28.

9. Колодізев О. Систематизація практичних рекомендацій щодо пошуку моделей оцінки, контролю та ефективного управління ризиками для забезпечення протидії легалізації «брудних коштів». *Управління стійким розвитком економіки: теоретичні та практичні аспекти* : колективна монографія / О. Колодізев, І. Плєсункун / за ред. В. Прохорової. Харків, 2018. С. 264-278.

10. Дмитренко М., Потлатюк В. Кредитування і контроль : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2012. 296 с.

11. Плєсункун І. Визначення рівня сукупного ризику банків в системі фінансового моніторингу. *East European Science Journal*. 2019. № 7 (47). С. 23-29.

12. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення : Закон України від 14 жовтня 2014 р. № 1702-VII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1702-18> (дата звернення: 01.10.2019).

13. Економічна енциклопедія : у 3 т. / відп. ред. С. Мочерний. Київ : Видавничий центр «Академія», 2000. Т. 1. 864 с.

14. Бутинець Ф., Бондар В., Виговська Н., Петренко Н. Контроль і ревізія. Житомир : ПП «Рута», 2006. 560 с.

15. Аксентьева О., Халіулліна З., Рябошапка Г. Контроль як функція управління. URL: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2009/Economics/44699.doc.htm (дата звернення: 01.10.2019).

16. Організація контролю в банку : навчальний посібник / уклад. І. Белова. Суми : Університетська книга, 2008. 302 с.

17. Краснова І. Внутрішній контроль у банку: завдання та організація. *Вісник Національного банку України*. 2007. № 9. С. 40-42.

18. Симовьян С. Финансовый мониторинг в банковской системе как средство противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем : монография. Харьков: издательство Национального университета внутренних дел, 2004. 281 с.

19. Діденко С. Оптимізація управління ризиками в системі фінансового моніторингу банку. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2008. № 3. С. 128-131.

20. Куришко О. Система фінансового моніторингу в Україні. URL: http://www.confcontact.com/20101008/4_kurishko.htm (дата звернення: 01.04.2019).

REFERENCES:

1. Marshall J. F., Rose P. K. (1992) *Financial Engineering. A Complete Guide to Financial Innovation*. New York : Institute of Finance.
2. Andriichenko Zh. (2014) *Finansovyi monitorynh u systemi upravlinnia ryzykamy rynkiv finansovykh posluh* [Financial monitoring in the risk management system of financial services markets]. *Rozvytok systemy upravlinnia ryzykamy rynkiv finansovykh posluh*. Kharkiv : Exclusive, pp. 140-150.

3. Kovch T. (2011) *Formuvannia systemy finansovoho monitoringu v bankivskii sferi Ukrainy* [Formation of financial monitoring system in banking sector of Ukraine] (PhD Thesis), Kyiv : UBS NBU.
4. Hlushchenko O., Semehen I. (2014) *Antylegalizatsiyni finansovi monitoringh: ryzyk-oriientovanyi pidkhid* [Anti-legalization financial monitoring: a risk-based approach]. Kyiv : UBS NBU. (in Ukrainian).
5. Yehorycheva S. (2016) *Ryzhyk-oriientovanyi nahliad u systemi finansovoho monitoringu* [Risk-oriented supervision in the financial monitoring system]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, no. 3 (75), pp. 126-132.
6. Lieonov S., Kuryshko O. (2010) *Ryzyky v systemi "bank – klient" pry zdiisneni finansovoho monitoringu* [Risks in the bank-client system in the course of financial monitoring]. *Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomika*, no. 1, part. 2, pp. 173-181.
7. Kovalenko V. (2017) *Systema ryzyk-menedzhmentu v bankakh: teoretychni ta metodolohichni aspekty* [Risk management system in banks: theoretical and methodological aspects]. Odesa : ONEU. (in Ukrainian).
8. Ponomarenko V., Kolodiziev O., Lebid O., Veits O. (2018) *Otsiniuvannia systemy zapobihannia ta protyidii lehalizatsii sumnivnykh dokhodiv kliientiv banku* [Assessment of the system of prevention and counteraction to legalization of doubtful income of the bank's clients]. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, no. 26. p. 3. pp. 17-28.
9. Kolodiziev O., Pleskun I. (2018) *Systematyzatsiia praktychnykh rekomendatsii shchodo poshuku modelei otsinky, kontroliu ta efektyvnoho upravlinnia ryzykamy dlia zabezpechennia protyidii lehalizatsii "brudnykh koshtiv"* [Systematization of practical recommendations for finding models of assessment, control and effective risk management to ensure counteraction to the legalization of "dirty funds"]. *Upravlinnia stiikym rozvytkom ekonomiky: teoretychni ta praktychni aspekty* [Managing Sustainable Economic Development: Theoretical and Practical Aspects]. Kharkiv : Ivanchenko I.S. House, pp. 264-278.
10. Dmytrenko M., Potlatiuk V. (2012) *Kredytuvannia i control* [Crediting and control]. Kyiv : Kondor (in Ukrainian).
11. Pleskun I. (2019) *Vyznachennia rivnia sukupnoho ryzyku bankiv v systemi finansovoho monitoringu* [Determining the level of aggregate risk of banks in the system of financial monitoring]. *East European Science Journal*, vol. 1, no. 7 (47), pp. 23-29.
12. *Pro zapobihannia ta protyidii lehalizatsii (vidmyvanniu) dokhodiv, oderzhanykh zlochynnym shliakhom, finansuvanniu terorizmu ta finansuvanniu rozpovsiudzhennia zbroi masovoho znyshchennia* : Zakon Ukrainy vid 14.10.2014 r. № 1702-VII / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1702-18> (accessed 01 October 2019).
13. Mochernyi S. (2000) *Ekonomichna entsyklopediia : u trokh tomakh* [Economic Encyclopedia : in three volumes]. Kyiv : Akademiia (in Ukrainian).
14. Butynets F., Bondar V., Vyhovska N., Petrenko N. (2006) *Kontrol i reviziia* [control and audit]. Zhytomyr : Ruta. (in Ukrainian).
15. Akientieva O., Khaliullina Z., Riaboshapka H. *Kontrolyakfunksiia upravlinnia* [Control as a function of control]. Available at: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2009/Economics/44699.doc.htm (accessed 01 October 2019).
16. Bielova I. (2008) *Orhanizatsiia kontroliu v banku : navchalnyi posibnyk* [Organization of control in the bank]. Sumy : Universytetska knyha. (in Ukrainian).
17. Krasnova I. (2007) *Vnutrishnii kontrol u banku: zavdannia ta orhanizatsiia* [Internal control in the bank: tasks and organization]. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy*, no. 9, pp. 40-42.
18. Symovian S. (2004) *Fynansovii monitorynh v bankovskoi systeme kak sredstvo protyvodeistviia lehalizatsii (otmyvanyiu) dokhodov, poluchennykh prestupnym putem* [Financial monitoring in the banking system as a means of counteracting the legalization (laundering) of criminal proceeds]. Kharkiv : Kharkiv National University of Internal Affairs, (in Ukrainian).
19. Didenko S. (2008) *Optymizatsiia upravlinnia ryzykamy v systemi finansovoho monitoringu banku* [Optimization of risk management in the bank's financial monitoring system]. *Visnyk Universytetu bankivskoi spravy Natsionalnoho banku Ukrainy*, no. 3, pp. 128-131.
20. Kuryshko O. (2010) *Systema finansovoho monitoringu v Ukraini* [Financial monitoring system in Ukraine]. Available at: http://www.confcontact.com/20101008/4_kurishko.htm (accessed 01 October 2019).

Шаблон анкети клієнта – фізичної особи (щодо здійснення банками фінансового моніторингу)

№	Зміст питання	Можлива відповідь
1. Основна інформація про клієнта (заповнюється клієнтом)		
1	Прізвище, ім'я, по батькові (за наявності)	Зазначається інформація, отримана з офіційних документів
2	Дата народження	Зазначається інформація, отримана з офіційних документів
3	Місце народження (за наявності)	Зазначається інформація, отримана з офіційних документів
4	Місце проживання (перебування, реєстрації)	Зазначається інформація, отримана з офіційних документів
5	Відомості про документ, що посвідчує особу	Зазначається інформація, отримана з офіційних документів
6	Реєстраційний номер облікової картки платника податків	Зазначається інформація, отримана з офіційних документів
2. Вивчення клієнта (інформація щодо фінансового стану клієнта та змісту його діяльності, оцінювання фінансового стану клієнта)		
7	Відомості про зайнятість	
8	Мета встановлення й передбачуваний характер ділових відносин з банком	
9	Банківські продукти, які плануються до отримання	
10	Джерела походження коштів: – заробітна плата: 1) до 5 000 грн.; 2) від 5 001 до 50 000 грн.; 3) від 50 001 до 150 000 грн.; – отримання спадщини; – матеріальна допомога; – продаж нерухомого майна; – отримання плати за участь в лотереї; – відсутнє постійне джерело доходів. Країна походження коштів: – Україна; – іноземна держава.	
11	Відомості про ділову репутацію	
12	У яких кредитних організаціях є (раніше були) банківські рахунки, банківські карти, кредити, інші банківські продукти?	
13	Визначення належності клієнта або особи, яка діє від його імені, до національних або іноземних публічних діячів; діячів, що виконують політичні функції в міжнародних організаціях, або пов'язаних з ними осіб	
14	Результат оцінювання фінансового стану клієнта	
3. Критерії ризику		
за типом клієнта		так/ні
15	Клієнт включений до Переліку осіб, пов'язаних із провадженням терористичної діяльності або стосовно яких застосовано міжнародні санкції	
16	Клієнт є національним, іноземним публічним діячем або діячем, що виконує політичні функції в міжнародних організаціях, або є близькою особою до осіб, зазначених вище, або є пов'язаним з особами, зазначеними вище	
17	Клієнт проводить фінансові операції, що не відповідають його фінансовому стану та/або сутності діяльності	
18	Клієнт надає неправдиві ідентифікаційні дані	
19	Існують сумніви щодо достовірності поданих клієнтом документів	
Інформацію про наявність клієнта в Переліку осіб, пов'язаних із здійсненням терористичної діяльності або стосовно яких застосовано міжнародні санкції перевірено на веб-сайті Держфінмоніторингу (http://www.sdfm.gov.ua) (закладка «Протидія тероризму/Перелік терористів»).		
для фінансових операцій, що можуть мати ризик легалізації (відмивання) доходів		так/ні
20	Фінансова операція має запутаний або незвичний характер	
21	Існує сукупність пов'язаних між собою фінансових операцій, що не мають очевидного економічного сенсу або очевидної законної мети	
22	Проводяться у великих розмірах фінансові операції з купівлі-продажу товарів (оплати послуг), визначити вартість яких складно або неможливо	
23	Є підстави вважати, що метою здійснення фінансової операції є уникнення процедур обов'язкового фінансового моніторингу або ідентифікації (верифікації), передбачених Законом	
4. Класифікація ризику клієнта з урахуванням критеріїв ризиків		
24	Рівень ризику клієнта (високий, середній, низький)	

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ
В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИJUSTIFICATION OF MAKING MANAGEMENT'S DECISIONS
IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF FINANCE

УДК 338.4

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-30>**Харченко Т.О.**к.е.н., старший викладач кафедри
публічного управління
та адміністрування
Сумський національний
аграрний університет
Шестакова Ю.В.
аспірант кафедри фінансів
Сумський національний
аграрний університет**Kharchenko Tetiana**Sumy National Agrarian University
Shestakova Yulia
Sumy National Agrarian University

У статті розглянуто інструментарій інформаційної системи підтримки прийняття рішень, яка об'єднує не тільки потужні методи математичного моделювання, але й теорію управління та сучасні інформаційні технології, що дає змогу приймати ефективні рішення під час оцінювання проектів, які є слабо структурованими, а іноді неструктурованими багатокритеріальними задачами. При цьому отримане рішення є результатом соціально-економічної модернізації, яка сформувалась на інституціональних підходах (концепції інтелектуалізації, концепції розвинутих засобів моделювання та концепції інтерактивності). Досліджено умови прийняття управлінських рішень у системі управління фінансами в сучасному трансформаційному економічному середовищі. Визначено алгоритм прийняття управлінських рішень з використанням елементів проектно орієнтованого управління в системі управління фінансами під час відбору проектів, оцінювання яких потребує використання множини показників.

Ключові слова: система управління, управлінські рішення, фінанси, система підтримки прийняття рішень, проект.

В статье рассмотрен инструментарий информационной системы поддержки при-

нятия решений, которая объединяет не только мощные методы математического моделирования, но и теорию управления и современные информационные технологии, что позволяет принимать эффективные решения при оценивании проектов, которые являются слабо структурированными, а иногда неструктурированными многокритериальными задачами. При этом полученное решение является результатом социально-экономической модернизации, которая сформировалась на институциональных подходах (концепции интеллектуализации, концепции развитых средств моделирования и концепции интерактивности). Исследованы условия принятия управленческих решений в системе управления финансами в современной трансформационной экономической среде. Определен алгоритм принятия управленческих решений с использованием элементов проектно ориентированного управления в системе управления финансами при отборе проектов, оценивание которых требует использования множества показателей.

Ключевые слова: система управления, управленческие решения, финансы, система поддержки принятия решений, проект.

At the article has been considered tools informational system of support of acceptance of decisions, which are included powerful methods mathematic modeling, management's theories and modern information technology. Using this system we have to opportunities to make efficient decisions when the projects are evaluated which are poorly structured or not structured with multicriteria tasks. Receiving decision is a result of socio-economic modernization which is formed on institutional approaches. It was researched conditions of acceptance of management's decisions in the financial management system in the modern transformational economic environment, because managers of different levels of administration have difficulties with choice of efficient projects when they choose of strategic directions of the development. The specificity of transformation processes of modern economic system is complicated the process to acceptance of the right management decision because it needs to consider a lot of varieties indicators which aren't imaged as a single creation. For choice of the projects the algorithm of acceptance of decisions is defined via using of elements of project management in the financial management system. Financial resources are base to development of entities or territory, region or country in whole. The financial management system is made multiplicative influence on activity of other components of system of management and it is needed to achieve of efficiency of acceptance of management's decisions for ensuring sustainable development. The mechanism of acceptance of management's decisions has been developed with using informational system of support of acceptance of decisions to allows to lower the number of wrong decisions by selecting the most critically justified option from the alternatives offered. Advantage of this mechanism is opportunity to include in general evaluation model in addition to quantifiable indicators uncertainties arising from the inability to quantify individual factors. The informational system of support of acceptance of decisions are gave opportunity to define stability of the selected criteria, possible criteria and alternatives. Thus the manager chooses necessity researches and technology for ensuring the receipt of the useful information.

Key words: management's system, management's decisions, finance, system of support of acceptance of decisions, project.

Постановка проблеми. Поглиблення інтеграційних процесів та розширення напрямів міжнародної співпраці обумовили трансформації як у системі публічного управління, так і в системі управління суб'єктами господарювання. Запровадження проектно орієнтованого управління в систему управління фінансами різних рівнів передбачає опрацювання значної кількості вхідного потоку інформації, зокрема розрахункової, що посилює вимоги до прийняття управлінських рішень з огляду на значну розпорошеність альтернативних варіантів вибору.

Крім того, досягнення ефективності управлінських дій під час формування фінансових ресурсів у системі публічного управління передбачає проведення ефективного оцінювання діючих програм

та проектів, розроблення нових проектів із залученням міжнародного донорського фінансування. З іншого боку, управління фінансами суб'єктів господарювання також тісно корелює зі впровадженням проектно орієнтованого управління, що передбачає оброблення значної кількості інформації та містить структурні елементи різного сутнісного наповнення, що ускладнює процес відбору найбільш ефективних варіантів для фінансування. Отже, постійні трансформаційні процеси, значний потік вхідної інформації, альтернативність вибору потребують удосконалення діючих методів та інструментів обґрунтування прийняття рішень у системі управління фінансами для досягнення ефективності управлінських дій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Мінливість внутрішнього та зовнішнього економічного середовища посилює вимоги до якості управлінських рішень для забезпечення ефективного використання ресурсів, зокрема фінансових, що, відповідно, посилює увагу як закордонних, так і вітчизняних науковців до питань прийняття управлінських рішень. При цьому варто відзначити, що науковий доробок закордонних вчених у проблематиці обґрунтування прийняття управлінських рішень має широкий ареал досліджень та представлений такими науковцями, як Р. Блейк, Р. Беллман, Б. Брук, В. Бурков, В. Врум, П. Йетон, К. Левін, М. Мескон, Д. Моутон, Т. Сааті, Е. Смірнов, Ф. Хедоурі, Ф. Фіндлер. Представниками вітчизняної наукової школи, які досліджували теоретичні та практичні аспекти розроблення та прийняття управлінських рішень, є А. Андрейчиков, К. Левківський, Н. Метеленко, В. Павловський, Г. Присенко, В. Ситник, В. Югель. Проте нині дослідження питань, пов'язаних з прийняттям управлінських рішень, потребує поглиблення щодо впровадження інтегрованих механізмів, котрі поєднують інструментарій інформаційних технологій з базою розрахункових показників.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування механізму використання методичного інструментарію системи підтримки прийняття рішень (СППР) у системі управління фінансами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансовий аспект управлінської діяльності є ключовим елементом системи управління, адже ефективний розподіл фінансового ресурсу є основою не тільки забезпечення економічного зростання, але й розвитку інших складових, зокрема технічної, технологічної, соціальної, екологічної. Підвищення вимог до якості управління фінансами обумовлене поглибленням інтеграції з міжнародними донорами в рамках співфінансування проектів, як державних, місцевих, регіональних, так і проектів суб'єктів господарювання, зокрема інноваційних. Саме тому обґрунтування вибору того чи іншого проекту для впровадження на відповідному рівні потребує ефективних управлінських рішень, які формуються під впливом відповідних знань та інформації. Керівники різних рівнів управління, вибираючи стратегічні напрями подальшого розвитку, стикаються зі складністю вибору ефективного проекту. Специфіка трансформаційних процесів сучасної економічної системи ускладнює процес прийняття правильного управлінського рішення, адже необхідно врахувати велику кількість різнопланових показників, які неможливо представити у вигляді єдиного критерію, тому для надання обґрунтованої економічної оцінки проектам та прийняття ефективних управлінських рішень щодо їх впровадження необхідно скорегувати методи аналізу, які використовуються, відповідно до сучасного розвитку інформаційних технологій.

Одним із можливих шляхів, який дасть змогу усунути означені вище недоліки та підвищить ймовірність вибору найбільш ефективного проекту незалежно від площини його реалізації (макро-, мезо-, мікрорівні), є включення особи, яка приймає рішення, в процес побудови моделей та прийняття рішень на їх основі. Для цього призначені людино-машинні (імітаційні) системи. Одним із класів таких систем є системи підтримки прийняття рішень (СППР), в рамках яких досвід і неформалізовані знання особи, яка приймає рішення, поєднуються з математичним дослідженням [1, с. 19].

Система підтримки прийняття рішень об'єднує не тільки потужні методи математичного моделювання, але й теорію управління та сучасні інформаційні технології, що дає змогу приймати ефективні рішення під час оцінювання проектів, які є слабо структурованими, а іноді неструктурованими багатокритеріальними задачами. При цьому отримане рішення є результатом соціально-економічної модернізації, яка сформувалась на інституціональних підходах (концепції інтелектуалізації, концепції розвинутих засобів моделювання та концепції інтерактивності) і в об'єднуючій методологічній основі включає теорії баз даних, штучного інтелекту, інтерактивних комп'ютерних систем, методів імітаційного моделювання тощо [2, с. 79]. Варто зазначити, що СППР не передбачає повну автоматизацію прийняття рішення, а лише формує процедуру оброблення даних у процесі роботи із системою, а саме надає користувачу набір даних, програмних модулів та моделей. При цьому керівник сам вибирає необхідні ресурси й технології для забезпечення надходження потрібної інформації [3, с. 140].

Системи підтримки прийняття рішень, які засновані на методі аналізу ієрархій (МАІ), є простим і зручним засобом оцінювання ефективності проектів різних рівнів управління, адже вони дають змогу структурувати проблему, побудувати набір альтернатив, виділивши чинники, які їх характеризують, та задати їх значущість, оцінити альтернативи за кожним чинником, знайти неточності й суперечності в думках керівника (експерта), проаналізувати альтернативи, проаналізувати рішення та обґрунтувати отримані результати [4, с. 23].

Засновниками методу аналізу ієрархій були Р. Беллман, Б. Брук та В. Бурков, проте основний інструментарій цього методу обґрунтовано в наукових працях Т. Сааті. Метод аналізу ієрархій дає змогу вибрати найкращий варіант (альтернативу), який найбільше узгоджується із самою сутністю проблеми та вимогами до її вирішення. В структурі ієрархії, яка була запропонована Т. Сааті, виділяють дві складові, такі як оціночна ієрархія критеріїв, яка формується шляхом декомпозиції мети, та множина генерованих експертом рішень-альтернатив [5, с. 110].

Оціночна ієрархія критеріїв у математичній інтерпретації має такий вигляд: на безлічі об'єктів $i = \{1, 2, \dots, N\}$ визначається ієрархічна структура шляхом завдання графа $G = (i, W)$, $W \subset i \times i$, де:

– розбиває вершини на непересічні рівні:

$$i = U_i V_j; i = \overline{1, m}; V_j \cap V_l = \emptyset; j, l = \overline{1, m}; \quad (1)$$

– (i, j) W означає, що вага Z_i об'єкта i безпосередньо залежить від ваги Z_j об'єкта j ;

– якщо (i, j) – дуга графа G , тобто $(i, j) \in W$, то об'єкти i й j перебувають на суміжних рівнях, тобто $i \in V_{k+1}, j \in V_k$;

– ваги Z_i об'єкта $i \in V_{k+1}$ визначаються через ваги Z_j вершин множини $L_i = \{j \mid (i, j) \in W\}$, в які ведуть дуги з вершини i за допомогою залежності, що феноменологічно вводиться та розраховується за формулою:

$$Z_i = \sum_{j \in L_i} \vartheta_{ij} Z_j, \quad (2)$$

де ϑ_{ij} – вага дуги (i, j) [6, с. 110].

Множина генерованих рішень (альтернатив) передбачає прогнозований розвиток ситуації в разі вибору тієї чи іншої альтернативи, що дає змогу ввести критерії, які будуть мати вплив на діяльність цього сільськогосподарського підприємства, й визначити ті, які мають найбільше значення, шляхом виконання процедури парних порівнянь. Коли керівник визначає множину об'єктів (Q_i) та відповідні критерії для їх оцінювання (K_j), виконавши процедуру попарного порівняння всіх об'єктів за всіма критеріями та оцінивши критерії за їх відносною важливістю між собою, він має можливість отримати глобальні пріоритети кожного об'єкта. Метод аналізу ієрархій передбачає побудову алгоритму, який дає змогу науково обґрунтувати прийняття рішення [4, с. 29].

На першому етапі здійснюється декомпозиція цілі в ієрархію. Наступним етапом є побудова матриці, в якій кожний критерій порівнюється за відносною важливістю з усіма іншими. Така матриця має такий вигляд (3).

Матриця C_0 агрегує думки експертів про взаємну пріоритетність критеріїв (K_j). Зауважимо, що результат порівняння відображає не тільки факт, але й ступінь (силу, інтенсивність тощо) переваги.

$$C_0 = \begin{pmatrix} K^1 & \dots & K^m & \dots & K^h \\ K^1 & & & & \\ \dots & & & & \\ K^n & & C^{mn} & & \\ \dots & & & & \\ K^h & & & & \end{pmatrix} \quad (3)$$

де h – кількість критеріїв.

На наступному етапі проводиться ранжування критеріїв на підставі головного власного вектору Y , одержуваного внаслідок оброблення матриці парних порівнянь $[C_0]$. Результатом реаліза-

ції цього кроку алгоритму є вектор пріоритетів: $Y_0 = (Y_1^0, \dots, Y_h^0)$.

Однією з умов прийняття ефективного рішення з огляду на можливість оцінювання проектів не одним, а декількома експертами, є однорідність їх суджень, яка оцінюється індексом однорідності (IUC) або відношенням однорідності (VUC). При цьому за допомогою цих показників оцінюються як окремі матриці, так й ієрархія загалом, що складає четвертий етап. Також аналіз ваг об'єктів за низхідних рівнів ієрархії дає змогу зрозуміти, як набуто того чи іншого значення ваги.

На наступному етапі відбувається порівняння альтернатив за кожним критерієм, що передбачає побудову матриці $[C_1, C_2, \dots, C_h]$ для кожного критерію (K_j). Такі матриці відображають думку експертів про пріоритетність альтернативи за кожним критерієм. Беручи за приклад матрицю C_1 (порівняння альтернатив за першим критерієм), представимо їх структуру:

$$C_1 = \begin{pmatrix} Q_1^{K_1} & \dots & Q_m^{K_1} & \dots & Q_k^{K_1} \\ Q_1^{K_1} & & & & \\ \dots & & & & \\ Q_n^{K_1} & & K_{mn}^1 & & \\ \dots & & & & \\ Q_k^{K_1} & & & & \end{pmatrix}. \quad (4)$$

Відповідно до представленої матриці аналогічно будуються матриці $[C_2, \dots, C_h]$ для порівняння альтернатив за критеріями 2, ..., h .

Наступним етапом є ранжування альтернатив за кожним критерієм, результатом проведення якого є вектори $Y^1, \dots, Y^h$ локальних пріоритетів, одержані внаслідок оброблення матриць парних порівнянь $[C_1, C_2, \dots, C_h]$.

На сьомому етапі проводиться оцінювання узгодженості суджень експертів стосовно рівня значущості кожної альтернативи в досліджуваній множині критеріїв. На заключному етапі локальні пріоритети перемножуються на пріоритет відповідного критерію на вищому рівні й додаються за кожним елементом, завдяки чому ми отримуємо глобальний пріоритет P_{Q_i} : $P_{Q_i} = Y_1^0 Y_{Q_i}^1 + \dots + Y_h^0 Y_{Q_i}^h$. Наслідком реалізації цього кроку є вектор пріоритетності альтернатив: $P = (P_{Q_1}, \dots, P_{Q_k})$, який характеризує значущість альтернативи. Зокрема, вища оцінка дає більший пріоритет об'єкту серед альтернативних [7, с. 132].

Запровадження інструментарію проектно орієнтованого управління в системі управління фінансами під час відбору проектів зумовило необхідність використання множини показників під час оцінювання. Як приклад формування механізму прийняття управлінських рішень (рис. 1) розглянемо алгоритм проведення відбору інноваційних проектів та можливих джерел їх фінансування з використанням інформаційної системи підтримки

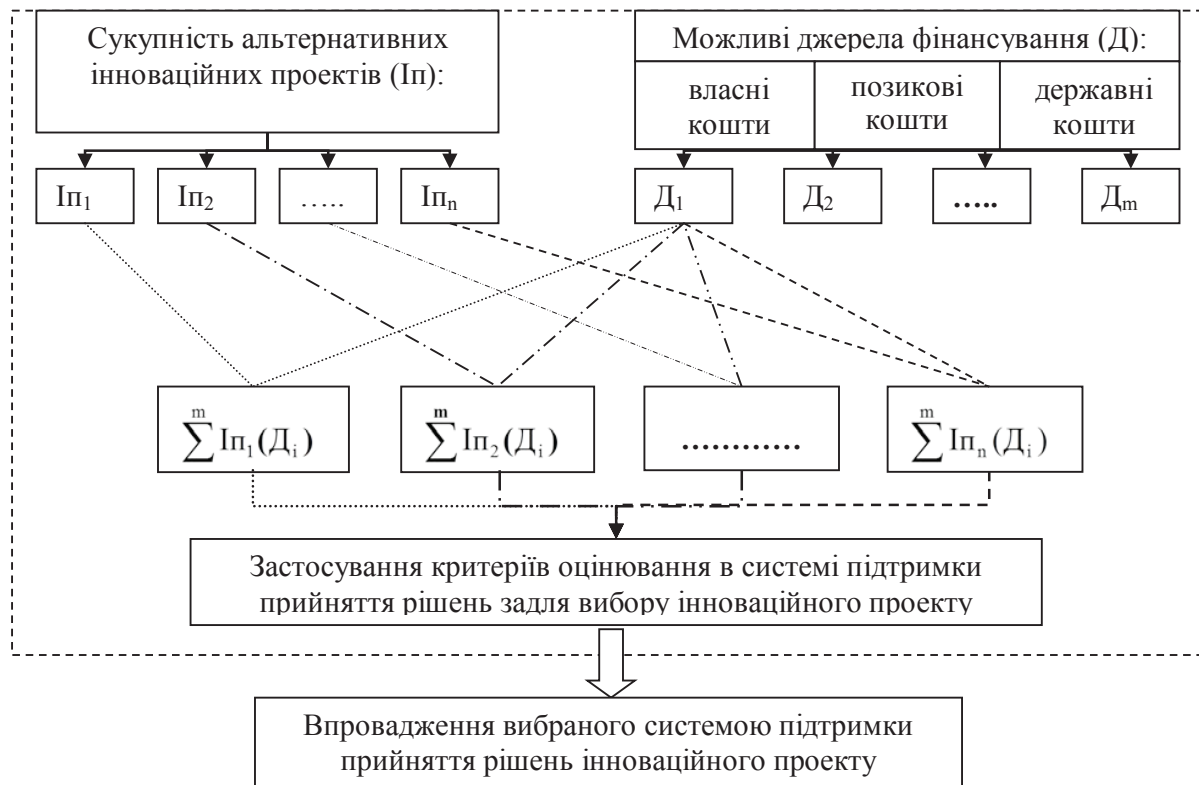


Рис. 1. Механізм прийняття управлінського рішення в системі управління фінансами під час вибору інноваційного проекту суб'єкта господарювання

Джерело: побудовано авторами

прийняття рішень, алгоритм якої детально представлено вище.

Інтенсифікація інноваційних процесів, розвиток інформаційних технологій та систем значно скорочують час на збирання й оброблення інформації, відбувається перехід від ієрархічних до сітєвих структур управління, інтеграції способів досліджень, домінування інформаційних комунікацій [8, с. 25], що дає змогу дослідити всі можливі варіанти співвідношень визначеної сукупності та вибрати найкращий варіант, що, відповідно, є типовим прикладом прийняття управлінських рішень у системі управління фінансами.

Представлений на рис. 1 механізм характеризує залежності та зв'язки, які виникають під час прийняття рішення стосовно інноваційного проекту. Перевагами цієї моделі є оцінювання всіх можливих інноваційних проектів з урахуванням чинників, які впливають на реалізацію кожного запропонованого до розгляду інноваційного проекту; визначення зв'язків інноваційних проектів з усіма можливими джерелами фінансування; можливість застосування вибраних експертами критеріїв оцінювання результативності проекту; встановлення пріоритетності того чи іншого джерела фінансування відповідно до інноваційного проекту. За допомогою системи підтримки прийняття рішень визначається стабільність вибраних для

оцінювання критеріїв, вибираються можливі пріоритети та альтернативи. Вищенаведений механізм забезпечує зведення до мінімуму кількості прийнятих помилкових рішень та уможливує прийняття обґрунтованого управлінського рішення.

Висновки з проведеного дослідження. Фінансові ресурси є основою розвитку як суб'єктів господарювання, так і територій, регіонів та країни загалом. Відповідно, система управління фінансами здійснює мультиплікативний вплив на діяльність інших складових системи управління та потребує досягнення ефективності в прийнятті управлінських рішень для забезпечення сталості розвитку. З огляду на той факт, що будь-яка система управління, зокрема система управління фінансами, має у своєму складі певну множину кількісного інструментарію, показники якої мають як переваги, так і недоліки, досягти високої ефективності прийнятих рішень без використання інформаційних технологій за сучасних умов розвитку досить складно. Саме для зниження кількості прийняття помилкових рішень широкого використання набуло інтегрування методичних інструментів у процес прийняття управлінських рішень. Запропонований механізм прийняття управлінських рішень з використанням інформаційної системи підтримки прийняття рішень дає змогу знизити кількість помилкових рішень шляхом відбору найбільш критеріально

обґрунтованого варіанта із запропонованих альтернатив. Перевагою цього механізму є можливість включення в загальну модель оцінювання, крім кількісно вимірюваних показників, невизначеностей, які виникають у зв'язку з неможливістю кількісного виміру окремих чинників (наявність різних за своєю природою факторів, що впливають на ефективність розподілу фінансових ресурсів; постійні зміни інституційної складової; необхідність розрахунку великої кількості показників тощо).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ситник В. Системи підтримки прийняття рішень : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2004. 614 с.
2. Аверкин А., Кузнецов О. Поддержка принятия решений в слабоструктурированных предметных областях. Анализ ситуаций и оценка альтернатив. *Известия РАН. Теория систем управления*. 2006. Вип. 3. С. 139-149.
3. Коростелев Д., Лагереv Д., Подвесовский А. Применение нечетких когнитивных моделей для формирования множества альтернатив в задачах принятия решений. *Вестник Брянского государственного технического университета*. 2009. Вип. 4 (24). С. 77-85.
4. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / пер. с англ. Москва : Радио и связь, 1993. 320 с.
5. Метеленко Н. Моделирование процедур принятия управленческих решений у коммуникационной системе руху та регламентації потоку інформації промислового підприємства. *Економіка промисловості*. 2010. Вип. 3. С. 110-116.
6. Присенко Г., Равікович Є. Прогнозування соціально-економічних процесів : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2005. 378 с.
7. Югель В. Методи і моделі підтримки прийняття рішень у ринковій економіці : монографія. Київ : ЦУЛ, 2003. 202 с.

8. Андрейчиков А., Андрейчикова О. Анализ, синтез, планирование решений в экономике. Москва : Финансы и статистика, 2004. 368 с.

REFERENCES:

1. Sitnik V. (2004) Sistema pidtrumku prinytty risen [System of support of acceptance of decisions]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian).
2. Averkin A., Kysnecov O. (2006) Poddergka prinyatiya resheniy v slabostruktyrirovanux predmetnux oblastyax. Analis sityachiy i ochenka alternative [Decision support in poorly structured subject areas. Situation analysis and evaluation of alternatives]. RAS news. Management systems theory, pp. 139-149.
3. Korostelev D., Lagerev D., Podvesovskiy A. (2009) Prumenenue nechetkix kognitivnux modeley dlya formirovaniya mnogoestva alternative v sadachax prinyatiya resheniy [The use of fuzzy cognitive models to form many alternatives in decision-making problems]. Bryansk : BGTY, pp. 77-85.
4. Saati T. (1993) Prinyatie resheniy. Metod analiza ierarxiy [Decision making. Method of hierarchy analysis]. Moscow : Radio and communication.
5. Metlenko N. (2010) Modeluvannya procedyr prinyattya upravlinskix risheh y komunikaciyniy sustemi ruxu ta reglamentacii potoku informacii promuslovogo pidpruemstva [Modeling of decision-making procedures in communication areas of work and regulation of industrial enterprise streaming information]. Economics of industry, pp. 110-116.
6. Prisenko G., Ravikovich E. (2005) Prognozyvan-nya socialno-economichnux procesiv [Predicting socio-economic processes]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian).
7. Ugel V. (2003) Metodu i modeli pidtrumku priynu-atty risheh u runkoviy ekonomici [Methods and models of decision support in a market economy]. Kyiv : CYL. (in Ukrainian).
8. Andreychikov A., Andreychikova O. (2004) Analiz, sintez, planirovanie resheniy v ekonomike [Analysis, synthesis, planning of decisions in economy]. Moscow : Finance and statistics. (in Ukrainian).

РОЗДІЛ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЩОДО ОПЕРАТИВНОГО
ОБЛІКУ НЕЗАВЕРШЕНОГО ВИРОБНИЦТВАAPPROACHES TO THE FORMATION OF ACCOUNTING POLICY
OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN THE PART
OF OPERATIONAL ACCOUNTING OF THE WORK IN PROGRESS

УДК 657.47:658.5

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-31>**Смірнова І.В.**к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку
Центральноукраїнський національний
технічний університет**Смірнова Н.В.**к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку
Центральноукраїнський національний
технічний університет**Smirnova Iryna**Central Ukrainian National
Technical University**Smirnova Nadiya**Central Ukrainian National
Technical University

Стаття присвячена проблемам формування облікової політики промислових підприємств, зокрема машинобудівних, щодо такого специфічного об'єкта обліку витрат, як незавершене виробництво. У статті наведено структуру залишків незавершенного виробництва машинобудівних підприємств. Доведено, що на відсутність методичного забезпечення обґрунтування облікової політики незавершенного виробництва впливає неоднозначність тлумачення незавершенного виробництва як економічної категорії, що пов'язане з тим, що інформація про його стан є необхідною для різних ланок управління підприємством. З'ясовано, що формування облікової політики має враховувати такі складові, як оперативний облік залишків, їх оцінювання та інвентаризація. Охарактеризовано чинники, які впливають на формування облікової політики щодо оперативного обліку незавершенного виробництва. Запропоновано складові наказу про облікову політику.

Ключові слова: незавершене виробництво, машинобудівні підприємства, облікова політика, оперативний облік, оцінка, інвентаризація.

Стаття посвящена проблемам формирования учетной политики промышленных

предприятий, в частности машиностроительных, касательно такого специфического объекта учета затрат, как незавершенное производство. В статье приведена структура остатков незавершенного производства машиностроительных предприятий. Доказано, что на отсутствие методического обеспечения обоснования учетной политики незавершенного производства влияет неоднозначность толкования незавершенного производства как экономической категории, что связано с тем, что информация о его состоянии является необходимой для различных звеньев управления предприятием. Установлено, что формирование учетной политики должно учитывать такие составляющие, как оперативный учет остатков, их оценивание и инвентаризация. Охарактеризованы факторы, которые влияют на формирование учетной политики касательно оперативного учета незавершенного производства. Предложены составляющие приказа об учетной политике.

Ключевые слова: незавершенное производство, машиностроительные предприятия, учетная политика, оперативный учет, оценка, инвентаризация.

Work in progress is part of the stock of a large number of industrial enterprises whose manufacturing process requires a certain amount of time between the beginning of production and its completion. The issues of accounting of work in progress are especially important in the formulation of accounting policies of machine-building enterprises, since it is precisely in such enterprises that the process of forming work in progress balances is the most difficult. The purpose of writing the article is to develop a recommendation for the formation of accounting policies of machine-building enterprises in the part of the operational accounting of work in progress. The article presents the structure of work in progress of machine-building enterprises. It is proved that the lack of methodological support for the accounting policy of work in progress is influenced by the ambiguity of the interpretation of work in progress as an economic category, due to the fact that information about its status is necessary for different levels of enterprise management. It has been found that accounting policies should take into account such components as the operational accounting, their valuation and inventory. It is substantiated that the following factors should be taken into account when forming accounting policy of machine-building enterprises in terms of operational accounting of unauthorized production: type of production, structure of enterprise management, organization of warehouse facilities, availability and specialization of procurement workshops, method of control over material consumption, features of documenting production accounting, system of registration process of acceptance-transfer of details, system of inter-workshop transfer of details, type of accounting of details in production, nomenclature and the products being manufactured, the features of the technological process and the nature of production. The generalization of the influence of the above factors made it possible to distinguish sections of the order on accounting policies of machine-building enterprises in the part of work in progress.

Key words: work in progress, machine-building enterprises, accounting policy, operational accounting, assessment, inventory.

Постановка проблеми. Незавершене виробництво (НЗВ) є складовою запасів значної кількості промислових підприємств, виробничий процес яких потребує певного проміжку часу між початком виробництва продукції та його завершенням. Порядок оперативного обліку та оцінювання залишків незавершенного виробництва суттєво впливає на методику визначення фактичної собівартості готової продукції, відповідно, достовірне відображення інформації про

запаси підприємства, виготовлені власними силами підприємства, у фінансовій звітності. Особливо важливими питанням обліку та оцінювання НЗВ стають під час формування облікової політики машинобудівних підприємств, оскільки саме на таких підприємствах формування залишків НЗВ, відповідно, його оцінювання є найскладнішими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням певних аспектів обліку НЗВ

присвячено праці достатньої кількості авторів, таких як Л.П. Гордієнко [3], В.І. Кондрич [4], Д.І. Кушніренко [5], В.М. Озеран [7], І.В. Супрунова [9]. Так, у статті Л.П. Гордієнко з'ясовано особливості застосування традиційних методів обліку та калькулювання витрат НЗВ в Україні. В.І. Кондрич досліджує систему регулювання бухгалтерського обліку НЗВ. Д.І. Кушніренко розглядає сутність НЗВ як облікової категорії. В.М. Озеран та М.О. Паламар розглядають загальні питання оцінювання та обліку НЗВ. І.В. Супрунова та Ю.І. Боярський досліджують оцінювання та облікове відображення НЗВ. Окремі публікації присвячені з'ясуванню галузевих особливостей обліку та оцінювання залишків НЗВ. Так, І.М. Вигівська [1] досліджує незавершене виробництво пивоварних підприємств, Ю.М. Тимошенко [10] – малих підприємств обробної промисловості, В.А. Гавриленко та Є.Г. Черникова [2] – коксохімічних підприємств, М.В. Лінник [6] – підприємств швейної промисловості. Необхідно відзначити працю Т.М. Сторожук та Д.І. Кушніренко [5], яка присвячена загальним питанням облікової політики підприємств щодо НЗВ.

Однак, незважаючи на численні напрацювання фахівців, поза межами їх досліджень все ще залишаються питання особливостей формування облікової політики незавершеного виробництва машинобудівних підприємств.

Постановка завдання. Мета статті полягає в розробленні рекомендацій щодо формування облікової політики машинобудівних підприємств щодо оперативного обліку незавершеного виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Специфіка виробничого процесу на підприємствах галузі машинобудування передбачає формування значних обсягів НЗВ, оскільки існує розрив у часі між моментом початку виробництва готової продукції та її завершенням. У цій сфері НЗВ представлено всією продукцією, оброблення якої не завершена й яка перебуває на різних стадіях виробничого процесу. Структурно залишки НЗВ включають:

- продукцію цехів, оброблення якої в конкретному цеху ще не завершена та яка перебуває на робочих місцях або в цеховій коморі;
- продукцію цехів, що завершена обробленням в одному цеху, але належить подальшому обробленню чи складанню в іншому цеху (напівфабрикати), яка перебуває в цехових коморах і на проміжних складах підприємства;
- продукцію, яка хоча вже виготовлена, але не пройшла випробувань або повністю не укомплектована.

Як уже зазначалось, сьогодні майже відсутнє методичне забезпечення обґрунтування облікової політики НЗВ. Перш за все на таку ситуацію впливає неоднозначність тлумачення НЗВ як економічної категорії. Пов'язано це, на нашу думку, з тим,

що інформація про стан НЗВ є необхідною для різних ланок управління підприємством. Наявні трактування терміна НЗВ характеризують лише одну його конкретну функцію, а для формування облікової політики цього об'єкта всі вони мають бути розглянуті комплексно. Дослідження фахової літератури дало змогу виявити щонайменше три аспекти формування значення цієї категорії.

По-перше, з економічної точки зору НЗВ є заділом, що забезпечує безперебійний та рівномірний випуск продукції. Необхідність такого заділу пов'язана з тим, що для виготовлення готової продукції необхідний певний час. Крім того, на практиці виникає розбіжність між виробничими циклами цехів підприємства, які проходить продукція згідно з технологічним процесом. На підприємствах машинобудування щодня в процесі оброблення має перебувати значна кількість різних деталей, під час складання яких на останній стадії виробництва формується готова продукція. В умовах складних виробництв, де продукція під час оброблення проходить декілька підрозділів, відсутність запасу деталей чи напівфабрикатів унеможлиблює рівномірний випуск продукції.

По-друге, в системі бухгалтерського обліку НЗВ – це витрати на неповністю оброблені в цьому структурному підрозділі продукти, вузли та деталі, незавершені роботи, які є сальдом по рахунку «Виробництво».

По-третє, з точки зору контролю НЗВ розглядають як частину нормованих обігових коштів підприємства. У зв'язку з цим необхідним є визначення нормативу залишків НЗВ. Задля цього в додатках до Наказу з облікової політики необхідно передбачати процедуру формування нормативу НЗВ.

Безпосередній вплив на формування облікової політики НЗВ чинить традиційний поділ як в теорії, так і на практиці обліку залишків НЗВ на оперативний та бухгалтерський.

Так, у системі оперативного обліку формується інформації про розмір залишків НЗВ у кількісному вимірі. Задля цього потрібно системно формувати інформацію про стан та рух НЗВ. Задля цього на підприємствах, зокрема машинобудівних, складають графіки документообігу, формування яких передбачає відбір документів, визначення осіб, що відповідають за їх складання, та термінів представлення документів.

На формування облікової політики щодо оперативного обліку НЗВ впливає тип виробництва. Так, в умовах гетерогенного виробництва готовий виріб збирається з раніше виготовлених частин та деталей. Таке виробництво може бути:

- масовим, коли всі складові частини продукту виготовляються одночасно й мають різний ступінь готовності, що зумовлює той факт, що в будь-який момент часу таких частин у виробництві більше, ніж необхідно для створення кінцевого продукту,

отже, виникають витрати, які ще не можуть бути віднесені до готової продукції, а є НЗВ;

– індивідуальним, за умов якого НЗВ виникає протягом усього часу створення індивідуального продукту.

В умовах органічного типу виробництва продукт послідовно проходить низку процесів, пов'язаних між собою фаз розвитку: від початку виробничого процесу до отримання готового продукту. Таке виробництво, як правило, є масовим. Оскільки воно пов'язане з послідовним накопиченням витрат від початку виробництва до отримання готового продукту, то в цьому виробництві частина постійно перебуває у НЗВ.

Оперативний облік залишків НЗВ ведеться в цехах у натуральному виразі на підставі первинних документів з обліку виробітку та внутрішнього переміщення напівфабрикатів. Організація та методика цього виду обліку залежить від багатьох факторів.

Так, на організацію оперативного обліку НЗВ впливає структура управління виробництвом. За цією ознакою виокремлюють підприємства з цеховою та безцеховою структурою управління. Для перших підприємств характерні внутрішньо-цехова й міжцехова системи обліку руху. На підприємствах другої групи оперативний облік руху НЗВ організовується лише як облік руху між окремими операціями технологічного процесу.

Також на організацію оперативного обліку НЗВ впливає організація складського господарства. Так, частина машинобудівних підприємств характеризується наявністю лише складів сировини й матеріалів та складу готової продукції, тоді як інші забезпечені також складами кожного структурного підрозділу. Така організація складського господарства зумовлює формування більш достовірних облікових даних про залишки НЗВ та рівень їх оброблення.

Організаційні аспекти оперативного обліку НЗВ у виробничих підрозділах машинобудівних підприємств зумовлені методами документування щодо використання матеріалів у цих підрозділах.

Оскільки згідно з чинним законодавством та особливостями виробничого процесу промислових підприємств сировина й матеріали вважаються НЗВ з моменту, коли вони пройшли першу операцію оброблення за технологічним маршрутом, то оперативний облік руху НЗВ розпочинається саме з першої операції оброблення сировини та матеріалів. Залежно від специфіки виробничого процесу підприємств машинобудування процес виготовлення продукції розпочинається або у заготівельних цехах, або у ливарних цехах. Задля формування достовірної інформації про обсяги НЗВ у заготівельних цехах машинобудівних підприємств, на нашу думку, доцільно застосовувати метод партійного розкрою та метод сигнального документування.

У ливарних цехах підприємств машинобудівної галузі деталі починають обліковуватись у вибив-

ному відділенні. Кількість вибитих з форм деталей зіставляється з кількістю заформованих деталей, результат відображається в рапорті виходу деталей окремо по придатних та відбракованих деталях. Для перевірки підрахунку отриманих деталей їх вага зіставляється з вагою рідкого металу. По кожній окремій виплавці та загалом за місяць по видах лиття складається журнал лиття, в якому зазначаються шихтовий матеріал, відходи, вихід придатного лиття й браку. Кількість відлитих деталей визначається по рапортах дільниць.

Контроль за рухом деталей та вузлів в межах основних цехів на машинобудівних підприємствах здійснюється на підставі документів з обліку виробітку, які включають наряд, картку розкрою, маршрутний лист. При цьому найбільше поширення у заготівельних та механічних цехах серійного та індивідуального виробництва отримала маршрутна система, яка дає змогу здійснювати облік і контроль за рухом деталей у виробництві, правильністю застосування розцінок, оцінюванням НЗВ, повнотою оформлення відбракованих деталей.

Підприємства, які використовують елементи маршрутної системи, поділяються на дві групи. У першій групі маршрутний лист застосовують як єдиний комбінований первинний документ, що заміщує низку документів і забезпечує облік виробітку, визначення розміру оплати праці й контроль за рухом НЗВ в процесі виробництва, цехах відповідно до відомостей відділу головного технолога.

До другої групи належать підприємства, де маршрутний лист використовується як первинний оперативний документ з міжопераційного обліку руху НЗВ. В цьому разі за допомогою маршрутної системи здійснюється лише контроль за рухом НЗВ, а облік виробітку й визначення розміру оплати праці здійснюються в окремому первинному документі, а саме змінному рапорті.

Використання маршрутної системи дає змогу спростити документообіг, узгодити дані про кількість виконаних деталі-операцій та залишки НЗВ.

Отже, задля формування інформації про обсяги НЗВ та його місце перебування на окремих операціях оброблення в межах кожного окремого цеха має здійснюватися документальне оформлення внутрішньо цехового руху НЗВ.

Однак на машинобудівних підприємствах з цеховою структурою управління технологічний процес, як правило, передбачає оброблення продукції в декількох цехах підприємства, тому НЗВ наприкінці місяця може перебувати в процесі транспортування чи оброблятися за міжцеховою кооперацією в іншому структурному підрозділі. Отже, задля достовірного визначення обсягу НЗВ кожного структурного підрозділу та всього підприємства необхідно додатково документально оформлювати міжцеховий рух НЗВ.

У системі міжцехового обліку НЗВ машинобудівних підприємств здійснюються спостереження, документальне оформлення та облік руху деталей, вузлів та напівфабрикатів власного виробництва між цехами підприємства, а також між цехами та складами підприємств чи виробничо-диспетчерських відділів.

Організація обліку міжцехового руху НЗВ перш за все визначається системою первинного оформлення процесу приймання-передачі деталей, що застосовується на підприємстві. На машинобудівних підприємствах застосовуються документальна й бездокументна системи обліку.

Під час використання першої системи НЗВ, що пройшло оброблення в заготівельних, пресових та ливарних цехах підприємств машинобудування, передається в обробні й складальні цехи за накладними, супроводжувальними ярликами, специфікаціями, картками складського обліку. В умовах масового виробництва міжцехова передача оформлюється накопичувальними відомостями, які виписуються цехами-постачальниками.

Окремі підприємства задля спрощення міжцехового обліку руху деталей для оформлення багаторазового передавання замість разових накладних використовують карти подачі заготовок, деталей, вузлів (план-карти).

Бездокументна форма передачі НЗВ на практиці може використовуватись у двох варіантах. Під час використання першого до розрахунку списання НЗВ з цеху включається лише кількість деталей на випуск продукції всього підприємства, а під час використання другого – на випуск продукції кожного цеха. За умов використання цього варіанта первинна документація протягом місяця не оформлюється. Кількість деталей, що надійшли до складального цеха, визначаються за випуском готової продукції, кількістю деталей кожного найменування, що входить до виробу згідно з комплектувальними відомостями або складальними специфікаціями, а також кількістю деталей та вузлів, які здані на склад відділу збуту або цеху запасних частин.

Другий варіант бездокументної форми передачі НЗВ, що базується на визначенні випуску продукції кожного цеху, передбачає включення до складу цього випуску зміни залишків НЗВ. Перевага цього варіанта полягає у збігу випуску готової продукції цехів та виробітку бригад. Його використання передбачає обов'язкове проведення інвентаризації та виявлення браку. Кінцевою продукцією при цьому може бути не лише готовий виріб, але й вузол, агрегат залежно від спеціалізації складальних чи механоскладальних цехів. За цього варіанта у внутрішніх регламентах підприємства має бути передбачено регулярне проведення інвентаризації НЗВ.

Результати розрахунків за будь-якого варіанта бездокументної передачі оформлюються актами чи відомостями здавання напівфабрикатів за

заздалегідь встановленою номенклатурою, в яких зазначаються кількість придатних і відбракованих деталей, зміна залишків НЗВ.

Також на організацію оперативного обліку руху НЗВ впливає тип організації виробництва, який зумовлює виокремлення подетального та подетально-поопераційного видів обліку. Подетальний облік ведеться, як правило, за умов масово-поточного виробництва. Деталі, які пройшли оброблення в заготівельних, ливарних чи кувальних цехах машинобудівних підприємств, приймаються працівниками відділу технічного контролю й оформляються приймальною квитанцією. Після цього деталі передаються на склад готових деталей або на склад виробничо-диспетчерського відділу, а за їх відсутності – безпосередньо цехам-споживачам. Цей вид обліку здатен забезпечити інформацією лише про кількість НЗВ.

За умов серійного виробництва підприємства ведуть подетально-поопераційний облік руху деталей в картках, які відкриваються на кожне найменування НЗВ. В цих картках зазначаються всі технологічні операції оброблення кожної деталі. Записи про надходження заготовок чи матеріалів в цех здійснюються на підставі документів, якими оформляється міжцеховий рух НЗВ. Під час видачі заготовок чи матеріалів зі складу цеха дільницям для виконання першої операції в карточці зазначається їх кількість, а також дата й табельний номер робітника, що буде обробляти заготовки чи матеріали. Для обліку кількості придатних і відбракованих деталей після виконання першої та всіх подальших операцій застосовують робочі наряди. Передача завершених обробленням деталей в інший цех чи на склад відображається в карточці на підставі документів, якими оформлюється також надходження заготовок чи матеріалів на склад. Це забезпечує можливість кожного дня мати достовірну інформацію як про обсяги НЗВ, так і про ступінь його оброблення.

На підставі інформації, яка відображається в первинних документах з обліку виробітку, у виробничо-диспетчерських відділах цехів складаються графіки руху деталей та вузлів. У цьому графіку відображається вся номенклатура деталей та вузлів, виготовлених кожного робочого дня, а також наростаючим підсумком з початку місяця. Цей документ містить дані про надходження й передачу деталей та вузлів, залишки НЗВ.

На машинобудівних підприємствах мають складатись два графіки руху деталей та вузлів. Перший складається за кожним структурним підрозділом (цехом), за інформацією якого визначається добовий темп виконання виробничого завдання наростаючим підсумком за місяць (добовий темп виконання), а другий відображає міжцехову передачу й заповнюється щодня наростаючим підсумком за місяць на підставі приймально-здавальних накладних.

Підсумковим документом оперативного обліку НЗВ на підприємствах машинобудування є баланс руху деталей.

Невід'ємним елементом облікової політики кожного підприємства, що має бути врегульованим у наказі про облікову політику, є періодичність проведення інвентаризації НЗВ, яка визначається кожним підприємством залежно від характеру виробництва, розмірів НЗВ, достовірності облікових даних, методу калькулювання собівартості продукції.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, під час формування облікової політики машинобудівних підприємств щодо оперативного обліку НЗВ необхідно враховувати такі чинники, як тип виробництва, структура управління підприємством, організація складського господарства, наявність та спеціалізація заготівельних цехів, метод контролю за витратами матеріалів, особливості документування обліку виробітку, система оформлення процесу приймання-передачі деталей, система міжцехової передачі деталей, вид обліку деталей у виробництві, номенклатура продукції, що виготовляється, особливості технологічного процесу та характер виробництва.

Узагальнення впливу перелічених факторів дає можливість виокремити такі розділи Наказу про облікову політику машинобудівних підприємств щодо оперативного обліку НЗВ та їх складових:

1) внутрішньоцеховий рух НЗВ (документи з обліку виробітку, що використовуються структурними підрозділами; графік руху деталей та вузлів в межах цеху; вид обліку деталей у виробництві);

2) міжцеховий рух НЗВ (графік руху деталей та вузлів між цехами; форма передачі НЗВ між цехами; документ з оформлення руху НЗВ між цехами; варіант бездокументної передачі НЗВ; баланс руху деталей та вузлів);

3) інвентаризація залишків НЗВ (періодичність проведення; склад інвентаризаційної комісії).

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі полягають в розробленні елементів облікової політики НЗВ щодо бухгалтерського обліку (оцінювання) НЗВ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вигівська І.М. Проблемні питання бухгалтерського обліку і контролю незавершеного виробництва пивоварних підприємств. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Серія: Бухгалтерський облік, контроль і аналіз*. 2015. Вип. 2. С. 38-49.

2. Гавриленко В.А., Черникова Є.Г. Удосконалення обліку незавершеного виробництва в умовах коксохімічних підприємств. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. № 41 (2). С. 30-37.

3. Гордієнко Л.П. Застосування традиційних методів обліку та калькулювання витрат незаверше-

ного виробництва в Україні. *Фінанси, облік і аудит*. 2011. Вип. 17. С. 273-279.

4. Кондрич В.І. Система регулювання бухгалтерського обліку незавершеного виробництва. *Європейські перспективи*. 2014. № 5. С. 152-159.

5. Кушніренко Д.І. Сутність незавершеного виробництва як облікової категорії. *Облік і фінанси*. 2014. № 3 (65). С. 52-58.

6. Лінник М.В. Вдосконалення методик обліку і оцінки незавершеного виробництва на підприємствах швейної промисловості. *Наукові дослідження в сфері бухгалтерського обліку, контролю та аналізу: теоретико-практичне значення і напрями подальшого розвитку*: тези та тексти виступів VI Міжнародної наукової конференції. Житомир: ЖДТУ, 2007. С. 68-70.

7. Озеран В.М., Паламар М.О. Оцінка та облік незавершеного виробництва. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2005. № 15. Ч. І. С. 426-430.

8. Сторожук Т.М., Кушніренко Д.І. Облікова політика підприємства щодо незавершеного виробництва. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2014. № 797. С. 300-305.

9. Супрунова І.В., Боярський Ю.І. Незавершене виробництво: оцінка та облікове відображення. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2011. Вип. 2 (20). С. 459-467.

10. Тимошенко Ю.М. Оцінка вартості готової продукції та незавершеного виробництва на малих підприємствах обробної промисловості. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2007. Вип. 22. С. 201-206.

REFERENCES:

1. Vigovskaya I.M. (2015) Problemni pytannia bukhhalterskoho obliku i kontroliu nezavershenoho vyrobnytstva pivovarnykh pidpriemstv [Problematic issues of accounting and control of incomplete production of brewing enterprises]. *Problemy teorii i metodolohiyi bukhhalterskoho obliku, kontrolyu i analizu. Seriya: Bukhhalterskyi oblik, kontrol i analiz*, no. 2, pp. 38-49.

2. Gavrilenko V.A., Chernikova E.G. (2011) Udoskonalennia obliku nezavershenoho vyrobnytstva v umovakh koksokhimichnykh pidpriemstv [Improvement of the accounting of the incomplete production in the conditions of coking plants]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, no. 41 (2), pp. 30-37.

3. Gordienko L.P. (2011) Zastosuvannia tradytsiinykh metodiv obliku ta kalkuliuvania vytrat nezavershenoho vyrobnytstva v Ukraini [Application of traditional methods of accounting and calculating costs of work in progress in Ukraine]. *Finansy, oblik i audyt*, no. 17, pp. 273-279.

4. Kondrich V.I. (2014) Systema rehuliuвання bukhhalterskoho obliku nezavershenoho vyrobnytstva [System of accounting of incomplete production]. *Yevropeiski perspektyvy*, no. 5, pp. 152-159.

5. Kushnirenko D.I. (2014) Sutnist nezavershenoho vyrobnytstva yak oblikovoi katehorii [Essence of incomplete production as an accounting]. *Oblik i finansy*, no. 3 (65), pp. 52-58.

6. Lynnyk M.V. (2007) Vdoskonalennia metodyk obliku i otsinky nezavershenoho vyrobnytstva na pidpriemstvakh shveinoi promyslovosti [Improvement of methods of accounting and evaluation of work in the garment industry]. *Proceedings of the Scientific researches in the field of accounting, control and analysis: theoretical and practical significance and directions of further development'07 : VI Mizhnarodna naukova konferentsiya* pp. 68-70. Zhytomyr : ZhDTU. (in Ukrainian).

7. Ozeran V.M. (2005) Otsinka ta oblik nezavershenoho vyrobnytstva [Estimation and accounting of work in progress]. *Formuvannia rynkovoï ekonomiky v Ukraini*, no. 15, pp. 426-430.

8. Storozhuk T.M., Kushnirenko D.I. (2014) Oblikova polityka pidpriemstva shchodo nezavershenoho vyrobnytstva [Accounting policy of the enterprise concern-

ing incomplete production]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika". Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku*, no. 797, pp. 300-305.

9. Suprunova I.V., Boyarsky Yu.I. (2011) Nezavershene vyrobnytstvo: otsinka ta oblikove vidobrazhennya [Unfinished production: evaluation and accounting display]. *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu* no. 2, pp. 43-47.

10. Timoshenko Yu.M. (2007) Otsinka vartosti hotovoi produktsii ta nezavershenoho vyrobnytstva na malykh pidpriemstvakh obrobnoi promyslovosti [Estimation of cost of finished goods and work in progress in small manufacturing enterprises]. *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoyi systemy Ukrainy* no. 22, pp. 201-206.

ОБЛІК В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ACCOUNTING IN THE DIGITAL ECONOMY: PROBLEMS AND PROSPECTS

УДК 336

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-32>**Хорунжак Н.М.**д.е.н., професор кафедри обліку та оподаткування
Тернопільський національний економічний університет**Лукановська І.Р.**к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування
Тернопільський національний економічний університет**Khorunzhak Nadiya**

Ternopil National Economic University

Lukanovska Iryna

Ternopil National Economic University

У статті проаналізовано наявні проблеми облікового відображення операцій четвертої індустріальної революції – цифрової економіки. Основними проблемами, які розглядаються у статті, є вивчення концептуальних теоретичних і практичних основ цифрової економіки, перспектив її розвитку та впливу цифрових технологій на інноваційний розвиток і суспільний прогрес, а також прикладних проблем, пов'язаних із цією проблематикою, таких як розвиток та облік електронної комерції. Досліджено основні тенденції здійснення операцій з електронної комерції та виявлено проблему їх облікового відображення – це юридичне узаконення. Оскільки електронна комерція полягає у відносинах, спрямованих на отримання прибутку, то те, яким чином реалізуються ці майнові обов'язки, система обліку контролює не повною мірою. Таким чином, одним із найважливіших розглянутих у статті завдань є потреба в розробленні правових засад обліку та оподаткування цифрової економіки.

Ключові слова: цифрова економіка, електронна комерція, цифровізація, бухгалтерський облік, цифрові дані, інформаційні системи.

В статті проаналізовані существующие проблемы учетного отражения опе-

раций четвертой индустриальной революции – цифровой экономики. Основными проблемами, которые рассматриваются в статье, является изучение концептуальных теоретических и практических основ цифровой экономики, перспектив ее развития и влияние цифровых технологий на инновационное развитие и общественный прогресс, а также прикладных проблем, связанных с этой проблематикой, а именно развитие и учет электронной коммерции. Исследованы основные тенденции осуществления операций с электронной коммерции и обнаружена проблема их учетного отображения – это юридическое узаконивание. Так как электронная коммерция состоит в отношениях, направленных на получение прибыли, то каким образом реализуются эти имущественные обязанности, система учета контролирует не полностью. Таким образом, одной из важнейших рассмотренных в статье задач является потребность в разработке правовых основ учета и налогообложения цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, электронная коммерция, цифровизация, бухгалтерский учет, цифровые данные, информационные системы.

The article analyzes the existing issues of accounting for the operations of the Industry 4.0 – the digital economy, which is an economy where the key factors and means of production are digital data and network transactions, as well as their use as a resource, which can significantly increase efficiency, productivity and value for the products and services we receive. The digital age is changing the way we do business, as well as the requirements for information technology used: marketing, sales, and service management systems; telephony and messengers; workflow and personnel management systems; accounting systems and many other corporate applications, which are nowadays an integral part of the activity of enterprises (organizations). Therefore, there are a number of accounting issues that relate to different aspects of business, including a remote approach to the sale of goods and services, the extension of their boundaries, the emergence of new types of payments. The main issues addressed in the article are the study of the conceptual theoretical and practical foundations of the digital economy, the prospects for its development and the impact of digital technologies on innovation development and social progress, as well as the applied problems related to these issues, namely the development and accounting of e-commerce. The basic tendencies of carrying out e-commerce transactions are investigated and the problem of their accounting is revealed – this is legal legalization. Since e-commerce is about profit-oriented relationships, the accounting system does not fully control how these property responsibilities are implemented. Thus, one of the most important issues addressed in the article is the need to develop the legal framework for accounting and taxing the digital economy. It should be acknowledged that, despite the dynamic development of the digital economy, including the growth of commerce through the Internet, the analysis of research shows their fragmentation. Special attention is paid to the digital economy, but there is no coherent scientific approach to accounting and taxation.

Key words: digital economy, e-commerce, digitalization, accounting, digital data, information systems.

Постановка проблеми. Сучасний економічний розвиток характеризується широким упродовженням сучасних інформаційних технологій в усі його процеси. Констатація цього факту задекларована й українською Концепцією розвитку цифрової економіки і суспільства України на 2018-2020 роки. Передбачені в цьому державному документі заходи та їх послідовний план щодо активізації розвитку цифрової економіки засвідчують вагомість і перспективність руху в цьому напрямі.

Як ідентифікація цього явища в Концепції подається в «Загальних положеннях» пункт, що можна вважати означенням: «У класичному розумінні поняття «цифрова економіка» означає діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані, як числові, так і текстові» [7].

Дещо ширше трактує це поняття В.В. Фіщук і його колеги – науковці й практики, – які вважають, що «цифрова економіка – це тип економіки, де ключовими факторами та засобами виробництва є цифрові дані (бінарні, інформаційні тощо) та мережеві транзакції, а також їх використання як ресурсу, що дає змогу істотно збільшити ефективність, продуктивність діяльності та цінність для отриманих продуктів та послуг» [10]. Ці означення дуже схожі, адже в їхній основі лежить факторний чинник. І ним вважаються цифрові дані, які ідентифікуються як виробничий ресурс (основні засоби).

Однак вирішити цю актуальну проблему неможливо без ретельного сутнісного аналізу явищ, процесів і операцій, що відбуваються в такого роду економіці. Для цього варто розпочати з її ролі, впливу на інші економічні явища тощо.

Найпершим сподіванням орієнтації української економіки на цифрові технології є залучення нових інвестицій. Іншим позитивним результатом реалізації затвердженої Стратегії, який очікується отримати, є збільшення ВВП України. Окрім того, завдяки активному використанню сучасних технічних досягнень можна з великою вірогідністю очікувати швидкої та ефективної міжнародної інтеграції та розвитку торгівлі.

Відповідно до цього повинна розвиватися система управління та її функції. З-поміж них акцент слід зробити на обліку як одній із найважливіших функцій управління та джерелі інформаційних даних, необхідних для прийняття рішень.

Поява в умовах цифрової економіки нових специфічних господарських операцій і видів діяльності (наприклад, електронна комерція) вимагає адекватної системи обліку, здатної відображати досить особливі об'єкти. З огляду на це, актуальним напрямом наукових досліджень є проблематика розвитку системи обліку в умовах цифрової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Слід зауважити, що в останні роки активізуються наукові пошуки щодо цифрової економіки загалом і обліку в ній зокрема. Дискутують із питань означення, умов, засад, характеристик цифрової економіки такі вчені, як О.С. Вишневський, О.П. Голобородько, Г.Т. Карчева, С.В. Коля-

денко, Н.М. Краус, К.М. Краус, Л.О. Матвейчук, М.В. Руденко та багато інших.

Постановка завдання. Метою дослідження є цифрова економіка як новий об'єкт обліку, що має власну специфіку й відрізняється від традиційних. Тому виклик для облікової системи – встановити принципи облікового відображення, сформулювати систему оцінки, документального й рахункового забезпечення.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Переважно науковці визначають низку понять, пов'язаних із цифровою економікою (в т.ч. поняття «цифровізація»), аналізують витoki, засади й умови її розвитку, ідентифікують проблеми [1; 4; 8]. Окрім цього, багато вчених і практиків акцентують увагу на перешкодах розвитку, перевагах цифрової економіки, її впливі на соціально-економічний розвиток країни.

Зокрема, В.В. Фіщук наводить низку аргументів на користь цифрової економіки і стверджує, що «цифровізація (digital, digitization) – це економічний феномен та основа для стрибкоподібного розвитку економіки країни. Цифрова економіка – більш ефективна, конкурентоздатна, створює більше можливостей для бізнесу, громадян та державі взагалі» [9]. Також науковець вважає, що цифрова економіка відкриває низку нових можливостей для України (рис. 1).



Рис. 1. Зміни, передбачені активізацією цифрової економіки в Україні

Джерело: сформовано на основі [9]

Такі досить хороші перспективи не можуть не зацікавлювати, але реальність, яку також активно обговорюють науковці й практики, не повною мірою уможливило їх реалізацію.

Основними перепонами розвитку цифрової економіки в Україні, на думку науковців, є фінансові та законодавчі бар'єри. Перші перешкоджають роботі українських компаній на глобальних ринках, зокрема в частині безперешкодного отримання коштів на рахунки, відкриті в Україні. Другі – не сприяють поширенню ідеології спільної економіки на внутрішніх ринках (наприклад, відсутність технологічної нейтральності у сфері розподілу частотного ресурсу) [10].

Однак не лише це стримує амбітні плани розвитку цифрової економіки. Небезпека, яку вона несе поряд із перевагами, – це безробіття (в т.ч. у зв'язку зі зникненням потреби в певних професіях), схилення до сировинної траєкторії розвитку української економіки (природні ресурси сприяють розвитку аграрного сектору), перекидання промислових (виробничих) витрат на працівників (віддалена робота) й нерегламентованість і складність вирішення цього питання, відсталість українського законодавства в питаннях регулювання конфліктів, що виникають (наприклад, під час здійснення електронної комерції), застаріла матеріально-технічна база розвитку цифрових технологій, недосконалий ринок програмних продуктів тощо.

У цьому далеко не повному списку негативних умов і наслідків розвитку цифрової економіки не названі ті, що стосуються системи обліку та оподаткування. В цьому контексті варто звернути увагу на позицію деяких учених, які «цілком справедливо роблять висновок, що цифрова економіка своїм впливом позначається практично на всіх сферах діяльності. Вони наголошують, що «цифрова епоха змінює підхід до ведення бізнесу, а також вимоги до використовуваних інформаційних технологій: систем управління маркетингом, продажами і сервісом; телефонії і месенджером; системам документообігу й управління персоналом; облікових систем і безлічі інших корпоративних додатків» [3].

Не вдаючись до деталізації критичних оцінок різних інших змін, зосередимо увагу на прикладній та актуальній ситуації, котра виникає щодо документообороту та облікових операцій у разі використання цифрових даних для комерційної діяльності. Надзвичайно ілюстративно це можна спостерігати під час здійснення торгівлі через Інтернет.

З погляду прагматики дослідження наукових теорій в галузі обліку дає змогу виявити інноваційні концептуальні засади обліково-аналітичного забезпечення його об'єктів. Але цифрова економіка як феноменальне явище, що з'явилося в останні роки, позбавляє можливості здійснювати дослідження генезису ролі такого активу, як

цифрові дані, в різних концепціях. Попри свою актуальність нині, наприклад, у балансовій теорії це практично неможливо зробити, оскільки такий обліковий об'єкт не відображається в балансах українських підприємств. Погоджуємося, що можна дискутувати з цього приводу, наводячи приклад обліку програмних продуктів у складі основних засобів, але це далеко не той об'єкт, який мається на увазі і в Стратегії розвитку цифрової економіки, і в інших джерелах. Йому не притаманна та глибинність і специфічність, якою наділяються цифрові дані.

Варто зазначити, що окрім ідентифікації цифрових даних як об'єкта обліку є низка не менш складних облікових проблем, пов'язаних з їх використанням. Вони стосуються різних сторін господарської діяльності, зокрема віддаленого підходу в реалізації товарів і послуг, розширення їхніх меж, виникнення нових видів розрахунків тощо. Ще одним наслідком цифровізації є те, що загалом сучасний економічний розвиток, в тому числі в сфері торгівлі, характеризується чіткими глобалізаційними рисами та розвитком міждержавних бізнесових відносин. У зв'язку з цим в організаційному плані суб'єкти господарювання структурно ускладнюються. Через це є потреба в узагальненні й зведенні даних різних структурних підрозділів і формуванні інтегрованої звітності. Це важливо для прийняття як поточних, так і стратегічних рішень. Окрім цього, нестабільність і зростання конкуренції вимагають максимального врахування суттєвих ризиків і умов, в тому числі тих, що мають нефінансову природу. У сфері торгівлі, особливо електронної комерції, такі ризики також мають місце.

Найперше, з чим стикаються практики, здійснюючи торговельні операції з використанням мережі Інтернет, – це той факт, що частина їхніх потенційних покупців не мають можливості ознайомитися з пропозиціями через відсутність Інтернету в деяких віддалених регіонах.

По друге, суттєвою перепорою є відсутність налагоджених транспортних зв'язків для доставки і відповідних надійних доставників. Це визнається і міжнародними експертами, які вважають, що слід зосередитися на фрагментації, питаннях оподаткування (ПДВ) й логістиці [2]. Вважати ці проблеми не пов'язаними з обліком не можна, адже він, виступаючи функцією управління, має надавати інформацію для прийняття управлінських рішень, у тому числі стратегічних. А розробити реальну й адекватну стратегію діяльності суб'єкта електронної комерції неможливо без таких даних.

Більш прикладною обліковою проблемою є юридичне узаконення операцій з електронної комерції. Згідно зі ст. 3 [6] «Визначенням термінів» Закону України «Про електронну комерцію», електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення

правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру.

Яким чином реалізуються ці майнові обов'язки, система обліку контролює не повною мірою. Це пов'язано із залученням до процесу торгівлі суб'єктів, що є перевізниками або підприємствами, які займаються доставкою цінностей до власних складів і місць видачі. Одним із можливих варіантів виходу є формування власної мережі доставки. У межах однієї країни в цьому разі не буде жодних проблем, а щодо міжнародної торгівлі важливо мати відповідні договори. Однак і використання сторонніх перевізників і доставників (які, до слова, укладають під час міжнародних доставок договір приєднання), як свідчить практика, дає змогу активно здійснювати електронну торгівлю товарами. Проте в цьому разі слід дослідити практику вирішення спірних поставок, адже зазвичай повну відповідальність за їхню цілісність несе інтернет-магазин. Доставники (кур'єри) у своїх правилах декларують положення про те, що вони лише надають послугу форвардингу. Складність оцінки надійності партнера полягає в тому, що інформації про проблемні відносини та їх кількість немає у вільному доступі. Тож для здійснення оцінки надійності партнера слід використовувати інші показники. Оскільки важливо лише убезпечити себе від недобросовісних партнерів, кожен суб'єкт, що здійснює торгівлю через інтернет, може використовувати власний підхід до такої оцінки. Найбільш простим із них є аналіз динаміки наданих послуг з форвардингу.

Іншою не менш вагомою характеристикою електронної комерції є її здійснення з допомогою електронних систем без фізичного контакту між покупцем і продавцем. При цьому можливий розрахунок як безготівковий, так і готівковий. Особливість таких розрахунків полягає в тому, що у разі попередньої оплати витрати покупця будуть меншими. А у разі післяплати він заплатить більшу суму через включення у неї гарантійного платежу. Щодо міжнародних покупок післяплата відсутня. Окрім цього, відмова від оформленого відправлення після його відбуття на склад зарубіжного партнера українського доставника також неможлива.

Тож для покупців наявна низка ризиків. Для їх вирішення фірми-доставники застосовують юридичні підстави відповідно до чинного українського законодавства, зокрема можливість оформлення претензії. Форма останньої дещо відрізняється залежно від статусу покупця, а саме від того, чи є він фізичною, чи юридичною особою. Щодо статистики таких стосунків, то у внутрішній інформаційній базі доставників і суб'єктів, що здійснюють електронну торгівлю, вона присутня, але зовнішні

користувачі доступу до неї не мають. Це специфіка, яка не є протизаконною та ідентифікується як комерційна таємниця. Попри це, за вільний доступ до подібної інформації можуть поборотися суспільні і громадські організації. Законодавство про захист прав споживачів це дозволяє. Більше того, обов'язковість оприлюднення звітності, передбачена чинними українськими нормами, може бути платформою надання вищезгаданих даних. Адже згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» остання «не становить комерційної таємниці, не є конфіденційною інформацією та не належить до інформації з обмеженим доступом, крім випадків, передбачених законом. На фінансову звітність не розповсюджується заборона щодо поширення статистичної інформації» [5]. Внісши відповідні законодавчо-нормативні вимоги у склад інформації, що подається у примітках, можна вирішити цю проблему.

Ще однією проблемною з погляду обліку й оподаткування ознакою електронної комерції є те, що її складником можуть бути електронні гроші. В Україні нині це економічне явище розвинене не досить. Дискусії щодо використання електронних грошей активно ведуться в площині контролю та оподаткування операцій. Проте на офіційному рівні в Україні використання такого підходу (виду) щодо розрахунків не врегульоване. Технічний прогрес, який неухильно йде вперед, потребує законодавчих напрацювань і в цьому напрямі.

Особливо актуалізується потреба у вирішенні проблеми з електронними грошима під час здійснення міжнародної торгівлі. Тому Ю. Асадчев справедливо зазначає, що такі сфери, як електронні платіжні системи, митне оформлення та оподаткування, конфіденційність, безпека, захист інтелектуальної власності, потребують удосконалення правового регулювання [1].

Висновки з проведеного дослідження. Слід визнати, що попри динамічний розвиток цифрової економіки, в т. ч. і зростання обсягів торгівлі, здійсненої через мережу Інтернет, аналіз наукових досліджень свідчить про їхню фрагментарність. Приділяється увага окремим питанням цифрової економіки, однак цілісного наукового підходу щодо обліку й оподаткування не сформовано. У цьому контексті варто назвати можливі актуальні напрями, які слід розвивати науковцям і практикам. Серед них – вирішення дискусії щодо визначення сутності поняття «електронна комерція» і суміжних понять; встановлення особливостей діяльності інтернет-магазинів для потреб відповідного розвитку інструментарію та елементів методу бухгалтерського обліку; удосконалення нормативно-правового регулювання відносин між суб'єктами у середовищі електронної комерції; розроблення методичних підходів до відображення в бухгалтерському обліку розрахункових операцій, які виникають у процесі функціонування

інтернет-магазинів; вирішення проблеми адекватного відображення в обліку витрат на впровадження та використання інтернет-магазину; визначення складників середовища електронної комерції для потреб бухгалтерського обліку; застосування електронних цифрових підписів і системи захисту бухгалтерських даних тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Веретюк С.М., Пілінський В.В. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. *Наукові записки Українського науково дослідного інституту зв'язку*. 2016. № 2. С. 51-58.
2. Електронна комерція: українське зростання. *Вісник. Офіційно про податки: офіційне видання Державної фіскальної служби України*. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/news/id/2860> (дата звернення: 30.09.2019).
3. Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6047> (дата звернення: 01.10.2019).
4. Матвейчук Л.О. Цифрова економіка: теоретичні аспекти. *Вісник Запорізького національного університету*. 2018. № 4 (40). С. 116-127. DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2018-4-40-18>
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 6.07.1999 р. № 996-XIV.
6. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення: 30.09.2019).
7. 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 р. № 67-р.
8. Руденко М.В. Цифровізація економіки: нові можливості та перспективи. *Економіка та держава*. 2018. № 11. С. 61-65. DOI: 10.32702/2306-6806.2018.11.61.
9. Фіщук В. Що дасть Україні розвиток цифрової економіки? *Future*. 2019. URL: <https://futuremagazine.io/ua/shho-dast-ukrayini-rozvitok-tsifrovoyi-ekonomiki/> (дата звернення: 01.10.2019).
10. Фіщук В., Матюшко В., Чернів Є., Юрчак О. та ін. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою. *Український інститут майбутнього*. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#> (дата звернення: 01.10.2019).

REFERENCES:

1. Veretiuk S.M., Pilinskyi V.V. (2016) Vyznachennia priorytetnykh napriamkiv rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Ukraini [Identifying priority areas for the digital economy in Ukraine]. *Naukovi zapysky Ukrainskoho naukovo doslidnoho instytutu zviazku*, no. 2, pp. 51-58.
2. Elektronna komertsii: ukrainske zrostantia. *Visnyk [E-Commerce: Ukrainian growth]. Ofitsiino pro podatky: ofitsiine vydannia Derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy*. Available at : <http://www.visnuk.com.ua/ua/news/id/2860> (accessed 30 September 2019).
3. Kraus N.M., Holoborodko O.P., Kraus K.M. (2018) Tsyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy avanharnodno kharakteru rozvytku [The digital economy: trends and prospects for the avant-garde nature of development] *Efektivna ekonomika*, № 1. Available at : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6047> (accessed 01 October 2019).
4. Matveichuk L.O. (2018) Tsyfrova ekonomika: teoretychni aspekty. [Digital economics: theoretical aspects]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, no. 4 (40), pp. 116-127. Available at : <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2018-4-40-18>.
5. Pro bukhghalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini [On Accounting and Financial Reporting in Ukraine: Law of Ukraine]: *Zakon Ukrainy vid 6.07.1999. №996-XIV*.
6. Pro elektronnu komertsiiu [On Electronic Commerce]: *Zakon Ukrainy vid 03.09.2015. № 675-VIII*. Available at : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (accessed 30 September 2019).
7. Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018-2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii [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]: *Rozporiadzhennia Kabinetu ministriv Ukrainy vid 17.01.2018. №67-r*.
8. Rudenko M.V. (2018) Tsyfrovizatsiia ekonomiky: novi mozhlyvosti ta perspektyvy [Digitizing the Economy: New Opportunities and Perspectives]. *Ekonomika ta derzhava*, №11, pp. 61-65. DOI: 10.32702/2306-6806.2018.11.61.
9. Fishchuk V. (2019) Shcho dast Ukraini rozvytok tsyfrovoy ekonomiky? [What will give Ukraine the development of the digital economy?]. *Future*. Available at : <https://futuremagazine.io/ua/shho-dast-ukrayini-rozvitok-tsifrovoyiekonomiki/>. (accessed 01 October 2019).
10. Fishchuk V., Matiushko V., Cherniev Ye., Yurchak O. ta in. *Ukraine 2030E – kraina z rozvynutoiu tsyfrovoyu ekonomikoiu* [Ukraine 2030E is a country with advanced digital economy]. *Ukrainskyi instytut maibutnoho*. Available at : <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#> (accessed 01 October 2019).

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

ANALYSIS OF THE TENDENCY OF THE DEVELOPMENT OF EXPORT AND IMPORT OPERATIONS OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF UKRAINE

У статті висвітлено сутність ринку сільськогосподарської продукції та його велике значення для економіки України загалом. Визначено місце української продукції агропромислового комплексу на світовому ринку торгівлі та роль цього ринку в сучасних умовах його функціонування. Виконано структурний та динамічний аналіз основних показників сільськогосподарської діяльності. Проаналізовано успішність угоди про вільну торгівлю з ЄС. Визначено частки продукції агропромислового комплексу у структурі експорту та імпорту за останнє п'ятиріччя. Розраховано прогноз експорту продукції агропромислового комплексу на 2019-2020 рр. Розраховано песимістичний та оптимістичний прогноз експорту продукції АПК. Визначено роль держави у регулюванні експортно-імпортних операцій на ринку сільськогосподарської продукції. Виявлено основні фактори та проблеми, що існують на ринку продукції агропромислового комплексу та заважають його процвітання. Запропоновано заходи щодо розвитку та покращення функціонування виробничого потенціалу сільськогосподарської продукції України, котрі зможуть зміцнити позиції на зовнішніх ринках.

Ключові слова: ринок сільськогосподарської діяльності, експортно-імпортні операції, конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції, аналіз, прогнозований експорт, державне регулювання.

В статье освещены сущность рынка сельскохозяйственной продукции и его большое

значение для экономики Украины в целом. Определены место украинской продукции агропромышленного комплекса на мировом рынке торговли и роль этого рынка в современных условиях его функционирования. Выполнен структурный и динамический анализ основных показателей сельскохозяйственной деятельности. Проанализирована успешность соглашения о свободной торговле с ЕС. Определены доли продукции агропромышленного комплекса в структуре экспорта и импорта за последнее пятилетие. Рассчитан прогноз экспорта продукции агропромышленного комплекса на 2019-2020 гг. Рассчитан пессимистический и оптимистический прогноз экспорта продукции АПК. Определена роль государства в регулировании экспортно-импортных операций на рынке сельскохозяйственной продукции. Обнаружены основные факторы и проблемы, которые существуют на рынке продукции агропромышленного комплекса и мешают его процветанию. Предложены меры развития и улучшения функционирования производственного потенциала сельскохозяйственной деятельности Украины, которые смогут усилить позиции на внешних рынках.

Ключевые слова: рынок сельскохозяйственной деятельности, экспортно-импортные операции, конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции, анализ, прогнозируемый экспорт, государственное регулирование.

УДК 631.1

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-33>**Рахман М.С.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу,
менеджменту та підприємництва
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

Книш А.С.

студентка
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

Rakhman Mahbubur

V.N. Karazin Kharkiv National University

Knysh Anna

V.N. Karazin Kharkiv National University

At the current stage of development of the Ukrainian economy, the question arises of the transformation of foreign trade, which is associated primarily with integration into the European Union. Despite the growing and dominant role of the tertiary sector in the global economy, agriculture remains an important link in the development of human civilization. Agricultural products can be either in the form of finished or in the form of raw materials for further processing. The availability and quality of food, in the first place, determines the physical existence and health of billions of people. On the other hand, the level of development of the agricultural sector of the state is a key element in shaping its food security. The article outlines the essence of agricultural market and its importance for the economy of Ukraine as a whole. The place of Ukrainian production of agro industrial complex on the world trade market and the role of the agricultural market in current conditions of its operation is determined. The strengths of the implementation of the production potential of agricultural products on the global trading platform are determined. The analysis of the current state of the agricultural market of Ukraine with the help statistical methods is carried out. The structure of foreign trade of Ukraine's agricultural products is analyzed. A dynamic analysis of the main indicators of the agricultural activities in the last five years has been carried out. The success of the free trade agreement with the European Union countries has analyzed. The export forecast for agricultural products of Ukraine for 2019-2020 has been calculated. A pessimistic and optimistic forecast for the export of agricultural products was calculated. The role of the state in the regulation of export-import operations in the agricultural market is determined. The main factors and problems that exist in the agricultural market of Ukraine and interfere with its prosperity have been discovered. Directions for the development and improvement of the functioning of the production potential of the agricultural activity of Ukraine are proposed, which will strengthen the position in foreign markets.

Key words: agricultural market, export-import operations, competitiveness of the agricultural industry, analysis, forecast exports, government regulation.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки України постає питання трансформації зовнішньої торгівлі, що пов'язане передусім з інтеграцією до ЄС. Сільське господарство, попри зростаючу та переважаючу роль третинного сектору у світовій економіці, залишається важливою ланкою розвитку людської цивілізації. Сільськогосподарська продукція може бути як у формі готової, так

і у вигляді сировини для подальшого перероблення. Від наявності та якості продуктів харчування перш за все залежать фізичне існування й здоров'я мільярдів людей. З іншого боку, рівень розвитку агропромислового сектору держави є ключовим елементом формування її продовольчої безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження цієї тематики,

зокрема вивчення українського ринку сільськогосподарства, здійснили С.М. Кваша, С.О. Григор'єв, І.О. Клімова, Ю.О. Лупенко, В.Я. Месель-Веселяк. Велике значення мають наукові дослідження щодо світового ринку аграрної продукції, які зробили вітчизняні вчені, такі як В.Г. Ніценко, В.Г. Андрійчук, Н.Є. Голомша, Г.О. Квітка, І.Ю. Салькова, О.М. Шпичак.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану сучасного ринку сільськогосподарської продукції України, виявлення недоліків його функціонування та розроблення основних тенденцій розвитку ринку сільського господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Історично для всіх цивілізацій та систем влади на території, яку займає сучасна Україна, провідною галуззю було й залишається сільське господарство, бо воно дає змогу забезпечити продовольчу безпеку нашої країни. Багато років Україна перебуває в кризовому стані. У цих умовах важливим завданням для економіки України є забезпечення активного та відносно сталого розвитку АПК, який би зміг скласти конкуренцію АПК у міжнародних масштабах [1].

Україна є одним із ключових гравців на світовому ринку сільськогосподарської продукції. Аграрний сектор України сьогодні є опорою української економіки, формує близько 14% ВВП та є одним з основних бюджетонаповнюючих та орієнтованих на експорт секторів національної економіки. Близько 20-24% українського експорту становлять продукти агропромислового експорту України. Україна експортує свою продукцію в більш ніж 190 країн світу та посідає провідні позиції на світовому ринку, зокрема, з експорту зернових та олійних культур.

В умовах сприятливих природно-кліматичних, земельних та трудових ресурсів країна впевнено розвиває власний АПК, про що свідчать зростання частки агропромислового комплексу у складі ВВП та щорічне збільшення обсягів експорту сільськогосподарської продукції. Нині Україна увійшла до п'ятірки лідерів серед країн, з яких до ЄС над-

ходить імпорт сільськогосподарської продукції, та була визнана однією з найрозвиненіших країн АПК, посівши перші місця у виробництві продукції тваринного та рослинного походження.

Нині ми стаємо свідками того, як сільське господарство перетворюється на одне з головних джерел експорту. Цьому сприяють й великі масштаби сільськогосподарського землекористування, й родючі землі. Щодо імпорту, то спостерігаємо його щорічне збільшення, яке приводить до від'ємного сальдо, наслідком якого є уповільнене економічне зростання.

Згідно з даними Державної служби статистики у першій половині 2019 року було експортовано продукції на суму 24,5 млрд. дол. США, з яких 10,1 млрд. дол. США становить експорт сільськогосподарської продукції. Імпортні закупки деякої сільськогосподарської продукції у січні-липні 2019 року знизились на декілька пунктів порівняно з 2018 роком, проте імпорт на окремі категорії сільськогосподарської продукції значно збільшився, до таких товарів належать овочі (рис. 1) [2].

Левову частку імпортованих товарів у січні-липні 2019 року складають риба, ракоподібні та їстівні плоди, горіхи. Проте щорічно спостерігається поступове зниження імпортних закупівель деякої продукції, а обумовлена ця тенденція тим, що Україна щорічно підвищує обсяги виробництва окремої сільськогосподарської продукції для задоволення потреб свого населення. За останні 5 років частка продукції АПК у структурі експортної виручки України зросла з 31% у 2014 році до 42,9% у 2018 році. Проте варто зазначити, що основу аграрного експорту все ще становить експорт сировини, а саме продукція рослинного походження (пшениця, кукурудза, ячмінь та соєві боби). Частка цієї продукції в структурі експорту становить близько 55%.

За 2014-2018 роки експорт та імпорт показали неоднозначну динаміку. З одного боку, експорт товарів з України виріс на 9%, досягнувши 47,3 млрд. дол. США, 18,6 млрд. дол. США з яких

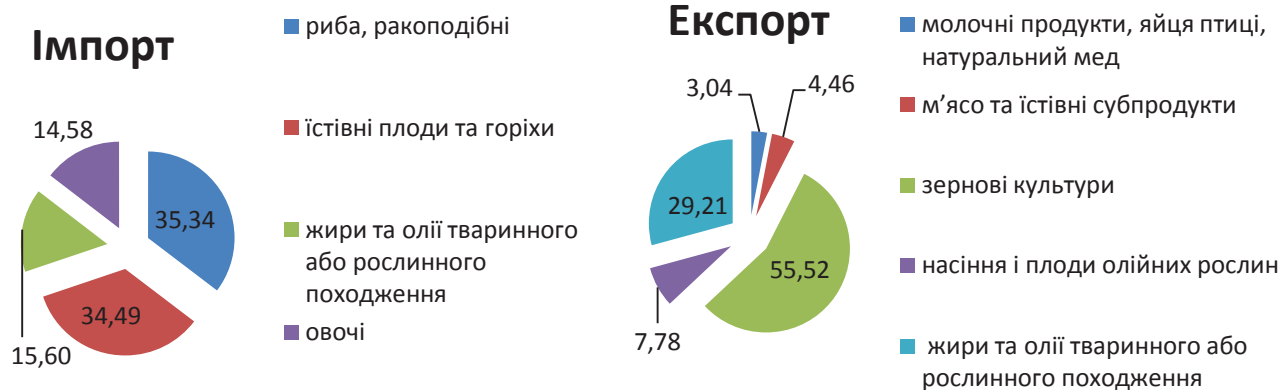


Рис. 1. Структура сільськогосподарського експорту та імпорту України за січень-липень 2019 року

Джерело: побудовано на основі [2]

складає експорт сільськогосподарської продукції. З іншого боку, темпи приросту помітно сповільнилися порівняно з показниками 2017 року. Подібна ситуація склалася також з імпортом товарів до України. Загальний імпорт товарів до України у 2018 році склав 56,9 млрд. дол. США, а частка сільськогосподарського імпорту становила 5,1 млрд. дол. США. Результати можемо спостерігати нижче (табл. 1).

Показники експорту та імпорту сільськогосподарської продукції України постійно змінювалися з плином часу та залежали від багатьох економічних, політичних та інших факторів. У 2015 році експорт становив 14,6 млрд. дол. США, що менше на 2,1 млрд. дол. США, ніж у попередньому році. З 2014 року експорт та імпорт коливався кожного року. Нестабільна політична ситуація та війна на сході у 2014 році вплинули на всі галузі економіки України, а ринок сільськогосподарської продукції відреагував скороченням обсягів

експортно-імпортних операцій, про що свідчать темпи зростання 2015 року, які склали 114,4% та 174,3% відповідно. Експорт та імпорт зменшився через обмеження експортних товарів для торгівлі з Росією. Темпи зростання для експорту у 2018 році склали 104,5%, а для імпорту – 118%. У 2015 році різко зменшилися обсяги експорту та імпорту сільськогосподарської продукції, що пов'язане з нестабільною політичною ситуацією (війна на сході, анексія Криму, проведення антитерористичної операції). Здебільшого Україна здатна сама забезпечити своє населення необхідною сільськогосподарською продукцією, а імпортує лише ті товари, які не може виробляти сама або які не може виробляти в потрібній кількості.

За результатами 2018 року експорт продукції АПК до країн ЄС перевищує 6,3 млрд. дол. США (рис. 3) [2].

Така динаміка чітко демонструє успішність Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та

Таблиця 1

Загальний та сільськогосподарський експорт та імпорт за 2014-2018 роки

Рік	Сума, млрд. дол. США	Експорт, млрд. дол. США		Частка, %	Імпорт, млрд. дол. США		Частка, %
	обсяги зовнішньої торгівлі	всього	зокрема, продукції АПК	частка АПК	всього	зокрема, продукції АПК	частка
2014	108,3	53,9	16,7	30,9	54,4	6,1	11,2
2015	75,6	38,1	14,6	38,3	37,5	3,5	9,3
2016	75,3	36,4	15,3	42,0	38,9	3,9	10,0
2017	92,9	43,3	17,8	41,1	49,6	4,3	8,6
2018	104,2	47,3	18,6	39,3	56,9	5,1	8,9
Баланс	456,3	219	83		237,3	22,9	

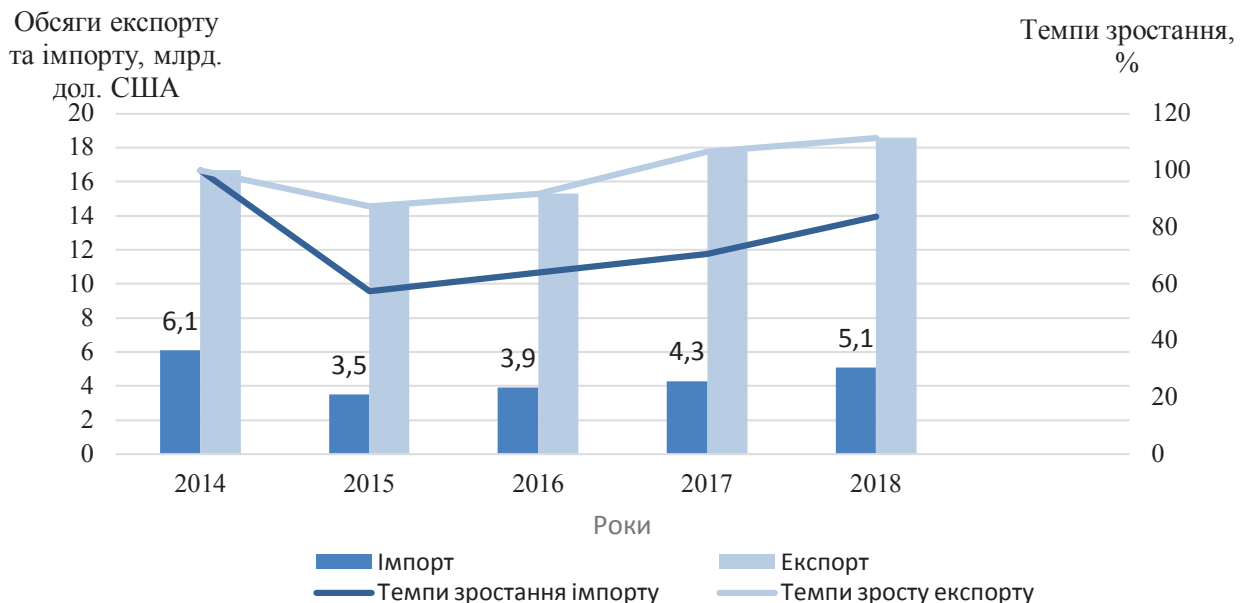


Рис. 2. Динамічні зміни обсягів експорту-імпорту сільськогосподарської продукції України (ліва шкала, млрд. дол. США) та їх динаміка (права шкала, %) за 2014-2018 роки

Джерело: побудовано на основі [2]

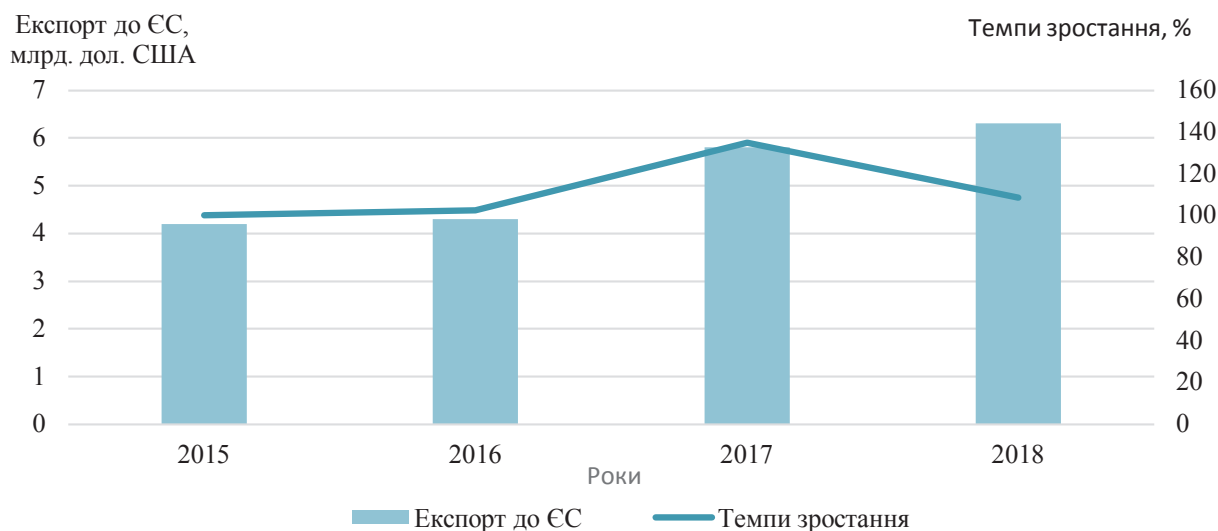


Рис. 3. Експорт сільськогосподарської продукції до ЄС за 2015-2018 роки (ліва шкала, млрд. дол. США) та його динаміка (права шкала, %)

Джерело: побудовано на основі [3]

ЄС у сфері АПК. Оскільки український експорт продукції АПК в країни ЄС продовжує демонструвати щорічне зростання, адже у 2016 році він був трохи більше за 4 млрд. дол. США, у 2017 році – 5,8 млрд. дол. США, то українські виробники є конкурентоспроможними на ринках європейських країн і можуть успішно експортувати свою продукцію згідно з найвищими стандартами безпеки та якості. Серед країн ЄС найбільшими імпортерами української сільськогосподарської продукції стали Нідерланди (12,3%), Іспанія (11%), Італія (7,5%).

Експорт сільськогосподарської продукції України за останні роки має тенденцію до збільшення своїх обсягів, окрім 2015 року, який відзначився значним спадом. За результатами проведеного аналізу прогностичний обсяг експорту сільськогосподарської продукції у 2019 році збільшиться й складатиме 18,7 млрд. дол. США, а у 2020 році –

19,4 млрд. дол. США (рис. 4). З огляду на різноманітні фактори, як позитивні, так і негативні, що впливають на зовнішню торгівлю української сільськогосподарської продукції, обсяги експорту можуть коливатись. За оптимістичних обставин, якщо тенденція збуту сільськогосподарської продукції й надалі буде спрямована на зростання, обсяги експорту зростуть приблизно до 19,15 млрд. дол. США у 2019 році та 19,85 млрд. дол. США у 2020 році, проте з огляду на ймовірні загрози, які можуть виникнути через збут продукції на зовнішній ринок, експорт продукції АПК зменшиться та дорівнюватиме приблизно 18,25 млрд. дол. США у 2019 році та 18,95 млрд. дол. США у 2020 році.

Україна має великий потенціал щодо розвитку ринку сільськогосподарської продукції. За останні 5 років Україна поступово збільшувала обсяги

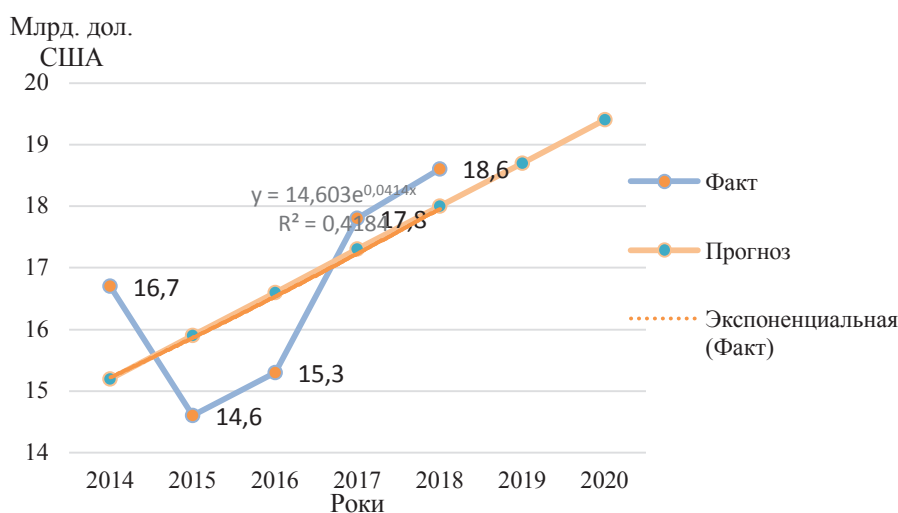


Рис. 4. Прогноз обсягів експорту сільськогосподарської продукції України на 2019-2020 роки

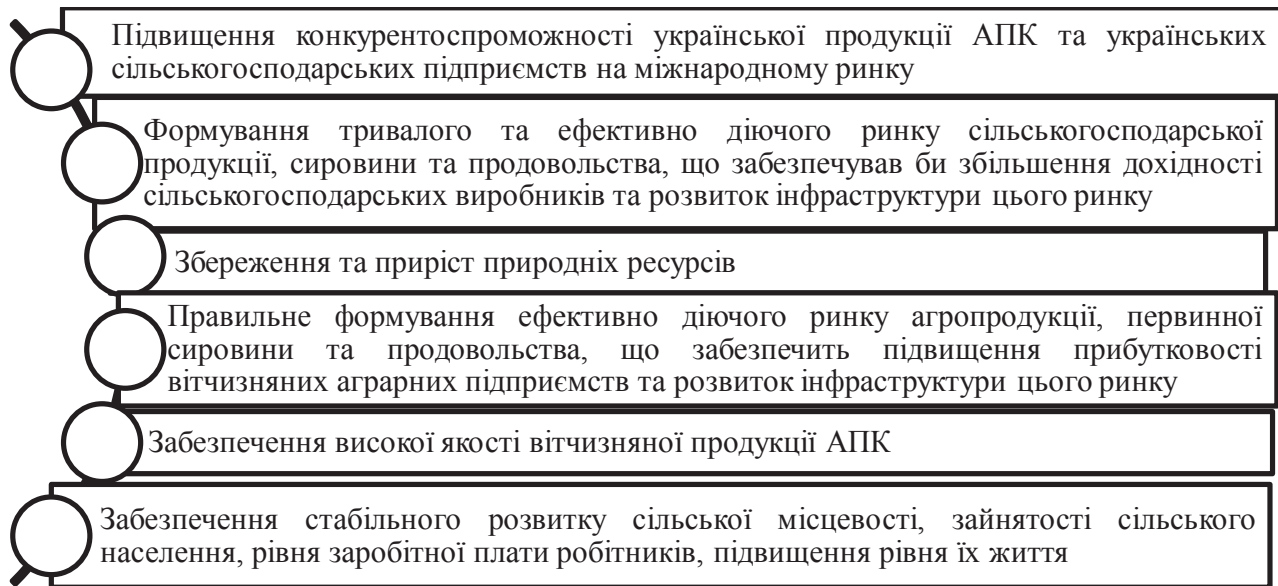


Рис. 5. Основні напрями державного регулювання сільського господарства на сучасному етапі

експорту сільськогосподарської продукції, навіть незважаючи на нестабільну політичну ситуацію. Основними стратегічними напрямами розвитку сільського господарства в Україні мають бути (рис. 5) вдосконалення нормативно-законодавчої бази, яка б забезпечувала стабільний розвиток сільського господарства; виробництво органічної, безпечної та екологічно чистої сільськогосподарської продукції; встановлення ринкових цін на продукцію, які забезпечуватимуть рентабельність її виробництва для основної маси виробників; упродовження досягнення НТП та інновацій; залучення молодих людей у сільське господарство; забезпечення гідної оплати праці в сільському господарстві тощо [5, с. 82].

Висновки з проведеного дослідження.

За результатами аналізу можна стверджувати, що з плином часу державна підтримка АПК зростає. Це вдало відображається на вітчизняному асортименті сільськогосподарських товарів. Варто сподіватись на те, що держава й надалі буде розвивати АПК у тривалій перспективі, а продовольча безпека перебуватиме в першочергових цілях вищих щаблів керівництва України. Експорт української сільськогосподарської продукції щорічно зростає, а це говорить про те, що українські виробники є конкурентоспроможними на ринках інших країн і можуть успішно експортувати свою продукцію згідно з найвищими стандартами безпеки та якості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кваша С.М., Григор'єв С.О. Сутність та особливості аграрного ринку. *Вісник ОНМУ ім. І.І. Мечникова*. 2016. Вип. 8 (50). С. 56-59.
2. Товарна структура зовнішньої торгівлі за 2014 – I півріччя 2019 років / Державна служба ста-

тистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.09.2019).

3. Експорт аграрної продукції за 2018 рік / РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/eksport-agrarnou-produktsii-strany-es-2018-1548937274.html> (дата звернення: 06.09.2019).

4. Клімова І.О. Ринок сільськогосподарської продукції: особливості розвитку та проблемні питання формування інфраструктури. *Прикладна статистика: проблеми теорії та практики*. 2011. Вип. 8. С. 138-147.

5. Лаврук О.В. Мотиваційний механізм управління виробничими витратами сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2011. Вип. 2. С. 82.

REFERENCES:

1. Kvasha S.M., Hrigoryev S.O. (2016) Sutnist' ta osoblyvosti ahrarnoho rynku [Essence and features of agricultural market]. *Bulletin of ONMU named I.I. Mechnikov*, vol. 8, no. 50, pp. 56-59.
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2014 – 1st half of 2019) Tovarna struktura zovnishn'oyi torhivli [Commodity structure of foreign trade]. Kyiv : Informatsiino-analitychne ahentstvo (accessed 17 September 2019).
3. RBK-Ukraine (2018) Eksport ahrarnoyi produktsiyi v krayini YES [Export of agricultural products]. Kyiv : Ukrayins'ki biznes tekhnolohiyi (accessed 6 September 2019).
4. Klimova I.O. (2011) Rynok sil's'kohospodars'koyi produktsiyi: osoblyvosti rozvytku ta problemni pytannya formuvannya infrastruktury [Agricultural market: development features and infrastructure issues]. *Applied statistics: problems of theory and practice*, vol. 8, pp. 138-147.
5. Lavruk O.V. (2011) Motyvatsiynny mekhanizm upravlinnya vyrobnychymy vytratamy sil's'kohospodars'kykh pidpryemstv. [Motivational mechanism of management of production costs of agricultural enterprises]. *Economics of AIC*, vol. 2.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

FEATURES OF FORMING THE QUALITY OF HOTEL SERVICES IN UKRAINE

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-34>

Мельник І.М.

д.е.н., доцент,
професор кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Львівський торговельно-економічний
університет

Полотай Б.Я.

старший викладач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Львівський торговельно-економічний
університет

Melnyk Iryna

Lviv University of Trade and Economics

Polotaj Bohdana

Lviv University of Trade and Economics

Сучасні тенденції та умови функціонування світової економіки диктують нові пріоритети та напрями розвитку: провідні галузі промисловості, які у минулому були лідерами стають аутсайдерами і навпаки. Однією з галузей, що вирвалася у лідери за останні роки, є індустрія гостинності, основою якої виступає готельне господарство. На основі усього цього у статті розглянуто актуальне на сьогодні в Україні питання якості готельних послуг. Адже функціонування ринку готельних послуг в Україні виявляє цілий комплекс проблем, пов'язаних з труднощами переходу готельних підприємств до європейських стандартів обслуговування, проблемами підвищення конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках, підвищення ефективності управління і прибутковості готельного бізнесу н у звичайно, що якості. Якість готельних послуг можна оцінити лише в момент її надання, або за відгуками гостей. Розкрито основні фактори впливу на якість обслуговування та проблеми формування системи управління якістю підприємств сфери готельного бізнесу України. Визначено складові якості готельних послуг.

Ключові слова: гостинність, готель, готельна послуга, якість, модель якості обслуговування.

Современные тенденции и условия функционирования мировой экономики диктуют

новые приоритеты и направления развития: ведущие отрасли промышленности, в прошлом были лидерами становятся аутсайдерами и наоборот. Одной из отраслей, вырвалась в лидеры за последние годы, является индустрия гостеприимства, основой которой выступает гостиничное хозяйство. На основе всего этого в статье рассмотрено актуальный на сегодня в Украине вопрос качества гостиничных услуг. Ведь функционирование рынка гостиничных услуг в Украине оказывает целый комплекс проблем, связанных с трудностями перехода гостиничных предприятий с европейскими стандартами обслуживания, проблемами повышения конкурентоспособности на национальном и международном рынках, повышение эффективности управления и прибыльности гостиничного бизнеса ну и конечно, что качества. Качество гостиничных услуг можно оценить только в момент ее предоставления, или по отзывам клиентов. Раскрыты основные факторы влияния на качество обслуживания и проблемы формирования системы управления качеством предприятий сферы гостиничного бизнеса Украины. Определены составляющие качества гостиничных услуг.

Ключевые слова: гостеприимство, гостиница, гостиничная услуга качества, модель качества обслуживания.

The current trends and conditions of functioning of the world economy dictate new priorities and directions of development: leading industries that in the past were leaders become outsiders and vice versa. One of the industries that has emerged as a leader in recent years is the hospitality industry, which is based on the hospitality industry. On the basis of all this, we have considered the issue of hotel services quality in Ukraine relevant today. Hotel services are all activities that the hotel has to offer the visitor, which are mostly insensitive and do not lead to the receipt of something tangible. Quality issues play a crucial role in the provision of hotel services. Without quality service, the hotel is not able to achieve its main goals. Without quality service, the hotel is not able to achieve its main goals. After all, the functioning of the hotel services market in Ukraine reveals a whole range of problems related to the difficulties of transition of hotel enterprises to European standards of service, problems of increasing competitiveness in the national and international markets, improving the efficiency of management and profitability of the hotel business, and of course, the quality. The quality of hotel services can only be assessed at the time of its provision or by customer feedback. The main factors of influence on the quality of service and the problems of forming the quality management system of the enterprises of the hotel business sphere of Ukraine are revealed. The description of the quality component of hotel services is revealed. From which it can be seen that the analysis of the quality of services of the enterprises of the hospitality industry should be carried out in various components: accessibility, competence, security, trust, responsibility. This allows comprehensive diagnostics of their quality level and evaluation of individual service quality indicators. An important problem of domestic accommodation facilities is the lack of appropriate departments for service quality management, whose task should be to study the market of hospitality services, to conduct market research of consumer needs, to conduct quality controls of hotel services in order to identify and use opportunities, which ensure the increase in effectiveness of the enterprise.

Key words: hospitality, hotel, hotel service, quality, model of quality service.

Постановка проблеми. В умовах сьогодишнього економічного становища в Україні, проблема якості надання готельних послуг є дуже актуальною, оскільки готелі, що не приділяють уваги забезпеченню якості, приречені на банкрутство.

Сучасна ситуація на ринку готельних послуг характеризується зростаючим попитом на якісні послуги і вимушеним пошуком їх задоволення за кордоном. Такий стан породжує необхідність розробки та доведення до власників готелів переліку заходів, спрямованих на підвищення якості готельних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями дослідження проблем якістю готельних послуг займалися як вітчизняні, так і закордонні

вчені: Е. Балашова [1], М. Бойко, С. Войнаренко [2], Ю. Волков [3], Н. Данько [4], Е. Демінг [5], М. Мальська, І. Пандяк, Х. Роглев та інші.

Наукових публікацій за результатами фундаментальних досліджень системи готельних послуг та їх якості на сучасному етапі із врахуванням вітчизняних особливостей недостатньо. Подальшого розвитку потребують теоретичні положення та методичні засади проблематики якості готельних послуг, особливо у напрямі його об'єктивної кількісної оцінки, що і обґрунтовує актуальність нашого дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є розкриття проблеми формування якості готельних послуг в Україні та шляхи їх удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Ефективність функціонування будь-якого готельного підприємства тісно пов'язана з якістю надання готельних послуг, а досягнення його високого рівня – важливе завдання, вирішення якого забезпечує підприємницький успіх. Якість належить до розряду таких понять, про які всі неодноразово чули і про які мають своє уявлення. Проте ці уявлення лише підкреслюють суб'єктивне трактування змісту терміну, в який кожен вкладає щось своє, отримане з особистого досвіду. За словами А. Фейгенбаума, «якість – це не євангелізм, не рацпропозиція і не гасло, це спосіб життя» [6].

У готелях якість послуг має свої особливості формування, а саме:

- неправомірно ототожнювати якість обслуговування та якість послуг;

- послуги задовольняють конкретні потреби, а не абстрактні;

- специфічні особливості якості послуг та якості продукції.

Специфічними особливостями готельних послуг є:

- споживання готельних послуг збігається з їх виробництвом;

- оцінити якість послуг можна лише в процесі споживання;

- готельні послуги не підлягають збереженню та накопиченню;

- надаючи готельні послуги, працівник готельного підприємства вступає в безпосередній контакт із споживачем;

- на відміну від товарного ринку, де товар «йде» до покупця, в готельному господарстві, навпаки, споживач «йде» до послуг готельного підприємства, тобто готельна послуга не підлягає транспортуванню;

- попит на готельні послуги коливається залежно від циклів життєдіяльності людей; так як для готельного господарства характерні добові, тижневі, місячні, річні коливання попиту [7].

Як було сказано вище, у наданні готельних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Наприклад, без якісного обслуговування готель не здатний досягти своїх основних цілей. Світова практика розвитку різних готельних корпорацій і ланцюгів, як правило, свідчить, що отримання прибутку є результатом високої якості обслуговування.

Дослідження показують, що головним чинником повторного вибору готелю гостем є якість наданого йому обслуговування. Нового гостя можна привабити розкішним інтер'єром чи якісним маркетингом, то іншим разом він прийде тільки у тому випадку, якщо побачить професіоналізм персоналу та відчує якісне обслуговування.

Готельні послуги мають ряд особливостей, які дозволяють маневрувати їхньою якістю, знижуючи або підвищуючи їх рівень для різних категорій споживачів з огляду на їхні потреби і купівельну спроможність. Якість послуг неможливо перевірити

заздалегідь, оскільки її надання і споживання відбуваються одночасно. Послуги неможливо зберігати, вони характеризуються мінливістю, невідчутністю, невіддільністю об'єкта і суб'єкта (гість бере участь у процесі надання послуги). Отже, якість послуг – це вся сукупність її особливостей, ознак і характеристик, що спираються на її здатність задовольняти заявлену або очікувану потребу гостя. На рис. 1. зображені фактори, що впливають на якісне обслуговування у готелях, з якого можна зробити висновок, що найважливішим фактором якісного обслуговування є управління.

Ефективне управління якістю у готелях повинно враховувати:

- ефективні маркетингові дослідження;

- запровадження галузевого стандарту обслуговування;

- розробку технології (нормативної характеристики) виробничих процесів;

- запровадження кваліфікаційних вимог до працівників (кваліфікаційного стандарту);

- використання нормативів праці (нормативів виробітку);

- винагороду і мотивацію праці;

- наявність корпоративної культури.

У міжнародній практиці є два найпопулярніших підходи до визначення якості обслуговування:

1) визначення якості обслуговування на основі оцінки корисних властивостей і характерних особливостей процесу надання послуг – інформація щодо точного уявлення про особливості та властивості наданих послуг, які викликають задоволення споживачів, є засобом виміру рівня якості (наприклад, розкішний готель чи ресторан має вищий рівень якості обслуговування, ніж готель з обмеженими можливостями).

2) оцінка недоліків у процесі обслуговування гостей. Відсутність недоліків – головний шлях досягнення високого рівня якості. Наприклад, готель з обмеженим обслуговуванням, як і розкішний готель, може мати високий рівень обслуговування, якщо пропонувані ним послуги вільні від недоліків і задовольняють вимоги своїх сегментів споживачів [2].

У сучасному менеджменті якості, сформувався універсальні моделі, що визначають основні елементи системи управління якістю послуг, які можна адаптувати до специфічних особливостей готельного господарства. Найпоширенішими серед них є модель «П'ять М» Ф. Котлера і «Петля якості» Е. Демінга [5]. Щодо першої, що складовими якісного обслуговування в готелі є: персоналом (MEN), обладнанням (MACHINE), матеріалами (MATERIAL), методи (METHOD) і навколишнім середовищем, мікрокліматом (MILIEU) [8]. Параметрами цих складових є:

1) висококваліфіковані кадри, досвід, професійні навички, кваліфікація, навчання, організаційна культура (MEN);

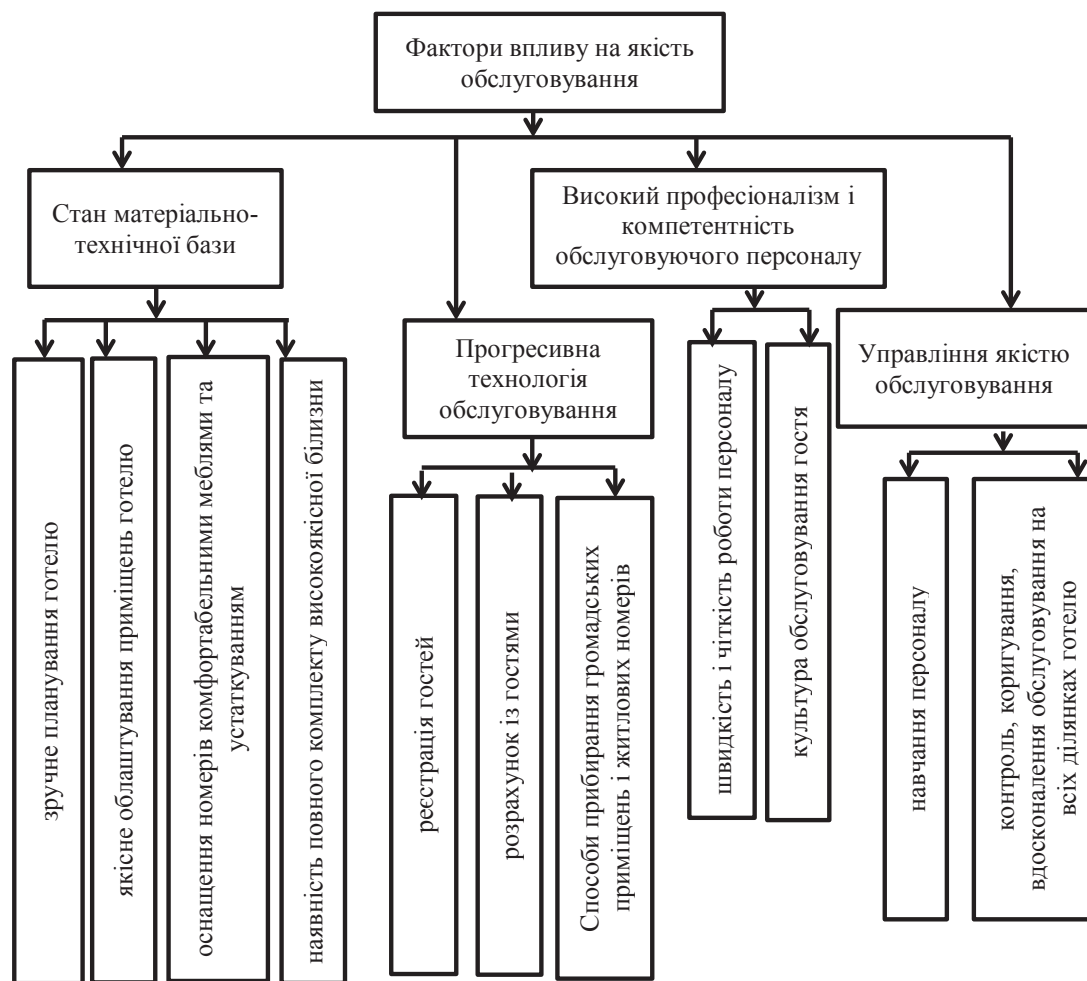


Рис. 1. Фактори впливу на якість готельне обслуговування

2) устаткування, інформаційне забезпечення, улаштування, інженерно-технічні системи (MACHINE);

3) продукція для готелів (постільна білизна, рушники, посуд, килимові покриття тощо) (MATERIAL);

4) організація і технологія обслуговування, стиль керівництва, стандарти якості (METHOD);

5) імідж, економічний успіх, конкурентоспроможність, захист довкілля, умови праці (MILIEU).

«Петля якості» прийнята за основу в міжнародних стандартах ISO 9000–9004 і характеризує етапи життєвого циклу послуги, серед яких маркетинг, проектування послуги; матеріально-технічне забезпечення; підготовка розроблення технологічного процесу обслуговування; надання готельного продукту; контроль якості; реконструкція та експлуатація готельного фонду; інфраструктура готелю; технічна допомога в обслуговуванні; підвищення кваліфікації персоналу.

Отже, ключовим фактором, що формує поняття якості, є якнайповніше задоволення потреб гостей – з різними запитами і своїм розумінням комфорту. Наприклад, для більшості українців комфортним буде той готель, де є хороший міні-бар і розвинена

система обслуговування, яка пропонує різноманітні напої і закуски на будь-який смак. Американці вважають за комфортний такий готель, де в номерах передбачені місця для приготування коктейлів, у будь-який час доби можна дістати лід, а також працює ефективна система безпеки. Європейці особливу увагу звертають на санвузол і різноманітність підприємств харчування, а японці – на можливість своєчасного отримання інформації, систему піктограм (спеціальних значків, малюнків), що дозволяє добре орієнтуватися в готелі, не знаючи місцевої мови, і наявність ресторану зі східною кухнею.

Аналіз свідчить, що суттєвою проблемою вітчизняної готельної індустрії є низький рівень якості наданих послуг та повільна оновлюваність їх асортименту. Тому, важливим завданням для готелів повинно бути створення репутації підприємства високої якості обслуговування. Це можливо через розробку і впровадження ефективної системи управління обслуговуванням, яка передбачає розробку і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль, коригування, вдосконалення обслуговування на всіх ділянках діяльності готелю.

Останнім часом в деяких готелях України широко використовується модель якості обслуговування,

відома як пятиступінчаста модель А. Парасура-мана, В. Зейтамля і Л. Бері [9], яка визначає якість обслуговування з погляду задоволення очікувань гостя (рис. 2). Застосування цієї моделі в управлінні якістю готельними послугами дозволить виявити ступінь задоволення гостя, тобто його позитивне або негативне сприйняття окремої готельної послуги, певного процесу обслуговування чи готельного підприємства загалом. Рівень якості буде співвідноситися з мірою задоволення очікувань гостей, тобто наскільки очікування і реальність співпали. Така інформація дозволить своєчасно реагувати на негативні прояви в обслуговуванні та ефективно управляти якістю в готельному підприємстві.

Система управління якістю готельних послуг гарантує гостеві задоволення його запитів під час обслуговування в готелі, на всіх його етапах і всіх ланках. Тому особливого значення набуває проблема розроблення та практичного застосування внутрішніх стандартів готельного підприємства, які визначають загальні складові якості надання готельних послуг (табл. 1).

Внутрішні стандарти обслуговування в готельних підприємствах – це сукупність процедур і щоденних операцій, що виконуються персоналом та сприяють максимальному задоволенню гостей. Такі стандарти розробляються з врахуванням міжнародних та національних вимоги. Вони повинні

бути гнучкими і відображати побажання гостей, особливо постійних, а також відповідати концепції підприємства. Разом з тим, стандарт – це не тільки правильна технологія обслуговування гостей, а й відношення персоналу до своєї роботи, колег. Внутрішні стандарти можуть розроблятися як для окремих працівників (портьє, покоївки, менеджера з бронювання), так і для окремих процесів чи ситуацій (телефонна розмова, прибирання номера, конфліктна ситуація). Найчастіше внутрішні стандарти обслуговування в готельних підприємствах передбачають регламентацію поведінки персоналу, його зовнішнього вигляду та послідовності дій працівника у певній ситуації (на певному робочому місці).

Характеристика складових якості готельних послуг настільки різноманітна, що аналіз якості послуг підприємств готельного господарства слід проводити за такими складовими: доступність, компетентність, безпека, довіра, відповідальність. Це дозволяє здійснювати комплексну діагностику їх рівня якості та оцінювання окремих показників якості послуг.

Висновки з проведеного дослідження. Важливою проблемою готельного господарства України є відсутність у готелях відділів з управління якістю послуг. Закладам розміщення великих міст становлять конкуренцію приміські готелі з нижчими цінами та високим рівнем якості наданих послуг, що не

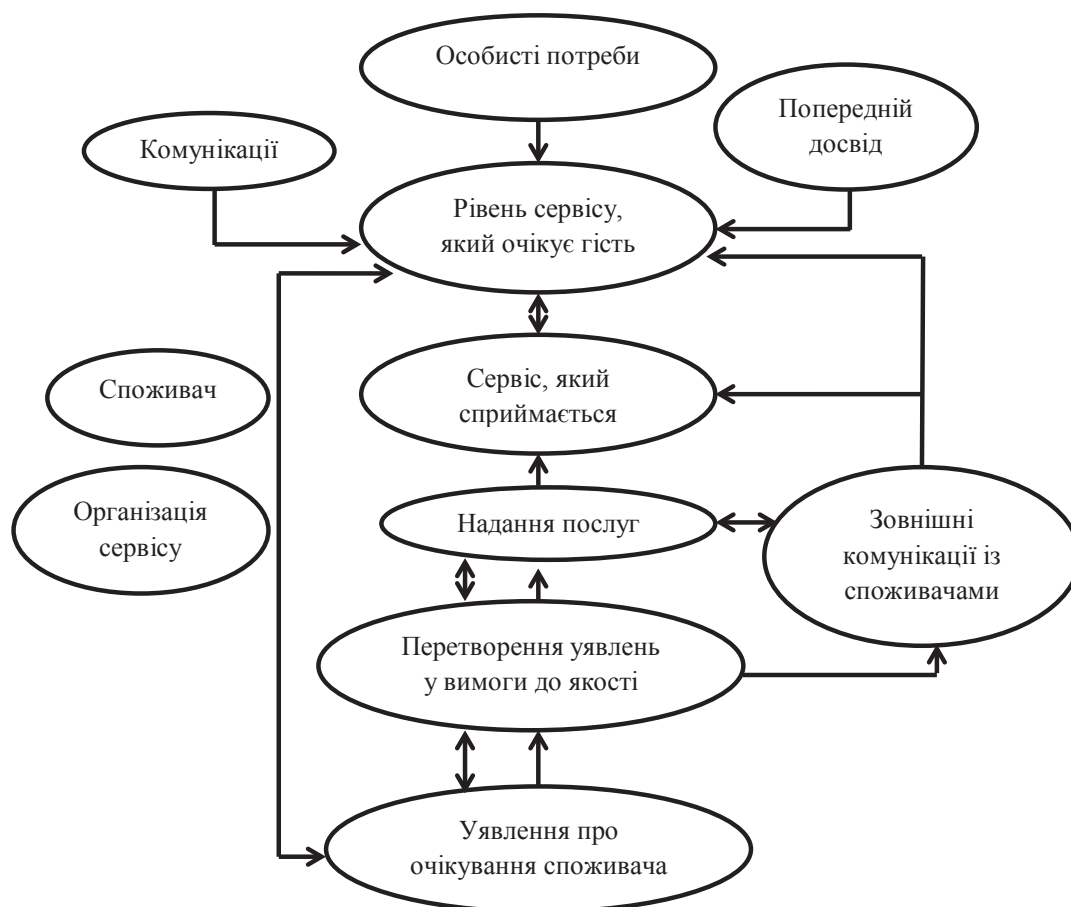


Рис. 2. П'ятиступінчаста модель обслуговування [9]

Таблиця 1

Характеристика складових якості готельних послуг

Складові якості послуг	Зміст складових якості послуг
Доступність (фізична і психологічна)	Контакт із співробітниками готелю повинен бути легким і приємним
Комунікації	Інформування гостей про послуги на зрозумілій мові, адаптованій до особливостей цільової групи
Компетентність	Наявність необхідних навиків і знань для надання послуги
Ввічливість	Увічливість, уважність, дружелюбність персоналу
Надійність	Стабільність роботи, необхідний рівень забезпечується завжди, прийняті зобов'язання виконуються
Довіра	Репутація готелю, її чесність, гарантії серйозного відношення до гостей
Відповідальність	Повна відповідальність при вирішенні проблем гостей
Безпека	Захист від фізичного, фінансового, морального ризику
Етикет	Уміння розмовляти, дотримання правил гостинності, акуратність, дисциплінованість
Відчутність	Матеріальне підтвердження послуг – приміщення, персонал тощо
Розуміння гостя	Уміння розуміти специфічні потреби гостей та пристосовуватись до них

поступаються відомим світовим готелям. Управління якістю послуг повинно передбачати вивчення ринку послуг гостинності, проведення маркетингових досліджень, відповідно до яких покращення якості готельних послуг повинно здійснюватися відповідно до потреб споживачів. Необхідно ввести в практику готелю постійне проведення процесів перевірки якості готельних послуг з метою визначення та активного використання можливостей, що забезпечують її підвищення. Для реалізації таких оцінок керівництво повинне створити і забезпечити функціонування системи збирання та поширення даних з усіх відповідних джерел. Керівництво повинне призначити осіб, відповідальних за систему інформації і підвищення якості послуг. Тому процес управління якістю готельної послуги необхідно вдосконалювати з урахуванням світового досвіду в цій сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. М. : ООО "Вершина", 2005. 176 с.
2. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств у сучасних умовах. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. Т. 2. С. 51–54.
3. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. М. : Феникс, 2013. 218 с.
4. Данько Н.І. Управління якістю готельних підприємств в Україні. *Проблеми економіки*. 2011. № 1. С. 67–72.
5. Deming W.E. The Essential Deming: leadership principles from the father of quality. – NY, McGraw-Hill, 2013.
6. Feigenbaum A.V. Quality and Productivity. URL: <http://asq.org/qic/display-item/index.html?item=6646> (дата звернення: 17.07.2019).
7. Нобель Г., Томпсон Ш. Типичные ошибки некоторых гостиничных служб. *Гостиница и ресторан*. 2012. № 1. С. 16–17.
8. Kotler P., Bowen J. T., Makens J., Baloglu S. Marketing for Hospitality and Tourism. Boston, M.A: Pearson Education, 2017.

9. Parasuraman A.A., Zeithaml V.A., Berry L.L. Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 1985. Vol. 49(4). P. 41–50.

10. Салахова В.Г. Управление качеством услуг в гостиничном бизнесе. *Молодой ученый*. 2019. № 2. С. 263–265. URL: <https://moluch.ru/archive/240/55466/> (дата звернення: 17.06.2019).

REFERENCES:

1. Balashova E.A. (2005) Gostinichnyy biznes. Kak dos-tich bezuprechnogo servisa [Hotel business. How to achieve impeccable service]. Moskva : Vershina. (in Russian)
2. Voinarenko S.M. (2011) Komunikativna polityka pidpriemstv u suchasnykh umovakh [Communicative enterprise policy in modern conditions]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. no. 6, vol. 2, pp. 51–54.
3. Volkov Yu.F. (2013) Tekhnologiya gostinichnogo obsluzhivaniya [Technology of hotel service]. Moskva : Feniks. (in Russian)
4. Danko N.I. (2011) Upravlinnia yakistiu hotelnykh pidpriemstv v Ukraini [Quality Management of Hotel Enterprises in Ukraine]. *Problemy ekonomiky*. no. 1, pp. 67–72.
5. Deming W.E. (2013) The Essential Deming: leadership principles from the father of quality. NY, McGraw-Hill.
6. Feigenbaum A.V. Quality and Productivity. Available at: <http://asq.org/qic/display-item/index.html?item=6646> (accessed 17 July 2019).
7. Nobel` G., Tompson Sh. (2012) Tipichny`e oshibki nekotory`kh gostinichny`kh sluzhb [Typical errors of some hotel services]. *Gostinicz i restoran*. no. 1, pp. 16–17.
8. Kotler P., Bowen J.T., Makens J., Baloglu S. (2017) Marketing for Hospitality and Tourism. Boston, M.A: Pearson Education.
9. Parasuraman A.A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1985) Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. vol. 49(4), pp. 41–50.
10. Salakhova V.G. (2019) Upravlenie kachestvom uslug v gostinichnom biznese [Quality management of services in the hotel business]. *Molodoj uchenyj*. no. 2, pp. 263–265. Available at: <https://moluch.ru/archive/240/55466/> (accessed 17 July 2019).

Наукове видання

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 45

Коректура • *Ю. Никитенко*

Комп'ютерна верстка • *І. Стратій*

Формат 60x84/8. Гарнітура Arimo.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 22,33. Ум. друк. арк. 22,09.

Підписано до друку 10.10.2019. Наклад 100 прим.

ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»

Адреса: вул. Інглезі, 6/1, м. Одеса, Україна, 65101

E-mail: info@iei.od.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 5218 від 22.09.2016 р.