

ISSN 2520-2294

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

№ 9 (17) / 2018



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
«ІНТЕРНАУКА».**

Серія: «Економічні науки»

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL
«INTERNAUKA».**

Series: «Economic sciences»

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ИНТЕРНАУКА».**

Серия: «Экономические науки»

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

*Свідоцтво
про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
КВ № 22443-12343Р*

№ 9(17)

Київ 2018

ББК 65
УДК 33
М-43



COSMOS IMPACT FACTOR



Повний бібліографічний опис всіх статей Міжнародного наукового журналу «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» представлено в: **HEB elibrary.ru; Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Наукова періодика України.**

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах наукових видань та наукометричних базах даних: РИНЦ; Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; Наукова періодика України; JOURNAL FACTOR; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Scientific Indexing Services; Electronic Journals Library; InfoBase Index; International Institute of Organized Research; Open J-Gate; Cosmos Impact Factor; The Journals Impact Factor (JIF); CrossRef.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

Видання включене у Перелік наукових фахових видань України,
відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України
№ 693 від 10 травня 2017 року.

Засновники:

1. Київський кооперативний інститут бізнесу і права.
2. Приватна установа «Науково-дослідний інститут публічного права».
3. Громадська організація «Міжнародна академія освіти і науки».
4. Товариство з обмеженою відповідальністю «Фінансова Рада України».

У журналі опубліковані наукові статті з актуальних проблем економічної науки.

Для наукових працівників, викладачів, студентів економічних спеціальностей, працівників фінансово-кредитних установ та підприємницьких структур й інших зацікавлених осіб.

Матеріали публікуються мовою оригіналу в авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

У відповідності із Законом України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей і матеріалів цієї збірки, посилання на авторів та видання є обов'язковими.

© Автори статей, 2018

© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».
Серія: «Економічні науки», 2018

ISSN 2520-2294 = Internauka. Seria: Ekonomicheskie nauki (Kiev)/Meždunarodnyj naučnyj žurnal "Internauka".
Seria: Ekonomicheskie nauki

Редакція:

Головний редактор: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Заступник головного редактора: **Коваленко Дмитро Іванович** — кандидат економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Заступник головного редактора: **Золковер Андрій Олександрович** — кандидат економічних наук (Київ, Україна)

Секретар: **Колодич Юлія Ігорівна**

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії: **Тарасенко Ірина Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Баланюк Іван Федорович** — доктор економічних наук, професор (Івано-Франківськ, Україна)

Член редакційної колегії: **Бардаш Сергій Володимирович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Бондар Микола Іванович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Вдовенко Наталія Михайлівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Гоблик Володимир Васильович** — доктор економічних наук, кандидат філософських наук, доцент, Заслужений економіст України (Мукачеве, Україна)

Член редакційної колегії: **Гринько Алла Павлівна** — доктор економічних наук, професор (Харків, Україна)

Член редакційної колегії: **Гуцаленко Любов Василівна** — доктор економічних наук, професор (Вінниця, Україна)

Член редакційної колегії: **Дерій Василь Антонович** — доктор економічних наук, професор (Тернопіль, Україна)

Член редакційної колегії: **Дмитренко Ірина Миколаївна** — доктор економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Зеліско Інна Михайлівна** — доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Зось-Кіор Микола Валерійович** — доктор економічних наук, професор (Полтава, Україна)

Член редакційної колегії: **Клочан В'ячеслав Васильович** — доктор економічних наук, професор (Миколаїв, Україна)

Член редакційної колегії: **Копилук Оксана Іванівна** — доктор економічних наук, професор (Львів, Україна)

Член редакційної колегії: **Кравченко Ольга Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Курило Людмила Ізидорівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Лоханова Наталя Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Одеса, Україна)

Член редакційної колегії: **Малік Микола Йосипович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Олійник Олександр Васильович** — доктор економічних наук, професор (Харків, Україна)

Член редакційної колегії: **Осмятченко Володимир Олександрович** — доктор економічних наук, професор (Ірпінь, Україна)

Член редакційної колегії: **Охріменко Ігор Віталійович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Паска Ігор Миколайович** — доктор економічних наук, професор (Біла Церква, Україна)

Член редакційної колегії: **Разумова Катерина Миколаївна** — доктор економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Танклевська Наталія Станіславівна** — доктор економічних наук, професор (Херсон, Україна)

Член редакційної колегії: **Токар Володимир Володимирович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Чижевська Людмила Віталіївна** — доктор економічних наук, професор (Житомир, Україна)

Член редакційної колегії: **Шпак Валентин Аркадійович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Белялов Талят Енверович** — кандидат економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Дудко Павло Миколайович** — кандидат економічних наук (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Peter Bielík** — Dr. hab. (Словацька Республіка)

Член редакційної колегії: **Eva Fichtnerová** — University of South Bohemia in České Budějovice (Чеська Республіка)

Член редакційної колегії: **József Káposzta** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Henrietta Nagy** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Anna Törő-Dunay** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Mirosław Wasilewski** — Dr. hab., Associate professor WULS-SGGW (Польща)

Член редакційної колегії: **Natalia Wasilewska** — Doctor of Economic Sciences, professor UJK (Польща)

№ 9 (17)

2018
вересень

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».
СЕРІЯ: «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»
INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».
SERIES: «ECONOMIC SCIENCES»
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».
СЕРИЯ: «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Kurylo Liudmyla, Slyozko Tetyana

THE TRANSACTION COSTS CLASSIFICATION IN THE RURAL ECONOMY SECTOR 8

Литвиненко Елена Демьяновна

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УКРАИНЕ... 15

Філімонюк Євген Володимирович, Тарасенко Ірина Олексіївна

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА 23

Янковой Роман Васильович

ОСНОВИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ МЕДІА БІЗНЕСУ 29

МАРКЕТИНГ

Ларіна Ярослава Степанівна, Луцій Калина Миколаївна

ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН
М'ЯСОПЕРЕРОВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ 36

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ В ЕКОНОМІЦІ

Камінський Олег Євгенович

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ТОРГІВЛІ 45

Мордовцев Александр Сергеевич

ПРИМЕНЕНИЕ НЕЧЕТКИХ МНОЖЕСТВ К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ
ПРЕДПРИЯТИЯ..... 51

ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Остропольська Зоя Миколаївна

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ЕТАПІ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ:
ПРОБЛЕМИ СПІВВІДНОШЕННЯ ДЕРЖАВНИХ І РИНКОВИХ ЧИННИКІВ 57

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Нестерова Катерина Сергіївна ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У КРАЇНАХ ВИШЕГРАДСЬКОЇ ГРУПИ: ОРІЄНТИРИ ДЛЯ УКРАЇНИ	66
---	----

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Гриджук Дмитро Миколайович ФОРМУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОЇ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	73
--	----

Міркевич Карина Олександрівна ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ БЮДЖЕТУ	80
--	----

CONTENTS

ECONOMICS AND ENTERPRISE MANAGEMENT

- Kurylo Liudmyla, Slyozko Tetyana**
THE TRANSACTION COSTS CLASSIFICATION IN THE RURAL ECONOMY SECTOR 8
- Lytvynenko Olena**
MODERN FEATURES OF THE CORPORATE MANAGEMENT DEVELOPMENT IN UKRAINE 15
- Filimoniuk Yevhen, Tarasenko Iryna**
THEORETICAL BASES OF MANAGEMENT FINANCIAL SAFETY OF ENTERPRISE 23
- Yankovoy Roman**
MEDIA BUSINESS COMMERCIALIZATION BASICS 29

MARKETING

- Larina Yaroslava, Lutsiy Kalina**
FORMATION OF THE PARTNERSHIP-MARKETING COMPLEX OF MEAT PROCESSING
ENTERPRISES ON THE BASIS OF MARKET SEGMENTATION 36

MATHEMATICAL METHODS AND MODELS IN ECONOMICS

- Kaminsky Oleg**
INVESTIGATION OF INFLUENCE OF CLOUD TECHNOLOGIES ON DEVELOPMENT
OF DIGITAL TRADE 45
- Mordovtsev Oleksandr**
APPLICATION OF FUZZY SETS TO EVALUATION OF INVESTMENT RISK OF THE ENTERPRISE .. 51

PROBLEMS OF NATIONAL ECONOMY

- Ostropolska Zoya**
INNOVATION MANAGEMENT AT THE STAGE OF MODERNIZATION OF ECONOMY
OF UKRAINE: PROBLEMS OF CORRELATION OF STATE AND MARKET FACTORS 57

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL RELATIONS

- Nesterova Kateryna**
INTEGRATION PROCESSES OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT
IN THE VISEGRAD GROUP COUNTRIES: INDICATORS FOR UKRAINE..... 66

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

- Grydzhuk Dmytro**
FORMATION OF A BALANCED SYSTEM OF ASSESSMENTS OF EFFICIENT BANKING ACTIVITY ... 73
- Mirkevich Karina**
FORECASTING BUDGET INDICATORS 80

Kurylo Liudmyla

*Doctor of Economic Sciences, Professor
National University of "Kyiv-Mohyla Academy"*

Slyozko Tetyana

*Doctor of Philosophy in Economics, Associate Professor
Kyiv National University of Technologies and Design*

THE TRANSACTION COSTS CLASSIFICATION IN THE RURAL ECONOMY SECTOR

Summary. This article shows the link between the transaction costs, the institutes and the institutions and on its basis creates the classification of the transaction costs according to the institutional approach, taking into account the correlation between the transaction costs composition and structure and the size of the agricultural enterprise.

Key words: classification, transaction costs, institutes, institutions, playing field, institutional environment, economy, market, society, state.

Statement of the problem. The transaction costs and their classification are one of the insufficiently studied objects in the economic science, in particular in its rural sector. The unresolved issues include the following ones: what the transaction costs are; why they are associated with institutes, institutions and institutional environment; what the classification of transaction costs according to the institutional approach should look like. It was the search for answers to these issues that led to this study, the results of which are summarized in this article.

Analysis of research papers on this subject shows that the transaction costs are first mentioned in the context of the institutionalism concept introduced into the scientific discourse by W. Hamilton, who defined it as a common way of thinking or action, reflected in the habits of groups or the whole nation [1, p. 31]. The institutional theory in the economic science was creatively developed by R. Coase [2], D. North [3], J. Hodgson [4]. Undoubtedly, this approach was also developed regarding the economic science on the whole and the rural sector in particular. This is evidenced by the studies of such authors as O. Shpykuliak and L. Kurylo [5], V. Zinovchuk [6], O. Vlasenko [7], L. Demidenko [8], S. Tymofiiiv [9], as well as the studies of M. Dubinin [10], V. Zhuk [11], P. Haidutskyi [12], O. Borovych [14], A. Hrechko [15], O. Palchuk [16], V. Yatsyna [17], R. Tiekmienny, O. Sokil [18] etc. concerning the transaction costs classification.

The aim of the article is to investigate the essence of the transaction costs and their association with the institutes and institutions united in the so-called institutional environment; to offer a classification of the transaction costs using an institutional approach, having concurrently determined the correlation between the transaction costs composition and structure and the size of the agricultural enterprise.

Narration of the main material. The link between the transaction costs and the institutionalism categories is explained by the fact that it is in this theory that they are first mentioned as the result of the interaction between the market agents aimed at implementing the agreements and accompanied by mutual arrangements and organizational costs. These are the costs associated with the evaluation of goods and services and the terms of exchange, the contracts and agreements efficiency, the participants' ideological beliefs about the environment and the compliance with the playing field. After all, the latter is an important part of the institutional theory, and according to D. North, it is "... the created by people restrictions that direct human interaction in a certain way ..." and contribute to a certain relationship between individuals [3].

The total of the institutes and institutions form an institutional environment, the development level of which largely affects the economy efficiency, since the favorable or unfavorable conditions for economic activity are created within this environment. The

favorable conditions will appear if the institutions accept the transparent and accountable playing field. The unfavorable conditions are created when there is no transparency, which hinders the economy development through various tools: bureaucracy, inadequate property rights protection, monopolization of the economy, oligarchy and corruption. In both cases, the playing field is enforced through the institutional environment subjects, in particular lawyers and bankers, accountants and consultants, political figures and analysts etc. Their actions are aimed at regulating the institutional environment objects, one of which is the transaction costs.

They are defined as the process of ownership or powers' part transfer from one subject to another, which is accompanied by certain costs incurred by the subjects of property rights [16] and is associated with the search for consumers, suppliers, new business partners, as well as with the subsequent contractual activity between the market participants, the protection of property rights, the control over the compliance with the contracts and the coercion to their undertaking [18]. Some authors resort to attempts of generalizing these costs in certain forms [19], others consider these forms to be the classes and types [13]. For the most part, they are classified according to different features, thus deepening the essence of the object. Having examined certain classifications, we will determine their main directions and characteristics, which are reflected in Table 1.

The table 1 shows that the scientific literature defines the purposes of managing the transaction costs as their main classification criterion. The authors elaborate these purposes in different aspects: providing the necessary information for users, accounting, according to the place where the costs incur as well as to the scope of activities, including the agricultural industry.

The second aspect in the classification of the transaction costs is based directly on the institutional approach, according to which these costs are divided into the transformation and transaction ones [3; 11; 12]. The former are the usual costs for processing the raw material into the released product, associated with the physical impact on the object, that is, the costs associated with the transformational function. The latter are, basically, the costs for business support that heavily depend on the institutional environment. The authors of this classification consider the transaction costs to be an object of the institutional environment, which includes the costs for the following purposes: organizational and legal business support; gathering of the vital for business information; agreement conclusion

and control over their implementation; lobbying one's own interests through professional associations and organizations; establishing and maintaining contact with the influential figures; costs complying with the public trust institutions, as well as with the social and environmental demands [11; 12].

However, according to the data given in the table 1, it is the transaction costs management purposes classification rather than the institutional one that prevails in the scientific researches. That being said, the institutional approach to the transaction costs classification is not taken into account altogether. This applies to the classification of R. Tiekmienzhy and O. Sokil, who qualify all the costs of the enterprise, including the administrative and direct ones, as the transaction costs and divide them into the following categories: 1) administrative costs, including the total cost of the enterprise general management; 2) according to the connection with the released product: 2a) costs related to the released product (Product Costs) and 2b) expenses related to the time period (Period Costs); 3) according to the behavior pattern, using the sold output volume as the baseline: 3a) fixed (permanent) and 3b) variable [15]. Undoubtedly, such classification cannot be used in the transaction costs study, since it applies to all the costs of the enterprise.

An important feature of this classification is the cost attribute for the accounting purposes offered by A Hrechko, who divides the costs into the influenceable and non-influenceable (non-official and illegal payments (non-influenceable), since only those transaction costs that are confirmed by the relevant documents, that is the influenceable ones [15], are to be reflected in the accounting. These are the transaction costs indeed, although the abovementioned author considers them in the costs classification for the management purposes.

As shown in table 1, there are different classifications of the transaction costs for the rural sector, in particular for the purpose of the information detailization for the users. This classification is offered by M. Dubinina and A. Skorozinska [13], O. Borovych [14]. These authors divide the costs according to the contract type, the composition and the organizational form, the economic substance, the connection with the market mechanisms and the subjects. This classification is important because of the feature highlighted in the source [10], that is a quantitative evaluation of their size, which distinguishes the following characteristics: a) internal production costs, which are directly related to the goods promotion in the market by one's own units of the economic agent; b) external costs, which include the costs for the third-party organizations

Table 1

A brief overview of the transaction costs classification's existing directions and criteria

Directions of classifications		Detalization of the classification criteria	Authors, source
1	2	3	4
1. For management purposes	1.1. For the purpose of the information detalization for the users	1.1.1. According to the contract type	M. Dubinina, A. Skorozinska [13], O. Borovych [14]
		1.1.2. According to the composition	
		1.1.3. According to the organizational form	
		1.1.4. According to the economic substance	
		1.1.5. According to the connection with the market mechanisms	
		1.1.6. According to the subjects	
	1.2. For accounting purposes	1.2.1. influenceable costs	A. Hrechko [18]
		1.2.2. non-influenceable costs	
		1.2.3. costs for the information search	O. Palchuk, O. Ocheretiana [16]
		1.2.4. costs for negotiating	
		1.2.5. measurement costs	
		1.2.6. specification and property rights protection costs	
		1.2.7. costs for counteracting opportunistic behavior	
		1.2.8. for the quantitative evaluation of their size	Yatsyna V.V. [17]
	1.3. According to the scope of activities	1.3.1.1. administrative costs	R. Tiekmienzhy, H. Sokil [18]
		1.3.1.2. according to the connection with the released product	
		1.3.1.3. according to the behavior pattern	
		1.3.1.4. according to the connection with the market mechanisms	
		1.3.1.5. according to the subjects	
		1.3.1.6. according to the contract type	
	1.3.2. considering the agricultural industry specifics	1.3.2.1. internal production costs	Shumakova O. [10]
		1.3.2.2. external costs	
		1.3.2.3. in the form of lost income	
2. Institutional classification		2.1. transformation costs	North D. [3], V. Zhuk [11]
		2.2. transaction costs	
		2.2.1. organizational and legal business support	V. Zhuk [11], P. Haidutskyi [12]
		2.2.2. costs for information gathering	
		2.2.3. costs for agreement conclusion and control over their implementation	
		2.2.4. for lobbying one's own interests through professional associations and organizations	
		2.2.5. for "staff maintenance" (personnel search and training)	
		2.2.6. for social and environmental demands	

services promoting the goods in the market; c) in the form of lost income, when the agricultural enterprises lose part of their income due to the differences in the quality indicators of the goods being sold, the products sale in due time and at the distress prices, as well as the loss of the physical output in the process of the products realization [10].

O. Palchuk ta O. Ocheretiana [16] offer their own classification for the same purpose, but with the detalization for the accounting, in which they include the influenceable and non-influenceable costs into the transaction ones, although it is clear that the costs for the information search, negotiating and counteracting the opportunistic behavior can not be controlled in the accounting system, since they often remain “in the shadow,” as discussed above.

It should be noted that not all the enterprises have the opportunity of incurring the transaction costs. This is especially noticeable in the rural sector of the economy, which includes, on the one hand, the agricultural monopolists, and, on the other hand, many small agricultural producers and farms. If the former can incur the transaction costs not to the detriment of themselves, the latter do not have the necessary funds.

In this regard, they are not able to position themselves in the market, and therefore such enterprises remain outside the market. They distance themselves from business and often lack all the necessary information resources, therefore such enterprises become dependent on the intermediaries. However, this fact is not mentioned in any classification dividing the transaction costs according to the size of the enterprise.

In our opinion, it would be appropriate to divide the transaction costs into two groups: 1) the transaction costs of large agricultural enterprises; 2) the transaction costs of small agricultural enterprises and the farms. This being said, according to this classification, some transaction costs can incur both at large enterprises and the small ones, which also function as active players in the market. At the same time, small agricultural enterprises cannot incur many transaction costs or incur them partially.

For example, all the enterprises will soon incur the production standardization and certification, since, without the appropriate certificates, neither farms nor monopolists will be able to sell their products in the market, which is to meet the established quality standards. The costs for the market research and the

Table 2

The transaction costs incurrence according to the composition and the structure and depending on the size of the agricultural enterprise

The transaction costs: (+) can incur; (–) cannot incur; (*) can partially incur such costs		
The features of the costs classification according to the composition	large and medium enterprises (+, –,*)	small enterprises and farms (+, –,*)
1. Costs for the concerned parties search:		
1.1. costs for the market research and the market environment evaluation	+	–
1.2. costs and losses due to the non-transparent competitive environment	+	+
1.3. information costs associated with the search for business partners	+	–, *
2. Political and legal interaction costs		
2.1. costs for the production standardization and certification	+	+
2.2. costs for the negotiating and contracting	+	*
2.3. consulting and audit costs	+	–
3. Information costs and losses		
3.1. costs associated with defining the transaction costs information sources	+	–
3.2. costs and losses due to the low-quality and untimely information	+	*
3.3. costs due to the lack of the developed information space	+	+
4. Natural and ecological costs and losses		
4.1. costs and losses due to the low demand for the ecologically-unfriendly products	+	+
4.2. costs due to the control measurement and obtaining the sanitary, epidemiological and ecological authorities conclusion	+	+
4.3. costs due to the fines and penalties for the failure to comply with the demands of the sanitary, epidemiological and ecological authorities	+	+

* While defining the composition and the structure of the transaction costs we used the research sources data, in particular the work by O. Vlasenko [7]

market environment assessment are not available to all the enterprises. If it is a case of a farm, then workers are mostly engaged in the output of products, which they sell either on their own or through the intermediaries. The latter are engaged in promoting the products in the market, incurring their own transaction costs. Consequently, some enterprises can have the transaction costs, and others either cannot afford them or incur them only partially. It depends on the transaction costs structure (Table 2).

It should be noted that if the costs for the market research and the market environment evaluation can only be incurred by large enterprises, then the costs and losses due to the non-transparent competitive environment will be tangible for both large and small enterprises, especially for the latter as they have no funds to properly promote their production, unlike the large enterprises. Apart from that, the farm can hardly afford the information costs associated with the search for business partners, as it possesses neither

the funds nor the qualified specialists for this. Such services are most often used by the intermediaries who receive a significant part of their profits after the output realization.

Consequently, we will apply the beforementioned feature to create the costs classification according to the institutional approach, basing it on the institutional classification of the transaction costs, given in table 1, in which D. North [3], V. Zhuk [11] and P. Haidutskyi [12] divide these costs into two groups: transformation and transaction, which occupy one classification position.

However, the in-depth detalization of the classification features ensures that the transaction costs are in the joint position with all the enterprise costs, without dividing them into the transformation and transaction ones. In order to classify the transaction costs according to the institutional approach we will restructure the costs given in table 1 according to the institutional feature. Therefore, the transaction costs

Table 3

The costs classification according to the institutional approach

Directions of classifications		Detalization of the classification criteria
1	2	3
1. For management purposes	1.1. transformation costs	1.1.1. administrative costs
		1.1.2. according to the behavior pattern
		1.1.3. according to the organizational form
		1.1.4. according to the economic substance
		1.1.5. according to the connection with the market mechanisms
		1.1.6. according to the connection with the released product
		1.1.7. for the quantitative evaluation of their size
		1.1.8. internal production costs
		1.1.9. external costs
		1.1.10. according to the subjects
	1.2. transaction costs	1.2.1. influenceable costs
		1.2.2. non-influenceable costs
		1.2.3. costs for the information search
		1.2.4. costs for negotiating
		1.2.5. measurement costs
		1.2.6. specification and property rights protection costs
		1.2.7. costs for counteracting opportunistic behavior
		1.2.8. in the form of lost income
		1.2.9. according to the enterprise size
		1.2.10. for lobbying one's own interests through professional associations and organizations
		1.2.11. for "staff maintenance" (personnel search and training)
		1.2.12. for social and environmental demands

* The transaction costs classification according to the institutional approach was created taking into consideration the classifications of the other authors [3; 11; 12].

classification will have a totally different content (Table 3).

In the beforementioned classification these costs become an integral part of all the enterprise costs, united by one purpose — the management demands.

This occurs due to the fact that all the costs comply with the sole purpose of managing them, which is the costs optimization (both the transformation and the transaction ones). Within the limits of this classification feature, the costs detalization according to the institutional approach is carried out according to the sources [3; 11; 12] in two groups: 1.1 transformation, 1.2 transaction. Each group distinguishes the costs according to the designated features. For example, the administrative costs (1.1.1) are costs associated with the enterprise management and its costs, they cannot be part of the transaction costs, and therefore they are attributed to the transformation costs. The same applies to the other costs: the costs according to the behavior pattern, the organizational form, the internal production — all of them are the enterprise costs, which are directly related to the production output.

On the other hand, the influenceable or the non-influenceable costs are the transaction costs, since not all the costs associated with, for example, the information

search, the costs for negotiating and counteracting the opportunistic behavior, the specification and the property rights protection costs etc. can always be controlled, although they are mandatory for the enterprise to occupy a certain place in the market. It should be noted that we added a certain position 1.2.9. — the costs according to the enterprise size- to the classification. The fact that such costs division and their introduction into the classification is appropriate is proved above.

Conclusion. Researching the concept of the transaction costs and their classifications made it possible to determine the transaction costs composition and structure dependence on the agricultural enterprise size and to create the transaction costs classification according to the institutional approach, in which the sole purpose of providing the management demands is the common feature of all the costs, and the transaction and the transformation costs are a structural part of this feature.

The problem of the transaction costs classification in their association with the institutes and the institutions in the institutional environment of the economy rural sector is quite complicated, since it contains many argumentative issues that require further in-depth research.

References

1. Oleynik A. (2007) *Institutsionalnaya ekonomika* [Institutional economy]. Moscow: ИИФРА. (in Russian).
2. Coase R. H. The Problem of Social Cost, *Journal of Law and Economics*, — 1960. — P. 1–44.
3. North D. C. *Institutions and Economic Growth: An Historical Introduction*. THESSIS, vol. 2, 286 p.
4. Hodgson G. (2003) *Economics and Institutions: A Manifesto for a Modern Institutional Economics*.
5. Shpykuliak O. H., Kurylo L. I. (2010) *Instytutstionalizatsiia innovatsiinoi diialnosti v ahrarynii sferi ekonomiky* [Institutionalization of the innovation activity in the rural economy sector]. *Oblik i finansy APK* [Accounting and finance] (Electronic journal), vol. 3. Available at: <http://magazine.faaf.org.ua/institucionalizaciya-innovaciynoi-diyalnosti-v-agrarniy-sferi-ekonomiki.html>
6. Zinovchuk V., Vlasenko O. (2009) *Upravlinnia transaktsiinykh vytratamy v ahrobiznesi* [The transaction costs management in the rural business]. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, (electronic journal), vol.17. Available at: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/2479/3/Mtsrbid_2009_17_157-169.pdf
7. Vlasenko O. P. (2014) *Kooperatyvni zasady upravlinnia transaktsiinykh vytratamy v ahrobiznesi* [The transaction costs management cooperative basis in the rural business]. Available at: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/1000/1/Cooperative_2014_233-238.pdf
8. Demydenko L. M. (2011) *Klasyfikatsiia transaktsiinykh vytrat i yikh vzaiemozv'iazok iz lohystychnykh vytratamy u kormovyrobnytstvi* [The transaction costs classification and their connection with the feed production logistical costs]. Available at: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/01/092.pdf>
9. Tymofiiv S. V. (2014) *Do problemy upravlinnia transaktsiinykh vytratamy v ahrarynykh pidpriemstvakh* [The transaction costs management in the agricultural enterprises]. *Ekonomika ahrarynoho sektora ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom* [The rural sector economy and the national agriculture management] (Electronic journal), vol. 53. Available at: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2014/v1/NV-2014 V1_16.pdf
10. Dubinina M. V. (2014) *Znachennia transaktsiinykh vytrat u formuvanni ekonomichnoho potentsialu silskohospodarskoho pidpriemstva* [The transaction costs significance in the agricultural enterprise economic potential forming]. *Visnyk ahrarynoi nauky Prychornomor'ia* [The Black Sea region agricultural science reporter] (electronic journal),

vol. 4. Available at: [http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-agrarnoi-nauky-Prychornomorja/VANP2014/VANP-2014-4\(81\)/VANP-2014-4\(81\)_3-11.pdf](http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-agrarnoi-nauky-Prychornomorja/VANP2014/VANP-2014-4(81)/VANP-2014-4(81)_3-11.pdf)

11. Zhuk V. M. (2013) Vporiadkuvannia transaktsiinykh vytrat — stratehichnyi faktor posylennia konkurentospromozhnosti [The transaction costs regulation as a strategic factor in the competitiveness reinforcement]. Proceedings of the Vseukrainskyi konhres vchenykh ekonomistiv-ahrarynykiv (Ukraine, Kyiv, October 16–17, 2013) (eds. Lupenko Yu. O., Sabluk P. T.), pp. 88–95.

12. Haidutskyi P. I., V. M. Zhuk (2012) Oblik transaktsiinykh vytrat — vahomyi faktor konkurentospromozhnosti v suchasnyi ekonomitsi [The transaction costs accounting as a significant competitiveness factor in the modern economy]. Oblik i finansy APK [Accounting and finance] (electronic journal), vol. 3., pp. 9–19.

13. Dubinina M. V. Oblik transaktsiinykh vytrat [The transaction costs accounting]. Available at: dspace.mnau.edu.ua:8080/jspui/

14. Borovych O. V. (2009) Transaktsiini vytraty silskohospodarskykh pidpriemstv: sklad i klasyfikatsiia [The agricultural enterprises transaction costs composition and classification]. Naukovyi visnyk Akademii munitsypalnoho upravlinnia, vol. 7, pp. 50–58.

15. Hrechko A. V. (2011) Teoretychni aspekty vyznachennia transaktsiinykh vytrat z pozytsii yikh vplyvu na mikroekonomichne seredovyshche [The transaction costs theoretical aspects according to their impact on the microeconomic environment]. Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/evkpi/2011/5EP/35.pdf

16. Palchuk O. V., Ocheretiana O. O. (2012) Problemy formuvannia informatsiinoho zabezpechennia upravlinnia transaktsiinykh vytratamy v systemi bukhgalterskoho obliku [The informational transaction costs management formation issues in the accounting sphere]. Ekonomichni nauky [Economic science] (electronic journal), vol. 22, pp. 428–433. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2012_22\(2\)73](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2012_22(2)73)

17. Yatsyna V. V. (2011) Osoblyvosti vyznachennia transaktsiinykh vytrat na pidpriemstvi [The transaction costs definition peculiarities at the enterprise]. Available at: <https://www.kpi.kharkov.ua/archive/2011/26/Yatsina.pdf>

18. Tiekmienny R. O., Sokil O. H. (2013) Oblik i analiz transaktsiinykh vytrat v upravlinni pidpriemstva [The transaction costs accounting and analysis in the enterprise management]. Oblik i finansy APK [Accounting and finance] (electronic journal), vol. 10, pp. 273–278. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10\(4\)_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10(4)_44)

19. Danko M. T. (2007) Teoretyko-metodolohichnyi aspekt vyznachennia transaktsiinykh vytrat [The theoretical and methodological aspect of the transaction costs definition]. Ekonomichna teoriia, vol. 1, pp. 36–46.

Lytvynenko Olena

*Candidate of Economics, Associate Professor of
Department of Management and Public Administration
Kharkov Trade and Economics Institute of
Kyiv National Trade and Economics University*

Литвиненко Елена Демьяновна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и публичного управления
Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4153

MODERN FEATURES OF THE CORPORATE MANAGEMENT DEVELOPMENT IN UKRAINE

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УКРАИНЕ

Summary. The article is enlightened by the peculiarities of the corporate governance development in Ukraine in modern realities. The corporate sector is one of the most important components of the Ukrainian economy. Issues of effective corporate governance have recently become one of the most important topics in Ukraine. Corporations want to ensure the transparency of their activities.

The share of subjects for organizational and legal forms of management in Ukraine for 2008–2018 are analyzed on the basis of actual material; the reasons of –decline in the number of joint-stock companies; problems of joint-stock ownership form management subjects' functioning. Analysis shows that the share of JSC and LLC has changed significantly. A rather small share belongs to the corporation and the additional liability company.

Choosing one of business organization forms enterprises face with the most important problem such as providing real protection of the rights and legitimate interests of all participants of enterprises, and especially stockholders as its co-owners. It can be solved through the effective corporate governance which has a legislative basis.

The adoption of laws on corporate governance is an important achievement in this area, they reflect the modern point of view on the problem studied in 2017, "On Amending Certain Legislative Acts of Ukraine on Corporate Treaties", "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Increasing the level of corporate governance in joint-stock companies", and in 2018, "On Amending Certain Legislative Acts of Ukraine on Facilitation of Business and Investment Attraction by Securities Issuers".

The article reveals the problems of the modern reform of joint stock companies. The ways of use and development of corporate legislation in Ukraine at the present stage are presented.

Key words: corporate governance, joint-stock company, modern corporate law.

Аннотация. Статья посвящена особенностям развития корпоративного управления в Украине в современных реалиях. Корпоративный сектор бизнеса является одной из главных составляющих частей экономики Украины. Вопросы эффективного корпоративного управления за последнее время стали одной из наиболее важных тем в Украине. Корпорации стремятся обеспечить прозрачность своей деятельности.

На основе фактического материала проанализирован удельный вес субъектов по организационно-правовым формам хозяйствования в Украине за 2008–2018 года; причины, которые обусловили тенденцию снижения количества акционерных обществ; проблемы функционирования субъектов хозяйствования акционерной формы собственности. Анализ свидетельствует, что значительно изменился удельный вес АО и ООО. Достаточно незначительный удельный вес приходится на корпорации и общества с дополнительной ответственностью.

Выбирая ту или иную форму организации бизнеса, предприятия сталкиваются с главной проблемой – обеспечение реальной защиты прав и законных интересов всех участников предприятий, и особенно акционеров как его совладельцев. Решить её можно путем эффективного корпоративного управления, которое имеет законодательную основу.

Важным достижением в этой сфере является принятие законов про корпоративное управление, которые отображают современную точку зрения на исследуемую проблему: в 2017 г. «Про внесения изменений в некоторые законодательные акты Украины по корпоративным договорам», «Про внесения изменений в некоторые законодательные акты Украины по повышению уровня корпоративного управления в акционерных обществах», и в 2018 г. «Про внесения изменений в некоторые законодательные акты Украины по упрощению ведения бизнеса и привлечения инвестиций эмитентами ценных бумаг».

В статье выявлены проблемы современной реформы акционерных обществ. Представлены пути использования и развития корпоративного законодательства в Украине на современном этапе.

Ключевые слова: корпоративное управление, акционерное общество, корпоративное законодательство.

Statement of the problem. The corporate sector is one of the most important components of the Ukrainian economy, its results significantly influence the development of strategic market relations in the country, determine the possibility of attracting investments necessary to improve the structure of production and the economy as a whole. The object of corporate governance is activity of those enterprises, which initial (statutory, registered) capital is divided into certain shares. According to the Commercial Code of Ukraine [1], this definition includes such enterprises as corporations, public and private Joint-stock companies, limited liability company, as well as additional liability company.

Issues of effective corporate governance have recently become one of the most important topics in Ukraine and the subject of discussion at conferences and seminars. The largest corporations, which some years ago were the main violators of the shareholders' rights, are focusing their efforts on the introduction of effective corporate governance today. To this end, they adopt codes of corporate governance, introduce independent directors into the board of directors. In that way corporations want to ensure the transparency of their activities. In Ukraine, by the decision of the National Commission on Securities and Stock Market of Ukraine, the Principles of Corporate Governance [3] were approved in December 2003, the Law "On Joint-stock Companies" [4] came into force in 2008, an important achievement in this sphere is the adoption of laws in 2017 "On Amending Certain Legislative Acts of Ukraine regarding Corporate Treaties" [5], "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Increasing the Level of Corporate Governance in Joint-stock Companies" [6], and "On making changes to some law Davca Acts of Ukraine on simplification of business and investment attraction Issuers" [7] in 2018.

Despite the government's actions, many Joint-stock companies are involved in various corporate conflicts,

which worsen the financial and investment situation of enterprises. This reduces the investment attractiveness of societies in the eyes of potential investors, as a result, it negatively affects on the overall investment and economic conditions of the country.

Analysis of recent research and publications. The development of scientific achievements shows that the problems of the emergence and development of corporate governance attracted the attention of many researchers. Problems of the shareholders' rights violation are treated in the writings of foreign scholars: A. Berl, J. Mens, S. Grossman, D. Hamilton, J. Dunning, D. Cricton-Miller, P. Warman, M. Gibson, D. Wiley, G. Minaza, R. Coase, C. Mayer, M. Jensmen, W. Meckling, R. Morck, A. Shleifer. His works were devoted to these problems by such domestic scientists as: G. Alekseev, A. Bobrishev, E. Gubin, E. Danilov, A. Danelian, E. Bokhanov, A. Kotov, S. Kravchenko, M. Kuzheliev, V. Laptev, S. Mogilevsky, O. Osipenko, R. Poser, I. Ryedkin, A. Stikhin, O. Williamson and others.

In spite of this, the issue of identifying features of corporate governance models in contemporary environment are unresolved.

Formulation purposes of article (problem). It is supposed to consider the features of corporate governance in Ukraine and recommendations, taking into account the latest legislation.

The main material. The modern notion of "Joint-stock company" is defined at the legislative level in the Civil and Commercial Codes of Ukraine and the Law "On Joint-stock Companies". According to Part 1 of Art. 152 of the Civil Code of Ukraine, a Joint-stock company is a business association whose authorized capital is divided into a certain number of shares of the same par value, corporate rights which are certified by shares [2]. Also, the definition of the concept of a Joint-stock company is contained in Part 1 of Art. 3 of the Law of Ukraine "On Joint-stock Companies". As to the Commercial Code of Ukraine, in Part 2 of

Art. 80 provides another, more detailed definition: a Joint-stock company is an economic partnership with a share capital divided by a certain number of shares of the same nominal value, it is responsible only for the property of the company for the obligations, and the shareholders bear the risk of losses associated with activity of the society, within the value of their shares [1].

The issues of legal regulation of Joint-stock companies are also defined in the laws of Ukraine “On Business Associations” [8], “On Securities and the Stock Market” [9], “On the National Depository System of Ukraine” [10]. According to the current legislation, there are two types of Joint-stock companies: public and private. Nevertheless, studies, which are carried out in this area, make it possible to state, that in practice not all Joint-stock companies have changed the name from open to public and from closed to private, although it is determined at the legislative level.

On the basis of the statistical analysis conducted, it is possible to determine that Joint-stock companies in Ukraine include public Joint-stock companies (hereinafter — PJSC), private Joint-stock companies (hereinafter — PrJSC) and companies, which change the ownership form. From 2008 to 2018, the total number of JSCs are decreased by 17 335 units, from 31 993 to 14 658 enterprises [12]. Other enterprises of the corporate type have increased their number. Thus, the largest change in the number has recorded in limited liability companies for 10 years: an increase of 297 702 enterprises. The companies with additional liability became more on 870, and corporations — on 169 enterprises.

The share of entities of the USREOU (The Unified State Register of Enterprises and Organizations of Ukraine) in terms of organizational and legal forms of management is presented in Table 1. It is calculated that the share of JSC and LLC has changed consider-

ably. A rather small share belongs to the corporation and the company with additional responsibility.

Obviously, the most popular organizational form is the limited liability company.

Choosing one of the business organization enterprises face with the most important problem — providing real protection of the rights and legitimate interests of all participants of enterprises, and especially stockholders as its co-owners, when it comes to Joint-stock company. It is possible to solve it through the effective corporate governance, which is the basis for improving the quality of management decisions, obtaining a positive financial result and improving the financial and economic indicators in general.

The main reasons that led to decline trend in the number of Joint-stock companies, can be attributed:

- reorganization of JSC into other organizational forms;
- impossibility on the part of enterprises, created in the process of privatization and corporatization, to maintain this (JSC) form of ownership;
- change of legislative base.

In line with the foregoing, these reasons should be investigated in more detail.

Reorganization of JSC in other organizational and legal forms: most often it is a reorganization into limited liability companies, which is confirmed by statistics. The total number of limited liability companies (hereinafter referred to as LLC) increased by 6 372 units for the period of 2013–2015. This transition is explained by the advantages of LLC over the JSC, which can include the minimum amount of authorized capital: JSC — 1 250 minimum wages established on January 1 of the reporting year (on January 1, 2017 — 4 million UAH), while the size of the authorized capital of LLC are not limited. Typically, LLC focuses on small business entities, whereas Joint-stock companies are a legal form of association of large capital. In

Table 1

**Share of USREOU entities in terms of organizational and legal forms of management
in the general group of economic entities over the years**

The subject	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Corporation	0,072	0,070	0,069	0,067	0,065	0,063	0,061	0,058	0,049	0,047	0,044
JSC*	2,690	2,534	2,396	2,221	2,007	1,903	1,808	1,736	1,328	1,269	1,179
LLC *	32,11	32,92	33,23	34,24	35,34	36,43	37,56	39,03	44,26	45,19	46,94
ALP *	0,061	0,062	0,062	0,073	0,107	0,115	0,115	0,118	0,118	0,118	0,118
OOLFM *	65,06	64,42	64,20	63,45	62,47	61,46	60,46	59,05	54,24	53,38	51,75
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* JSC — Joint-stock company, LLC — Limited Liability Company, ALP — additional liability partnership, OOLFM — other organizational and legal forms of management

Ukraine, as of 2015, small and medium-sized businesses account for 99,88% (343 017 enterprises) of the total number of enterprises, where the size of the authorized capital does not always reach the required number for the establishment of JSC and the advantage is given to the establishment of activity in the form of LLC [13]. Since the size of the authorized capital of a JSC depends on the minimum wage, which is approved in the state for the relevant year, the analysis of its size indicates a significant increase from UAH 1 433 750 in 2013 up to 4 million UAH in 2017, or 120,7% in relation to 2016, which is also one of the reasons for reducing the number of blood pressure.

The main problems of the functioning of the entities of Joint-stock company ownership:

- large primary expenses of money and time at registration at the expense of charges for legal services, preparation of registration documents, issue of shares, etc.
- the inability of enterprises created in the process of privatization and corporatization to maintain a share ownership form;
- double taxation: taxed first on profits, and then dividends of shareholders;
- the differences between the functions of ownership and control that provokes the emergence of conflicts between the shareholders of the corporation and managers, which negatively affects the flexibility of management;
- the difficulties of liquidation in connection with the existence of the principle of limited liability (most of all the corporation ceases to exist as a result of mergers or acquisitions by other entities);
- capabilities for officials' abuse; the instability of the legislative framework [14, p. 112–123].

Separately, it is necessary to highlight the changes in the legislative base that concern majorities (large shareholders, whose shares allow them to participate in the management of a Joint-stock company) and minority ones (the stakes of these individuals are large enough, given some rights (for collecting information about the financial position of the company), however they are not participating in the management of the company) of the owners of the enterprise's shares. From May 1, 2016, the rules of the Law of Ukraine "On Joint-stock Companies" entered into force, which is aimed at increasing the requirements for public Joint-stock companies. The desired result of this is the protection of minority shareholders, raising the country's investment attractiveness and meeting the requirements of the Association Agreement between Ukraine and the EU. In accordance with the Law of Ukraine "On Joint-stock Companies", all PJSCs must:

- to be listed in the stock market, which is extremely difficult given the actual state of issue of non-listed shares. Joint-stock companies must be listed and registered at least one stock exchange. These requirements will promote the transparency and openness of JSC activities for shareholders and control authorities. Getting a listing for a company is a difficult and risky solution, that requires long and costly training. The purpose is to conduct a process of buying and selling shares through the stock exchange. The number of shares issued annually decreases. The largest number of such issues was registered in 2013 with a total of 1 993 units. Compared to 2015, this number has decreased by 1 558 (27,92%) [15];
- to bring in free circulation at least 10% of shares;
- if JSCs do not meet the requirements, hold an additional issue of shares or sell part of the shares in free circulation.

In order not to violate the requirements of the legislation, the majority of the PJSC is reorganized from the PJSC into the PrJSC or, according to the changes in the legislation, issues 10% of the shares in free circulation. As the issue of shares may lead to a reduction in the size of the state package and, consequently, to the loss of the blocking package, the supervisory boards put to the general meeting of shareholders the issue of reorganization of the companies that will be held during 2017, therefore, changes in the legislation are aimed primarily at protecting minority shareholders. The top list of Doing Business ranked Ukraine as an indicator of "protection of minority investors" in 2017 at the 70 th position, 2016–101 st position [16]. Ukraine has improved its position by 31 points, indicating an effective state policy in this area.

The state has completed the preparation of the Joint-stock companies reforms. In 2017, the Law of Ukraine "On Amending Certain Legislative Acts of Ukraine on Increasing the Level of Corporate Governance in Joint-stock Companies" [6] entered into force, which changes the principles of corporate governance.

The relevant legislative act supplements the Law of Ukraine "On Joint-stock Companies" with new articles 65¹ "Acquisition of shares of a public Joint-stock company after the effects of acquiring a controlling interest or a significant controlling interest in shares", 65² "Mandatory sale of ordinary shares by shareholders at the request of a person jointly), which owns 95% and more of ordinary shares", 65³ "Obligatory acquisition by a person (persons acting jointly), which owns 95% and more of the shares of the Joint-stock company at the request of stockholders", 65⁴ "Consequences of

failure to comply with the obligations of the owner of a controlling interest or a significant controlling block of shares or a block of shares in the amount of 95 and more percent of the company's shares", and 65⁵ "Features of acquiring control and dominant controlling stakes in private equity companies" etc.

The law introduces institutes such as squeeze-out and sell-out. Sell-out will allow minority shareholders to require a shareholder-owner to buy 95% of the company's shares at the fair value of the shares they own. With this mechanism, minority shareholders will be able to avoid losses from the possession of small securities.

In turn, the squeeze-out institution assumes that the shareholder-owner of 95% of the shares (control package) of the company will have the right to demand from minority shareholders the mandatory sale of their.

The National Securities and Stock Market Commission shall be empowered to monitor the compliance of market participants with the requirements of special procedures and the right to apply measures of influence to participants, who fail to comply with the specified requirements. In addition, it provides for mandatory disclosure of information on the change of shareholder who owns 5 and more percent of ordinary shares of a public Joint-stock company on the acquisition by a person of a block of shares in the amount of 50 percent or more, or 75 percent or more, or 95 percent or more of the shares of the company, as well as information about such stockholders.

The law also provides for the addition of new Civil Code of Ukraine articles on the establishment of a mechanism for the conditional storage account, which will provide an opportunity to improve payments for purchased shares.

The conclusion of corporate agreements with the participation of the state is regulated by a separate law "On Amending Certain Legislative Acts of Ukraine regarding Corporate Treaties" [5], which entered into force in 2018.

The law amended the Civil Code. It is envisaged that in case of violation by the debtor of a negative obligation, the creditor, regardless of the payment of a penalty and (or) indemnification and non-pecuniary damage, has the right to demand termination of action, from which the debtor undertakes to abstain, if this does not contradict the content of the obligation. Such a claim may be brought by a creditor and in case of a real threat of violation of such obligation. In addition, the Code was supplemented by a new Article 658-1, which governs the acquisition of the right to unilaterally terminate the contract.

The provisions on corporate agreements are included in the Laws "On Joint-stock Companies" and "On Business Associations". Also resolved the issue of irrevocable power of attorney on corporate rights.

At the same time, a separate law regulates the procedure and conditions for the conclusion of corporate agreements, in which one of the parties is the state, an economic society, in which part of the state is 100% or legal persons, in which the state or such associations of people directly or indirectly owns 25 and more percent of the authorized capital.

In 2017, the Verkhovna Rada Committee on Financial Policy and Banking Activities has already recommended to approve the bill "On Simplification of Business and Investment Attraction by Securities Issuers".

This document will allow Ukraine to fulfill its obligations to the EU, enshrined in the Association Agreement, as part of the rules on the issue of securities and the disclosure of information by issuers. In the European Union, the key criterion for the division of private and public companies is the presence or absence of a securities public offer. At the same time, the number of shareholders is still the key criterion in Ukraine.

The National Securities and Stock Market Commission (NCSMC) found in Ukraine 14 831 Joint-stock companies, of which only 7 500 changed the form of ownership to public (2 554) or private (4 946) Joint-stock companies. The remaining open and closed Joint-stock companies (7 331) must be re-registered by January 1, 2018 [15].

This is not the only problem. In April 2015, the parliament strengthened its requirements to the PJSC: all public companies should go through the procedure for entering their shares into the stock exchange of any exchange, form a supervisory board of at least five people, two of which are independent directors. However, companies offered an alternative — the possibility of re-registration into the PrJSC, even if there were more than 100 shareholders. Deadline for these changes will also be January 1, 2018.

As a result, on October 2, 2017, there were only six issuers in the exchange registers (Donbassenergo, Motor Sich, Ukrnafta, MHP, Pivdennyi Bank, Industrialbank), and on the stock exchanges there were 381 issuers.

In addition, on the eve of January 1, 2018, the corresponding entry into force of the requirement for obligatory passage of listing by all PJSCs, the total number of PJSCs began to melt before the eyes. According to the State Statistics Service of Ukraine, the dynamics of changes in the number of Joint-stock companies in 2016–2017 was as follows (Table 2) [13]:

Table 2

Dynamics of change in the number of Joint-stock companies in 2016–2017 years

Type of company	As of 01.01.2016	As of 01.01.2017	As of 01.01.2018
PSJC	4149	3122	2274
PrSJC	3486	4348	5017

The problem of companies is that they have received “publicity” as a result of privatization, rather than a conscious desire to be transparent. Therefore, many PSJCs do not want to comply with the requirements for listing in the stock register, the minimum share of free circulation and the minimum number of shareholders.

From January 1, 2018, any public JSC, whose shares will not be included in the stock register, and which has not made a public offer of shares, will automatically become a legal regime for the activities of private JSCs. To bring the statute in compliance according to the new status will be possible for two years or earlier, for example, in the course of the next change in the authorized capital or when obtaining new licenses in state bodies.

Public JSCs, whose shares are included in the stock exchange register or who make a declaration that they have made a public offer will fulfill more stringent requirements.

The key differences between PSJC and PrSJC will be several. Only PSJC will be able to hold an IPO, while the shares of both groups of companies will be able to bargain on the stock exchange. But if the shares of PrSJC will be only on the stock exchange list, then PSJC — either in the registry or in the list. If the PrSJC has up to 100 shareholders, it will be able to prescribe in the charter a preferential right of shareholders to purchase shares that are sold. But if the minority shareholders are more than one hundred, they can freely trade in shares.

Public JSCs will have to create a supervisory board of at least five people, three of which should be independent directors. They will lead three committees under the supervisory board: from auditing, rewards and appointments. Issues relating to the competence of the supervisory board will not be resolved by the general meeting of shareholders. Supervisory boards may also appear in private Joint-stock companies if more than ten unskilled investors are present in the joint-stock.

Another consequence of publicity is the disclosure of information. Disclosure of annual and quarterly reports, as well as special information on significant events in the company will be mandatory for PJSC. Private JSCs will only submit annual reports and spe-

cial information (to a lesser extent than PSJCs). As a result of the reform, publicity requirements should not be burdensome for Joint-stock companies, which, in fact, have never been public. At the same time, real public JSCs that identify themselves as public or want to hold an IPO will be required to meet higher standards of corporate governance.

As of 01.01.2018, the Law of Ukraine “On Amending Certain Legislative Acts of Ukraine Concerning Facilitation of Business and Investment Attraction by Securities Issuers” came into force [7]. According to the “Final and Transitional Provisions” of this Law:

- before 01.07.2019 the placement of shares in a private Joint-stock company, registered before the date of entry into force of this Law, may be effected by direct written offer of shares of such Joint-stock company in a predefined circle of persons; the number of unskilled investors among them can not be or exceed 150 persons, as well as among shareholders such a partnership;
- base prospectuses of securities issues registered before the effective date of this Law are invalid from the day this Law enters into force;
- all issuers (except of collective investment institutions) that have publicly placed securities before the effective date of this Law are deemed not to have made a public offer of securities other than those issuing notices that they are considered to have performed a public offer of securities, in accordance with the procedure established by the National Commission on Securities and Stock Market;
- issuers, whose securities are listed on the day of the entry into force of this Law shall be deemed to have executed a public offer of securities;
- to Joint-stock companies, which are considered not to have made a public offer of shares, the requirements of the Law of Ukraine “On Joint-stock Companies” shall be applied in relation to the regulation of activities of private Joint-stock companies.

If after the date of entry into force of this Law, such Joint-stock companies decided to change the amount of authorized capital, denomination of shares, issue of securities other than shares, obtaining new licenses and other permits and / or obtaining documents confirming the rights of the company to the property, such companies are required to bring the charter and other internal documents in line with the Law of Ukraine “On Joint-stock Companies”;

- Joint-stock companies are not obliged to make changes to their name in connection with the enactment of this Law amendments to Part 2 of Art. 5 of the Law of Ukraine “On Joint-stock Companies”;

- provision of art. 68 of the Law of Ukraine “On Joint-stock Companies” do not apply to public Joint-stock companies when they make a decision to change the type of a company, provided that:
- the charter of such a society provides for the functioning of the Supervisory Board and its committees;
- the charter of such a partnership is provided for and formed by the supervisory board through cumulative voting;
- the charter of such a partnership is set out and the supervisory board of such a company consists of not less than one third of the independent directors, with the number of independent directors being at least two persons.

In the case of a public Joint-stock company adopting a decision to change the type of partnership to such a company, the disclosure requirements are provided in par. 1 part 8 cent. 40th part. 1 part 4 tbsp. 41 of the Law of Ukraine “On Securities and the Stock Market” [9], are applied from the date of its decision to change the type of partnership;

- the statutes and internal regulations shall be brought into conformity with this Law:
 - for public Joint-stock companies and banks — until January 1, 2019;

- for the remaining Joint-stock companies — by January 1, 2020.

- changes made by this Law to the Law of Ukraine “On State Registration of Legal Entities, Natural Persons — Entrepreneurs and Public Associations” [11] regarding information that should be additionally disclosed in the Unified State Register of Legal Entities, Individuals — Entrepreneurs and Public Associations, are applicable to the information that will arise after the day this Law enters into force.

Insights from this study and perspectives for further research in this direction. Consequently, in the context of the processes taking place in the world now and the full member of which is Ukraine, the search for a perfect corporate governance system remains one of the priority tasks at the level of individual states and at the interstate level. The impellents of modern corporate law reform, which covered virtually all countries, are objectively internationalization and competition, the change in the number of shareholders and their structure, the development of financial markets and new technologies. A significant number of national and international corporate governance codes reflect this trend and are increasingly affecting traditional legislation.

References

1. Commercial Code of Ukraine dated January 16, 2003 No. 436-IV [Electronic resource]. — Access mode: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Civil Code of Ukraine dated January 16, 2003 No. 435-IV [Electronic resource]. — Mode of access: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
3. On Approval of Principles of Corporate Governance dated December 11, 2003 No. 571 [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=36988>.
4. On Joint-stock Companies: Law of Ukraine dated September 17, 2008 No. 514-VI [Electronic resource]. — Mode of access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17>.
5. On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine regarding Corporate Treaties: Law of Ukraine dated January 17, 2017 No. 1984-VIII [Electronic resource]. — Access mode: zakon.rada.gov.ua/laws/show/1984-19.
6. On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Increasing the Level of Corporate Governance in Joint-stock Companies: Law of Ukraine dated March 23, 2017 No. 1983-VIII [Electronic resource]. — Access mode: zakon.rada.gov.ua/go/1983-19.
7. On Amending Certain Legislative Acts of Ukraine Concerning Simplification of Business and Investment Attraction by Securities Issuers: Law of Ukraine dated November 16, 2017 No. 2210-VIII [Electronic Resource]. — Access mode: zakon.rada.gov.ua/go/2210-19.
8. On Business Associations: Law of Ukraine of 19.09.1991 No. 1576-XII [Electronic resource] — Access mode: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>.
9. On Securities and the Stock Market: Law of Ukraine dated February 23, 2006 No. 3480-IV [Electronic resource]. — Access mode: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
10. On the Depository System of Ukraine: Law of Ukraine dated 06.07.2012 № 5178-VI [Electronic resource]. — Access mode: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5178-17>.

11. On State Registration of Legal Entities, Individual Entrepreneurs and Public Formations: Law of Ukraine dated May 15, 2003 No. 755-IV [Electronic resource]. — Access mode: zakon.rada.gov.ua/go/755-15.
12. Number of legal entities by organizational form on January 1 ... [Electronic resource]. — Access mode: www.ukrstat.gov.ua/edrpoi/ukr/.../ks.../ks_opfg_0118.htm.
13. Official site of the State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]. — Access mode: www.ukrstat.gov.ua.
14. Stern G. Yu. Corporate Management: teach. manual / G. Yu. Stern. — Kharkiv: KSAME, 2009. — 278 p.
15. National Securities and Stock Market Commission [Electronic resource]. — Access mode: http://nssmc.gov.ua.
16. Economic Ranking — Doing Business — The World Bank [Electronic Resource]. — Access mode: russian.doingbusiness.org/rankings.

References

1. Ghospodarskyj kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. № 436-IV [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15.
2. Cyvilnyj kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. № 435-IV [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15.
3. Pro zatverdzhennja Pryncypiv korporatyvnogho upravlinnja vid 11.12.2003 r. № 571 [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: Режим доступу: https://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=36988.
4. Pro akcionerni tovarystva: Zakon Ukrainy vid 17.09.2008 r. № 514-VI [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17.
5. Pro vnesennja zmin do dejakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shhodo korporatyvnykh dogovoriv: Zakon Ukrainy vid 17.02.2017 r. № 1984-VIII [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: zakon.rada.gov.ua/laws/show/1984-19.
6. Pro vnesennja zmin do dejakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shhodo pidvyshhennja rivnja korporatyvnogho upravlinnja v akcionernykh tovarystvakh: Zakon Ukrainy vid 23.03.2017 r. № 1983-VIII [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: zakon.rada.gov.ua/go/1983-19.
7. Pro vnesennja zmin do dejakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shhodo sproshhennja vedennja biznesu ta zaluchennja investycij emitentamy cinnykh paperiv: Zakon Ukrainy vid 16.11.2017 r. № 2210-VIII [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: zakon.rada.gov.ua/go/2210-19.
8. Pro ghospodarski tovarystva: Zakon Ukrainy vid 19.09.1991 r. № 1576-XII [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1576-12.
9. Pro cinni papery ta fondovyj rynek: Zakon Ukrainy vid 23.02.2006 r. № 3480-IV [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi.
10. Pro depozytarnu systemu Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 06.07.2012 r. № 5178-VI [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5178-17.
11. Pro derzhavnu rejestraciju jurydychnykh osib, fizychnykh osib-pidpryjemciv ta ghromadsykykh formuvanj: Zakon Ukrainy vid 15.05.2003 r. № 755-IV [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: zakon.rada.gov.ua/go/755-15.
12. Kiljkistj jurydychnykh osib za orghanizacijny my formamy na 1 sichnja ... [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: www.ukrstat.gov.ua/edrpoi/ukr/.../ks.../ks_opfg_0118.htm.
13. Oficijnyj sajт Derzhavnoji sluzhby statystyky Ukrainy [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: www.ukrstat.gov.ua.
14. Shtern Gh. Ju. Korporatyvne upravlinnja: navch. posibnyk / Gh. Ju. Shtern. — Kharkiv: KhNAMGh, 2009. — 278 s.
15. Nacionaljna komisija z cinnykh paperiv ta fondovogho rynku [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://nssmc.gov.ua.
16. Reyting ekonomik — Doing Business — Vsemirnyy Bank [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: russian.doingbusiness.org/rankings.

Філімонюк Євген Володимирович

аспірант

Київського національного університету технологій та дизайну

Филимонюк Евгений Владимирович

аспирант

Киевского национального университета технологий и дизайна

Filimoniuk Yevhen

Postgraduate of the

Kyiv National University of Technologies and Design

Тарасенко Ірина Олексіївна

доктор економічних наук, професор

Київський національний університет технологій та дизайну

Тарасенко Ирина Алексеевна

доктор экономических наук, профессор

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Tarasenko Iryna

Doctor of Economics, Professor

Kyiv National University of Technologies sand Design

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4169

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

THEORETICAL BASES OF MANAGEMENT FINANCIAL SAFETY OF ENTERPRISE

Анотація. У статті розглянуто методичні засади формування механізму управління фінансовою безпекою підприємства. Актуальність дослідження процесів забезпечення фінансової безпеки підприємства визначається тим, що в умовах економіки перехідного періоду підприємства, що отримали широку господарську самостійність, зіткнулися з необхідністю пошуку принципово нових підходів до забезпечення власної фінансової безпеки, що потребує корінного перетворення всієї системи захисту фінансових інтересів. Забезпечення фінансової безпеки підприємства вимагає комплексного підходу до вирішення управлінських завдань, а, отже, обумовлює необхідність у науковій і практичній розробці даної проблеми, розумінні сутності понять безпеки в цілому і фінансової безпеки зокрема. У процесі становлення ринкових відносин, становлення правової основи підприємництва, посилення недобросовісної конкуренції і криміналізації окремих сегментів економіки, основний тягар цих проблем ліг на підприємства, які у багатьох випадках виявилися не підготовленими до їх розв'язання. Зроблено висновок, що система управління фінансовою безпекою підприємства являє собою впорядковану сукупність взаємопов'язаних елементів, які утворюють єдину функціональну цілісність, призначену для встановлення та підтримки оптимального рівня фінансової безпеки. Від злагодженості взаємодії даних елементів значною мірою буде залежати успішність і ефективність функціонування системи управління фінансовою безпекою підприємства. В статті розкрито функції, методи і засоби управління фінансовою безпекою підприємства. Визначено головні принципи, на яких повинна базуватися система управління фінансовою безпекою підприємства.

Ключові слова: механізм управління, фінансова безпека, фінансові інтереси, загрози, функції, принципи, суб'єкт та об'єкт управління.

Аннотация. В статье рассмотрены методические основы формирования механизма управления финансовой безопасностью предприятия. Актуальность исследования процессов обеспечения финансовой безопасности предприятия определяется тем, что предприятия, получившие широкую хозяйственную самостоятельность, в условиях экономики переходного периода столкнулись с необходимостью принципиально новых подходов к обеспечению собственной финансовой безопасности. Этим обусловлена необходимость коренного преобразования всей системы защиты финансовых интересов. Обеспечение финансовой безопасности предприятия требует комплексного подхода к решению управленческих задач, определяя тем самым необходимость научной и практической разработки данной проблемы, уточнения сущности понятий безопасности в целом и финансовой безопасности в том числе. В условиях становления рыночных отношений, формирования правовой основы предпринимательства, усиления недобросовестной конкуренции и криминализации отдельных сегментов экономики, основное бремя этих проблем легло на предприятия, которые во многом оказались не подготовленными к их решению. Сделан вывод, что система управления финансовой безопасностью предприятия представляет собой упорядоченную совокупность взаимосвязанных элементов, которые образуют единую функциональную целостность, предназначенную для установления и поддержания оптимального уровня финансовой безопасности. От слаженности взаимодействия данных элементов в значительной мере будет зависеть успешность и эффективность функционирования системы управления финансовой безопасностью предприятия. В статье раскрыты функции, методы и средства управления финансовой безопасностью предприятия, определены главные принципы, на которых должна базироваться система управления финансовой безопасностью предприятия.

Ключевые слова: механизм управления, финансовая безопасность, финансовые интересы, угрозы, функции, принципы, субъект и объект управления.

Summary. The article deals with the methodical principles of forming a mechanism for managing financial security of an enterprise. The urgency of the study of the processes of ensuring the financial security of the enterprise due to the fact that in the transition economies of the enterprise, which have a wide economic independence, faced with the need for fundamentally new approaches to ensuring their own financial security, which required radical transformation of the entire system of protection of financial interests. The problem of financial security of an enterprise requires a comprehensive approach. In connection with this, there is an urgent need for scientific and practical development of this problem, understanding the essence of the concepts of security in general and financial security including. In the process of establishing market relations, creating a legal basis for entrepreneurship, strengthening unfair competition and criminalizing individual segments of the economy, the main burden of these problems lay on businesses, which in many cases were not prepared for their decision. The company's financial security management system is an ordered set of interconnected elements that form a single functional integrity, designed to establish and maintain an optimal level of financial security. The coherence of the interaction of these elements depends to a large extent on the success and effectiveness of the operation of the financial security management system of the enterprise. The functions, methods and means of management of financial security of the enterprise are revealed. The main principles on which the financial security management system of the enterprise should be based are determined.

Key words: mechanism, financial safety, financial interests, threats, functions, principles, subject and management object.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації та загострення фінансово-економічної кризи, підприємство як рушійна сила розвитку економіки та основна ланка виробничого комплексу країни, що забезпечує створення потрібної суспільству продукції і надання необхідних послуг, потрапляє під вплив великої кількості загроз і викликів, які впливають на його фінансову стійкість та можуть призвести до банкрутства. З огляду на це важливим завданням управління є розробка такого механізму, який би не тільки створив сприятливі умови для ефективного функціонування підприємства, але й забезпечив високий рівень фінансової безпеки (ФБ) та конкурентоспроможності.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання фінансової безпеки стали предметом уваги сучасних

вчених, які істотно збагатили теоретичний та методичний інструментарій управління сучасними підприємствами в умовах невизначеності та ризику. Зокрема, окремі аспекти фінансової та економічної безпеки знайшли своє висвітлення у працях таких вчених як: Гросу В. А. [1], Мочерний С. В. [2], Андреева Т. Є. [3], Горячева К. С. [4], Шлыков В. В. [5], Васильчик С. В. [6], Черевко О. В. [7], Внукова Н. М. [8], Картузов Є. П. [9]. Проте, певні теоретичні та практичні питання, пов'язані з управлінням фінансовою безпекою підприємства, залишаються дискусійними. Серед них — проблема удосконалення механізму управління фінансовою безпекою підприємства, ефективна дія якого здатна забезпечити захист фінансових інтересів та розвиток суб'єкта господарювання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є систематизація основних понять та удосконалення процесу управління фінансовою безпекою підприємства в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наукової літератури свідчить, що серед вчених, які вивчають проблему фінансової безпеки, не існує єдиної думки щодо трактування даного поняття. В праці [1, с. 189–192] зазначається, що фінансова безпека підприємства — це здатність оптимізувати джерела формування фінансових ресурсів в процесі здійснення господарської та фінансової діяльності з метою підвищення рівня захищеності фінансових інтересів підприємства від реальних та потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру. Це є основою створення передумов для генерування, збереження та зростання ринкової вартості підприємства. Проте, необхідно зазначити, що для того, щоб сформувати ефективний механізм управління фінансовою безпекою підприємства, виходячи із запропонованого визначення, необхідно чітко розуміти сутність категорій «механізм» та «механізм управління».

При визначенні змісту поняття «механізм» та його структурних складових у науковій економічній літературі використовуються різні підходи. Так, в економічній енциклопедії за редакцією С. Мочерного [2] термін «механізм» розкривається в двох аспектах: по-перше, як система чи спосіб, що визначає порядок певного виду діяльності та, по-друге, як система певних ланок і елементів, що приводить їх у дію. На думку Т. Андрєєвої механізм управління фінансовою безпекою — це набір засобів, а також система організації їх використання і контролю, які дозволяють досягти найвищого рівня економічної безпеки підприємства [3, с. 223]. К. Горячева під механізмом управління фінансовою безпекою розуміє єдність процесу управління і системи управління [4, с. 6].

Дискусійним у даному контексті є визначення саме складових такого механізму. Так, В. В. Шликов вважає, що механізм безпеки (будь-якої) включає сукупність цілей, функцій, принципів і методів, взаємодія яких забезпечує ефективне функціонування системи безпеки [5]. Такий підхід залишає поза увагою організаційну структуру — складову, без якої в принципі не може функціонувати будь-яка система (механізм); організаційну культуру, що впливає на поведінку суб'єктів управління, працівників та взагалі кінцеві фінансові результати діяльності підприємства.

Більш повним видається підхід [8], згідно якого до механізму управління фінансовою безпекою відносяться такі складові: (1) економічні закономірності;

(2) цілі і задачі управління; (3) функції управління; (4) організаційна структура; (5) принципи; (6) методи; (6) ресурси; (7) техніка і технологія управління; (8) критерії оцінки ефективності системи управління.

Підходи до розкриття сутності поняття «фінансова безпека підприємства» поділяють за видами [6, с. 152; 7]:

- захисний — як стан захищеності фінансових інтересів підприємства;
- ресурсно-функціональний — як стан ефективного використання ресурсів підприємства;
- ризиковий — як діяльність з управління фінансовими ризиками;
- стратегічний — як здатність підприємства самостійно розробляти і проводити фінансову стратегію;
- комплексний — який передбачає поєднання попередніх підходів.

Отже, сутність фінансової безпеки відповідно до розглянутих підходів може бути визначена як стан захищеності фінансових ресурсів підприємства, що забезпечується відповідною функціональною підсистемою системи управління, призначенням якої є розробка і реалізація комплексу заходів (стратегії), спрямованих на досягнення високого рівня захисту фінансових інтересів підприємства з урахуванням впливу існуючих загроз, ризиків та викликів. Виходячи з положень ризикових та стратегічних підходів підприємство, орієнтоване на дослідження цілей фінансово-економічної безпеки, на стратегічному рівні повинно бути здатним забезпечувати високий рівень ефективності виробництва та управління власними ресурсами, а також мінімізувати ризики, які можуть виникати на різних етапах здійснення господарської діяльності. З вище зазначеного можна визначити основні цілі управління фінансовою безпекою підприємства, які показано на рис 1.

Ставлячи за мету — розробити інструментарій, який дозволить оптимально управляти фінансовою безпекою підприємства та забезпечити ефективне функціонування підприємства й підвищення до нього довіри на ринку, Картузов Є. П. запропонував механізм, який містить багато складових, але більшою мірою являє собою план дій, аніж відповідає сутності механізму управління досліджуваним явищем [9].

Механізм управління фінансовою безпекою підприємства буде найбільш ефективним у тому випадку, коли він посилюватиме мотивацію працівників до підвищення ефективності використання праці. При такому механізмі узгодженість інтересів взаємодіючих сторін досягається вибором методів і ресурсів



Рис. 1. Система функціональних цілей та індикаторів ефективності управління фінансовою безпекою підприємства
Джерело: удосконалено авторами за матеріалами [5; 7; 9; 10]

управління відповідно до факторів управління, на які здійснюється вплив. При неузгодженості інтересів неможливе здійснення ефективного впливу на реалізацію головного інтересу та досягнення системи пріоритетних фінансових цілей суб'єкта господарювання [7, с. 27–28].

Одним із важливих завдань, що вирішуються в процесі управління фінансовою безпекою суб'єкта господарювання, є аналіз загроз, які класифікуються з поділом на 2 групи — загрози внутрішнього і зовнішнього характеру. Загрози першої групи (внутрішні) поділяються за такими ознаками як [2]: рівень фінансової діяльності підприємства; розміри можливого збитку, втрати коштів; можливість

передбачення, характер прояву, рівень імовірності реалізації та джерела їх походження; можливість локалізації наслідків загроз.

До загроз другої групи (зовнішніх) необхідно віднести такі [8, с. 175]:

- економічні загрози — правова невизначеність економічних відносин; обмеження з боку держави можливостей економічного зростання; корупція; примушування виробників до продажу продукції визначеним споживачам, примушування покупців до придбання товарів і послуг у визначених виробників і продавців; заборона реалізувати товар з одного регіону в інший або за кордон; надання окремим фірмам переваг

- у конкуренції з іншими підприємствами; обмеження доступу на ринок за допомогою монопольної змови підприємства-конкурента з іншими підприємствами-монополістами;
- фізичні (майнові) загрози — крадіжки, вимагання, грабїж, розбій; виведення з ладу обладнання, знищення та пошкодження майна, стихійні лиха, аварії, катастрофи і терористичні акти;
 - психологічно-інформаційні загрози — економічне шпигунство; розголошення або неправомірне використання інформації; дискредитація на ринку; соціальні конфлікти навколо або всередині підприємства, привласнення товарних знаків підприємства конкурентом.

Результати проведеного аналізу дозволяють зробити висновок, що належний рівень фінансової безпеки підприємства може бути забезпечений лише в тому разі, якщо буде визначена та побудована адекватна схема ідентифікації та нейтралізації загроз і небезпек, яка повинна включати: об'єкт та предмет контролю за наявністю загроз фінансовій безпеці підприємства; методи та способи їх ідентифікації; суб'єкти загроз фінансовій безпеці підприємства; критерії їх оцінювання; систему заходів по прогнозуванню, виявленню та попередженню чинників, що обумовлюють виникнення цих загроз.

З розглянутого слідує, що різноманіття підходів до управління фінансовою безпекою як самостійним

об'єктом управління зумовлює необхідність застосування комплексу методів та засобів управління нею у послідовності, яку наведено на рис 2.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Зазначимо, що формування механізму управління фінансовою безпекою підприємства сприятиме підвищенню її рівня. Аналіз практики управління фінансовою безпекою на вітчизняних підприємствах швейної промисловості показав, що певні елементи механізму забезпечення фінансової безпеки у первісному вигляді вже сформовані, проте вимагають удосконалення, інші — перебувають на стадії розроблення та потребують впровадження з метою забезпечення належного рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання.

Удосконалено процес управління фінансовою безпекою, який ґрунтується на авторському підході до оцінювання та розроблення стратегії забезпечення фінансової безпеки, а також механізму управління фінансовою безпекою підприємства, як інструмента реалізації стратегії, орієнтованої на підвищення її рівня.

Наукова новизна дослідження полягає у систематизації функціональних цілей та індикаторів ефективності управління фінансовою безпекою підприємства, що дозволило обґрунтувати етапи управління фінансовою безпекою підприємства.

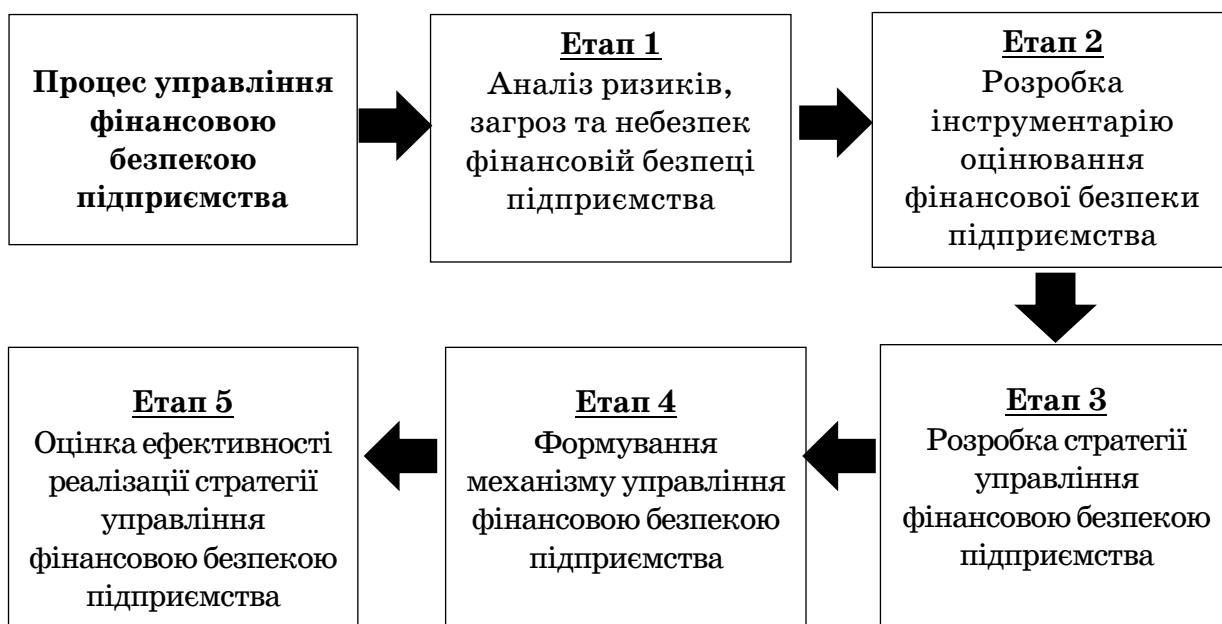


Рис. 2. Етапи управління фінансовою безпекою підприємства

Джерело: розроблено авторами

Література

1. Гросул В. А. Оцінка фінансової безпеки підприємств роздрібної торгівлі: монографія / В. А. Гросул, О. В. Антонова. — Х.: Видавництво Іванченка І. С, 2015. — 249 с.
2. Економічна енциклопедія. В 3 т. Т. 2 / За ред. С. В. Мочерного. — К.: Видавничий центр «Академія», 2014. — 848 с.
3. Андрєєва Т. Є. Аналіз економічної безпеки діяльності підприємства як економічної категорії / Т. Є. Андрєєва, Т. Є. Петровська, І. Г. Грицькова // Коммунальное хозяйство городов: научно-технический сборник. — 2009. — № 87. — С. 219–224.
4. Горячева К. С. Формування механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства / Менеджер. — 2014. — № 2 (28). — С. 96–103.
5. Шлыков В. В. Экономическая безопасность предприятия (во что обходится хозяйствующим субъектам защита собственности и способы минимизации возможных потерь) / РИСК — 2015. — № 6. — С. 61–63.
6. Васильчик С. В. Управління фінансовою безпекою підприємства / С. В. Васильчак, Н. В. Процикевич // Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — Вип. 21.18. — С. 151–153.
7. Черевко О. В. Принципи управління фінансовою безпекою підприємства / О. В. Черевко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» — 2014. — № 4.
8. Внукова Н. М. Економічна оцінка ризику діяльності підприємств: проблеми теорії та практики: [монографія] / Н. М. Внукова, В. А. Смоляк. — ІНЖЕК, 2013. — 184 с.
9. Картузов Є. П. Аналіз механізму управління фінансовою безпекою підприємства / Актуальні проблеми економіки, 2012. — № 7(133). — С. 118–124.

References

1. Grosul V. A. An assessment of the financial security of retail businesses: a monograph / V. A. Grosul, O. V. Antonova. — X.: Ivanchenko I. C. Publishing House, 2015. — 249 p.
2. Economical Encyclopaedia. In 3 vol. T. 2 / Ed. S. V. Morechernogo. — K.: Vidavnychy Center «Academia», 2014. — 848 p.
3. Andrieva T. E. Analysis of the economic security of the enterprise as an economic category / T. Ye. Andrieva, T. E. Petrovska, I. H. Grits'kova // Municipal economy of cities: a scientific and technical collection. — 2009. — No. 87. — P. 219–224.
4. Goryacheva K. S. Formation of the mechanism of financial security of the enterprise / Manager. — 2014. — No. 2 (28). — P. 96–103. .
5. Shlykov V. V. The economic security of the enterprise (what is the cost to business entities to protect property and how to minimize possible losses) / RISK-2015. — No. 6. — P. 61–63.
6. Vasilchik S. V. Managements of the financial security of receipts / S. V. Vasilchak, N. V. Protsikevich // Naukovy visnik NLTU of Ukraine. — 2011. — Vip. 21.18. — P. 151–153.
7. O. Cherevko. Principles of managing financial security of receivership / O. V. Cherevko // Elektronne naukove fahov vidannya «Efektivna ekonomika» — 2014. — № 4.
8. Vnukova NM Economical assessment of the risk of misconduct: problems of theory and practice: [monograph] / NM Vnukova, VA Smolyak. — INJEK, 2013. — 184 p.
9. Kartuzov E. P. Analysis of the mechanism of financial security management of the enterprise / Actual problems of economics, 2012. — № 7 (133). — P. 118–124.

Янковой Роман Васильович

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Київський інститут бізнесу та технологій*

Янковой Роман Васильевич

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и публичного администрирования
Киевский институт бизнеса и технологий*

Yankovoy Roman

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Management and Public Administration Department
Kyiv Institute of Business and Technology*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4149

ОСНОВЫ КОМЕРЦИАЛИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ МЕДИА БИЗНЕСУ

ОСНОВЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ МЕДИА БИЗНЕСА

MEDIA BUSINESS COMMERCIALIZATION BASICS

Анотація. Медіа галузь – це провідна індустрія третинного сектору народного господарства, що знаходиться на перетині економічних та соціологічних дисциплін та відома своїм бурхливим всебічним розвитком на початку поточного сторіччя разом із розквітом мультимедійних холдингів. Останніми роками сектор є привабливим для фінансових та дослідницьких інвестицій, викликаних технологічним бумом. Зокрема – в сегменті нових медіа, що кардинально змінюють суспільний світогляд і впливають на взаємодію між людьми. Прикладним каталізатором масового інтересу до медійного бізнесу виявились низькі пороги входу в ринок, помірні інвестиції та високий мультиплікатор доходності. І нарешті – саме в області медіа комунікацій та «нових медіа» криється легальний важіль впливу на формування суспільної думки, зміни світогляду та характер розвитку суспільства.

В площині даного дослідження доцільним є розмежовувати засоби масової комунікації від їх дещо застарілого визначення – ЗМІ. Оскільки лише в першому варіанті, тобто при комунікації, або в спілкуванні- позивач очікує на зворотній зв'язок. А інформуючи – медіатор лише розповсюджує відомості.

Всі положення функціонування підприємств мас-медіа викладені в сучасному навчальному курсі – медіаекономіка, що вивчає історію становлення, зміст та вплив різних медіа, зокрема, ЗМК на сукупність наукових розробок та усталених уявлень про медіа. Не дивлячись на високу увагу до ЗМК, сектор медіа економіки в Україні вважається слаборозвиненим порівняно з іншими країнами східної Європи і навіть – у співставленні із ринком Російської Федерації. Причини, що стоять за цим перекосом – це кволий ринок реклами і слабкий стан комерціалізації підприємств галузі. Підвищення доходності можливо за рахунок вивчення факторів впливу на формування обсягів реалізації медіа підприємств. Так, у телебаченні превалює якісний склад аудиторії і кількість рейтингів реклами, визначаючи обсяг реалізованої продукції. Іншими показниками є розмір капіталу, вартість активів та рівень операційних витрат.

Ключові слова: ЗМІ, медіабізнес, комерціалізація, телебачення, виручка.

Аннотация. Медиа-сфера становится все более заметной областью так называемого третичного сектора экономики, который включает как экономические, так и социальные науки. Технологический бум новых СМИ 2000-х годов и его очевидное влияние на социальное поведение и межличностные отношения вызвали серьезный всплеск финансовых и исследовательских инвестиций в этот сектор. Низкие барьеры входа и умеренные потребности в затратах вместе

со значительным мультипликатором доходов создали благоприятные условия для развития бизнеса в секторе средств массовой информации. Кроме того, способность влиять на общественное мнение и определять социальные интересы вызвала большой интерес к медиарынку.

Необходимо различать два типа меди: коммуникацию и информацию. Массовые коммуникации более широкое определение и включают в себя все виды передачи сведений и в большинстве случаев предполагают обратную связь от получателя. В то время как информирование ограничено простым распространением сообщений.

Бизнес СМИ, отношения, особенности и функции легли в основу специального изучения академической дисциплины под названием «медиа-экономика». Несмотря на большой интерес к медиа-сектору в Украине, он все еще находится в стадии развития по сравнению не только с западными странами, но и с его оппонентом на территории Российской Федерации. Основной причиной этого искажения является слабый рынок рекламы и плохое состояние процесса коммерциализации в медиа-бизнесе. Предприятия должны увеличивать прибыльность и для этого необходимо определить факторы, которые влияют на доход. Если контролировать поставки и стабильный уровень производства, которые могут быть оценены в СМИ в количестве проданных рейтингов, то их доходы в течение года будут менее подвержены колебаниям. Другим ключевым фактором, влияющим на финансовые показатели, являются стоимость капитала и активов, а также – операционные расходы.

Ключевые слова: СМИ, медиа-бизнес, коммерциализация, телевидение, выручка.

Summary. Media sphere is an increasingly prominent area of so-called Tertiary Sector of economy, which comprises both economic and social science features. New media's technological boom of 2000s and its obvious influence on social behavior and interpersonal relations caused serious burst in the financial and Research investments to this sector. Low entry barriers and moderate seed money requirements combined with significant income multiplier created favorable conditions for business development in Mass media sector. In addition, ability to leverage public opinion and influence social interests pulled the trigger of wide interest in the Media Market.

It is necessary to distinguish between two types of Mass Media: communication and information. Mass communications features all types of information spread and mostly anticipate for the feedback from the recipient. While Information is limited by mere knowledge dissemination.

Mass Media business, its relations, specifics and functions formed the basis of special academic discipline study called media-economics. Despite keen interest to the media sector in Ukraine, it is still far under developed as compared not only with the western countries but also to its counterpart in Russian federation. The main reason of this distortion is the weak advertising market and poor state of commercialization process within the media business Enterprises. To spike profitability it is necessary to find the factors, which influence it. If to control deliveries and stable production level that can be estimated in number of sold ratings in most Media (WGRP) revenue will not fluctuate through the year. The other key affecting figures are the capital and asset value and operational costs.

Key words: Mass Media, Media business, commercialization, television, revenue.

Постановка проблеми. Медіазнаство на сьогодні не лише теорія організації рекламно-комунікаційних альянсів, які формують домінуючу частку третичного сектору економіки, а в головному — специфічний вид діяльності, що вміщує ряд особливостей, у тому числі — напряду пов'язаних з формуванням доходів. Перше, на що треба зважати при розгляді моделей ефективного функціонування медійного бізнесу, це той факт, що до процесу надання послуг ЗМІ долучаються продукти різномірних галузей та видів діяльності, як матеріального виробництва, так і невиробничої сфери відносин. Отже, важливо усвідомлювати і враховувати двоякий ефект функціонування медіа-компанії: по-перше як учасника сфери рекламно-комунікаційних послуг, де вона виступає на відповідному ринку медійного сервісу постачальником, а по-дру-

ге — в якості виробника особливого товару, яким являється виміряна аудиторія, тобто слухач, читач, або глядач того чи іншого медіа ресурсу [1, с. 213]. В обох випадках необхідно забезпечувати ефективну організацію та впровадження системи маркетингу, виявлення причинно-наслідкових зв'язків в комерційних процесах та передбачати розвиток організаційної здатності безперервно і адекватно адаптуватися до перманентно мінливих умов внутрішнього і зовнішнього середовища та спорадичних технологічних бумів, тим самим, підвищуючи ступінь своєї конкурентоспроможності. Пошук ринкових ніш для реалізації продукції медійними підприємствами передбачає комерціалізацію їх діяльності як складний і багатофункціональний процес вдосконалення виробничо-маркетингової організації по перетворенню результату

праці на товар або послугу з його подальшим виведенням на ринок, визначенням технології поведінки та осередку учасників продуктового обміну і остаточним задоволенням потреб.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визначними в галузі медіаекономіки є дослідження, проведені засновником дисципліни Джефрі Снайтом. Професором і практикуючим консультантом Робертом Пікардом, без чийх досліджень, викладених в більше ніж 30 книгах не став би досяжним і поточний рівень розуміння сутності та суспільних функцій підприємств медіагалузі. Аналіз якісної складової діяльності розповсюджувачів масової інформації провадили теоретики взаємодії кібернетичного простору і суспільства К. Шеннон, Н. Винер, Д. Дойл, в працях яких змальовані і в багато чому прогнозовані сучасні зрушення у спілкуванні людей і розшируванні соціуму, викликані розвитком інформаційної економіки та цифрових ринків.

Переважаюча частина трудів вченого початку минулого віку Йозефа Шумпетера точиться навколо діалектичної боротьби нового із старим, ролі винаходів та підприємницького духу у становленні економіки. Так само лишаються актуальними дослідження функцій інновацій і маркетингу для розвитку бізнесу Пітера Друкера і ряду інших видатних вчених-основоположників дисципліни менеджменту, які працювали над питаннями комерціалізації, маркетингу та інновацій. Прикладом є нобелівський лауреат Джон Річард Хікс або професори Річард Драфт та Паоло Баккарделлі. Серед вітчизняних вчених варто звернутись до визначень комерціалізації в роботах Галини Ступнікер, Наталії Мешко, Богдана Андрушківа.

Однак, не дивлячись на глибину проробки тематики даного питання — зокрема щодо визначення етапів проходження процесу комерціалізації і незважаючи на істотне просування в представленні термінологічного апарату, все ж залишаються невідпрацьованими сутнісні аспекти, які відбиваються на фінальному результаті комерціалізації як інтегрованого механізму функціонування бізнесу у зовнішньому конкурентному оточенні.

Мета статті. Дослідити чинники впливу на результати комерціалізації зокрема дохід у секторі медіабізнесу, наразі — на виручку телеканалів України.

Виклад основного матеріалу. Історично та етимологічно комерціалізація бере витоки в об'єктивному явищі «торгівлі» або ж — комерції (лат. *commerce*), що характеризує собою обмін продуктами людської праці між ринковими суб'єктами керуючись вигодою на умовах паритетної справедливості і з урахуванням

комерційних та економічних інтересів. Тож фінальний результат представляють операції з продажу-купівлі. При цьому ринок виступає місцем формування умов здійснення зазначених операцій, в той час як маркетинг уможливорює безпосередньо обмін, виявляючи та задовольняючи людські потреби.

Основними вимогами, як і в будь-якому сучасному економічному середовищі, є насамперед врахування інтересів споживачів, створення оптимальних взаємовідносин із покупцями та регулювання політики просування. Комерційна функція в межах підприємства передбачає підпорядкування діяльності всіх його підрозділів і кожного працівника максимізації вихідного результату за рахунок більш якісного та ефективного виконання своїх не лише безпосередніх функцій, а й ефективної взаємодії з іншими учасниками процесу створення продукту так само як врахування інтересів стейкхолдерів компанії, якщо йдеться про службовців керуючої ланки. Отже, як етимологічно, так і за внутрішньою суттю, феномен комерціалізації є багатограним і пов'язується не виключно з комерцією (*commerce*), але так само і з взаємодією, відносинами та спілкуванням (*communication*), що характеризує об'єктивність комунікаційного аспекту у понятті комерціалізації.

Комунікація походить із латинського *communicare* — робити спільним і вживається в англомовних суспільствах з XV сторіччя з метою окреслення загального процесу повідомлення або передачі будь-чого, а пізніше, — у XVII сторіччі — розповсюджується його нове значення. Віднині «*to communicate* — англ.» позначає фізичні способи передачі повідомлення як-то мережі комунікації — шляхи, переміщення, транспортування товарів і людей.

Автором сучасного трактування поняття комунікацій став представник Чикагської школи Чарльз Кулі, який у 1909 році видав статтю «*The Significance of Communication*» [3], де комунікація визначалась засобом актуалізації «органічно цілого світу людської думки». Такими засобами організації спілкування, в статті названі газети, пошта, телеграф, залізниці і освіта, які набули розповсюдження в першу декаду XX ст.

Якщо спиратись на класичне визначення масової комунікації відповідно до роботи теоретика університету Амстердаму Деніса Мак-Квейла, який є автором книжки з теорії комунікації, то ми повинні визнати, що це «інституціоналізоване (тобто таке, що існує у формі підприємства або деякої іншої структури) виробництво і загальне розповсюдження символічних форм і товарів за допомогою збереження і передачі інформації і символічного контенту» [4]. Це означає, що масова комунікація так чи інакше

виробляється структурами, фірмами, асоціаціями, урядами і не виробляється індивідами.

Основним джерелом комерційних доходів українських підприємств — засобів масової комунікації (ЗМК) є послуги від надання реклами (зазвичай формують більше 90% операційної виручки). Інші незначні надходження утворюються завдяки ліцензуванню контенту. Ціноутворення, як і у всьому розвиненому світі стандартизоване завдяки універсальному вимірюванню медіа перегляду і відбувається за системою WGRP (Weighted Gross Rating Points — «пункти зваженого сумарного рейтингу»). В якості 1 пункту WGRP розглядається 1 процент або пункт рейтингу глядацької аудиторії рекламного ролика тривалістю 30 секунд. Інші хронометражі розповсюдження для умов ціноутворення переважаються на спеціальні коефіцієнти хронометражу.

Таким чином, на доходність телебачення — як найпопулярнішого (адже середня щоденна тривалість перегляду ТБ за період 2003–2017 роки складає близько 4 години та 30 хвилин на особу) специфічний вид діяльності, який має ряд особливостей, у тому числі пов'язаних з формуванням доходів. Серед цих особливостей доцільно зазначити такі:

1. Ефект від обсягів виробництва, що виражається в прагненні медіа підприємств до максимізації охоплення аудиторії, популяризації продукту та створення мультимедійних холдингів. Так за умов росту масштабів виробництва в телевізійному секторі збільшуються не змінні витрати (відповідно — такі як поширення телевізійного сигналу) а навпаки —

постійні, тобто видатки, які формуються в наслідок продакшина медійного контенту. Таким чином розмір аудиторії мовника стає важливим комерційним важелем і відображенням ефективності їх операційної діяльності, при цьому зростання кількості глядачів не наражає бізнес на додаткові витрати на розповсюдження програм;

2. Вартість доставки сигналу до глядачів з проходженням часу експоненціально знижується. Телебачення на сьогодні збирає найбільші рекламні доходи у галузі (за період з 2005 по 2017 роки питома частка телебачення у бюджетах спрямованих на ринок медійної реклами та комунікацій в грошовому вимірі становила близько 47%). Для глядачів телепрограми несуть нематеріальну цінність. А сплачує аудиторія як не дивно — своїм вільним часом. Вартість телепрограми визначається її контентом, а цінність — суспільним значенням і змістом інформації;

3. Вагомий вплив інноваційної складової у рейтинговому телевізійному контенті. Розповсюдження мовлення вимагає використання сучасних технологій поширення і кодування сигналу. З точки зору власне телеканалів виготовлення програм — це просто серійне виробництво, що вимагає постійних інвестицій на оновлення. Вочевидь, вкладання коштів у продакшин не призведе безпосередньо до змін обсягу аудиторії і не буде коливатись навіть при обмеженій кількості глядачів телеканалу до одного фана. Саме виробництво телепрограм — це трудомісткий процес і брати в ньому участь мають виключно кваліфіковані експерти індустрії медіа-розваг на всьому

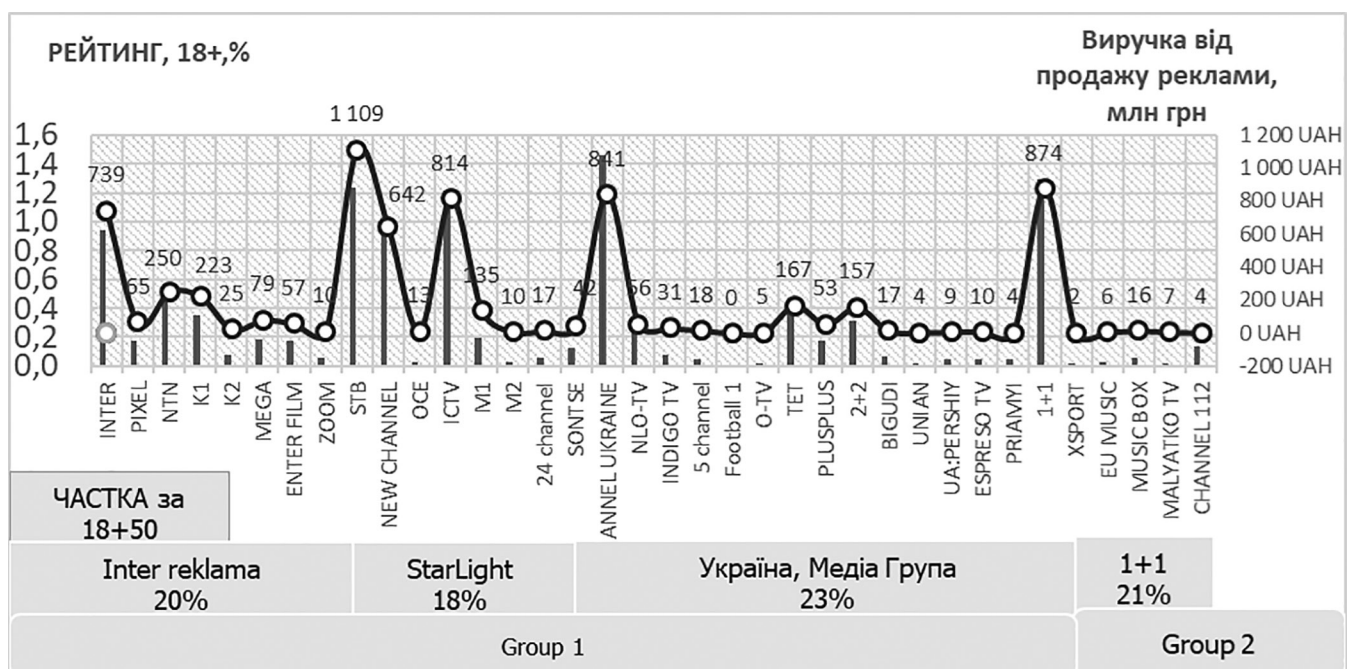


Рис. 1. Доходи українських телеканалів за 2017 рік від надання послуг реклами

Джерело: складено автором на основі вимірювань аудиторії Нільсен AC Nielsen Ukraine LLC [5]

циклі — від стадії відбору до монтажу ефірної сітки показів (іншими словами — програмування).

Нижче на малюнку наведені доходи українських телеканалів за 2017 рік від продажу реклами (Рис. 1).

Будь-яка телекомпанія (окрім тих, що повністю фінансуються за рахунок державного бюджету та не реалізують рекламний час у ринковому просторі) має мінімум два види споживачів:

- 1) Телеглядачі — безпосередні «покупці» телевізійного товарного контенту в обмін на свій вільний час;
- 2) рекламодавці — споживачі послуг у якості рекламного часу телеканалу.

Від кількості телеглядачів каналу, які одночасно, хоча і опосередковано являються потенційними споживачами товарів (робіт, послуг) рекламодавців, залежить рівень контактів рекламного повідомлення виробника товарів (робіт, послуг) із потенційним покупцем, тобто агрегований вимір ефективності рекламної кампанії. Тому, чим ширша у телеканалі глядацька аудиторія, тим більше рекламодавців воліють розмістити свої рекламні флайти (безперервні кампанії промо активності у заданий проміжок часу) на такому популярному каналі.

Схематично взаємовідносини телеканалу зі своїми споживачами зображено на Рис. 2. Телеканал не має прямого впливу на рекламодавців, але може спонукати їх до купівлі рекламного часу опосередковано — через збільшення і якісне оновлення структури глядацької аудиторії. Обсяг глядацької аудиторії, виражений у процентах до загальної кількості населення країни — є ніщо інше, як рейтинг телеканалу.

Отже, щоб впливати на обсяги реалізації рекламного часу, телеканал має змінювати власні рейтинги.

Рейтинг каналів наведено вище на малюнку Рис. 1 за основною вертикальною шкалою і представлено стовпчиковою діаграмою.

Останні три роки ринок телереклами в Україні зростає в середньому на 28% в рік, але це переважно вплив низької бази 2015 року і 250-відсоткової девальвації національної валюти (із котирування 8 грн за дол США протягом 2009–2014 років до 28 грн за дол США на серпень 2018 року). За даними медіа агенції Zenith Optimedia, українське телебачення навіть після геополітичних потрясінь 2015 року має другу за величиною аудиторію¹ в регіоні після Російської — 16,5 млн. домогосподарств, — випереджаючи, зокрема, Польщу і дорівнюючи Туреччині, хоча ціна контакту на ньому в три рази нижче, ніж в цих державах, біля 1\$ за тисячу людей. За показником рекламних витрат на душу населення Україна займає одне з останніх місць в Європі. Якщо в Польщі, Чехії, Угорщині та Росії він становить 59\$, 141\$, 219\$ та 289\$ відповідно, то в Україні всього 15\$ (2018 рік). До того ж важливим є віковий ценз глядача (Рис. 3).

Отже підвищення доходності ЗМК означає все більшу прив'язку та урахування ринкових потреб як при диверсифікації контенту в напрямку нішової більш заможної (за економічно-віковою структурою) аудиторії, так і інтеграцію з вимогами рекламодавців — транснаціональними корпораціями. Про ступінь комерціалізації сьогодні говорить те, що в кінці XX ст. 90% доходів українських телевізійних ЗМІ надходили від реклами і менше 10% від

¹ Аудиторія — рейтинг помножений на кількість людей, що живуть на даній території (до розрахунку включаються люди старше 4 років). Рейтинг — відношення кількості людей, що позитивно відповіли на питання про споживання даного виду ЗМІ в певний момент часу до загальної кількості опитаних.

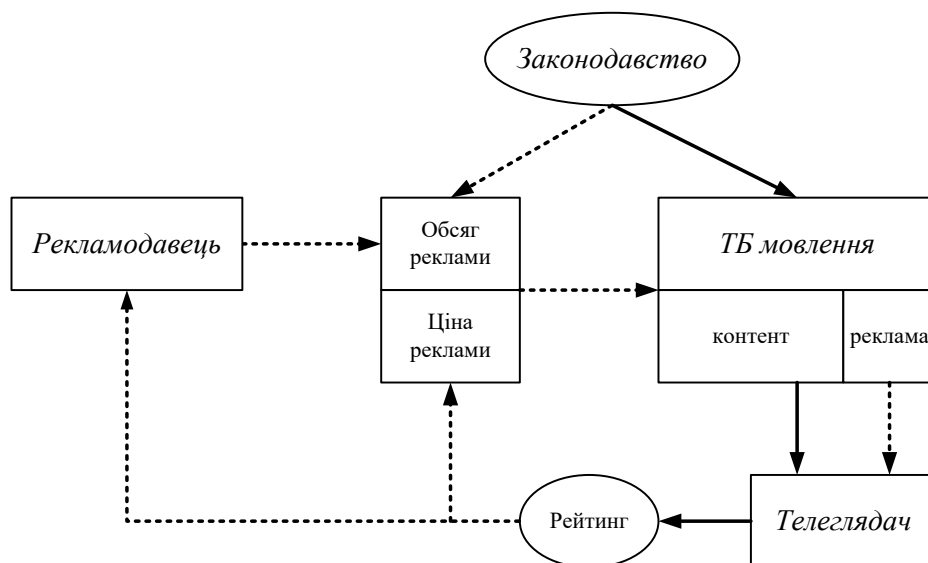


Рис. 2. Взаємозв'язок телеканалу, телеглядачів та рекламодавців

Джерело: складено автором

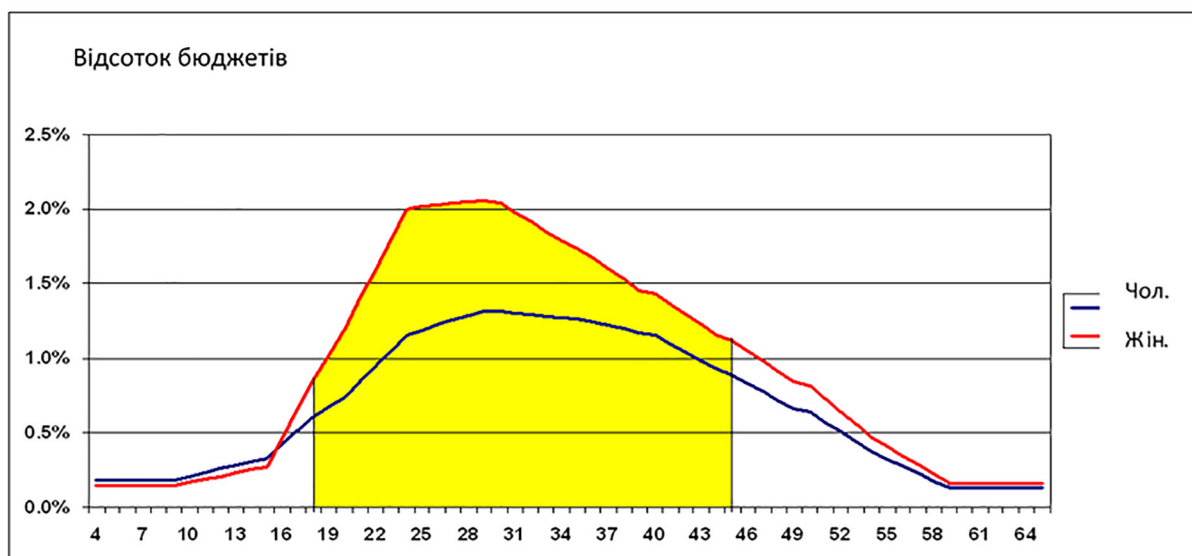


Рис. 3. Структура розподілу бюджетів рекламодавців і телеперегляду за аудиторіями з розмежуванням за віком та статтю

Джерело: складено автором на основі вимірювань аудиторії Нільсен AC Nielsen Ukraine LLC [5]

споживачів контенту — тобто глядачів. Так, у 2017 році оператори телебачення сплатили каналам за контент приблизно 550 млн. грн. З них висока частка (60%) відійшла міжнародним групам. А ринок реклами України на ТВ становив більше семи млрд. грн [6].

Оцінка комерціалізації компанії мас-медіа формується на основі бальної оцінки сукупної ряду показників і індикаторів, визначених як питома

значущі, з точки зору впливу їх значення на ефективність і доходність роботи:

- фінансовий результат (прибуток);
- рівень витрат (собівартість);
- обсяг продажу (виручка);
- величина активів;
- розмір капіталу;
- рівень інвестицій (основні засоби).

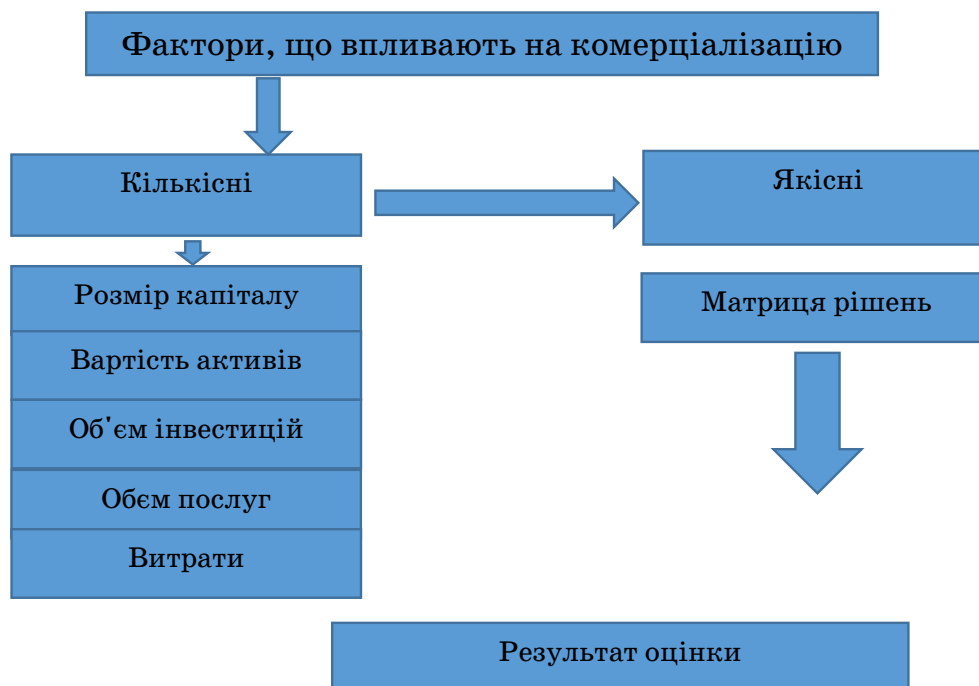


Рис. 4. Структура факторів впливу на стан комерціалізації ЗМК

Джерело: розроблено автором

Але найвпливовішим для медіа залишається операційний дохід від рекламних послуг (Рис. 4).

Висновки. Як визначено, комерційна функція організації передбачає максимізацію доходу або вигоди на кожному етапі ланцюгу створення цінностей і вертикально по всіх рівнях організації. Похідною комерціалізації будуть виступати зобов'язання перед покупцями, угоди якими вони оформлені і товарно-грошовий обіг на ряду з іншими ринковими процесами і господарськими операціями, з якими пов'язаний ланцюг доведення продукту до цільового ринкового сегменту. Комерціалізація є отримання вигоди в процесі перетворення іннова-

ційної ідеї в кінцевий продукт, який може являти собою знання, технологію і продаватися як у вигляді оформленої інтелектуальної власності. Стратегічними напрямками діяльності вітчизняних ЗМК виходячи із законодавчих обмежень та загальних тенденцій, що склалися на телевізійному ринку України, можна визначити:

- Зниження ціни на рекламу та збільшення обсягів реклами в ефірі до максимально дозволеного чинним законодавством — «цінова стратегія».
- Зміна традиційної сітки мовлення в окремих періодах та підвищення ціни на рекламу — «стратегія диференціації».

Література

1. Picard R. Media Economics. Concepts and Issues. Newbury Park; London; New Delhi: Sage. — 1989. — p. 113.
2. Alexander, Alison, James Owers, and Rodney Carveth, (eds.) (1993) Media Economics Theory and Practice. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates. — 1993 — p. 254.
3. Cooley Ch. H. The Significance of Communication Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by Berelson B., Janowitz M. N. Y.: 1953 — p. 313.
4. McQuail D. Mass Communication Theory. 4th ed. London: Sage, 2000.
5. Ukrainian Scopus TV indexes [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.nielsen.com/ua/uk/about-us.html.
6. Офіційний портал Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

References

1. Picard R. Media Economics. Concepts and Issues. Newbury Park; London; New Delhi: Sage. — 1989. — p. 113.
2. Alexander, Alison, James Owers, and Rodney Carveth, (eds.) (1993) Media Economics Theory and Practice. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates. — 1993. — p. 254.
3. Cooley Ch. H. The Significance of Communication Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by Berelson B., Janowitz M. N. Y.: 1953 — p. 313.
4. McQuail D. Mass Communication Theory. 4th ed. London: Sage, 2000.
5. Ukraine Scopus TV indexes [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: www.nielsen.com/ua/uk/about-us.html
6. Ofitsiyni portal Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 339.138.021: 637.5.03

МАРКЕТИНГ

Ларіна Ярослава Степанівна

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

Ларина Ярослава Степановна

*доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой маркетинга и международной торговли
Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины*

Larina Yaroslava

*Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Marketing and International Trade
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

Луцій Калина Миколаївна

*здобувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Національного університету біоресурсів і природокористування України*

Луций Калина Николаевна

*соискатель кафедры маркетинга и международной торговли
Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины*

Lutsiy Kalina

*PhD Candidate of the Department of Marketing and International Trade of the
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4111

**ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ
ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ
НА ОСНОВІ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ**

**ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА
ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
НА ОСНОВЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ РЫНКА**

**FORMATION OF THE PARTNERSHIP-MARKETING COMPLEX
OF MEAT PROCESSING ENTERPRISES ON THE BASIS
OF MARKET SEGMENTATION**

Анотація. В статті розглянуто питання динаміки обсягів споживання м'яса та м'ясопродуктів як важлива складова в забезпеченні продовольчої безпеки населення України. Визначено основні фактори, які впливають на досягнення рівня раціональної норми споживання основних продуктів харчування, що формують найбільшу частку витрат домогосподарств. Проаналізовано тенденції споживання населення України на найближчі чотири роки, які передбачають споживання м'яса та м'ясопродуктів на рівні від 49,5 кг до 51,5 кг на одну особу за рік. Сформульовано основні цілі проведення сегментування ринку та охарактеризовано властивості цільових сегментів. Розглянуто процес сегментування та його основні етапи. Проведено сегментацію ринку для ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» з урахуванням таких критеріїв як географічний, економічний, соціально-демографічний, психографічний та поведінковий. В результаті аналізу виділено два основні цільові сегменти споживачів та запропоновано стратегію повного охоплення ринку шляхом застосування диференційованого

маркетингу. На основі проведеного сегментування ринку сформовано план розвитку комплексу маркетингу партнерських відносин «5Р» як важливої складової в досягненні конкурентоспроможності підприємства, сталого розвитку та отримання додаткової цінності для кінцевого споживача. Розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення кожного компонента окремо та зосереджено увагу на вагомості елемента «People» у побудові міцних господарських зв'язків з бізнес-партнерами та кінцевими споживачами. Врахування пропозицій впровадження концепції маркетингу партнерських відносин на м'ясопереробних підприємствах дозволить зайняти лідируючі позиції на ринку м'ясопродукції та збільшити лояльність споживачів. Побудова ефективної системи взаємодії в ланцюгу «постачальник-виробник-посередник-споживач» з орієнтацією саме на кінцевого споживача (його вподобань, переваг, особливостей при купівлі) вплине на результативність функціонування суб'єктів відносин, зокрема створення додаткового прибутку та збільшення рентабельності.

Ключові слова: ринок, м'ясо та м'ясопродукти, м'ясопереробні підприємства, сегментування, комплекс маркетингу, маркетинг партнерських відносин.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы динамики объемов потребления мяса и мясопродуктов как важная составляющая в обеспечении продовольственной безопасности населения Украины. Определены основные факторы, влияющие на достижение уровня рациональной нормы потребления основных продуктов питания, составляющих наибольшую долю расходов домохозяйств. Проанализированы тенденции потребления населения Украины на ближайшие четыре года, которые предусматривают потребление мяса и мясопродуктов на уровне от 49,5 кг до 51,5 кг на одного человека в год. Сформулированы основные цели проведения сегментирования рынка и охарактеризованы свойства целевых сегментов. Рассмотрен процесс сегментирования и его основные этапы. Проведено сегментирование рынка для ООО «Житомирский мясокомбинат» с учетом таких критериев как географический, экономический, социально-демографический, психо-графический и поведенческий. В результате анализа выделены два основных целевые сегменты потребителей и предложена стратегия полного охвата рынка путем применения дифференцированного маркетинга. На основе проведенного сегментирования рынка сформирован план развития комплекса маркетинга партнерских отношений «5Р» как важная составляющая в достижении конкурентоспособности предприятия, устойчивого развития и получения дополнительной ценности для конечного потребителя. Разработаны практические рекомендации по совершенствованию каждого компонента отдельно и сосредоточено внимание на важности элемента «People» в построении крепких хозяйственных связей с бизнес-партнерами и конечными потребителями. Учет предложений внедрения концепции маркетинга партнерских отношений на мясоперерабатывающих предприятиях позволит занять лидирующие позиции на рынке мясопродукции и увеличить лояльность потребителей. Построение эффективной системы взаимодействия в цепи «поставщик-производитель-посредник-потребитель» с ориентацией именно на конечного потребителя (его предпочтений, особенностей при покупке) повлияет на результативность функционирования субъектов отношений, в частности создание дополнительной прибыли и увеличение рентабельности.

Ключевые слова: рынок, мясо и мясопродукты, мясоперерабатывающие предприятия, сегментирование рынка, комплекс маркетинга, маркетинг партнерских отношений.

Summary. The article considers the dynamics of meat and meat products consumption as an important component in ensuring food security of the Ukrainian population. The main factors influencing the achievement of the rational consumption level for basic food products, which form the largest share of household expenses, were determined. The consumption trends of the Ukrainian population for the next four years were analyzed, which include consumption of meat and meat products at between 49.5 kg and 51.5 kg per person for a year. The main objectives of market segmentation were formulated and the properties of target segments were characterized. The segmentation process and its main stages were considered. The market segmentation for Zhytomyr Meat Processing Plant LLC was conducted with consideration of such criteria as geographic, economic, socio-demographic, psychographic and behavioral. As a result of the analysis, two main target segments of consumers were identified and a strategy for the full market coverage by using the differentiated marketing was proposed. On the basis of the market segmentation, the development plan of the 5P partnership-marketing complex was formed as an important component in achieving enterprise competitiveness, sustainable development and obtaining additional value for the end user. Practical recommendations for improving each component separately are developed and the emphasis was placed on the importance of the People element in building strong business relationships with business partners and end users. Taking into account the proposals for implementation of the marketing partnerships concept in meat processing enterprises will allow taking the leading position in the meat products market and increasing the consumer loyalty. The construction of an effective interaction system in the «supplier-producer-intermediary-consumer» chain with the focus on the end user (his preferences, advantages, features when purchasing) will affect the performance of the subjects of relations, in particular, the creation of additional profits and increase of profitability.

Key words: market, meat and meat products, meat processing enterprises, segmentation, marketing complex, partnership marketing.

Постановка проблеми. М'ясопереробна галузь є безперечно пріоритетною в забезпеченні продовольчої безпеки населення України. Ринок м'яса та м'ясопродуктів утворює систему взаємовідносин суб'єктів господарювання, зокрема процес від виробництва до споживання готової продукції кінцевими споживачами. В даному ланцюгу взаємодії споживач виступає ключовою фігурою. Для ефективного функціонування підприємств м'ясної промисловості та конкурентоспроможності м'ясної продукції потрібно враховувати особливості й тенденції цільового ринку споживачів м'ясопродуктів для розробки відповідних заходів щодо забезпечення ефективності аграрного сектору та безпосередньо населення якісною й доступною м'ясною продукцією [8].

В сучасних умовах ринок м'яса та м'ясопродуктів характеризується посиленням конкуренції, що в свою чергу ставить ряд нових вимог перед вітчизняними м'ясопереробними підприємствами. Найбільш вагомими з них є потреба в прийнятті якісних і своєчасних маркетингових управлінських рішень для утримання існуючих споживачів та залучення нових, що в свою чергу впливає на обсяги продажу, прибуток та сталий розвиток підприємства в цілому. Зазначене вище обумовлює інтерес щодо вдосконалення комплексу маркетингу партнерських відносин м'ясопереробних підприємств.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Проблемам розвитку національного ринку м'яса та м'ясопродуктів присвячені праці таких вчених, як М. Ільчук, В. Ємцев [1], Р. Мудрак [6], Б. Музика [6], Л. Соломчук [8] та інші. Питанням дослідження сегментації ринку займають вагоме місце у працях відомих вчених О. Лотиш [3], О. Зозульов, О. Луцій [4], Т. Кюхана, А. Старостіна. Значний внесок у вивченні концепції маркетингу відносин на підприємствах здійснено провідними вченими, серед яких Ф. Котлер, Я. Гордон, В. Морохова [5], В. Шумська [5], С. Куш, М. Мотіна, А. Столярова, С. Гаркавенко.

Проведені дослідження зазначених науковців заслуговують уваги та мають важливе значення в теорії маркетингу. Однак не достатньо розкрито питання щодо формування комплексу маркетингу з урахуванням особливостей партнерських відносин м'ясопереробних підприємств. Доцільно визначити цільові сегменти споживачів та розробити практичні рекомендації стосовно вдосконалення «5Р» для кожного виділеного сегменту зважаючи на їх характеристики.

Метою статті є удосконалення методичних засад щодо формування комплексу маркетингу партнерських відносин для м'ясопереробного підприємства на основі проведеного сегментування ринку споживачів.

Виклад основного матеріалу. Після падіння в кризових 1990-х рр., починаючи з 2001 р. споживання м'яса та м'ясопродуктів українцями постійно зростає [6]. Аналіз споживання м'ясопродуктів населенням України в період з 2000 року по 2016 рік свідчить про збільшення споживання м'яса і м'ясних продуктів на одну особу за рік, не зважаючи на погіршення економічного стану в країні. Розрахункові дані прогнозування підтверджують, що загальне споживання м'яса і м'ясних продуктів (у перерахунку на м'ясо, включаючи сало й субпродукти у натурі) у наступні чотири роки залишатиметься на рівні останніх 2015–2016 років, зокрема від 49,5 кг до 51,5 кг [2]. При цьому верхня межа споживання перебуває на рівні від 56,6 кг до 61,8 кг, а нижня межа сягає 46,3–41,2 кг м'ясопродукції на одну особу за рік у період 2017–2020 рр. Прогнозування обсягів споживання м'ясопродуктів в період з 2017 року по 2020 рік (на основі взаємозв'язку рівня споживання м'ясопродуктів і ВВП на душу населення) дає можливість обґрунтувати тенденції споживання населення України на найближчі роки та визначити основні напрями вдосконалення маркетингу партнерських відносин м'ясопереробних підприємств на перспективу.

Слід зазначити, що саме купівельна спроможність населення впливає на досягнення рівня раціональної норми споживання, яка становить 80 кг м'яса та м'ясопродуктів на одну особу за рік (розрахунки МОЗ України). Оскільки, населення з рівнем доходу від 2,5 тис. грн. до 5 тис. грн. споживає 78 кг м'ясних виробів, група з доходом від 5 до 20 тис. грн. — 90 кг м'яса та м'ясопродукції, а малозабезпечені лише 48 кг на одну особу за рік [2]. При цьому тенденція споживання яловичини для забезпеченої частини населення буде зростати, в той час, коли населення з низьким рівнем доходу взагалі не вживатиме м'ясо яловичини в раціоні харчування.

Враховуючи вище зазначене, проведемо сегментацію споживачів та визначимо основні цільові сегменти для ТОВ «Житомирського м'ясокомбінату» зважаючи на рівень доходу потенційних клієнтів. Сегменти — це поділ потенційних покупців на окремі групи, що характеризуються загальними властивостями, наприклад, однаковими потребами, ставленням до товару чи послуги, вигодами під час покупки, рівнем доходу і освіти, поведінкою під час покупки, статтю і віком, однаковою реакцією на ринкові зусилля продавця [3]. Зазначимо, що сегментація ринку проводиться з метою досягнення максимально повного задоволення потреб кінцевих споживачів, їх вподобань та очікувань при споживанні м'яса та м'ясних виробів, а також для визначення шляхів

стратегічного розвитку досліджуваного підприємства у напрямку маркетингу відносин.

Обране товариство є лідером м'ясопереробних підприємств Житомирської області та входить в десятку найбільших виробників м'ясної продукції по Україні (частка ринку становить 3,2%) [10]. ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» займає досить велику частку обсягів виробництва в Житомирській області та невинно її збільшує, а саме: 20% у 2010 році та 26,6% у 2016 році [7; 9]. У 2013–2014 роках завдяки інвестиційним надходженням був проведений другий етап модернізації виробничих приміщень, що дозволило підприємству, у свою чергу, збільшити обсяги виробництва продукції. Товариство має різнорівневі канали розподілу м'ясних виробів та реалізує свою продукцію по всій Україні. При цьому має достатньо широкий асортимент продукції, який налічує понад 150 найменувань під торговельною маркою «М'ясна гільдія», «Ранчо» та «Gremio de la Carne».

Розглянемо більш детально процес сегментації ринку та його етапи (рис. 1).

Перший етап сегментації полягає у виборі ознак, за якими здійснюється розподіл потенційних споживачів на цільові сегменти. Вважаємо за доцільне

брати до уваги географічні, демографічні та соціально-економічні групи факторів.

Вагомим критерієм у споживанні м'яса та м'ясопродуктів і їх обсягу, як зазначалося вище, є рівень доходу населення України, який враховано нами при сегментуванні. Поділ потенційних споживачів здійснено за рівнем доходу, зокрема: низький рівень, середній та високий. До першої групи потрапили громадяни з рівнем доходу до 2,5 тис. грн (26%), в другу від 2,5 тис. до 5 тис. грн (37%) та в третю 5–20 тис. грн на місяць (37%).

Однак не менш важливими є такі критерії, за результатами проведеного дослідження як стать, вік, місце проживання та зайнятість населення.

За офіційними даними Державної служби статистики України чисельність наявного населення у 2016 році становить 42,6 млн. чоловік, з яких, у свою чергу, 69% міське населення, а 31% — сільське. В той же час, 46% населення це чоловіки, а 54% — жінки. Далі проведемо розподіл міського та сільського населення за віковими групами. Так, вікова група № 1 (від 1 до 19 років) становить 20% всього населення країни, група № 2 (20–54 років) займає 50% та вікова група № 3 (54–70 років) — 30%. Економічно

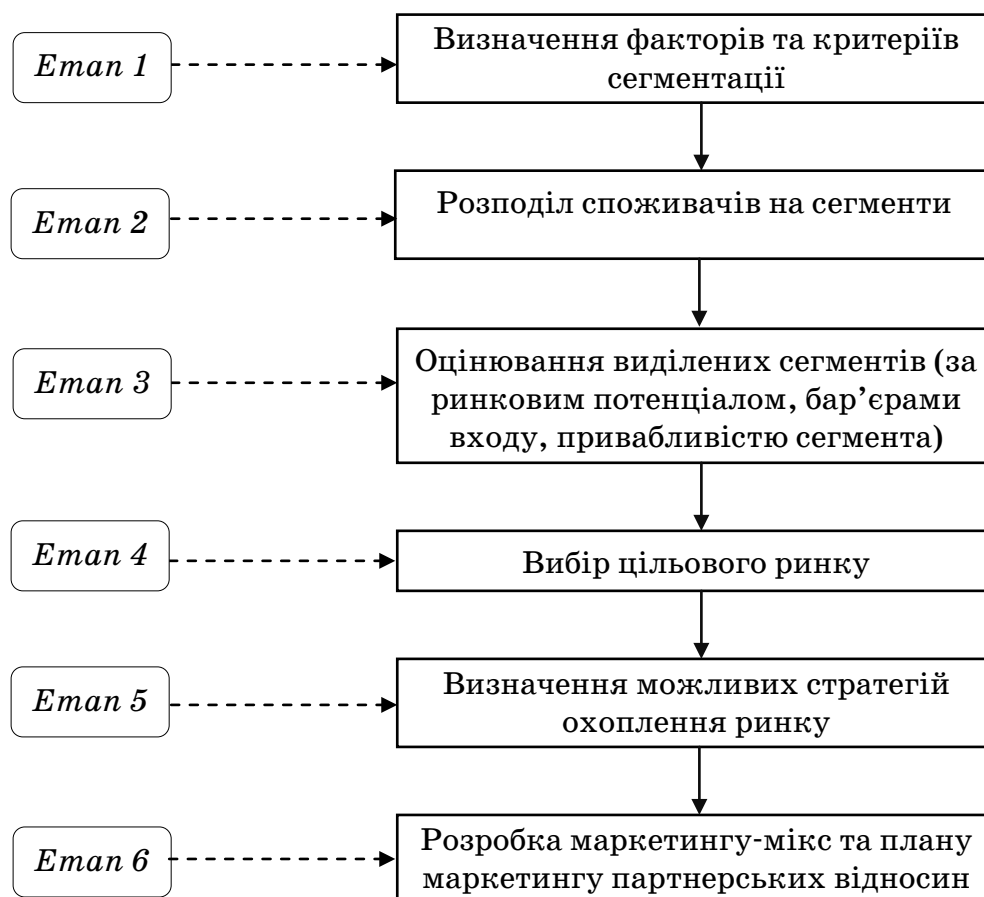


Рис. 1. Етапи процесу сегментації
Джерело: побудовано авторами на основі [4]

активне населення займає 91% всього населення України, тоді коли безробітні складають біля 9%. Слід зазначити, що рівень зайнятості вікової групи № 2 найвищий. Щодо розподілу споживачів за місцем населення, відмітимо, що міські поселення є більш забезпечені роботою. У той же час рівень безробіття міського і сільського населення знаходиться майже на одному рівні. Однак динаміка споживання м'яса та м'ясопродуктів за місцем проживання дещо різниться, зокрема: в період з 2010 по 2016 роки сільське населення споживає м'ясних виробів на 0,7–1,3 кг на одну особу за місяць менше, а ніж міське населення [7]. Також на рівень споживання продуктів харчування, в тому числі на м'ясопродукти, впливає кількість чисельного складу українських сімей. Спостерігається залежність обсягів споживання м'яса та м'ясопродуктів від кількості осіб у домогосподарствах, зокрема чим більший склад сім'ї, тим менше м'ясної продукції споживається членами родини. М'ясо та м'ясопродукти мають особливе значення в раціоні українців та займають найбільшу частку сукупних витрат населення, а саме 20,3% у 2016 році [7]. Також, на нашу думку, слід враховувати поведінковий критерій сегментування, а саме ступінь споживання та очікувана вигода при споживанні м'ясних виробів.

На другому етапі сегментування проводиться розподіл потенційних споживачів на сегменти (табл. 1).

Третій етап сегментування включає в себе оцінювання виділених груп. В таблиці 7 відображено

розподіл потенційних споживачів м'яса та м'ясопродуктів на групи за відповідними п'ятьма критеріями та дев'ятьма ознаками сегментування. В результаті аналізу було виділено 27 сегментів, які в повній мірі, на нашу думку, відображають сучасний ринок споживачів м'яса та м'ясопродуктів в Україні.

Четвертий етап сегментування передбачає визначення остаточних цільових сегментів для ТОВ «Житомирського м'ясокомбінату». Тому, в нашому випадку, використаємо метод кластерного аналізу, який зумовлює формування сегментів ринку на основі об'єднання в сегменти споживачів, яким притаманні подібні ознаки.

Результати проведеного аналізу представлено у таблиці 2, яка відображає остаточні висновки п'ятого та шостого етапу сегментування, зокрема визначення стратегії розвитку та надання практичних рекомендацій при розробці плану маркетингу партнерських відносин.

Спираючись на проведене дослідження, доцільно розробити практичні рекомендації та сформулювати план розвитку маркетингу партнерських відносин для ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» в процесі взаємодії зі споживачами, торгівельними посередниками та іншими контрагентами. Запропонована нами стратегія повного охоплення ринку шляхом застосування диференційованого маркетингу передбачає розробку плану комплексу маркетингу партнерських відносин для сегменту 1 та сегменту

Таблиця 1

Розподіл потенційних споживачів на цільові сегменти

Критерії сегментування	Ознаки сегментування	Характеристики сегментів			
Географічний	Тип місцевості	Великі міста (понад 250 тис. осіб)	Міста (10–250 тис. осіб)	Малі міста (менше 10 тис. осіб)	Сільська місцевість
Економічний	Рівень доходу	Низький (до 2,5 тис. грн)	Середній (2,5–5 тис. грн)		Високий (5–20 тис. грн)
	Зайнятість населення	Працюючі		Безробітні	
Соціально-демографічний	Стать	Чоловіки		Жінки	
	Вік	до 19 років	20–54 років		54 і більше
	Склад сім'ї	Одинокі	Подружжя без дітей	Подружжя з дітьми	Багатодітні сім'ї
Психо-графічний	Споживання м'яса	М'ясоїди		Вегетаріанці (5% населення, віком від 19 до 29 років)	
Поведінковий	Ступінь споживання	Активний		Помірний	Слабкий
	Очікувана вигода	Екологічність	Якість	Смакові властивості	Ціна

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 2

Розподіл потенційних споживачів на цільові сегменти

№	Етап сегментування	Результат
1.	Визначення факторів та критеріїв сегментації	Географічний (<i>тип місцевості</i>), Економічний (<i>рівень доходу, зайнятість населення</i>), Соціально-демографічний (<i>стать, вік, склад сім'ї</i>), Психографічний (<i>споживання м'ясопродуктів</i>), Поведінковий (<i>ступінь споживання, очікувана вигода</i>)
2.	Розподіл споживачів на сегменти	Утворено 27 сегментів
3.	Оцінювання виділених сегментів	Потенційними споживачами є населення України (чоловіки та жінки), включаючи міське та сільське місце проживання різного віку. Окрім 5% населення, які не споживають м'яса та м'ясопродуктів взагалі (вегетаріанці)
4.	Вибір цільового ринку	Сегмент 1 (м'ясоїди, працюючі одинокі чоловіки та жінки з високим рівнем доходу у віці від 20 до 54 років, які мають активний ступінь споживання та при виборі м'яса та м'ясопродуктів орієнтуються на якість, проживають переважно у великих містах) Сегмент 2 (м'ясоїди, працюючі чоловіки та жінки з середнім рівнем доходу у віці від 20 до 54 років, які мають сім'ю у складі двох, трьох членів, мають помірний ступінь споживання та при виборі м'яса та м'ясопродуктів орієнтуються на смакові властивості і ціну, переважно мають міське місце проживання) Сегмент 3 (м'ясоїди, працюючі чоловіки та жінки з низьким рівнем доходу у віці від 20 до 54 років, які мають сім'ю у складі двох, трьох членів та більше, мають низький ступінь споживання та при виборі м'яса та м'ясопродуктів орієнтуються лише на ціну, переважно проживають у невеличких містах та селах)
5.	Визначення можливих стратегій	Стратегія повного охоплення ринку шляхом застосування диференційованого маркетингу
6.	Розробка плану комплексу маркетингу партнерських відносин	План розвитку маркетингу партнерських відносин передбачає застосування комплексу заходів та стимулів, направлені на утримання існуючих споживачів та залучення нових в процесі формування, розвитку та підтримки довгострокових взаємовигідних партнерських взаємин на рівні особистісних

Джерело: розроблено авторами

2,3. Оскільки сегменти 2,3 характеризуються майже однаковими властивостями пропонуємо розглядати їх як один сегмент. Основні напрями вдосконалення комплексу маркетингу взаємовідносин для цільового сегменту 1 відображеного на рисунку 2.

Розроблений план базується на розвитку основних комплексів маркетингу «5Р» включаючи один із важливих компонентів «People», який, на нашу думку, в сучасних умовах посиленої конкуренції відіграє важливу роль у побудові міцних господарських зв'язків з бізнес-партнерами та кінцевими споживачами. Підвищення кваліфікації працівників, їх здібностей та компетентностей має прослідковуватися на всіх рівнях управління взаємодіючих підприємств у створенні продукції. Підкріплення мотивацією, розробкою ключових показників ефективності роботи працівників дозволить підвищити рівень лояльності в першу чергу для кінцевих споживачів, а також сприятиме покращенню ставлення партнерів одне до одного (компетентність, комунікабельність, повага) і підвищить рівень взаємодопомоги при прийнятті спільних рішень.

Пропозиції щодо вдосконалення комплексу маркетингу партнерських взаємовідносин для цільового сегменту 2,3 сформовано на рисунку 3.

Слід зосередити увагу на впровадженні комплексного управління якістю продукції на м'ясопереробних підприємствах та забезпеченні відповідної ціни на продукцію для кінцевих споживачів, враховуючи рівень доходів всіх верств населення. Комплексне управління якістю має бути основним підходом у досягненні високого рівня задоволення потреб споживачів та забезпечення прибутковості підприємства. Висока якість має бути присутня на підприємстві в цілому, починаючи з працівників, які віддані ідеї якості, мають певні стимули та мотивації в її досягненні та оточити підприємство надійними партнерами, побудувати з ними довірчі, надійні взаємовідносини.

Застосування концепції маркетингу взаємодії на підприємствах передбачає високий рівень корпоративної культури і високий професіоналізм персоналу. Цей набір дозволяє виробляти високоякісні товари і створювати позитивні соціальні умови

взаємодії зі споживачами, що призводять в остаточному підсумку до більш повного задоволення покупців не тільки після отримання та використання продукції підприємства, а й в процесі всього часу взаємодії з представниками підприємств.

Формування вартості м'яса та м'ясних продуктів для кінцевих споживачів починається на сільськогосподарських підприємствах з вирощування тварин, їх годівлі, переробки, транспортування і завершується реалізацією готової продукції торговельними підприємствами. Тому неефективність державного регулювання економічних процесів у сфері АПК, незбалансованість системи розподілу доходу від реалізації кінцевої продукції між всіма учасниками процесу створення вартості м'яса та м'ясної продукції, веде до збитковості підприємств,

порушення міжгалузевого балансу, високої ціни для кінцевого споживача [1].

Планування розвитку комплексу маркетингу партнерських відносин виступає ключовим фактором в досягненні конкурентних позицій м'ясопереробних підприємств, їх продукції та в досягненні максимально повного задоволення потреб споживачів. Планування на основі маркетингу відносин має переваги порівняно із традиційним маркетинговим плануванням, оскільки воно передбачає залучення до процесу тих працівників, чия компетенція та кваліфікація дозволяє швидко та ефективно управляти налагодженими зв'язками, або ж будувати альтернативи розвитку майбутньої співпраці [5]. Основними орієнтирами згідно даної концепції мають бути: узгодження функціонування ланок в мережі

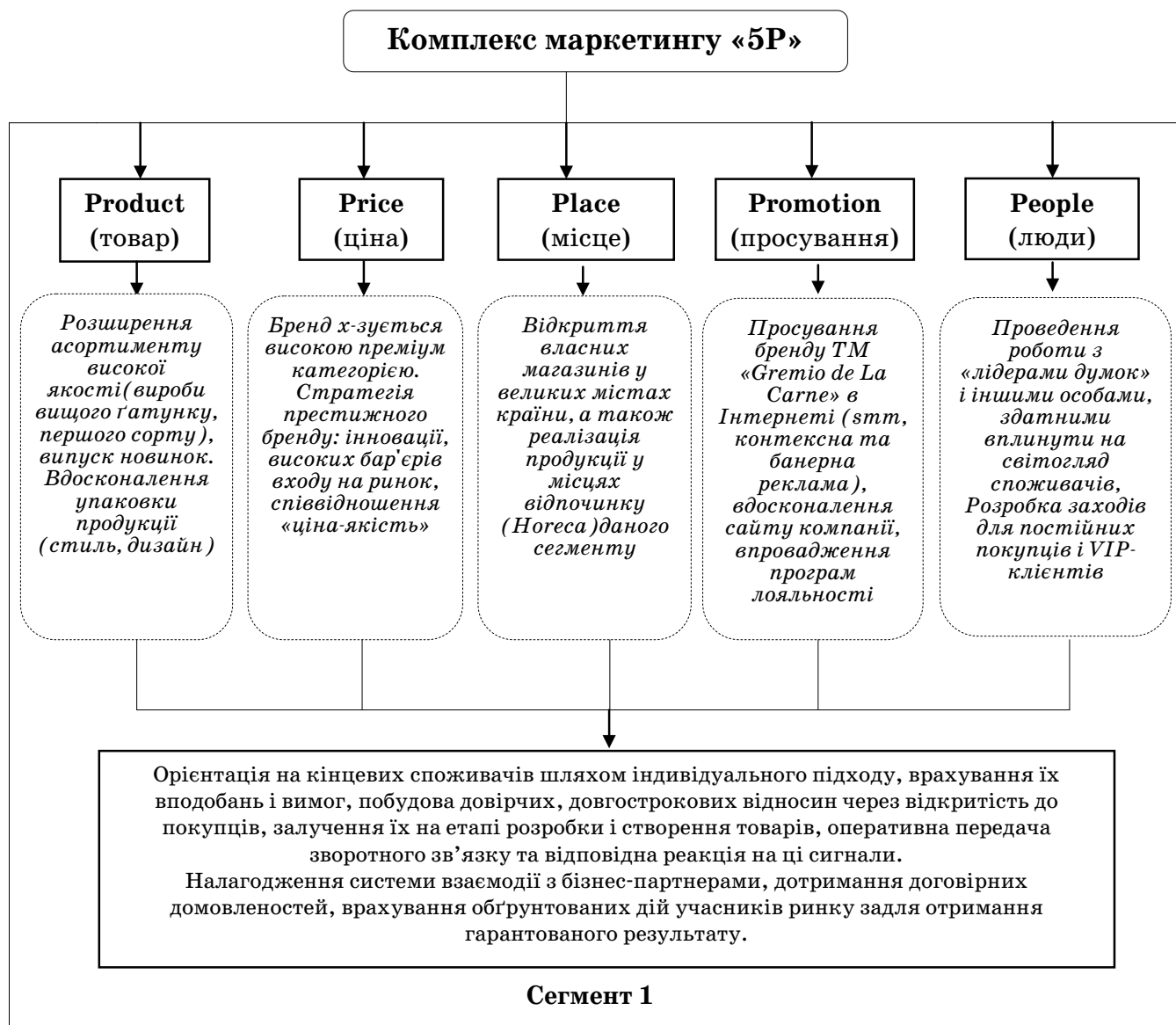


Рис. 2. План розвитку комплексу маркетингу партнерських відносин для Сегменту 1

Джерело: розроблено авторами

господарських зв'язків, орієнтація на кінцевого споживача, прискорення передачі зворотного зв'язку з кінцевим споживачем та оперативна відповідна реакція на ці сигнали.

Підприємствам-виробникам слід буди доступними, відкритими, лояльними до споживачів, залучати кінцевого споживача до процесу розробки і створення товару, здійснювати постійні комунікації з покупцями. Очевидно, що для вирішення таких завдань потрібна налагоджена система взаємодій зі споживачем, тому що мова йде по суті про виховання у цільових груп споживачів нового стилю життя і споживання.

Висновки. Сучасний етап розвитку ринку м'яса та м'ясопродукції характеризується зростаючою пропозицією, незважаючи на негативні зміни у структурі виробництва. Споживачі сьогодні стоять перед великим вибором виробників, та їх торгівельних марок виробленої продукції. Однак, кожен споживач приймає рішення щодо покупки товару, орієнтуючись на власний рівень доходу, а також на якість та відповідність ціни даної продукції. Тому купівельна спроможність споживачів є вагомим фактором при сегментуванні ринку та виділених сегментів.

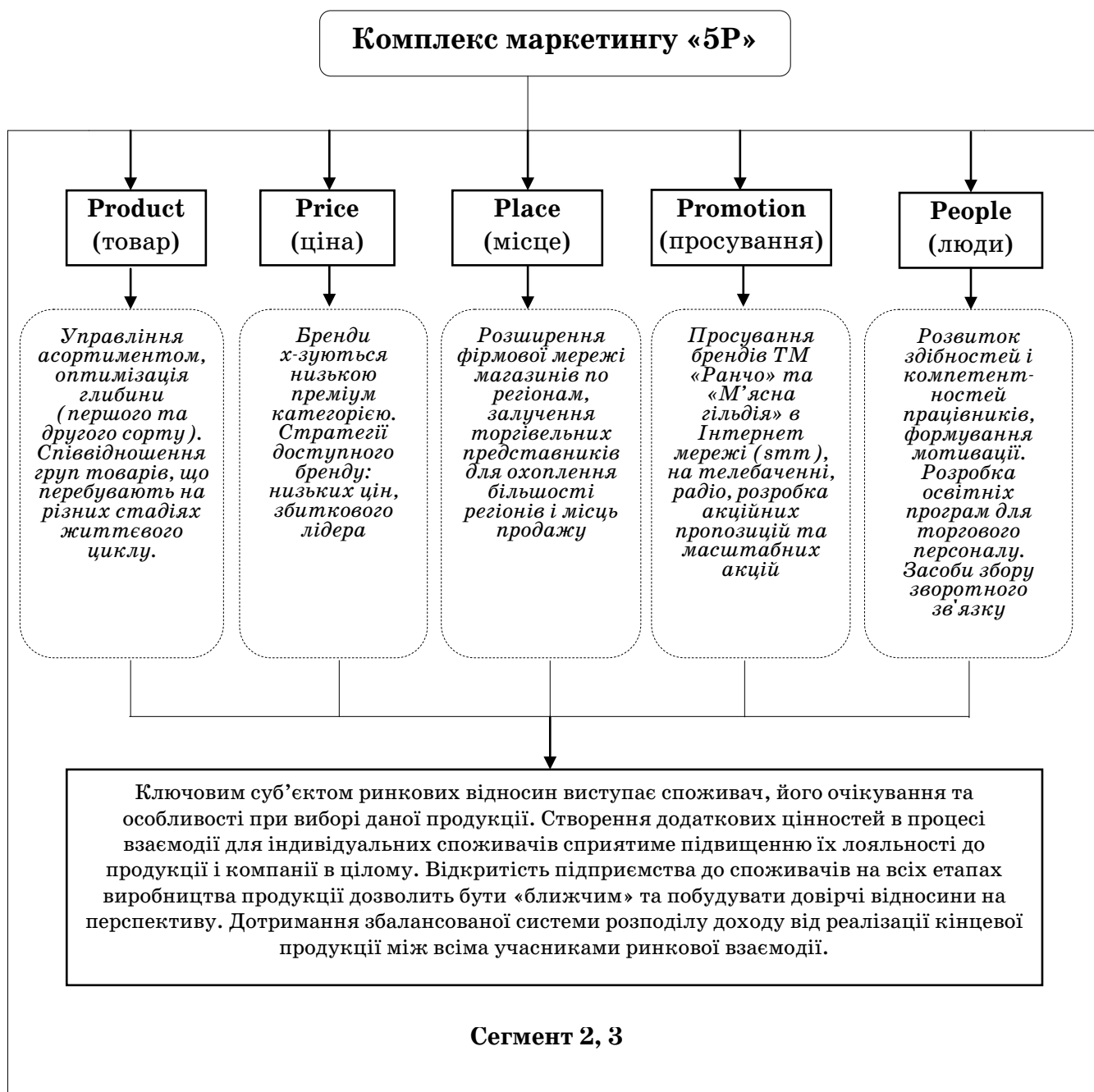


Рис. 3. План розвитку маркетингу партнерських відносин для Сегменту 2,3

Джерело: розроблено авторами

Нами було проведено сегментацію ринку задля визначення стратегічних орієнтирів досліджуваного м'ясопереробного підприємства та максимально повного задоволення потреб кінцевих споживачів. Результати аналізу свідчать про доцільність застосування стратегії повного охоплення ринку шляхом використання диференційованого маркетингу для двох визначених сегментів. Для кожного цільово-

го сегменту відображено план розвитку комплексу маркетингу партнерських відносин «БР», який передбачає сукупність підходів, рекомендацій та принципів щодо вдосконалення кожного компонента окремо. Розроблені нами пропозиції можна використовувати не лише в сфері переробки м'яса та м'ясопродуктів, але і для інших ринків агропромислового виробництва.

Література

1. Ємцев В. І. Особливості формування конкурентоспроможності підприємств м'ясної промисловості України / В. І. Ємцев // Науковий вісник Ужгородського університету. — 2011. — № 33 (1). — С. 102–105.
2. Ларіна Я. С. Моделювання обсягів споживання м'ясопродуктів як основа формування стратегій та комплексів маркетингу м'ясопереробних підприємств / Я. С. Ларіна Я. С., К. М. Луцій // Економіка АПК. — 2018. № 8. — С. 82–91.
3. Лотиш О. Я. Сегментація ринку як інструмент стратегічного аналізу галузі / О. Я. Лотиш // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. — 2017. — № 24. — С. 120–124.
4. Маркетинг: навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк, С. М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В. А. Рафальська — Київ «Наш час», 2007. — 504 с.
5. Морохова В. О. Планування маркетингу відносин на сільськогосподарських підприємствах / В. О. Морохова, В. Б. Шумська. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2010. — № 690: Логістика. — С. 399–403.
6. Мудрак Р. П. Споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні: сучасний стан і перспективи / Р. П. Мудрак, Музика Б. Б. // Економічний часопис-XXI. — 2015. — № 3–4(2). — С. 25–28.
7. Офіційний портал Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Соломчук Л. М. Дослідження сучасного стану сировинної бази і ринку м'ясної продукції в Україні / Л. М. Соломчук // Наукові праці НУХТ 2015. — Том 21. — № 2. — С. 78–85.
9. Статистична звітність ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» за 2010–2016 рр.
10. ТОП 10 переробників м'яса України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://latifundist.com/rating/top-proizvoditelej-myasnyh-produktov-2015>

References

1. Yemtsev V. I. Osoblyvosti formuvannya konkurentospromozhnosti pidpriemstv miasnoi promyslovosti Ukrainy / V. I. Yemtsev // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. — 2011. № 33 (1). — S. 102–105.
2. Larina Ya. S. Modeliuvannya obsiahiv spozhyvannya miasoproduktiv yak osnova formuvannya stratehii ta kompleksiv marketynhu miasopererobnykh pidpriemstv / Ya. S. Larina Ya. S., K. M. Lutsiy // Ekonomika APK. — 2018. № 8. — S. 82–91.
3. Lotysh O. Ia. Sehmentatsiia rynku yak instrument stratehichnoho analizu haluzi / O. Ia. Lotysh // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. — 2017. № 24. — S. 120–124.
4. Marketynh: navchalnyi posibnyk / S. I. Chebotar, Ya. S. Larina, O. P. Lutsii, M. H. Shevchyk, R. I. Buriak, S. M. Boniar, A. V. Riabchyk, O. M. Prus, V. A. Rafalska — Kyiv «Nash chas», 2007. — 504 s.
5. Morokhova V. O. Planuvannya marketynhu vidnosyn na silskohospodarskykh pidpriemstvakh / V. O. Morokhova, V. B. Shumska. // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika». — 2010. — № 690: Lohistyka. — S. 399–403.
6. Mudrak R. P. Spozhyvannya miasa ta miasoproduktiv v Ukraini: suchasnyi stan i perspektyvy / R. P. Mudrak, Muzyka B. B. // Ekonomichni chasopys-XXI. — 2015. № 3–4(2). — S. 25–28.
7. Ofitsiyniy portal Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Solomchuk L. M. Doslidzhennia suchasnoho stanu syrovynnoi bazy i rynku miasnoi produktsii v Ukraini / L. M. Solomchuk // Naukovi pratsi NUKhT 2015. Tom 21, № 2. — S. 78–85.
9. Statystychna zvitnist TOV «Zhytomyrskyi miasokombinat» za 2010–2016 rr.
10. TOP 10 pererobnykiv miasa Ukrainy [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://latifundist.com/rating/top-proizvoditelej-myasnyh-produktov-2015>

Камінський Олег Євгенович

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри інформаційного менеджменту

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Каминский Олег Евгеньевич

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры информационного менеджмента

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

Kaminsky Oleg

PhD in Enterprise Economics, Associate Professor,

Associate Professor of Information Management Department

Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4167

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ТОРГІВЛІ

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ТОРГОВЛИ

INVESTIGATION OF INFLUENCE OF CLOUD TECHNOLOGIES ON DEVELOPMENT OF DIGITAL TRADE

Анотація. Парадигма хмарних обчислень та пов'язані з нею технології набувають популярності серед підприємств ІТ-галузі через те, що вони дозволяють використовувати дорогі технології за низькою ціною. Інформаційна (цифрова) економіка принципово змінює міжнародний торговельний ландшафт. Завдяки її швидкому розвитку уряди стикаються з новими регуляторними проблемами для забезпечення реалізації та спільного використання можливостей та переваг цифрової торгівлі. Можна заявити, що на теперішній час немає єдиного наукового дослідження, що описує всі практики та моделі розвитку цифрової торгівлі, тому дане дослідження є актуальним.

У літературі ми знаходимо деякі наукові дослідження, що описують інформаційну (цифрову) економіку, яка відображає процес переходу від третьої промислової революції до четвертої промислової революції. Інформаційні технології знижують вартість обміну ідеями через кордони та поєднуючі різні суб'єкти в рамках ланцюжка створення вартості допомагають подолати багато обмежень, пов'язаних із залученням товарів та послуг на міжнародні ринки та прийняттям нових бізнес-моделей. Вплив нових цифрових технологій на глобальний ланцюг вартості, призвів до зниження витрат на координацію та посилення міжнародної мобільності управлінських та виробничих інновацій. Інформаційна економіка започаткувала нові комплекти товарів, послуг та ідей, що постачаються через кордони підприємствами та споживачами за допомогою фізичних пристроїв, підключених до хмарних платформ, і їх розвиток одночасно призводить до появи нових проблем внутрішньої та міжнародної торговельної політики у світі, де залишаються кордони між країнами. Метою статті є дослідження ролі хмарних технологій в контексті розвитку цифрової торгівлі, та виявлення деяких ключових змін, які хмарні технології та цифрова економіка вносять до процесів міжнародної торгівлі.

Ключові слова: інформаційні технології, хмарні обчислення, торгівля, моделі, хмарні платформи, системний аналіз, цифрова торгівля.

Аннотация. Парадигма облачных вычислений и связанные с ней технологии приобретают популярность среди предприятий ИТ-отрасли из-за того, что они позволяют использовать дорогостоящие технологии по низкой цене. Информационная (цифровая) экономика принципиально меняет международный торговый ландшафт. Благодаря ее

быстрому развитию правительства сталкиваются с новыми регуляторными проблемами для обеспечения реализации и совместного использования возможностей и преимуществ цифровой торговли. Можно заявить, что в настоящее время не существует единого научного исследования, описывает все практики и модели развития цифровой торговли, поэтому данное исследование является актуальным.

В литературе мы находим некоторые научные исследования, описывающие информационную (цифровую) экономику, которая отражает процесс перехода от третьей промышленной революции к четвертой промышленной революции. Информационные технологии снижают стоимость обмена идеями через границы и объединяют различные субъекты в рамках цепочки создания стоимости, помогая преодолеть многие ограничения, связанные с привлечением товаров и услуг на международные рынки и принятием новых бизнес-моделей. Влияние новых цифровых технологий на глобальную цепочку стоимости, привело к снижению затрат на координацию и усиление международной мобильности управленческих и производственных инноваций. Информационная экономика создала новые комплекты товаров, услуг и идей, поставляемых через границы предприятиями и потребителями с помощью физических устройств, подключенных к облачным платформам, и их развитие одновременно приводит к появлению новых проблем внутренней и международной торговой политики в мире, где остаются границы между странами. Целью статьи является исследование роли облачных технологий в контексте развития цифровой торговли, и выявления некоторых ключевых изменений, которые облачные технологии и цифровая экономика вносят в процессы международной торговли.

Ключевые слова: информационные технологии, облачные вычисления, торговля, модели, облачные платформы, системный анализ, цифровая торговля.

Summary. The paradigm of cloud computing and its associated technology is gaining momentum among IT companies because they allow you to use expensive technology at a low cost. Information (digital) economy fundamentally changes the international trade landscape. Due to digital economics rapid development, governments face new regulatory challenges to ensure the implementation and sharing of the opportunities and benefits of digital commerce. It can be stated that at present there is no single scientific research, describes all practices and models for the development of digital trade, so this study is relevant.

In the literature, we find some scientific studies describing the information (digital) economy, which reflects the transition from the third industrial revolution to the fourth industrial revolution. Information technology reduces the cost of exchanging ideas across borders and brings together different actors within the value chain, helping to overcome many of the restrictions associated with attracting goods and services to international markets and adopting new business models. The impact of new digital technologies on the global value chain (GVCs) led to a reduction in the costs of coordinating and enhancing international mobility of managerial and production innovations. The information economy has created new sets of goods, services and ideas that are delivered across borders by enterprises and consumers through physical devices connected to cloud platforms and their development simultaneously leads to the emergence of new problems of domestic and international trade policies in a world where the borders between countries remain. The aim of the article is to study the role of cloud technologies in the context of digital commerce development, and to identify some key changes that cloud technologies and the digital economy are making to international trade processes.

Key words: information technologies, cloud computing, digital economics, trade, models, cloud platforms, systems analysis, digital trade.

Постановка проблеми. Філософи виділяють критерії, тенденції та мегатренди [1; 6]. Вони розрізняються швидкістю виникнення, глибиною змін, тривалістю, ступенем впливу на навколишню дійсність і наслідками. Мегатренди (Megatrends) можна визначити як «великі соціальні, економічні, політичні та технологічні зміни, які протягом тривалого часу (7–10 і більше років) впливають на людину (Джон Нейсбіт, [1]). Правильне визначення сутності мегатрендів, особливостей їх впливу на соціально-економічний розвиток дозволить сформулювати високий потенціал економічного і науково-технологічного розвитку, забезпечить глобальні конкурентні переваги сфери виробництва,

сфери послуг, технологій, компаній, підвищить стійкість організації в умовах кризових явищ. Важливим з наукової та практичної точки зору, на погляд автора, є дослідження та розробка прогнозних та програмних документів, орієнтованих на визначення і реакцію на нові глобальні виклики (Grand challenges).

Основні напрямки розвитку мегатрендів, що визначаються різними дослідниками, досить близькі. Слід зазначити, що «перехід від індустріального суспільства до інформаційного», «перерозподіл сил в глобальній економіці» та «формування економіки знань» створюють умови для розвитку інформаційної економіки та концепції «Індустрія 4.0», яку ще

називають четвертою промисловою революцією. Мегатренди роблять значний вплив на природу, суспільство, економіку, формуючи кластери нових загроз по відношенню до кожного об'єкта [1], це відноситься і до такого важливого нового мегатренду, як, «Індустрія 4.0» який розвивається стрімкими темпами і який можна виділити, як один з найважливіших сучасних мегатрендов. «Індустрія 4.0» фокусується на повному оцифровуванні всіх матеріальних активів та інтеграції до цифрових екосистем разом з партнерами по ланцюгу створення вартості. Генерування, аналіз та передача даних забезпечує зростання прибутку, обіцяє концепцією «Індустрія 4.0», яка об'єднує широкий спектр нових технологій для створення вартості. Інформаційна (цифрова) економіка принципово змінює міжнародний торговельний ландшафт. Завдяки її швидкому розвитку уряди стикаються з новими регуляторними проблемами для забезпечення реалізації та спільного використання можливостей та переваг цифрової торгівлі. Підбиваючи підсумок, можна заявити, що на теперішній час немає єдиного наукового дослідження, що описує всі практики та моделі розвитку цифрової торгівлі, тому дане дослідження є актуальним

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вперше поняття «інформаційна економіка» було введено до наукової термінології в працях американського економіста Марком Поратом в середині 70-х років XX сторіччя. Саме з того часу інформаційна економіка отримала легітимний статус і в економічній теорії, і в реальних економічних системах [8]. За даними дослідження Т. Мезенбурга [9], можна виділити три основні складові парадигми інформаційної (цифрової) економіки:

- 1) допоміжна інфраструктура (апаратно-програмні комплекси, інфраструктура, телекомунікації, хмарні обчислення, комп'ютерні мережі та ін.);
- 2) електронний бізнес (ведення економічної діяльності та інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі);
- 3) електронна комерція (продаж товарів через Інтернет).

Інформаційна (цифрова) економіка відображає процес переходу від третьої промислової революції до четвертої промислової революції. Інформаційні технології знижують вартість обміну ідеями через кордони та поєднуючі різні суб'єкти в рамках ланцюжка створення вартості допомагають подолати багато обмежень, пов'язаних із залученням товарів та послуг на міжнародні ринки та прийняттям нових бізнес-моделей. Вплив нових цифрових технологій на глобальний ланцюг вартості, призвів до зниження

витрат на координацію та «посилення міжнародної мобільності управлінських та виробничих ноу-хау» [3].

Інформаційна економіка започаткувала нові комплекти товарів, послуг та ідей, що постачаються через кордони підприємствами та споживачами за допомогою фізичних пристроїв, підключених до хмарних платформ, і їх розвиток одночасно призводить до появи нових проблем внутрішньої та міжнародної торговельної політики у світі, де залишаються кордони між країнами.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження ролі хмарних технологій в контексті розвитку цифрової торгівлі, та виявлення деяких ключових змін, які хмарні технології та цифрова економіка вносять до процесів міжнародної торгівлі.

Основний матеріал дослідження. Хоча не існує єдиного визнаного та прийнятого визначення цифрової торгівлі, існує все більший консенсус серед дослідників щодо того, що даний термін охоплює цифрові транзакції у торгівлі товарами (як цифровими, так і фізичними) та послугами, які включають споживачів, фірми та уряди.

Слід зазначити, що «перехід від індустріального суспільства до інформаційного», «перерозподіл сил в глобальній економіці» та «формування економіки знань» створюють умови для розвитку концепції «Індустрія 4.0», яку ще називають четвертою промисловою революцією.

Концепція «Індустрія 4.0» — це поєднання кількох основних нововведень у інформаційних технологіях, які змінюють енергетичний та виробничий сектори економіки. Ці технології включають в себе вдосконалену робототехніку та штучний інтелект, складні датчики, хмарні обчислення, Інтернет речей, збір даних та аналітику, 3D-друк, програмне забезпечення як служби та інші нові маркетингові моделі, смартфони та інші мобільні пристрої, логістичні платформи (включаючи навігаційні інструменти, служби доставки та автономні транспортні засоби), і поєднання всіх цих елементів у взаємопов'язаний глобальний ланцюжок вартості, який поділяють багато підприємств з багатьох країн.

Провідні промислові компанії також розширюють свою пропозицію, надаючи інноваційні цифрові рішення, такі як повнофункціональні, орієнтовані на дані, сервіси та інтегровані платформи. Інноваційні цифрові бізнес-моделі фокусуються на створенні додаткових цифрових доходів та оптимізації взаємодії з клієнтами. Цифрові продукти та послуги створюють замкнуті цикли виробництва у окремих цифрових екосистемах (див. табл. 1).

Нові бізнес-моделі змінюють сам процес торгівлі, в тому числі і міжнародної:

Таблиця 1

Концепція «Індустрія 4.0» та відповідні цифрові технології

№ п.п.	Категорії	Технології, які складають концепцію «Індустрія 4.0»
1	Оцифровка та інтеграція вертикальних та горизонтальних ланцюгів вартості	– хмарні обчислення (Cloud Computing) – мобільні пристрої – інтернет речей (IoT)
2	Оцифровка продуктів та послуг	– додаткова реальність / носимі пристрої (імпланти) – багаторівнева взаємодія з клієнтами та профілювання клієнтів – аналіз великих даних та розширені алгоритми – розумні датчики
3	Цифрові бізнес-моделі та доступ до клієнтів	– технології визначення місцезнаходження – розширені людсько-машинні інтерфейси – аутентифікація та виявлення шахрайства – 3D-принтери

Джерело: розроблено автором на основі [5; 6]

- зростання хмарних платформ призвело до збільшення кількості малих пакетів даних, що переминають міжнародні кордони;
- нові технології (Blockchain, 3D-друк) змінюють способи виробництва та режими доставки товарів і послуг;
- цифрування також змінює самі товари, наприклад товаром стають аналітичні матеріали «великих даних», рішення для кібербезпеки або послуги з надання квантових обчислень через кордони.

Переміщення даних або інформації через кордони є основою цього цифрового торговельного середовища на основі нових та швидко зростаючих моделей надання послуг, таких як хмарні обчислення, інтернет речей та смарт-технології. Таким чином, потоки даних стають засобом виробництва, активом, який може бути проданий сам собою, засобом, за допомогою якого здійснюється торгівля певними послугами, а також засобом, за допомогою якого формується глобальний ланцюг вартості (Global Value Chains). Потік даних пов'язує підприємства (наприклад, через службові посилання), машини (через Internet of Things або IoT) та приватні особи (через peer-2-peer або соціальні мережі) один з одним.

Хмарні платформи все частіше витісняють традиційних фізичних посередників, як показує аналіз попиту та пропозиції [2]. Хмарні торговельні площадки, такі як Amazon, eBay або Alibaba, надають малим та середнім підприємствам (МСП) та окремим споживачам можливість безпосередньо займатися міжнародною торгівлею. Такі платформи допомагають зменшити інформаційну асиметрію та вирішують питання витрат, пов'язаних з експортом для МСП, що є особливо важливим фактором для країн, що розвиваються.

Нарешті, цифрові торгові операції також піднімають набір горизонтальних питань, пов'язаних з передачею потоків даних: швидкість широкосмугового зв'язку, можливість застосування різних способів оплати (електронний платіж), взаємосумісність систем, що регулюють транзакції (електронний підпис), регулювання конфіденційності та захист прав споживачів (див. табл. 2).

Порядок надання хмарних послуг визначає, чи є в першу чергу торговельна транзакція, а також важливо, як ця транзакція буде вимірюватися. Хмарний провайдер, додає нову цифрову послугу, що дозволяє здійснювати транзакцію, узгодивши відносини власника сервісу та клієнта та керуючи платежами (див. рис. 1).

Транзакція між власником сервісу і споживачем відбувається в певній країні, однак підтримуючі операції, надання відповідних послуг, платежі та страховий захист потенційно надаються з іншої країни (припускаючи, що хмарна платформа не працює тільки локально). Транзакції також включають два інших компоненти — платіж хмарному провайдеру, що відображає його посередницьку роль, і платіж власнику сервісу, який в кінцевому рахунку надає послугу. Це визначає кілька важливих питань в рамках торговельної політики. Наприклад, оскільки хмарна платформа для обміну даними не має ніяких засобів виробництва, чи слід класифікувати цю діяльність як виробничу, або як бізнес-службу? Це є важливим для роботи генеральної угоди про торгівлю послугами.

Соціальні мережі також піднімають кілька важливих питань. У той час як постачання послуг соціальної мережі є аналогічним до хмари, угода між виробником послуги та споживачем або користувачем, безпосередньо не є монетизованою. Соціальна

Таблиця 2

Індикативна систематизація цифрової торгівлі

Складові «Digital trade»	Форма доставки (фізична/цифрова)	Об'єкти	Актори	Юридичні та економічні питання	Горизонтальні проблеми (потоки даних)
Цифрові ритейлери або ринок	Фізична доставка	Товари	B2C C2C	– генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ) стосовно предметів; – генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС) стосовно посередника; – спрощення торгівлі.	– передача даних; – інфраструктура (доступ і її швидкість); – платформи електронних платежів; – статистична класифікація сервісів – визначення напрямку: продаж або фактична діяльність. – сумісність; – регулювання конфіденційності даних.
Хмарні сервіси	Цифрова або фізична доставка	Послуги	B2C	– внутрішні нормативні акти, зобов'язання	
3D друк	Цифрова або фізична доставка	Послуги або товари	B2C B2B	– зобов'язання ГАТС, ГАТТ. – інтероперабельність, інтелектуальна власність, конкурентна політика.	
Соціальні мережі	Цифрова доставка	Безготівкові послуги	B2C	– нульові витрати споживачів – інші (потенційні) послуги транскордонного співробітництва	

Джерело: розроблено автором на основі [2; 3]

мережа використовує дані транзакцій для отримання доходу через продаж цільового рекламного простору. У цьому випадку, одним із багатьох можливих способів надання послуг B2C для мережесервісів є підтримка транзакцій, пов'язаних із наданням цифрової рекламної послуги B2B. Питання про класифікацію виникає з того факту, що безпосередньо сайт соціальної мережі не відображає дохід від основної діяльності. Також можуть виникнути питання класифікації, пов'язані з хмарними послугами та первинними потоками доходів; особливо стосовно операцій, пов'язаних із капіталом, що базується на знаннях [3].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Щоб зробити вигоди від цифрової економіки більш інтегрованими, потрібно приділяти додаткову увагу аспектам розвитку хмарних технологій, які беруть участь у здійсненні цифрових торгівельних операцій. У цьому середовищі зростатиме і кількість, і якість обміну інформацією. Цифрова обробка інформації — це шлях для ефективної ідентифікації ризиків та управління глобальними ланцюгами постачання.

Хмарні платформи все більше стають воротами до світових ринків як для великих, так і для малих фірм та споживачів. Знижуючи витрати на посередництво,

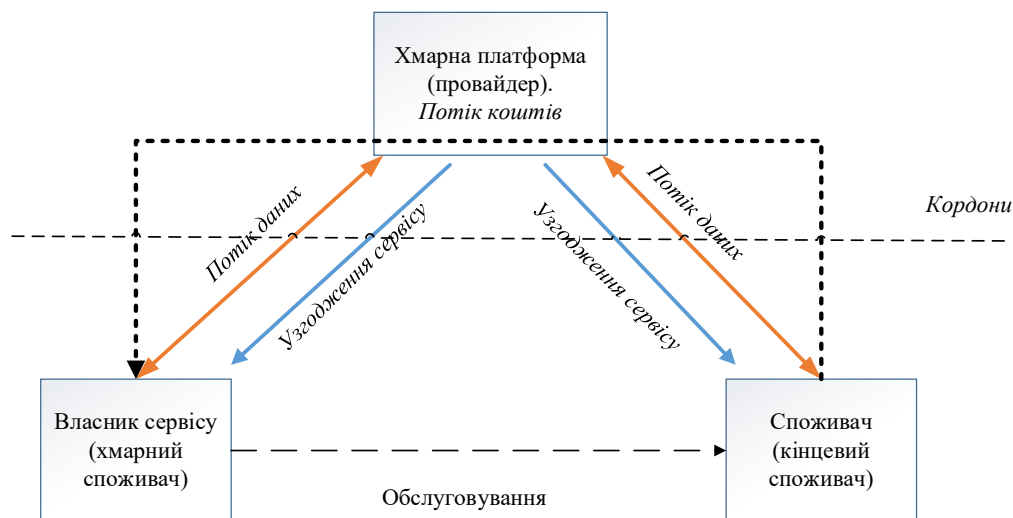


Рис. 1. Транзакції, що беруть участь у роботі хмарного сервісу

Джерело: розроблено автором

споживачі отримують можливість знайти кращі та дешеві еквіваленти товарів та послуг, згідно своїх уподобань. Однак конкурентне середовище, яке стоїть за цими платформами, залишається невизначеним. Конкурентна політика, компетенція національних органів влади, може ускладнити регулювання світових ринків цифрових послуг. Самі хмарні платформи також стикаються з питаннями залежності від сторонніх постачальників, зростає небезпека домінування на ринку в хмарному середовищі. Ці питання, хоч і не пов'язані безпосередньо з торговельною політикою, також вимагатимуть подальшого аналізу.

Роль потоків даних у забезпеченні цифрового торговельного середовища також вимагає подальших досліджень. Країни, що знаходяться на різних етапах готовності до цифрової економіки, такі як Україна, менш обмежені застарілими системами, і мають унікальну можливість перескочити кілька етапів розвитку ІТ. Вибір правильного варіанту економічної політики дозволить їм краще скористатися перевагами цифрових перетворень, а також вплине на те, наскільки вони можуть брати участь у цифровій світовій торгівлі.

Література

1. Нейсбит Д. Мегатренди / Д. Нейсбит, пер. с англ. М. Б. Левина. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. — 380 с.
2. Bernard A. Intermediaries in International Trade: Direct Versus Indirect Modes of Export / A. Bernard, M. Grazzi, C. Tomasi [Електронний ресурс] — 2011. — Режим доступу: https://www.istat.it/it/files/2011/11/Bernard-Grazzi-Tomasi_Intermediaries-in-international-trade...pdf
3. Measuring Digital Trade: Toward a Conceptual Framework / OECD Working Party on International Trade in Goods and Trade in Services Statistics, STD/CSSP/WPTGD [Електронний ресурс]: № 3 — 2017. — Режим доступу: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=STD/CSSP/WPTGS\(2017\)3&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=STD/CSSP/WPTGS(2017)3&docLanguage=En)
4. Baldwin, R. «Supply-chain Trade: A Portrait of Global Patterns and Several Testable Hypotheses» / R. Baldwin, J. Lopez-Gonzalez // *The World Economy*, 34. — 2015. — pp. 1682–1721.
5. Geissbauer R. A Strategist's Guide to Industry 4.0 [Електронний ресурс] / Reinhard Geissbauer, 2016. — Режим доступу: <https://www.strategy-business.com/article/A-Strategists-Guide-to-Industry-4.0?gko=7c4cf>
6. Geissbauer R. Industry 4.0: Building the Digital Enterprise [Електронний ресурс] / Reinhard Geissbauer, Jesper Vedsø, Stefan Schraum // *PwC Global Industry 4.0 Survey*, 2016. — Режим доступу: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/industries-4.0/landing-page/industry-4.0-building-your-digital-enterprise-april-2016.pdf>
7. Soros G. On Globalization / G. Soros // N.Y.: Public Affairs. — 2002. — 100 p.
8. Porat, M. Information Economy: Definition and Measurement / M. Porat. — Washington, 1977. — 117 p.
9. Digital economy [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ec.europa.eu/growth/sectors/digital-economy/importance/index_en.htm.

References

1. Nejsbytt D. Meghatrends / D. Nejsbytt, per. s anghl. M. B. Levyna. — M.: ООО «Yzdateljstvo ACT», 2003. — 380 s.
2. Bernard A. Intermediaries in International Trade: Direct Versus Indirect Modes of Export / A. Bernard, M. Grazzi, C. Tomasi [Elektronnyj resurs] — 2011. — Rezhym dostupu: https://www.istat.it/it/files/2011/11/Bernard-Grazzi-Tomasi_Intermediaries-in-international-trade...pdf
3. Measuring Digital Trade: Toward a Conceptual Framework / OECD Working Party on International Trade in Goods and Trade in Services Statistics, STD/CSSP/WPTGD [Elektronnyj resurs]: # 3–2017. — Rezhym dostupu: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=STD/CSSP/WPTGS\(2017\)3&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=STD/CSSP/WPTGS(2017)3&docLanguage=En).
4. Baldwin, R. «Supply-chain Trade: A Portrait of Global Patterns and Several Testable Hypotheses» / R. Baldwin, J. Lopez-Gonzalez // *The World Economy*, 34. — 2015, — pp. 1682–1721.
5. Geissbauer R. A Strategist's Guide to Industry 4.0 [Elektronnyj resurs] / Reinhard Geissbauer, 2016. — Rezhym dostupu: <https://www.strategy-business.com/article/A-Strategists-Guide-to-Industry-4.0?gko=7c4cf>
6. Geissbauer R. Industry 4.0: Building the Digital Enterprise [Elektronnyj resurs] / Reinhard Geissbauer, Jesper Vedsø, Stefan Schraum // *PwC Global Industry 4.0 Survey*, 2016 — Rezhym dostupu: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/industries-4.0/landing-page/industry-4.0-building-your-digital-enterprise-april-2016.pdf>
7. Soros G. On Globalization / G. Soros // N.Y.: Public Affairs. — 2002. — 100 p.
8. Porat, M. Information Economy: Definition and Measurement / M. Porat. — Washington, 1977. — 117 p.
9. Digital economy [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: http://ec.europa.eu/growth/sectors/digital-economy/importance/index_en.htm.

Мордовцев Александр Сергеевич

*кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
внешнеэкономической деятельности и финансов*

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт»

Мордовцев Олександр Сергійович

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту

зовнішньоекономічної діяльності та фінансів

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

Mordovtsev Oleksandr

PhD of Economics, Associate Professor of the

Foreign-Economic Activity Management and Finances Department

National Technical University «Kharkov Polytechnic Institute»

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4168

ПРИМЕНЕНИЕ НЕЧЕТКИХ МНОЖЕСТВ К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЗАСТОСУВАННЯ НЕЧІТКИХ МНОЖИН ДО ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

APPLICATION OF FUZZY SETS TO EVALUATION OF INVESTMENT RISK OF THE ENTERPRISE

Аннотация. Обобщение научных исследований, посвященных оценке и прогнозированию инвестиционных рисков в условиях неопределенности, позволило сделать вывод о целесообразности использования теории нечетких множеств, которые характеризуются непрерывными функциями принадлежности. Это дает возможность, даже в условиях неполноты информации, представить нечетким множеством пессимистическую, наиболее вероятную и оптимистическую оценки показателей и прогнозировать риски неэффективности инвестиционного проекта в зависимости от заданных ограничений. В статье предложена модель оценки ожидаемого риска с использованием асимметричной гауссовой функции принадлежности, что расширяет возможности практического использования модели. Получены зависимости риск-функции от параметров, характеризующих инвестиционный проект для двух случаев взаимного расположения функций принадлежности, характеризующих исследуемый показатель и его граничные значения. Представлены результаты расчета риска в зависимости от исходных данных и граничных условий, установленных разработчиками проекта. В качестве исследуемого показателя выбран индекс рентабельности инвестиций. Обсуждены достоинства и недостатки использования гауссовой функции принадлежности. Сделан вывод о необходимости детального исследования зависимости риск-функции от уровня среза с целью выбора его оптимального значения, а также рассмотрения всех шести случаев взаимного расположения функций принадлежности. Полученная модель позволяет анализировать возможные сценарии инвестиционного процесса с точки зрения риска и принимать обоснованные управленческие решения о целесообразности внедрения и реализации проекта.

Ключевые слова: риск-функция, нечеткие множества, асимметричная функция принадлежности, индекс рентабельности.

Анотація. Узагальнення наукових досліджень, які присвячено оцінці і прогнозуванню інвестиційних ризиків в умовах невизначеності, дозволило зробити висновок про доцільність використання теорії нечітких множин, що характеризуються

безперервними функціями належності. Це дає можливість, навіть в умовах неповноти інформації, представити нечіткою множиною песимістичну, найбільш ймовірну і оптимістичну оцінку показників й прогнозувати ризики неефективності інвестиційного проекту в залежності від заданих обмежень. У статті запропоновано модель оцінки очікуваного ризику з використанням асиметричної функції приналежності, що розширює можливості практичного використання моделі. Отримано залежності ризик-функції від параметрів, що характеризують інвестиційний проект для двох випадків взаємного розташування функцій приналежності, яка характеризує досліджуваний показник і його граничні значення. Представлено результати розрахунку ризику в залежності від вихідних даних і граничних умов, які встановлено розробниками проекту. В якості досліджуваного показника обрано індекс рентабельності інвестицій. Обговорено переваги і недоліки використання гаусових функцій приналежності. Зроблено висновок про необхідність детального дослідження залежності ризик-функції від рівня зрізу з метою вибору його оптимального значення, а також дослідженню всіх шести випадків взаємного розташування функцій приналежності. Отримана модель дозволяє аналізувати можливі сценарії інвестиційного процесу з точки зору ризику та приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо доцільності впровадження та реалізації інвестиційного проекту.

Ключові слова: ризик-функція, нечіткі множини, асиметрична функція приналежності, індекс рентабельності.

Summary. The generalization of the scientific research devoted to the assessment and forecasting of investment risks in conditions of uncertainty, led to the conclusion that it is advisable to use the theory of fuzzy sets characterized by continuous membership functions. Thus, it is possible even in conditions of information incompleteness to present a pessimistic most probable estimate and an optimistic estimate of the indicators as a fuzzy set and forecast the risks of inefficiency of the investment project depending on the set constraints. The article suggests a model for estimating the expected risk using the asymmetric Gaussian membership function, which expands the possibilities of the practical use of the model. The dependencies of the risk function on the parameters characterizing the investment project for two cases of the relative location of the membership functions characterizing the investigated indicator and its boundary values have been obtained. The results of risk calculation have been presented depending on the initial data and boundary conditions established by the project developers. The index of profitability of investments has been chosen as the researched indicator. The advantages and disadvantages of using the Gaussian membership function have been discussed. It has been concluded that a detailed study of the dependence of the risk function on the cutoff level is necessary in order to choose its optimal value, and also to consider all the six cases of the relative location of membership functions. The obtained model allows analyzing possible scenarios of the investment process from the point of view of risk, as well as making informed managerial decisions on the feasibility of the project implementation.

Key words: risk function, fuzzy sets, asymmetric membership function, profitability index.

Постановка проблеми в общем виде. Процесс принятия инвестиционного решения в значительной мере основывается на экспертных прогнозах о будущих значениях параметров проекта, что предполагает существование неопределенности, характеризуемой множеством объективных и субъективных факторов, которые, в конечном счете, определяют инвестиционный риск. Для адекватного описания и формализации неопределенности целесообразно использовать теорию нечетких множеств, что позволяет задавать индикаторы, характеризующие инвестиционный процесс, в виде нечетких чисел. Это дает возможность, даже в условиях неполноты информации, представить нечетким множеством песимистическую, наиболее вероятную и оптимистическую оценки параметров и прогнозировать риски неэффективности инвестиционного проекта в зависимости от заданных ограничений.

Анализ последних исследований и публикаций. Витлинский В. В. и Великоиваненко Г. В. определяют

риск как объективно-субъективную экономическую категорию, которая связана с преодолением неопределенности и конфликтности в ситуации неизбежного выбора, и отражает степень отклонения от целей, желаемого (ожидаемого) результата, меру ущерба, неудачи с учетом влияния управляемых и неуправляемых факторов, прямых и обратных связей [1, с. 54, с. 155]. В последнее время имеет место активизация исследований, посвященных оценке и прогнозированию рисков с использованием нечетко-множественных моделей. Кофман А., Хил Алуха полагали, что ставка дисконтирования не только варьируется со временем, но и принимает нечеткую форму, что позволило получить чистую приведенную стоимость инвестиционного проекта как нечеткое число, которое характеризуется треугольной функцией принадлежности [2, с. 65–68].

В статье [3] представлена практическая модель оценки рисков проектов на условиях государственно-частного партнерства, в которой предложена структура рисков, состоящая из 17 индикаторов,

причем весовые коэффициенты определялись с использованием метода опроса Delphi и теории нечетких множеств. Недостатком модели является необходимость постоянного обновления базы данных экспертных заключений, что требует значительных затрат.

В работе [4] представлен метод анализа рисков на основе обобщенных нечетких чисел с использованием трапециевидных функций принадлежности с предлагаемой мерой сходства между нечеткими числами. Следует также отметить вклад Недосекина А. [5], который рассмотрел нечетко-множественную модель денежных потоков инвестиционного проекта и получил зависимости риск-функции от ограничительных условий. Федоренко И. и др. [6] предложили модель прогнозирования ожидаемого инвестиционного риска с использованием нечетких треугольных чисел для всех возможных случаев взаимодействия ожидаемого значения исследуемого показателя и параметра, характеризующего его граничные условия.

Гнуни Т. [7] указывает на преимущества и недостатки использования многоугольных функций принадлежности и предлагает для оценки рисков применять симметричные гауссовы функции принадлежности. Несмотря на наличие в статье хорошо проработанной теоретической части, результаты практического применения не приведены в полном объеме. В работе [8] с использованием симметричной гауссовой функции принадлежности получены зависимости инвестиционного риска от параметров, характеризующих инвестиционный проект при вариации граничных условий. В качестве исследуемого показателя выбран индекс рентабельности инвестиций.

Свойство симметричности ограничивает область использования полученных формул для реальных проектов, поэтому при построении математической модели оценки инвестиционных рисков целесообразно использовать асимметричные гауссовы функции принадлежности, что расширяет возможности практического использования модели.

Цель работы. Оценка и прогнозирование инвестиционного риска предусматривает решение проблемы в условиях неопределенности с учетом вероятностных сценариев. Целью исследования является разработка модели оценки инвестиционных рисков предприятия в условиях неопределенности с использованием нечетких множеств с асимметричными гауссовыми функциями принадлежности.

Изложение основного материала. В силу влияния объективных и субъективных, внутренних и внешних факторов велика вероятность того, что инвестиционный проект, который оценивался экспертами как успешный, в конечном итоге может

оказаться убыточным. Так изменение политической ситуации создает неопределенность и может привести к кризисным процессам в экономике в течение достаточно длительного периода, что негативно влияет на достоверность результатов прогнозирования основных индикаторов, характеризующих инвестиционный процесс.

Инструментом, который позволяет оценивать ожидаемые риски в условиях неопределенности, является теория нечетких множеств [2; 9]. Использование методов, основанных на теории нечетких множеств, предусматривает формализацию исходных параметров и целевых показателей в виде вектора интервальных значений (нечеткого интервала). Попадание в каждый интервал характеризуется некоторой степенью неопределенности. На основе исходной информации, опыта и интуиции эксперты и разработчики инвестиционных проектов способны количественно охарактеризовать интервалы возможных (допустимых) значений исследуемых величин и их пороговых значений.

Предлагается рассматривать нечеткие множества, характеризующиеся асимметричными гауссовыми функциями принадлежности вида

$$\begin{aligned} \mu_E &= w_1 \exp\left(\frac{(E - E_0)^2}{\lambda_{E_1}^2} \ln \alpha_0\right) + (1 - w_1) \exp\left(\frac{(E - E_0)^2}{\lambda_{E_2}^2} \ln \alpha_0\right); \\ \mu_B &= w_2 \exp\left(\frac{(B - B_0)^2}{\lambda_{B_1}^2} \ln \alpha_0\right) + (1 - w_2) \exp\left(\frac{(B - B_0)^2}{\lambda_{B_2}^2} \ln \alpha_0\right), \end{aligned} \quad (1)$$

которые, в отличие от многоугольных функций, являются непрерывными и дифференцируемыми [9, с. 55–56]. К недостаткам гауссовой функции следует отнести необходимость задания ограниченного носителя. Введены следующие обозначения: E, B — предполагаемое значение исследуемого показателя и его граничное значение, соответственно; E_0, B_0 — модальные значения функций принадлежности, соответствующие $\sup(\mu) = 1$; $\lambda_{E_1}, \lambda_{E_2}, \lambda_{B_1}, \lambda_{B_2}$ — параметры, задающие узловые левую и правую точки ($\lambda_{E_1} \neq \lambda_{E_2}, \lambda_{B_1} \neq \lambda_{B_2}$) и ограничивающие ее носитель; $w_1 = 1$, если $E \in E_0$, $w_1 = 0$, если $E > E_0$; $w_2 = 1$, если $B \in B_0$, $w_2 = 0$, если $B > B_0$; α_0 — минимальный уровень среза, для которого выполняются условия

$$\begin{aligned} \mu_E(E_0 - \lambda_{E_1}) &= \mu_E(E_0 + \lambda_{E_2}) = \alpha_0; \\ \mu_B(B_0 - \lambda_{B_1}) &= \mu_B(B_0 + \lambda_{B_2}) = \alpha_0 \end{aligned} \quad (2)$$

В качестве E можно, например, выбрать показатели, характеризующие инвестиционный проект: NPV — чистую приведенную стоимость; PI — индекс рентабельности инвестиций; RII — внутреннюю норму доходности и прочие параметры. При выполнении неравенства $E > B$ инновационный проект можно считать успешным.

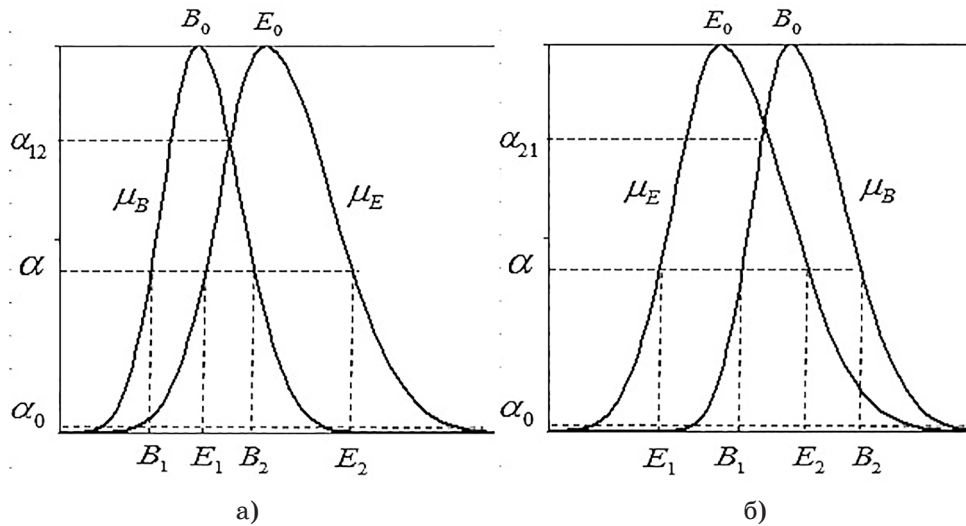


Рис. 1. Взаимное расположение функций принадлежности а) случай 1; б) случай 2

Источник: авторская разработка

В работе рассмотрены два из шести возможных случая взаимного расположения функций принадлежности μ_E и μ_B (рис. 1).

Случай 1. Положим, что

$$B_0 < E_0; E_0 - \lambda_{E1} > B_0 - \lambda_{B1}; E_0 + \lambda_{E2} > B_0 + \lambda_{B2}.$$

(рис 1а). Для произвольного уровня среза $\alpha_{12} \leq \alpha \leq 1$ риск равен нулю. Для уровня среза $\alpha_0 \leq \alpha \leq \alpha_{12}$, на основании (2) при $\chi = \sqrt{\ln \alpha / \ln \alpha_0}$, имеем

$$\begin{aligned} E_1 &= E_0 - \lambda_{E1}\chi; E_2 = E_0 + \lambda_{E2}\chi; \\ B_1 &= B_0 - \lambda_{B1}\chi; B_2 = B_0 + \lambda_{B2}\chi \end{aligned} \quad (3)$$

Функции μ_E и μ_B пересекаются в точке α_{12} , причем

$$\alpha_{12} = \exp\left(\frac{(E_0 - B_0)^2}{(\lambda_{E1} + \lambda_{B2})^2} \ln \alpha_0\right) \quad (4)$$

Зона риска для произвольного уровня принадлежности $\alpha_0 \leq \alpha \leq \alpha_{12}$ показана на фазовой плоскости (E, B) как заштрихованный треугольник (рис. 2а). Заштрихованный прямоугольник определяет область ожидаемых реализаций значений параметра.

Геометрическая вероятность события попадания точки (E, B) в зону риска определяется по формуле

$$P(\alpha) = \frac{S_R}{S} = \frac{0,5 \cdot (B_2 - E_1)^2}{(E_2 - E_1)(B_2 - B_1)} \quad (5)$$

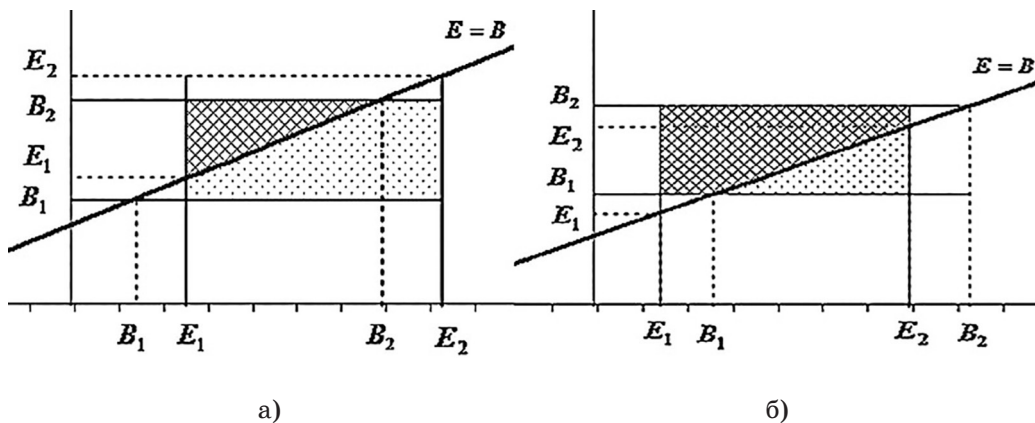
где S_R — площадь заштрихованного треугольника, S — площадь заштрихованного прямоугольника.

Риск-функция, с учетом (3–5) вычисляется по формуле

$$\begin{aligned} R = \int_{\alpha_0}^{\alpha_{12}} P(\alpha) d\alpha &= \frac{1}{2d_E d_B} \left[\lambda_0^2 \ln(\alpha_0) \cdot li(z) \right]_{\alpha_0}^{\alpha_{12}} + \\ &+ d_{EB}^2 (\alpha_{12} - \alpha_0) + 2\sqrt{\pi} \lambda_0 \beta_0 d_{EB} \cdot erf(z) \left[\frac{\beta_{12}}{\beta_0} \right] \end{aligned} \quad (6)$$

где

$$\begin{aligned} \lambda_0 &= E_0 - B_0; d_E = \lambda_{E1} + \lambda_{E2}; \\ d_B &= \lambda_{B1} + \lambda_{B2}; d_{EB} = \lambda_{E1} + \lambda_{B2}; \\ \beta_0 &= \sqrt{|\ln \alpha_0|}; \beta_{12} = \sqrt{|\ln \alpha_{12}|}; \end{aligned}$$

Рис. 2. Фазовая плоскость для уровня среза α : а) случай 1 $\alpha_0 \leq \alpha \leq \alpha_{11}$; б) случай 2 $\alpha_0 \leq \alpha \leq \alpha_{21}$

Источник: авторская разработка

$$erf(z) = \frac{2}{\sqrt{\pi}} \sum_{k=0}^{\infty} \frac{(-1)^k z^{2k+1}}{(2k+1) \cdot k!} \text{ — функция ошибок;}$$

$$li(z) = \int_0^z \frac{d\alpha}{\ln \alpha} = 0,577216 + \ln|\ln(z)| + \sum_{k=1}^{\infty} \frac{\ln^k z}{k \cdot k!} \text{ — ин-}$$

тегральный логарифм.

Случай 2. Положим, что

$$E_0 < B_0; E_0 - \lambda_{E1} < B_0 - \lambda_{B1}; E_0 + \lambda_{E2} < B_0 + \lambda_{B2}$$

(рис. 1б). Зона риска для произвольного уровня среза $\alpha_0 \leq \alpha \leq \alpha_{21}$ показана на рис 2а как заштрихованная трапеция. Функции $\mathfrak{I}_E$ и $\mathfrak{I}_B$ пересекаются

в точке $\alpha_{21} = \exp\left(\frac{(E_0 - B_0)^2}{(\lambda_{E2} + \lambda_{B1})^2} \ln \alpha_0\right)$. В этом случае

риск-функция, с учетом (5), вычисляется по формуле

$$R^* = \int_{\alpha_0}^{\alpha_{21}} P(\alpha) d\alpha + \int_{\alpha_{21}}^1 d\alpha = \int_{\alpha_0}^{\alpha_{21}} \left[1 - \frac{(E_2 - B_1)^2}{2(E_2 - E_1)(B_2 - B_1)}\right] d\alpha + 1 - \alpha_{21}, \quad (10)$$

откуда, согласно (3) получим

$$R^* = 1 - \alpha_0 - \frac{d_{BE}^2}{2d_E d_B} (\alpha_{21} - \alpha_0) - \frac{\lambda_0}{2d_E d_B} \left[\lambda_0 \ln(\alpha_0) \cdot li(z) \Big|_{\alpha_0}^{\alpha_{21}} - 2\sqrt{\pi} d_{BE} \beta_0 \cdot erf(z) \Big|_{\beta_0}^{\beta_{21}} \right], \quad (11)$$

где $\beta_{21} = \sqrt{\ln \alpha_{21}}$; $d_{BE} = \lambda_{B1} + \lambda_{E2}$.

В качестве примера использования полученных выражений риск-функции будет рассматривать индекс рентабельности PI как нечеткое множество, т.е. $E = PI$. С учетом операций сложения и деления нечетких множеств [9, с. 87–121], получим

$$(PI_{\min}; PI_0; PI_{\max}) = \left(\frac{1}{I_{\max}} \sum_{k=1}^T \frac{CF_k^{\min}}{(1+r_k^{\max})^k}; \frac{1}{I_0} \sum_{k=1}^T \frac{CF_k^0}{(1+r_k^0)^k}; \frac{1}{I_{\min}} \sum_{k=1}^T \frac{CF_k^{\max}}{(1+r_k^{\min})^k} \right) \quad (12)$$

где $T = 3$ срок внедрения и реализации инновационного проекта; $I(I_{\min}; I_0; I_{\max}) = (60; 60; 60)$ тис. дол. — размер стартовых инвестиций; $CF_k(CF_k^{\min}; CF_k^0; CF_k^{\max})$ — планируемый чистый денежный поток за k -ый период: $CF_1(10; 20; 30)$, $CF_2(10; 20; 30)$, $CF_3(10; 20; 30)$ тис. дол; $r_k(r_k^{\min}; r_k^0; r_k^{\max}) = (15\%; 17\%; 18\%)$ — ставка дисконтирования.

Инвестиционный проект признается эффективным, если индекс рентабельности инвестиций PI превышает граничный уровень B . Используя (12), получим $(PI_{\min}; PI_0; PI_{\max}) = (0,948; 1,275; 1,816)$, откуда $E_0 = PI_0 = 1,275$; $\lambda_{E1} = 0,327$; $\lambda_{E2} = 0,541$. При-

чем $B_0 = 1,1$; $\lambda_{B1} = 0,2$; $\lambda_{B2} = 0,3$; минимальный уровень среза $\alpha_0 = 0,01$. В результате расчетов по формулам (6) (случай 1) получим прогнозируемый инвестиционный риск $R = 5,8\%$, т.е инвестиционный проект можно принять.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Использование полученных зависимостей риск-функции от параметров, характеризующих инвестиционный проект, позволяет потенциальным инвесторам и разработчикам анализировать возможные сценарии инвестиционного процесса и принимать обоснованные управленческие решения о целесообразности внедрения и реализации проекта.

Предложенная модель основана на использовании асимметричной гауссовой функции принадлежности, которая в отличие от многоугольных функций является непрерывной и дифференцируемой и не имеет особых точек. Основным недостатком гауссовой функции является неограниченность носителя. В вышеприведенном примере, при увеличении уровня среза α_0 в три раза показатель риска возрастает на 24%. В дальнейших исследованиях предполагается установить зависимость R от α_0 с целью выбора оптимального значения уровня среза.

Как следует из обзора, большинство моделей оценки рисков, основанных на нечетких множествах, использовали многоугольные функции принадлежности и, в частности, треугольные функции. Исследование показало, что величина риска, которая подсчитана для исходных данных примера на основе формул, предложенных в работе [6] для треугольных функций принадлежности, превышает в более чем два раза значение риска R согласно формуле (6). Таким образом, в дальнейшем необходимо провести дополнительное исследование причин такого отклонения.

Поскольку в работе рассмотрены два случая расположения функций принадлежности $\mathfrak{I}_E$ и $\mathfrak{I}_B$, в дальнейших исследованиях целесообразно провести полное исследование для всех шести случаев. Также отметим, что предложенная модель предполагает использование количественных входных данных, что ограничивает область ее применения при оценке рисков, которые требуют использование лингвистических терм-множеств. Кроме того, целесообразно исследовать зависимость рисков от двух или нескольких критериев, что расширит границы практического применения модели.

Литература

1. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві: Монографія / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. — К.: КНЕУ, 2004. — 480 с.
2. Кофман А. Введение теории нечетких множеств в управлении предприятиями [пер. с исп.] / А. Кофман, Х. Хил Алуха. — Минск: [Высшая школа], 1992. — 224 с.
3. Xu Y. A Computerized Risk Evaluation Model for Public-Private Partnership (PPP) Projects and Its Application [Text] / Y. Xu., Lu Yujie, P. Albert, J. Chan, M. Skibniewski, F. John // Yeung International Journal of Strategic Property Management. — 2012. — Vol. 2(16). — P. 277–297.
4. Chen S Fuzzy risk analysis based on similarity measures of generalized fuzzy numbers [Text] / S. Chen, S. Chen // Expert systems with applications. — 2008. — Vol.35. — P. 6833–6842.
5. Nedosekin A. Investment Risk Estimation for Arbitrary Fuzzy Factors of Investments Project [Текст] / A. Nedosekin, A. Kokosh // International Conference on Fuzzy Sets and Soft Computing in Economics and Finance. — 2004. — Vol. 2. — P. 423–437.
6. Федоренко І.А. Прогнозування інноваційних ризиків з використанням нечітких множин [Текст] / І.А. Федоренко, А.С. Мордовцев, В.О. Мясников // Проблеми економіки. — 2017. — № 1. — С. 420–429.
7. Гнуни Т.С. Методика оценки риска инвестиционного проекта с использованием неопределенно-множественной модели с Гауссовой функцией принадлежности [Текст] / Т.С. Гнуни // Математические методы анализа в экономике. — 2012. — № 9(99). — С. 27–33.
8. Андренко Е.А. Прогнозирование инвестиционных рисков в условиях неопределенности [Текст] / Е.А. Андренко, А.С. Мордовцев, С.М. Мордовцев // Бізнес Інформ. — 2017. — № 4. — С. 113–118.
9. Пегат А. Нечеткое моделирование и управление [пер. с англ.] / А. Пегат. — М.: [БИНОМ. Лаборатория знаний], 2013. — 798 с.

References

1. Vitlinsky V. V., Velikoivanenko G. I. (2004). Risk in economics and entrepreneurship, KNEE, 480.
2. Kofman A., Hil Aluha H. (1992). Vvedenie teorii nechetkih mnozhestv v upravlenii predpriyatijami. Vysshaja shkola, 224.
3. Xu Y., Yujie Lu, Albert P., Chan J., Skibniewski M., John F. (2012). A Computerized Risk Evaluation Model for Public-Private Partnership (PPP) Projects and Its Application. Yeung International Journal of Strategic Property Management, 2, 16, 277–297.
4. Chen S., Chen S. (2008). Fuzzy risk analysis based on similarity measures of generalized fuzzy numbers. Expert systems with applications, 35, 6833–6842.
5. Nedosekin A., Kokosh A. (2004). Investment Risk Estimation for Arbitrary Fuzzy Factors of Investments Project. International Conference on Fuzzy Sets and Soft Computing in Economics and Finance, 2, 423–437.
6. Fedorenko I. A., Mordovcev A. S., Mjasnikov V. O. (2017). Prognozuvannja innovacijnih rizikiv z vikoristannjam nechetkih mnozhin. Problemi ekonomiki, 1, 420–429.
7. Gnuni T. S. (2012). Metodika ocenki riska investicionnogo proekta s ispol'zovaniem neopredelenno-mnozhestvennoj modeli s Gaussovoj funkciej prinaldezhnosti. Matematicheskie metody analiza v jekonomike, 9, 99, 27–33.
8. Andrenko E. A., Mordovcev A. S., Mordovcev S. M. (2017). Prognozirovanie investicionnyh riskov v uslovijah neopredelennosti. Biznes Inform, 4, 113–118.
9. Pegat A. (2013). Nechetkoe modelirovanie i upravlenie. BINOM. Laboratorija znanij, 798.

Остропольська Зоя Миколаївна
кандидат філософських наук, доцент
Харківська державна академія культури
Остропольская Зоя Николаевна
кандидат философских наук, доцент
Харьковская государственная академия культуры
Ostropolska Zoya
Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor
Kharkiv State Academy of Culture

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4118

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ЕТАПІ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ СПІВВІДНОШЕННЯ ДЕРЖАВНИХ І РИНКОВИХ ЧИННИКІВ

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ЭТАПЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ: ПРОБЛЕМЫ СООТНОШЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И РЫНОЧНЫХ ФАКТОРОВ

INNOVATION MANAGEMENT AT THE STAGE OF MODERNIZATION OF ECONOMY OF UKRAINE: PROBLEMS OF CORRELATION OF STATE AND MARKET FACTORS

Анотація. Розглянуто проблематику управління інноваційною діяльністю в економічній сфері країни, державні і ринкові складові інноваційного менеджменту, умови успішної діяльності держави і бізнесу в модернізації всієї господарської системи українського суспільства; виявлено, що умовах глобалізації у світовому господарстві домінує неоліберальна доктрина, згідно з якою ефективними в інноваційній діяльності є ринкові фактори, але поступово посилюється і протилежна тенденція, сутність якої полягає в обмеженні впливу глобалізації і захисті національних інтересів окремих держав; зазначено, що сучасні успішні країни починають інтенсивніше залучати державні механізми для регулювання інноваційних процесів в економічній діяльності як на внутрішніх, так і зовнішніх ринках. Висвітлено суперечність між державними і ринковими методами управління економікою, що загострилася в глобальному просторі, вона є виявом протиріч всередині національних економік: в одних із них переважає практика застосування ринкового менеджменту, в інших – пріоритетним є державний менеджмент. Приділяється увага основній проблемі менеджменту інноваційної діяльності в господарсько-економічній сфері в Україні – досягненню оптимального балансу між державою і ринком. Зазначено, що кардинальні зміни щодо модернізації всієї господарсько-економічної сфери в Україні можливі за умови широкого використання досвіду з реформування країн, що піднялися зі стану відсталості до рівня світових лідерів. Саме ці країни зуміли оптимізувати в процесі модернізації господарсько-економічної сфери взаємодію державних інститутів і ринку, поєднати сучасний державний менеджмент та прогресивні ринкові технології і на цій основі підвищити рівень комерціалізації соціуму. Зауважено, що найважливішою умовою інноваційного розвитку України є укріплення і розбудова української держави, її владних інститутів, подальше формування української нації, лібералізація й активне стимулювання малого і середнього бізнесу, позбавлення економіки від олігархічного впливу, розвиток різноманітних форм державно-приватного партнерства.

Ключові слова: економіка України, держава, ринок, бізнес, інноваційний менеджмент, модернізація, інноваційна політика.

Аннотация. Рассмотрена проблематика управления инновационной деятельностью в экономической сфере страны, государственные и рыночные составляющие инновационного менеджмента, условия успешной государства и бизнеса в модернизации всей хозяйственной системы украинского общества; выявлено, что в условиях глобализации в мировом хозяйстве доминирует неолиберальная доктрина, согласно которой эффективными в инновационной деятельности являются рыночные факторы, но постепенно усиливается и противоположная тенденция, сущность которой заключается в ограничении влияния глобализации и защите национальных интересов отдельных государств; отмечено, что современные успешные страны начинают интенсивнее привлекать государственные механизмы регулирования инновационных процессов в экономической деятельности как на внутренних, так и внешних рынках. Освещены противоречие между государственными и рыночными методами управления экономикой, которая обострилась в глобальном пространстве, она является проявлением противоречий внутри национальных экономик: в одних из них преобладает практика применения рыночного менеджмента, в других – приоритетным является государственный менеджмент. Уделяется внимание основной проблеме менеджмента инновационной деятельности в хозяйственно-экономической сфере в Украине – достижению оптимального баланса между государством и рынком. Отмечено, что кардинальные изменения по модернизации всей хозяйственно-экономической сферы в Украине возможны при условии широкого использования опыта реформирования стран, что поднялись из состояния отсталых до уровня мировых лидеров. Именно эти страны сумели оптимизировать в процессе модернизации хозяйственно-экономической сферы взаимодействие государственных институтов и рынка, совместить современный государственный менеджмент и прогрессивные рыночные технологии и на этой основе повысить уровень коммерциализации социума. Отмечено, что важнейшим условием инновационного развития Украины является укрепление и развитие украинского государства, его властных институтов, дальнейшее формирование украинской нации, либерализация и активное стимулирование малого и среднего бизнеса, избавление экономики от олигархического влияния, развитие различных форм государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: экономика Украины, государство, рынок, бизнес, инновационный менеджмент, модернизация, инновационная политика.

Summary. The problems of innovation management in the economic sphere of the country, the state and market components of innovation management, the conditions of successful activity of the state and business in the modernization of the entire economic system of Ukrainian society; revealed that in the context of globalization in the world economy is dominated by the neoliberal doctrine, according to which effective in innovation are market factors, but gradually increasing and the opposite trend, the essence of which is to limit the impact of globalization and protect the national interests of individual States.; it is noted that modern successful countries are beginning to attract more government regulation mechanisms of innovation processes in economic activity both in domestic and foreign markets. The author highlights the contradiction between state and market methods of economic management, which has worsened in the global space, it is a manifestation of contradictions within national economies: in some of them the practice of market management prevails, in others – the priority is the state management. Attention is paid to the main problem of innovation management in the economic sphere in Ukraine – to achieve an optimal balance between the state and the market. It is noted that radical changes in the modernization of the entire economic sphere in Ukraine are possible under the condition of extensive use of the experience of reforming countries that have risen from the state of backward to the level of world leaders. These countries were able to optimize the interaction of state institutions and the market in the process of modernization of the economic sphere, to combine modern state management and advanced market technologies and on this basis to increase the level of commercialization of society. It is noted that the most important condition for the innovative development of Ukraine is the strengthening and development of the Ukrainian state, its power institutions, the further formation of the Ukrainian nation, liberalization and active promotion of small and medium-sized businesses, ridding the economy of oligarchic influence, the development of various forms of public-private partnership.

Key words: economy of Ukraine, state, market, business, innovation management, modernization, innovation policy.

Постановка проблеми. Останнім часом все більш стає актуальним питання визначення стратегічних орієнтирів, форм і методів модернізації всієї господарсько-економічної діяльності. Як зазначають провідні фахівці-дослідники трансформаційних перетворень, країні потрібно змінювати парадигму розвитку в напрямі, здатному забезпечити перехід до прискореного, інноваційного

розвитку, завдяки якому можна буде здійснити технологічний прорив. У цьому контексті особливій уваги набувають вироблення загальної національної стратегії впровадження інновацій в життя, а також їх технологізація. Інновації стають головною «дієвою особою» як теоретичних сценаріїв, так і практичною їх реалізацією на сучасному етапі науково-технічної революції. В умовах

сьогодення вони навіть тіснять інвестиції, які довгий час виступають основним фактором науково-технічного розвитку [4, с. 22].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема стану та перспектив інноваційного розвитку країни все більше привертає увагу дослідників. Вона обговорюється на міжнародних симпозиумах, висвітлюється на сторінках періодичних видань, зокрема такими фахівцями, як Бодров В.Г., Соколова О.М. [1], Бубенко П., Гусев В. [2], Будкін П.Т. [3], Геєць В.М. [5], Данилишин Б.М. [7], Зверяков М.І. [10], Зотов Г. [11], Кіндзерський Ю.В. [12], Куруляк В.Є., Савельєв Є.В. [13], Онищенко В.П. [14], Пилипенко О.В. [15]. Основною проблематикою досліджень цих науковців є управління інноваційною діяльністю, інституційні складові інноваційного менеджменту, створення умов для успішної діяльності держави і бізнесу в модернізації всієї господарської системи українського суспільства.

Формування цілей статті (постановка завдання). В контексті існуючого в науковій літературі дискурсу розглянути проблеми співвідношення функцій держави і ринку в управлінні інноваційною діяльністю в Україні, проаналізувати питання ціннісних орієнтирів і мотивацій в економічній діяльності людини в умовах сьогодення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційний процес потребує «диригування», і такими «диригентами» є дві головні «дієві особи» — держава і ринок. Основною проблемою менеджменту інновацій вже довгий час залишається досягнення оптимального балансу у їх взаємодії. Дослідники проблем інноватики у сучасному світовому господарстві констатують, що протягом останнього століття світова економіка розвивається циклічно. Мова йде про історичне конкурування двох концепцій кейнсіанської (некейнсіанської), яка вважає державу пріоритетним чинником в управлінні економікою і ліберальної (неоліберальної), згідно з якою ринок є головним чинником регулювання економічних процесів. Прибічники першої з означених моделей — інституціоналісти (неоінституціоналісти) розглядають державу як один із ключових економічних інститутів [15, с. 36–37]. Але сьогодні в умовах глобалізації у світовому господарстві поки що домінує неоліберальна доктрина, згідно з якою національні економіки мають активно залучатися до глобальних ринків. Як зазначає М. Зверяков, «національні держави поступово втратили свою роль центрів прийняття рішень і стали елементами більш масштабного цілого світового господарства... Кінцева мета глобалізації — підпорядкування національних інтересів глобальним [10, с. 5]. Однак

поступово посилюється і протилежна тенденція — дедалі більше відчуваються обмеження глобалізації в захисті національних інтересів окремих держав. Саме означені вище протилежні тенденції і становлять головну суперечність світового економічного розвитку. Зовнішніми факторами цієї суперечності є: Brexit, протиріччя всередині ЄС, дискусії між США і ЄС з питань трансатлантичного торговельного партнерства тощо.

О. Пилипенко звертає увагу на той факт, що на сьогодні провідні країни світу бачать необхідність у посиленні втручання держави в економіку й ця тенденція отримала назву «ренесансу державного регулювання». Вона полягає у тому, що сучасні успішні країни (наприклад, США, Франція) починають інтенсивніше залучати державні інструменти регулювання економічної діяльності, у тому числі підтримку інноваційних процесів. Особливо важлива ця підтримка в таких сферах, як державна безпека і оборона, розвиток стратегічних галузей економіки, енергетична безпека [10, с. 37–38].

Суперечність між державним і ринковим методами управління економікою, яка загострилася в глобальному просторі, певною мірою є проявом протиріччя всередині національних економік. В одних із них домінує практика застосування ринкового менеджменту, в інших — пріоритетним є державний менеджмент. Існують і такі національні економіки, в яких вплив цих двох чинників на розвиток економіки є збалансованим. Означена проблематика щодо взаємовідносин між державою і ринком — предмет постійних дискусій між фахівцями («державниками» і «риночниками»). Учасники дискусій все більше схилиються до думки про необхідність переосмислення означеної проблематики у контексті ідеї гармонізації взаємодії держави і ринку в умовах сьогодення. Все більше наголошується на необхідності нового бачення ситуації, на цій основі переосмислюються форми практичної реалізації інноваційних технологій в соціокультурному розвитку держави. Суб'єктами цієї дії мають виступати відповідні державні інститути з однієї сторони, і модератори ринкових процесів і структур з іншої. До того ж не можна ігнорувати й ще одного «гравця» на господарсько-економічній «арені» — місцеві територіальні громади, які все активніше позиціонують себе у якості економічних суб'єктів в процесі реформування — децентралізації державного управління територіальним розвитком України.

Інноваційна політика є одним із важливих інститутів держави. Закон України «Про інноваційну діяльність» головною метою державної інноваційної політики визначає «створення

соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції» [9]. Важливим чинником ефективної інноваційної діяльності в країні, згідно з цим Законом, є державне регулювання нею. Державний менеджмент має спрямуватися, зокрема, на підтримку підприємців — захист прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності, встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності, підтримки і розвитку сучасної інноваційної діяльності, підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури. Закон також передбачає використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, а також ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційної діяльності, підтримку підприємництва у науково-виробничій сфері. Згідно з цим Законом державну підтримку одержують суб'єкти господарювання всіх форм власності, що реалізують в Україні інноваційні проекти, і підприємства всіх форм власності, які мають статус інноватики [9].

Отже в Законі цілком оптимально визначено основні принципи державного менеджменту інноваційної діяльності, її правове забезпечення. Це, зокрема, стосується повноважень стосовно інноваційної діяльності як держави і її керівних органів, так і ринку, бізнесу, громадських структур. Але в період кардинальних соціальних трансформацій, що розпочалися в українському суспільстві у 1990-ті та 2000-ні роки, ні «верхи» — держава з її науковою і промисловою інфраструктурою і її менеджерським потенціалом, ні «низи» — бізнес, підприємці разом із громадянським суспільством не змогли реалізувати, ефективно втілити в суспільне життя країни основні директивні настанови і принципи інноваційної політики, зокрема, задекларовані в Законі «Про інноваційну діяльність».

У кризовому стані опинилися обидві ці складові. Ю. Кіндзерський нараховує сім визначальних детермінант, які, з одного боку, спричинили занепад вітчизняної промисловості, а з іншого — є основою для її відновлюваного реконструктивного розвитку в перспективі: інституційно-політичні, організаційно-управлінські, зовнішньоекономічні, структурно-виробничі, фінансово-інвестиційні, інноваційно-технологічні, соціальні. Найважливішим з означених чинників в аспекті менеджменту держави і її керівних органів, на думку цього автора, є інституційно-політичний, який безпосередньо пов'язаний

з змінами в інституті власності. «Офіційно реформа інституту власності звалася до номінальної зміни власника з державного на приватного шляхом прискореної масової приватизації. Її наслідком стало передання радянського майна практично задарма колишній партійно-господарській еліті, кримінальним авторитетам, новоспеченим ділкам. Як результат, упродовж 1990-х років і першої половини 2000-х років в Україні виникла і укріпилася кримінально-олігархічна модель держави, в якій політичну і економічну владу де-факто і де-юре здобула ця нечисленна група осіб, перетворившись в олігархів, які стали найбагатшими у країні виключно завдяки саме такій приватизації» [12, с. 54].

Таким чином, держава набула статусу приватизованого олігархами знаряддя, неефективного менеджера та нелегітимного власника. Олігархи разом з підвладною їм державною бюрократією спрямувати свою діяльність не стільки на розвиток виробництва, його модернізацію, скільки на захист своєї власності від неправомірних зазіхань з боку конкурентів і криміналітету [12, с. 54].

Як наслідок, малий і середній бізнес, що в якійсь мірі почав заявляти про себе, опинився в подвійній залежності — адміністративній (держава та її інститути) й олігархічній (залежність від олігархічної власності). При економіці «олігархічного типу» істотно знижується адміністративно контролювана персональна відповідальність за порушення правових рамок економічних процесів. Державні інститути не контролюють олігархів, а навпаки, стають залежними від них, або ж воліють «домовлятися» з ними.

Чи є реальний вихід у звільненні ринкових механізмів, бізнесу від означеної вище залежності? На думку В. Будкіна, розв'язання цієї проблеми перебуває не стільки в економічній, скільки в політичній та ідеологічній площинах, а саме: «шляхом встановлення масового контролю з боку населення за поведінкою чиновників і олігархів, всебічного посилення ролі громадянського суспільства з його більш ефективною ментальністю щодо моралі (рішуча відмова від загального прийняття корупції, від пасивності у відношенні до порушень закону та ін.), пріоритетного забезпечення цілісних інтересів країни, а не окремих партій, прихильників різної політичної або іншої орієнтації, груп олігархів і т.д.» [3, с. 16].

Як швидко можуть статися кардинальні економічні зміни щодо оптимізації економічних процесів в Україні? Прогнозувати тут важко. Окремі фахівці висловлюють припущення: або довгий конкретно не визначений у часі шлях еволюційних змін, або ж

пришвидшений рух при появі у країні харизматичного лідера (типу Махатми Ганді в Індії або Мартіна Лютера Кінга у США) з позитивною програмою суспільного та економічного розвитку [3, с. 16].

У кризовому стані опинилися і «низи» — господарсько-економічна діяльність громадянського суспільства, малий і середній бізнес. Успадкувавши від радянської доби економічно несамостійне населення, країна дійшла стану не тільки економічної, а якщо узагальнити ширше, гуманітарної кризи. Її сутність полягає у відсутності так званої «комерціалізації» соціуму в умовах суспільних та економічних інновацій [6, с. 8]. Проблема комерціалізації соціуму в Україні вирішується досить складно, вона певною мірою зумовлена національними традиціями, але більшою мірою — глибинним впливом радянської спадщини щодо всієї господарсько-економічної діяльності. В її основу було закладено елементи, що призвели до появи так званого «люмпенізованого працівника». Придушувалися будь-які форми самостійної, в першу чергу, економічної активності населення, окрім праці за наймом у держави. Адміністративно-командна система управління і створена нею система державного патерналізму, на думку А. Слободського, аж ніяк не може розглядатися як складовий й доповнюючий елемент системи ринкових відносин, що сприяли б підвищенню ефективності виробництва. Ось як характеризує поведінку «люмпенізованого працівника» цей автор:

- відсутність якої-небудь активності за своєю ініціативою і негативне ставлення до активності інших;
- низька відповідальність, намагання уникнути будь-якої справи, що потребує особистої відповідальності;
- постійне намагання мінімізувати свої трудові зусилля, звідси необхідність постійного контролю за працею і звичка працювати тільки за наявності контролю;
- зазвичай такий працівник має середню кваліфікацію і не намагається її підвищувати;
- його більше всього задовольняє система зрівнювального розподілу, і тому він згодний на достатньо низький заробіток, аби ніхто інший не отримував більше;
- залежність від керівника, відповідна вимога про постійне піклування стосовно себе і своїх потреб [16, с. 112].

Якщо бути точним, нині населення країни частково долучилося до «комерціалізації», але, на жаль, не на стадіях виробництва, обміну та розподілу продукту, а на завершальній стадії виробничих процесів — на етапі споживання. Що ж стосуєть-

ся трьох попередніх стадій, то тут прориву не відбулося. Ю. Кіндзерський зазначає: «У населення швидко розвинулася «жага» до споживацтва, не підкріплена такою самою «жагою» до ефективної праці. У заможних верств представників вищих щаблів влади і бізнесу це перетворилося на демонстративне, клептократичне, «елітне» споживання, відкрите хизування своїми матеріальними статками. У середніх і малозабезпечених верств це посилює відчуття власної бідності, нерівності та соціальної незадоволеності через бажання володіти іноземними матеріальними благами і нездатність їх придбати» [12, с. 60].

Існуючий нині в Україні соціум значною мірою успадкував означені вище вади психології працівників. І хоча за роки незалежності української держави вже виросло нове покоління, воно в силу живучості традиційної свідомості ще також обтяжене психологічними вадами працівників радянського суспільства. Очевидно, що з такою моделлю працівника українському суспільству необхідно розпрощатися в процесі модернізації не тільки економічного, а й усього суспільного життя. Інноваційно орієнтованій економіці України слід активніше використовувати досвід мобільного реформування країн, що піднялися зі стану відсталих до рівня світових лідерів, зокрема, це стосується таких країн як Сінгапур, Південна Корея, Малайзія та ін.. Для цього потрібен сучасний державний менеджмент у поєднанні з прогресивними ринковими технологіями. До речі, В. Куриляк, Є. Савельєв у статті, присвяченій впливу глобалізації на економічний розвиток України, приводить цікавий приклад стосовно подолання патерналістськи орієнтованої психології працівників, про який пише бувший прем'єр-міністр Малайзії Матахтир бін Мохамед у своїй книзі «Малайська проблема». В ній він негативно характеризує людські якості малайців: лінь, інертність, звичка покладатися на долю, замкнутість, небажання навчатися — тобто все те, що заважає їм стати успішними у своєму житті. Отже напрашувався висновок, що для прогресивних трансформацій суспільства малайці повинні змінити себе. І згодом такі зміни відбулися. Це говорить про те, зазначають автори статті, що реформатори повинні бути готовими йти всупереч течіям, які не сприяють модернізації [13, с. 60].

Отже успіх реформаторських змін на краще багато в чому залежить від суб'єктивного фактору — людського капіталу. Саме в ньому, на думку фахівців, криється головна причина невдач у намаганні реформувати країну. «Про модернізацію України написано і сказано багато, але на ділі все залишається по-старому, оскільки головне в тому, що ми

шукаємо причини невдач у перетворенні країни не в собі. Але проблема — саме в нас. Це ми — причина невдач. Це наш «дракон» (корупція, соціальна та політична пасивність, байдужість, невіра у власні можливості тощо), і ми повинні знищити його в собі» [14, с. 5].

Які ж стратегічні напрями модернізації українського суспільства, його економіки Україні належить обрати у контексті викликів сучасності? Як зазначалося вище, сьогодні домінують у світі дві альтернативні моделі: ліберальна і державного капіталізму. Очевидно, що «у чистому виді» жодна з них не може бути взята за взірець. В. Онищенко робить цілком виважений, на наш погляд, висновок: імперативом розвитку України мають бути розбудова держави і формування політичної нації. «Перш ніж «глобалізуватися», — пише він, — необхідно мати міцну державу, оскільки в іншому разі країну з різних причин сильніші тягнутимуть до свого обійстя». — зауважує він [14, с. 8]. Справа в тому, що державні інститути, які нині опікуються інноваційним розвитком, недостатньо компетентні з цієї проблематики, вони розробляють законодавчі акти, програмні документи, які є «мертвими» з точки зору їх практичного запровадження. Досвід ринкового господарювання, який накопичено в розвинених країнах Заходу, свідчить, що тільки ринок здатний бути рушієм інноваційного розвитку усього суспільства в цілому. Країна, котра досягає успіху в інноваційному розвитку, на перших порах може і не мати високого стартового рівня щодо наявності громадських свобод, науково-технічного потенціалу, інституційної інфраструктури. Але завдяки ринковим технологіям, сприяння держави, її інститутів, малому і середньому бізнесу, вона стає заможною. Яскравим прикладом у цьому відношенні є місто-держава Сінгапур в Південно-Східній Азії. У своєму репортажі про життя в цій державі Г. Зотов повідомляє, що в 1965 р. Сінгапур був схожий на сукупність рибацьких селищ, половина населення була неписьменна, безробіття на рівні 14%, три чверті людей мешкали в трущобах. Сьогодні це — південно-азійський мегаполіс, він став багатою державою — без нафти, природних ресурсів і навіть без запасів питної води. Сінгапур є третім у світі фінансовим центром після Лондона і Нью-Йорка, а місцеві банки — найнадійнішими після швейцарських. Ще у семидесяті роки прем'єр-міністр Сінгапуру Лі Куан Ю поставив перед державними менеджерами завдання: стимулювати ринкові відносини, «розкручувати» бізнес всілякими методами. Але при цьому забезпечувалася законність, строгий порядок і ніякої бюрократії: держава не повинна

забороняти людині законно заробляти гроші. Сьогодні, наприклад, в Сінгапурі запит на відкриття кафе оформлюється за п'ять хвилин: купуєш на сайті уряду ліцензію за 110 доларів, заповнюєш електронну форму, відправляєш — через тиждень приходить відповідь [11, с. 9].

Які ж соціальні наслідки такої збалансованої співпраці державної влади і ринку? Г. Зотов зазначає: «Населення охоче відкладає гроші на старість, адже уряд гарантує: у випадку краху того чи іншого банку буде повернуто всі заощадження повністю. Люди не зберігають гроші «під подушкою» — гроші обертаються всередині країни і приносять прибуток... Влада після отримання незалежності одразу ж усвідомила: їй не потрібні демонстрації і погроми на вулицях. Отже не можна годувати людей порожніми обіцянками, а треба зробити так, щоб вони як можна скоріше розбагатіли. Це і відбулося» [11, с. 9].

Подібна ліберальна доктрина у суспільному житті України поки що не домінує, оскільки порушується один із основних принципів демократії в умовах лібералізації відносин, а саме: довіра населення до інститутів держави: Президента, уряду, Верховної Ради. «Можна стверджувати, — зауважує В. Геець, — що при такому низькому рівні довіри до державних інститутів і уряду ні держава, ні уряд України не виконують роль навіть модератора, який забезпечує співробітництво, а тим більше не є інститутом, який примушує дотримуватися правил життя у суспільстві, і тому більшість людей вважають, що краще взагалі нікому не довіряти, отже — ні з ким не співпрацювати, що добре видно при аналізі діяльності українського політичного олімпу» [5, с. 12].

Отже, ліберальна модель в її «чистому виді» не є оптимальною на даному етапі соціального розвитку країни. Але не спрацьовує також і альтернативна модель — організація усього життя за принципом державного капіталізму. Все більше фахівців доходять думки, що вирішення цієї дилеми має знаходитися не в контексті формальної логіки з її законом мислення за схемою «або-або», а в руслі діалектичної логіки — за принципом «і-і». Очевидно, що у тих країнах, де за певних обставин ринкові відносини певною мірою не були сформовані у їх класичній формі, владні інституційні засоби модернізації суспільства мають певний пріоритет (ініціювання «згори»). Навіть, якщо в країні панує приватна і колективна власність й існує більш-менш вільний ринок, без пильної уваги держави, її регулюючих органів інноваційне управління економікою стає проблемним.

Посилаючись на ідеї Нобелівського лауреата, шведського економіста Г. Мюрдала щодо технологічних модернізацій в окремих країнах, Б. Данилишин

зазначає: «Тільки «згори», як і передбачав у своїх теоретичних працях Г. Мюрдаль, можна було швидко побудувати досить розвинуте суспільство в СРСР в умовах інертності і культурної відсталості населення того часу. І те, як деградували Росія і Україна в технологічному відношенні за останні 25 років за відсутності державної промислової політики, є тому практичним доказом. Активність підприємців, їх бажання займатися розвитком технологій є характерним виключно для представників соціокультурного Заходу, де і виникли ендегенні (внутрішні) технологічні інновації, але не для країн колишнього СРСР і держав Південно-Східної Азії. Тому ні там, де раніше були успіхи модернізації, ні там, де їх не було, ми не побачили технологічного розвитку поза практичного уряду, який би ними займався» [8, с. 54].

Осмислюючи проблему взаємодії держави і ринку, А. А. Гриценко слушно зауважує, що цю проблему некоректно розглядати в плані більшої чи меншої участі держави в економіці. Адже ринок і держава в сучасному суспільстві виконують свої власні незамінні комплементарні функції. «Подальший процес посилення компліментарності ринку і держави, — відмічає автор, — здійснюється шляхом розвитку різноманітних форм державно-приватного партнерства, яка є сучасним інституційним способом розв'язання суперечностей сумісно-розділеної праці і власності на основі компромісу» [1, с. 12].

Отже, партнерство, компроміс, розумний баланс, консенсус — ось ті принципи, які повинні визначати стратегію менеджменту інноваційної діяльності в господарсько-економічній сфері суспільства. В. Гєєць зазначає, що українське суспільство, за даними соціологічних досліджень, налаштовано на збереження своїх традицій, у контексті яких роль держави завжди була історично важливою, а роль громадянського суспільства — малозначущою [7, с. 10]. Очевидно це обумовлено психологічними чинниками, тією ментальністю, яка сформувалася за довгі роки неліберального способу життя, зокрема в умовах панування командно-адміністративної системи в радянські часи. «На наш погляд, — пише В. Гєєць, — важливо виходити з того, що це серйозний виклик, який стоїть і перед суспільством, і перед державою, і перед її політикою. З урахуванням двох майданів, мотивованих на забезпечення в Україні демократичного шляху розвитку, за підсумками 2016 року тих, хто вважає, що в управлінні економікою треба поєднати державне і ринкове управління, було 51,4% (чи не найвищий показник з 2002 р.), тих, хто вважає, що треба повернутися до планової економіки — 25,8%,

а тих, хто переконаний, що все регулює ринок, — 11,5%» [7, с. 10].

Для створення життєздатної основи інноваційної економіки в Україні необхідно мати певні чинники. На думку П. Бубенка і В. Гусєва, їх принаймні має бути п'ять: 1) підприємці (у шumpетерівському розумінні); 2) високо конкурентне середовище; 3) розвинута наука; 4) фінансові інститути та фінансові ресурси; 5) інноваційна структура (в тому числі правові інститути)» [2, с. 86]. Суб'єктами менеджменту мають бути держава і підприємці, які формують національну інноваційну систему. Саме вони в тісній взаємодії, на правах партнерства, сумісно покликані створити таку систему. Це партнерство поступово спонукатиме до «розвитку відповідної законодавчої бази та появи справжньої, а не імітаційної інфраструктури, бізнес-інкубаторів, технологічних, наукових та індустріальних парків, у яких, на відміну від існуючих, будуть справжні споживачі їх послуг — реальні інноваційні компанії» [2, с. 87].

Висновки. В умовах глобалізації у світовому господарстві домінує неоліберальна доктрина, згідно з якою ефективними в інноваційній діяльності є ринкові фактори. Але поступово посилюється і протилежна тенденція, сутність якої полягає в обмеженні впливу глобалізації і захисті національних інтересів окремих держав. Сучасні успішні країни починають інтенсивніше залучати державні механізми для регулювання інноваційних процесів в економічній діяльності як на внутрішніх, так і зовнішніх ринках.

Суперечність між державними і ринковими методами управління економікою, яка загострилася в глобальному просторі, певною мірою є виявом протиріч всередині національних економік. В одних із них переважає практика застосування ринкового менеджменту, в інших — пріоритетним є державний менеджмент.

Основною проблемою менеджменту інноваційної діяльності в господарсько-економічній сфері в Україні є досягнення оптимального балансу між державою і ринком. В період кардинальних соціальних трансформацій у 1990-ті та 2000-ні роки ні «верхи» (держава з її науковою і промисловою інфраструктурою, існуючим менеджерським потенціалом), ні «низи» (бізнес, підприємці разом із громадянським суспільством) не змогли реалізувати, ефективно втілити в суспільне життя країни основні директивні настанови і принципи інноваційної політики, які задекларовані в Законі України «Про інноваційну діяльність». У кризовому стані опинилися обидві ці складові менеджменту інновацій.

Однією з причин означеної кризи є також проблема недостатньої комерціалізації соціуму в Україні,

яка зумовлена більшою мірою глибинним впливом радянської спадщини щодо всієї господарсько-економічної діяльності людини (патерналістськи орієнтована психологія працівників, їх соціальна інертність, невіра у власні можливості, корупція тощо).

В умовах домінування економіки «олігархічного типу» держава набула статусу приватизованого олігархами знаряддя, неефективного менеджера. Малий і середній бізнес опинився у подвійній залежності — адміністративній (держава та її інститути) й олігархічній (приватна власність олігархів на засоби виробництва).

Кардинальні зміни щодо модернізації всієї господарсько-економічної сфери в Україні можливі за умови широкого використання досвіду з рефор-

мування країн, що піднялися зі стану відсталості до рівня світових лідерів (прикладом можуть слугувати нині успішні країни Південно-Східної Азії). Саме ці країни зуміли оптимізувати в процесі модернізації господарсько-економічної сфери взаємодію державних інститутів і ринку, поєднати сучасний державний менеджмент та прогресивні ринкові технології і на цій основі підвищити рівень комерціалізації соціуму.

Найважливішою умовою інноваційного розвитку України є укріплення і розбудова української держави, її владних інститутів, подальше формування української нації, лібералізація й активне стимулювання малого і середнього бізнесу, позбавлення економіки від олігархічного впливу, розвиток різноманітних форм державно-приватного партнерства.

Література

1. Бодров В. Г., Соколова О. М. II Міжнародний науковий симпозіум «Держави і ринки в умовах глобальних трансформацій» (до 400-річчя політичної економії — науки про закони управління господарством): (politicos, oicos, potmos) / В. Г. Бодров, О. М. Соколова // Економіка України. — 2015. — № 7. — С. 87–96.
2. Бубенко П., Гусев В. Продовжуємо заговорювати інноваційний розвиток / П. Бубенко, В. Гусев // Економіка України. — 2016. — № 7. — С. 82–92.
3. Будкін П. Т. «Економічна свобода» або «залежна економіка» — дилема регіону пострадянських держав // Економіка України. — 2016. — № 9. С. 3–18.
4. Гаман М. В., Дачій О. І., Корецький М. Х. та ін. Стратегічне управління інноваційною діяльністю як основа економічної безпеки національної економіки: Монографія. — Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. — 281 с.
5. Геець В. М. Ліберально-демократичні засади: курс на модернізацію України / Економіка України. — 2010. — № 3. — С. 4–20.
6. Геець В. М. Інституційна обумовленість інноваційних процесів у промисловому розвитку України / В. М. Геець // Економіка України. — 2014. — № 12. — С. 4–27.
7. Геець В. М. Особливості взаємозв'язку економічних та політичних трансформацій на шляху до реконструктивного розвитку економіки України / Економіка України. — 2017. — № 10. — С. 3–17.
8. Данилишин Б. М. Тактика еволюціонізму в сучасному економічному розвитку світу (в аспекті третьої та четвертої промислової революцій) / Б. М. Данилишин // Економіка України. — 2016. — № 8. — С. 44–61.
9. Закон України «Про інноваційну діяльність. Із змінами і доповненнями» від 16 жовтня 2012 року, № 5460 — VI / Урядовий кур'єр. — 2012. Взято з <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
10. Зверяков М. І. Глобалізація і деіндустріалізація: зміст суперечності та способи її розв'язання / Економіка України, 2017. — № 11. — С. 3–16.
11. Зотов Г. Как разрабагатеь без нефти? Специальный репортаж «АИФ» из Сингапура / Аргументы и факты, 2017. — № 34–35. — С. 9.
12. Кіндзерський Ю. В. Деіндустріалізація та її детермінанти у світі та в Україні / Економіка України. — 2017. — № 11. — С. 48–72.
13. Куруляк В. Є., Савельєв Є. В. Вплив глобалізації на економічний розвиток України / Економіка України. — 2012. — № 9. — С. 57–69.
14. Онищенко В. П. Реалії та можливості економічної стабілізації та розвитку України / В. П. Онищенко // Економіка України. — 2015. — № 7. — С. 4–15.
15. Пилипенко О. В. Державне управління інноваційною діяльністю в Україні: проблеми та перспективи / Економіка України. — 2016. — № 9. — С. 31–43.
16. Экономическая психология / под ред. И. В. Андреевой. СПб: Питер, 2000. — 512 с.

References

1. Bodrov V.G., Sokolova O.M. II Mizhnarodnij naukovej simpozium «Derzhavi i rinki v umovax global'nix transformacij» (do 400-richchya politichnoï ekonomii — nauki pro zakoni upravlinnya gospodarstvom): (politics, oicos, nomos) / V.G. Bodrov, O.M. Sokolova // Ekonomika Ukrainy. — 2015. — № 7. — S. 87–96.
2. Bubenko P., Gusev V. Prodovzhuemo zagovoryuvati innovacijnij rozvitok / P. Bubenko, V. Gusev // Ekonomika Ukrainy. — 2016. — № 7. — S. 82–92.
3. Budkin P.T. «Ekonomichna svoboda» abo «zalezna ekonomika» — dilemma regionu postradyans'kix derzhav / Ekonomika Ukrainy. — 2016. — № 9. S. 3–18.
4. Gaman M.V., Daczij O.I., Korecz'kij M.X. ta in. Strategichne upravlinnya innovacijnoy diyal'nisty yak osnova ekonomichnoï bezpeki naczional'noï ekonomiki: Monografiya. — Donecz'k: TOV «Yugo-Vostok, Ltd», 2008. — 281 s.
5. Geecz' V.M. Liberal'no-demokratichni zasadi: kurs na modernizacziyu Ukrainy / Ekonomika Ukrainy. — 2010. — № 3, — S. 4–20.
6. Geecz' V.M. Institutczijna obumovlenist' innovacijnix procesiv u promisllovomu rozvitku Ukrainy / V.M. Geecz' // Ekonomika Ukrainy. — 2014. — № 12. — S. 4–27.
7. Geecz' V.M. Osoblivosti vzaemov'yazku ekonomichnix ta politichnix transformacij na shlyaxu do rekonstruktor-nogo rozvitku ekonomiki Ukrainy / Ekonomika Ukrainy. — 2017. — № 10. — S. 3–17.
8. Danilishin B.M. Taktika evolyucionizmu v suchasnomu ekonomichnomu rozvitku svitu (v aspekti tret'oï ta chet-vert'oï promislvoï revolyucij) / B.M. Danilishin // Ekonomika Ukrainy. — 2016. — № 8. — S. 44–61.
9. Zakon Ukrainy «Pro innovacijnu diyal'nist'. Iz zminami i dopovnenniyami» vid 16 zhovtnya 2012 roku, № 5460 — VI / Uryadovij kur'er. — 2012. Vzyato z <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
10. Zveryakov M.I. Globalizacziya i deindustrializacziya: zmist superechnosti ta sposobi ii rozv'yazannya / Ekonomika Ukrainy, 2017. — № 11. — S. 3–16.
11. Zotov G. Kak razrabagatet' bez nefti? Special'ny'j reportazh «AIF» iz Singapura / Argumenty' i fakty', 2017. — № 34–35. — S. 9.
12. Kindzers'kij Yu.V. Deindustrializacziya ta ii determinanti u sviti ta v Ukrainy / Ekonomika Ukrainy. — 2017. — № 11. — S. 48–72.
13. Kurulyak V.Є., Savel'ev Є.V. Vpliv globalizacziï na ekonomichnij rozvitok Ukrainy / Ekonomika Ukrainy. — 2012. — № 9. — S. 57–69.
14. Onishhenko V.P. Realii ta mozhlivosti ekonomichnoï stabilizacziï ta rozvitku Ukrainy / V.P. Onishhenko // Ekonomika Ukrainy. — 2015. — № 7. — S. 4–15.
15. Pilipenko O.V. Derzhavne upravlinnya innovacijnoy diyal'nisty v Ukrainy: problemi ta perspektivi / Ekonomika Ukrainy. — 2016. — № 9. — S. 31–43.
16. E'konomicheskaya psixologiya / pod red. I.V. Andreevoj. SPb: Piter, 2000. — 512 s.

Нестерова Катерина Сергіївна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки і міжнародних економічних відносин

Міжнародний гуманітарний університет

Нестерова Екатерина Сергеевна

кандидат экономических наук,

доцент кафедры экономики и международных экономических отношений

Международный гуманитарный университет

Nesterova Kateryna

PhD, Associate Professor of the

Department of Economics and International Economic Relations

International Humanitarian University

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4172

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У КРАЇНАХ ВИШЕГРАДСЬКОЇ ГРУПИ: ОРІЄНТИРИ ДЛЯ УКРАЇНИ

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В СТРАНАХ ВЫШЕГРАДСКОЙ ГРУППЫ: ОРИЕНТИРЫ ДЛЯ УКРАИНЫ

INTEGRATION PROCESSES OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT IN THE VISEGRAD GROUP COUNTRIES: INDICATORS FOR UKRAINE

Анотація. За сучасних умов жорсткої конкуренції, ускладнення організаційно-економічних та інших факторів впливу на ринок інтеграція дозволяє об'єднати зусилля та ресурси на всіх рівнях, підвищити конкурентні переваги та виграти у конкурентній боротьбі. Інтеграція у туризмі відповідає самій його внутрішній природі, оскільки у процесі виробництва туристичного продукту задіяна велика кількість суб'єктів: туристичних, транспортних, страхових, екскурсійних та інших підприємств.

Досліджено стан розвитку туризму у Вишеградській групі – інтеграційному об'єднанні Польщі, Угорщини, Чехії та Словаччини. Україна є важливим стратегічним партнером країн Вишеградської групи у сфері туризму, у тому числі у рамках програм Міжнародного Вишеградського Фонду з 2005 р.

Автором розвинуто класифікацію та надано характеристику чотирьом основним етапам формування та розвитку туризму у Вишеградській групі. Сучасний етап, починаючи з 2016 р., характеризується незначним падінням показників, що відображають стан розвитку туризму, таких як кількість туристичних прибуттів, кількість ночей, проведених на території країн Вишеградської групи. Така негативна динаміка обумовила необхідність активізації спільної маркетингової політики з орієнтацією на країни, що розвиваються. Застарілі підходи до маркетингових комунікацій у туризмі стають неефективними, постає необхідність розробки стратегічної бізнес-концепції з орієнтацією не лише споживачів, але і на інших зацікавлених сторін туристичного бізнесу.

У статі проведено компаративний аналіз основних показників у сфері туризму країн Вишеградської групи та України. Обґрунтовано, що не зважаючи на значний туристичний потенціал, за всіма показниками Україна відстає від країн Вишеградської групи.

В умовах євроінтеграційного вектору економічної політики України аналіз досвіду з розвитку туризму у країнах Вишеградської групи дозволив виокремити основні умови для успішної інтеграції у сфері туризму. Формування таких сприятливих умов створить можливість розробити конкурентоспроможний туристичний продукт та підвищити рівень ефективності вітчизняного туристичного бізнесу.

Ключові слова: Вишеградська група, туризм, інтеграція, сприятливі умови інтеграції у туризмі.

Аннотация. В современных условиях жесткой конкуренции, осложнения организационно-экономических и других факторов влияния на рынок интеграция позволяет объединить усилия и ресурсы на всех уровнях, повысить конкурентные преимущества и выиграть в конкурентной борьбе. Интеграция в туризме соответствует самой его внутренней природе, поскольку в процессе производства туристического продукта задействовано большое количество субъектов: туристических, транспортных, страховых, экскурсионных и других предприятий.

Исследовано состояние развития туризма в Вышеградской группе – интеграционном объединении Польши, Венгрии, Чехии и Словакии. Украина является важным стратегическим партнером стран Вышеградской группы в сфере туризма, в том числе в рамках программ Международного Вышеградского Фонда с 2005 г.

Автором развита классификация и охарактеризованы четыре основных этапа формирования и развития туризма в Вышеградской группе. Современный этап, начиная с 2016 г., характеризуется незначительным падением показателей, отражающих состояние развития туризма, таких как количество туристических прибытий, количество ночей, проведенных на территории стран Вышеградской группы. Такая негативная динамика обусловила необходимость активизации совместной маркетинговой политики с ориентацией на развивающиеся страны. Устаревшие подходы к маркетинговым коммуникациям в туризме становятся неэффективными, возникает необходимость разработки стратегической бизнес-концепции с ориентацией не только потребителей, но и на остальных заинтересованных сторон туристического бизнеса.

В статье проведен компаративный анализ основных показателей в сфере туризма стран Вышеградской группы и Украины. Обосновано, что, несмотря на значительный туристический потенциал, по всем показателям Украина отстает от стран Вышеградской группы.

В условиях евроинтеграционного вектора экономической политики Украины анализ опыта по развитию туризма в странах Вышеградской группы позволил выделить основные условия для успешной интеграции в сфере туризма. Формирование таких благоприятных условий создаст возможность разработать конкурентоспособный туристический продукт и повысить уровень эффективности отечественного туристического бизнеса.

Ключевые слова: Вышеградская группа, туризм, интеграция, благоприятные условия интеграции в туризме.

Summary. In today's conditions of fierce competition, complication of organizational, economic and other factors of influence on the market, integration brings together efforts and resources at all levels, boosts competitive advantages and allows to win in the competitive struggle. Integration in tourism corresponds to its intrinsic nature, as a large number of subjects are involved in the process of tourism product production: tourism, transport, insurance, excursions and other enterprises.

The state of tourism development in the Visegrad group – the integration association of Poland, Hungary, the Czech Republic and Slovakia – has been researched. Ukraine is an important strategic partner of the Visegrad countries in the field of tourism, including within the framework of the International Visegrad Fund programs since 2005.

The four main stages of the formation and development of tourism in the Visegrad Group were developed and described by the author. The current stage, starting in 2016, is characterized by a slight drop in indicators reflecting the development of tourism, such as the number of tourist arrivals, the number of nights spent on the territory of the Visegrad countries. Such a negative dynamics conditioned the need to intensify a common marketing policy with an orientation towards the developing countries. Obsolete approaches to marketing communications in tourism are ineffective, and the need to develop a strategic business concept focuses not only on consumers but on key stakeholders of tourism business.

The article provides a comparative analysis of key indicators in the tourism sector of the Visegrad Group and Ukraine. It is substantiated that despite considerable tourist potential, Ukraine is behind all the indicators of the Visegrad countries.

In the context of the European integration policy vector of Ukraine's economic policy, the analysis of tourism development experience in the Visegrad countries has made it possible to distinguish the main conditions for successful integration in the tourism sector. Formation of such favorable conditions will allow to develop a competitive tourism product and increase the efficiency of domestic tourism business.

Key words: Visegrad Group, tourism, integration, favorable conditions for integration in tourism.

Постановка проблеми. Зростання динамічності та невизначеності світових ринків, перебудова внутрішньої структури господарських процесів обумовили активізацію регіональної інтеграції. Інтеграційні процеси сприяють формуванню ключових компетенцій, соконкуренції, соціальній відповідальності бізнесу тощо.

Відповідно до сучасних поглядів на економічну ефективність, основним завданням суб'єктів туристичного бізнесу є розвиток ресурсного потенціалу та досягнення оптимального стану взаємовідносин між зацікавленими сторонами. Досягнення цієї мети можливе шляхом створення інтеграційних об'єднань на різних рівнях.

Вишеградська група (V4), як неформальне інтеграційне об'єднання Польщі, Чехії, Словаччини та Угорщини на європейському просторі, має позитивний досвід співпраці понад 20 років у різних сферах, зокрема у туризмі. Спільний внесок Вишеградської групи до загальноєвропейського ВВП складає понад 5%, а їх площа — 11% території ЄС [1].

Аналіз та адаптація інтегрованих інструментів стимулювання розвитку туризму, що ними використовуються, участь у транскордонному співробітництві є важливою віхою на шляху до євроінтеграції України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розпад СРСР, проблема вибору зовнішньополітичних векторів колишніх радянських країн, глобалізація світового ринку водночас з бурхливим розвитком міжнародного туризму обумовили посилення інтересу до процесів інтеграції у туристичній сфері.

Інтеграційним процесам у туристичній сфері присвячені наукові праці М. В. Босовської, М. О. Жукової, В. Є. Шимакової [2–4]. Так, М. В. Босовська зазначає стимулюючу функцію інтеграції у розвитку туризму та об'єктивний формат розвитку новітніх концепцій функціонування суб'єктів ринку туристичних послуг [2, с. 7; с. 540].

Найбільша увага у сучасних наукових дослідженнях приділяється формам інтеграційних об'єднань у туризмі, передусім актуальним питанням є перспективи формування та розвитку туристичних кластерів. Окремі аспекти функціонування туристичних кластерів розкрито у роботах І. М. Дишлового, І. В. Пилипенка та ін. [5–6].

Проте інтеграційні процеси та формування сприятливих умов розвитку туризму в окремих блоках та групах країн залишаються недостатньо дослідженими у працях вітчизняних вчених, особливо з метою визначення перспектив та позитивного досвіду для України.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення основних умов ефективності розвитку інтеграційних процесів у туризмі країн Вишеградської групи з метою формування орієнтирів для України.

Виклад основного матеріалу. Теорія інтеграції передбачає велику кількість підходів до визначення сутності інтеграції, її форм та сфер реалізації. Таке різноманіття підходів відноситься і до поняття інтеграції у туристичній сфері [2; 3]. Однак можна виділити такі основні фактори інтеграції у туризмі:

1. Стійкі взаємозв'язки між суб'єктами туристичного бізнесу, державними структурами;
2. Спільність цілей, можливість спільного використання туристичних та інших ресурсів;
3. Розробка єдиних механізмів взаємодії учасників інтеграційного об'єднання;
4. Взаємна відповідальність, високий ступінь довіри учасників інтеграційного об'єднання;
5. Формування спільних конкурентних переваг, що дасть можливість виграти у конкурентній боротьбі.

Міжнародний туризм є потужною сферою, що забезпечує значний внесок у світовий ВВП (понад 10% у 2017 р.), створення робочих місць (313 млн. робочих місць у 2017 р.) [7]. Країни Вишеградської групи, які мають великий туристичний потенціал, не могли залишитися осторонь світових туристичних потоків. З 2000-х рр. країни групи традиційно входять до переліку топ-20 туристичних дестинацій світу (динаміку кількості туристичних прибуттів представлено на рис. 1). Так, традиційно серед країн групи, за кількістю туристичних прибуттів перше місце займає Чехія. У 2016 р. Чехія займала 6 місце серед країн світу за кількістю туристичних прибуттів, а Угорщина — 13 місце.

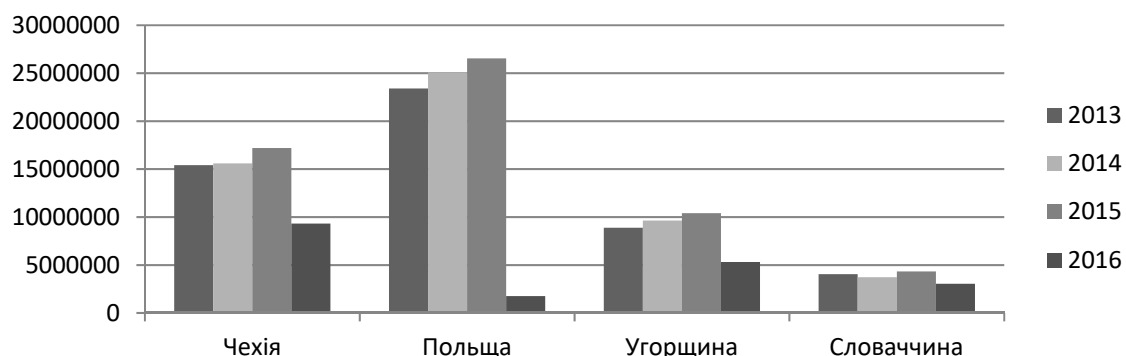


Рис. 1. Динаміка кількості туристичних прибуттів до країн Вишеградської групи*

Джерело: побудовано автором з використанням джерел [1; 7]

Розширивши дослідження Ю. Вагнера [8], можна виділити чотири основних історичних етапи у розвитку туризму країн Вишеградської групи.

Перший етап (1990–1998 рр.) характеризувався зростанням зацікавленості західних країн до країн пострадянського простору, переважанням Угорщини за кількістю туристичних прибуттів серед інших країн Вишеградської групи. Крім того, сприятлива податкова політика та помірні ціни обумовили на цьому етапі підвищення інтересу туристів до країн групи.

Другий етап (1999–2002 рр.) пов'язаний з активізацією глобалізаційних процесів у всіх сферах суспільного життя, проте терористичні акти, відсталість інфраструктури та відсутність ефективної державної політики з розвитку туризму означених країн обмежили можливості спільного розвитку туризму у країнах Вишеградської групи.

Третій етап (2003–2016 рр.) можна вважати найбільш потужним у розвитку туризму країн Вишеградської групи. В середньому темпи зростання інвестицій та робочих місць у туристичній сфері складала 10% та перевищували показники таких країн — лідерів у цій сфері, як Італія, Греція та ін. Стан розвитку інфраструктури покращився за рахунок отримання коштів загальноєвропейських фондів.

Саме у цей період сальдо балансу між витратами на туризм та прибутками від нього всіх країн Вишеградської групи було позитивним (табл. 1). Цей показник можна умовно вважати показником економічної ефективності туризму. У 2016 р. також відбулося зростання внеску туризму до спільного ВВП країн Вишеградської групи — з 2,8% до 2,9%.

Розвиток туризму у країнах Вишеградської групи на четвертому, сучасному етапі, починаючи з 2017 р., обумовлений змінами у потребах туристів, новими соціальними тенденціями у Європі, посиленням конкуренції на ринку туристичних послуг і необхідністю активізації маркетингової політики. На

Таблиця 1

Баланс між витратами на туризм та прибутками від нього країн Вишеградської групи*

Країна	Баланс, млн. дол. США, 2015 р.	Баланс, млн. дол. США, 2016 р.
Чехія	1182	1390
Угорщина	3512	3491
Польща	2531	2993
Словаччина	236	509

Джерело: побудовано автором з використанням джерела [1]

рис. 1 видно, що кількість туристичних прибуттів до країн Вишеградської групи у 2016 р. зменшилась, не зважаючи на зростання прибутків від туризму у поточних цінах, що обумовило необхідність розробки оновленої стратегії розвитку туризму в країнах. У сучасних умовах потрібний принципово новий підхід до розробки стратегії розвитку туризму. Важливим є не збільшення частки ринку, а збільшення капіталізації суб'єктів туристичного бізнесу. Динаміка тривалості ночей, проведених на території країн Вишеградської групи також має тенденцію до зменшення (рис. 2).

Враховуючи негативну динаміку зазначених показників, соціально-економічне становище у ЄС та інші важливі фактори необхідною є розробка ефективної збалансованої стратегії розвитку туризму в інтеграційному об'єднанні. Така стратегія повинна враховувати інтереси якомога більшої кількості зацікавлених сторін у сфері туризму.

Відповідно до ступеня впливу та інтересів у розвитку туристичного бізнесу, можна виділити такі групи зацікавлених сторін: небезпечна (вплив цієї групи на інших суб'єктів ринку є опосередкованим, однак інтерес у розвитку туризму є значним), домінуюча (вплив цієї групи є значним, проте інтерес

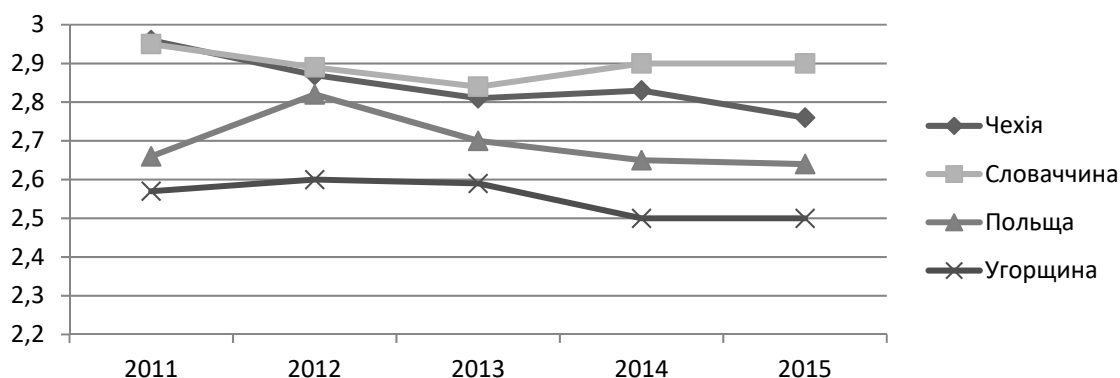


Рис. 2. Динаміка кількості ночей, проведених туристами на території країн Вишеградської групи*

Джерело: побудовано автором з використанням джерела [1; 7]

Таблиця 2

Класифікація зацікавлених сторін у сфері морського туризму*

Зацікавлені сторони у сфері морського туризму	Критерії класифікації			
	Влада	Легітимність вимог	Терміновість задоволення вимог	Класифікаційна група
Туристичні компанії — конкуренти	+	—	—	Небезпечна
Суспільні організації	+	—	—	Небезпечна
ЗМІ	+	—	—	Небезпечна
Постачальники матеріальних ресурсів	+	+	—	Домінуюча
Інвестори	+	+	+	Категорична
Власники туристичного бізнесу	+	+	+	Категорична
Персонал	+	+	+	Категорична
Клієнти	+	+	+	Категорична
Регуляторні органи	+	+	+	Категорична

Джерело: побудовано автором

у функціонуванні та розвитку туризму є відносно слабшим), категорична (вплив на інших суб'єктів ринку є помітним, вимоги цієї групи мають бути обов'язково враховані у процесі виробництва туристичних послуг) (табл. 2) [9]. З метою урахування інтересів якомога більшої кількості зацікавлених сторін у 2015 р. між країнами Вишеградської групи було укладено спільний План з маркетингу, за яким передбачалося витратити 305 тис. євро на маркетингові заходи з розвитку туризму.

Деякі статті витрат, наведені у табл. 3, підтверджують актуальність спільного фінансування проєктів у туристичному бізнесі.

У 2017 р. аналогічний план передбачав витрати вже у 315 тис. євро. Важливим є те, що такі щорічні плани передбачають заходи з просування спільного туристичного продукту на ринках країн, що розвиваються, передусім таких як США, Індія, Росія, Китай. У просуванні туристичного продукту країни Вишеградської групи використовують спільний бренд поряд з розвитком двосторонніх відносин з третіми країнами. Україна має велику кількість туристично-рекреаційних об'єктів, сприятливі природні умови, однак внаслідок неефективного вико-

Таблиця 3

Статті витрат Плану маркетингу країн
Вишеградської групи у 2015 р.

Назва заходу	Сума витрат, євро
Туристичний маршрут «Єкатеринбург–Уфа–Перм»	10 000
Туристичний маршрут «Мурманськ–Санкт-Петербург–Петрозаводськ»	10 000
Презентація бренду та семінар у г. Мінську	10 000
Оптимізація веб-сайту	2 000
Туристичний гід (мобільний додаток на китайській мові)	9 000

Джерело: побудовано автором з використанням джерела [1]

ристання наявних ресурсів, недостатньої реалізації туристичного потенціалу за основними показниками, що відображають стан розвитку туризму, Україна відстає від країн Вишеградської групи. Показники розвитку туристичної сфери країн Вишеградської групи у порівнянні з аналогічними показниками України наведена у табл. 4.

Таблиця 4

Показники розвитку туристичної сфери країн Вишеградської групи та України у 2017 р.

Показник, %	Чехія	Словаччина	Польща	Угорщина	Україна
Прямий внесок туризму у ВВП	2,6	2,6	1,9	2,4	1,5
Прямий внесок туризму у зайнятість	4,4	2,7	2,0	3,5	1,4
Прямий внесок туризму у капіталовкладення	3,6	4,0	3,0	4,5	1,9
Внесок експорту туристичних послуг у сукупний експорт	4,2	3,0	4,6	5,6	3,3

Джерело: побудовано автором з використанням джерела [1; 7]

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. У сучасних умовах створити конкурентоспроможний туристичний продукт, протистояти зовнішнім викликам, максимально задовольнити потреби споживачів та інших ключових зацікавлених сторін можливо лише шляхом інтеграції, процеси формування та розвитку якої набули зокрема популярності у Європі.

Дослідження досвіду країн Вишеградської групи, інтеграційного об'єднання Польщі, Чехії, Словаччини та Угорщини, довело, що спільними зусиллями країни змогли досягти середньоєвропейських показників розвитку туризму (практично 3% прямої частки туризму у ВВП та ін.). Враховуючи особливості господарської діяльності у туризмі, досвід інтеграції у туризмі країн Вишеградської групи, під умовами ефективності інтеграційних процесів у туризмі пропонуємо розглядати такі:

1. Участь в інтеграційному об'єднанні підприємств різних галузей та сфер, встановлення взаємовигідних відносин з зацікавленими сторонами туристичного бізнесу;
2. Функціонування інтеграційного об'єднання в межах визначеної території, що дасть можливість

розробити туристичний продукт з урахуванням індивідуального підходу до потреб споживачів.

3. Формування єдиного маркетингового бюджету, спільна участь у маркетингових заходах;
4. Формування спільного туристичного бренду;
5. Легкість та оперативність обміну інформацією між суб'єктами, що інтегруються;
6. Активна підтримка органів публічного управління інтеграційних процесів;
7. Довгостроковий характер діяльності інтеграційного об'єднання.

Особливу увагу серед зазначених умов необхідно приділити налагодженню взаємозв'язків з ключовими зацікавленими сторонами туристичного бізнесу, до яких запропоновано віднести споживачів, клієнтів, власників, інвесторів, персонал, регуляторні органи.

Формування зазначених сприятливих умов в Україні, використання позитивного досвіду країн Вишеградської групи з розвитку туризму дасть можливість наростити обсяги експорту послуг, збільшити прибутки в іноземній валюті, підвищити рівень розвитку інфраструктури тощо.

Література

1. Discover Central Europe 2015 Facts and Figures [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.discover-ce.eu>
2. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія / М. В. Босовська. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. — 832 с.
3. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. — М.: Финансы и статистика, 2008. — 200 с.
4. Шимакова В. Є. Роль кластеризації в розвитку туристичного бізнесу в регіонах / Шимакова В. Є. // Культура народів Причорномор'я: научний журнал. — 2008. — № 137. — С. 62–66.
5. Дишловий І. М. Питання формування та функціонування кластерів у рекреаційно-туристичному комплексі регіону / І. М. Дишловий // Економічні Інновації. — Вип. 44. — 2011. — С. 79–89.
6. Пилипенко И. В. Повышение конкурентоспособности с помощью развития кластеров и промышленных районов / И. В. Пилипенко // Гуманитарный стратегический маневр / Под ред. В. Н. Кузнецова. — М.: Книга и бизнес, 2004. — С. 130–155.
7. Country Reports World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.wttc.org>.
8. J. Vagner. Tourism development in the Visegrad Four countries in the period of the EU access [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://web.natur.cuni.cz/ksgrrsek/acta/2007/AUC_2007_42_Vagner_Tourism_development_in.pdf.
9. Нестерова К. С. Державна регуляторна політика сприяння розвитку морського туризму в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / К. С. Нестерова. — Одеса, 2016. — 24 с.

References

1. Discover Central Europe 2015 Facts and Figures [Electronic Resource]. — Mode of Access: <http://www.discover-ce.eu>
2. Bosovsjka M. V. Integhracijni procesy v turyzmi: monoghrafija / M. V. Bosovsjka. — K.: Kyjiv. nac. torgh.-ekon. un-t, 2015. — 832 s.

3. Zhukova M.A. Industriya turizma: menedzhment organizatsii / M.A. Zhukova. — M.: Financy i statistika, 2008. — 200 s.
4. Shymakova V. Je. Rolj klasterizatsiji v rozvytku turystychnogho biznesu v rehionakh / Shymakova V. Je. // Kul'tura narodov Prichernomorya: nauchnyy zhurnal. — 2008. — № 137. — S. 62–66.
5. Dyshlovyy I. M. Pytannja formuvannja ta funkcionuvannja klasteriv u rekreacijno-turystychnomu kompleksi rehionu / I. M. Dyshlovyy // Ekonomichni Innovaciji. — Vyp. 44. — 2011. — S. 79–89.
6. Pilipenko I. V. Povyshenie konkurentosposobnosti s pomoshchyu razvitiya klasterov i promyshlennykh rayonov / I. V. Pilipenko // Gumanitarnyy strategicheskij manevr / Pod red. V.N. Kuznetsova. — M.: Kniga i biznes, 2004. — S. 130–155.
7. Country Reports World Travel and Tourism Council [Electronic Resource]. — Mode of Access: [http.: www.wttc.org](http://www.wttc.org).
8. J. Vagner. Tourism development in the Visegrad Four countries in the period of the EU access [Electronic Resource]. — Mode of Access: https://web.natur.cuni.cz/ksgrrsek/acta/2007/AUC_2007_42_Vagner_Tourism_development_in.pdf.
9. Nesterova K.S. Derzhavna rehuljatorna polityka spryjannja rozvytku morsjogho turyzmu v Ukrajinі: avtoref. dys. na zdobuttja nauk. stupenja kand. ekon. nauk: spec. 08.00.03 «Ekonomika ta upravlinnja nacionalnym ghospodarstvom» / K.S. Nesterova. — Odesa, 2016. — 24 s.

Гриджук Дмитро Миколайович
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри банківської справи,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Гриджук Дмитрий Николаевич
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры банковского дела
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

Grydzhuk Dmytro
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Banking
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4174

ФОРМУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОЇ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ФОРМИРОВАНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОЙ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

FORMATION OF A BALANCED SYSTEM OF ASSESSMENTS OF EFFICIENT BANKING ACTIVITY

Анотація. В статті представлено систему показників оцінки ефективної діяльності, що використовується в українських банках та у світовій практиці, причому висока результативність за такими коефіцієнтами забезпечує стабільність банківського бізнесу. При цьому стабільний розвиток банку в довгостроковому періоді забезпечує формування глобальної стратегії банку та встановлення на цій основі стратегічних цілей та завдань для всіх напрямів діяльності банку. Розглянута збалансована система показників, призначення яких – не тільки вимірювання фінансової діяльності банку, а й забезпечення реалізації стратегічних планів фінансової установи, що включає в собі оцінки ефективності взаємодії банку з клієнтами, а саме визначення собівартості послуг для клієнта, а також центрів прибутковості в банку як новітнього науково обґрунтованого методичного інструментарію оцінювання ефективності банківського бізнесу в умовах посткризової трансформації глобальної економіки. Доведено, що при оцінці ефективності банківської діяльності необхідно орієнтуватися на всі види ефективності, а саме пов'язані з фінансовою результативністю банківського бізнесу, ефектом масштабу та ефективністю банківського менеджменту, оскільки це дасть змогу сформулювати цілісніший погляд на формування стратегії розвитку діяльності банку, спрямованої на максимізацію ефективності в умовах посткризової трансформації глобальної економіки. Наведено показники рентабельності капіталу, рентабельності активів, чистого спреду, відсоткової, невідсоткової та операційної маржі банку, які найчастіше використовують при визначенні ефективності банківської діяльності. Показано, що ці показники можна застосовувати при визначенні як ефективності діяльності банку, так і ефективності його менеджменту. Підкреслено, що система показників, які характеризують ефективність діяльності банку, може бути різною залежно від групи кінцевих показників і завдань, поставлених перед банком.

Ключові слова: мультиплікатор капіталу, маржа прибутку, чиста операційна маржа, комплексний набір KPI, годана вартість, грошовий потік.

Аннотация. В статье представлена система показателей оценки эффективной деятельности, используется в украинских банках и в мировой практике, причем высокая результативность по следующим коэффициентам обеспечивает стабильность банковского бизнеса. При этом стабильное развитие банка в долгосрочном периоде обеспечивает формирование

глобальной стратегии банка и установление на этой основе стратегических целей и задач для всех направлений деятельности банка. Рассмотрены сбалансированные системы показателей, назначение которых – не только измерения финансовой деятельности банка, но и обеспечение реализации стратегических планов финансового учреждения, включает в себя оценки эффективности взаимодействия банка с клиентами, а именно определения себестоимости услуг для клиента, а также центров прибыльности в банке как новейшего научно обоснованного методического инструментария оценки эффективности банковского бизнеса в условиях посткризисной трансформации глобальной экономики. Доказано, что при оценке эффективности банковской деятельности необходимо ориентироваться на все виды эффективности, а именно связанные с финансовым результатом банковского бизнеса, эффектом масштаба и эффективности банковского менеджмента, поскольку это позволит сформировать целостное взгляд на формирование стратегии развития деятельности банка, направленной на максимизацию эффективности в условиях посткризисной трансформации глобальной экономики. Приведены показатели рентабельности капитала, рентабельности активов, чистого спреда, процентной, непроцентной и операционной маржи банка, чаще всего используют при определении эффективности банковской деятельности. Показано, что эти показатели можно применять при определении как эффективности деятельности банка, так и эффективности его менеджмента. Подчеркнуто, что система показателей, характеризующая эффективность деятельности банка, может быть разной в зависимости от группы конечных показателей и задач, поставленных перед банком.

Ключевые слова: мультипликатор капитала, маржа прибыли, чистая операционная маржа, комплексный набор KPI, добавленная стоимость, денежный поток.

Summary. The article presents a system of performance indicators used in Ukrainian banks and in world practice, and the high performance on such ratios ensures the stability of the banking business. At the same time, the stable development of the bank in the long run provides for the formation of a global strategy of the bank and the establishment of strategic objectives and tasks for all directions of the bank on this basis. Considered balanced systems of indicators, whose purpose – not only measurement of financial activity of the bank, but also ensuring the implementation of strategic plans of the financial institution, which includes assessing the effectiveness of interaction of the bank with clients, namely the definition of the cost of services for the client, as well as profitability centers in the bank as the latest scientifically based methodical tool for assessing the effectiveness of the banking business in the post-crisis transformation of the global economy. It is proved that in assessing the efficiency of banking activity it is necessary to focus on all types of efficiency, namely, those related to the financial performance of the banking business, the effect of scale and efficiency of bank management, since this will enable to form a more holistic view on the formation of a strategy for the development of bank activities aimed at maximizing efficiency in a post-crisis transformation of the global economy. The following indicators are given: profitability of capital, profitability of assets, net spread, interest, non-interest and operating margin of the bank are most often used to determine the effectiveness of banking activities. It is shown that these indicators can be used in determining both the effectiveness of the bank's activities and the effectiveness of its management. It is emphasized that the system of indicators which characterizing the effectiveness of the bank's activities may vary depending on the group of final indicators and tasks assigned to the bank.

Key words: capital multiplier, profit margin, net operating margin, complex KPI set, added value, cash flow.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. За допомогою системи економічних показників можна оцінити ефективність діяльності банку та управління загалом, але цих показників недостатньо, щоб повною мірою оцінити деякі специфічні напрями діяльності банку. Ефективність роботи таких напрямів діяльності відображає фінансовий результат. Тому постає завдання розроблення додаткової методики оцінки ефективності взаємодії банку з клієнтами, а саме визначення собівартості послуг для клієнта, а також визначення центрів прибутковості в банку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зважаючи на надзвичайну актуальність окресленої тематики багато як вітчизняних, так і зарубіжних

науковців проводили свої теоретико-практичні дослідження в цьому напрямі. Спираючись на праці таких вчених як Карчевої Г. [12], Примостки Л. [8], Рассел Аккоффа Л. [14], Роуза П. [15] та інших ми визначили, що в їх наукових доробках відсутні дослідження причин зниження ефективності банківської діяльності в умовах посткризової трансформації глобальної економіки. Їхні наукові інтереси поширюються в основному на дослідження методичних аспектів аналізу доходів, витрат і прибутковості банківської діяльності на макро- та мікрорівнях, а також методики динамічного й структурного аналізу прибутковості банку як орієнтиру для формування ефективних фінансових стратегій щодо окремих банківських операцій та фінансового плану банку загалом.

Автор робить акцент на визначенні методологічно-практичного апарату оцінювання ефективності банківської діяльності, результати чого дали б можливість сформулювати адекватну концепцію управління банком в напрямі максимізації ефективності його діяльності в умовах посткризової трансформації глобальної економіки.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Розглянути систему показників оцінки ефективної діяльності, що використовується в українських банках та у світовій практиці. Вимогами часу є потреба розглядати збалансовані системи показників, призначення яких — не тільки вимірювання фінансової діяльності банку, а й забезпечення реалізації стратегічних планів фінансової установи.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Якщо поглянути на розвиток парадигм визначення основних показників, що характеризують ефективну діяльність банку, то можна побачити, що особливо насиченим на нововведення було XX століття. Саме у це сторіччя у вжиток економістів, маркетологів, учених прийшли показники, які наведені в таблиці 1.

Стосовно збалансованої системи показників (англ. Balanced Scorecard, або BSC), то ця система менеджменту ґрунтується на інформації як щодо внутрішніх процесів банку, так і процесів, що відбуваються у зовнішньому середовищі [10]. Розроблена у 1990-х роках американцями Робертом Капланом, професором Гарвардської вищої бізнес-школи, і Девідом Нортон, директором Інституту Норлана Нортон, система BSC не тільки визначає фінансові показники, а й стратегічну вартість фінансової установи разом з факторами довгострокового розвитку банку.

Йдеться про нематеріальні активи, які іноді здатні за умов жорсткої конкуренції забезпечити

тривалий розвиток банку, налагодити грамотне стратегічне управління, зробити всі бізнес-процеси інноваційними та організаційно вдосконаленими, зберегти такий капітал банку, як людські ресурси і корпоративна культура.

Історія віднайдення системи збалансованих показників, або BSC, ґрунтується на прагненні посилити управлінські функції, які дадуть змогу, спираючись на корпоративні інтереси зацікавлених груп — клієнтів банку, його акціонерів, партнерів, кредиторів — реалізувати багатовекторну стратегію управління банком. Американські вчені дослідили з цією метою 12 великих компаній, у звітності яких були включені не тільки фінансові показники, а й такі, що дали змогу мати базу даних для прийняття виважених управлінських рішень [11].

Зважаючи на комплексний підхід у змістовній парадигмі оцінки ефективної діяльності банку, показники BSC ґрунтуються на основних чотирьох складових — фінансах, маркетингу, бізнес-процесах і постійному вдосконаленні професійних навичок і вмінь.

Важливе місце у системі збалансованих показників посідають ключові показники ефективності, які являють собою комплексний набір KPI (з англ. Key Performans Indicator) і дають змогу контролювати будь-які зміни у діяльності банку, а не просто відстежувати отримані планові результати. Такий комплексний підхід передбачає першорядні (стратегічні) і другорядні показники, які насправді всі важливі, але повинні мати певні пріоритети для досягнення поставлених цілей [12].

Цікавою є також система управління EVA, що з'явилася наприкінці XX століття. Вона є результатом розвитку концепції управління, що відтворює процес створення вартості. Найбільш відомі з показників на основі EVA та EVA-basedmanagement — це економічна

Таблиця 1

Генезис введення основних показників оцінювання ефективності діяльності банку та його вартості

Період	Показник
1920-ті роки	Модель Дюпона (Du Pont Model) Рентабельність інвестицій (ROI)
1970-ті роки	Чистий прибуток на 1 акцію (EPS) Коефіцієнт співвідношення ціни акції та чистого прибутку (P/E)
1980-ті роки	Коефіцієнт співвідношення ринкової і балансової вартості акцій (M/B) Рентабельність акціонерного капіталу (ROE) Рентабельність чистих активів (RONA) Грошовий потік (Cash Flow)
1990-ті роки	Економічна додана вартість (EVA) Прибуток до виплати відсотків, податків і дивідендів (EBITDA) Ринкова додана вартість (MVA) Збалансована система показників (Balanced Scorecard, або BSC)

Джерело: складено автором на основі [6; 8; 14]

додана вартість (Economic Value Added, EVA), ринкова додана вартість (Market Value Added, MVA), грошова додана вартість (Cash Value Added, CVA) і дохідність інвестицій на основі грошового потоку (Cash Flow Return on Investment, CFROI) [10, с. 73].

При визначенні ефективності найчастіше використовують показники рентабельності капіталу, рентабельності активів, чистого спреда, відсоткової, невідсоткової та операційної маржі банку. Показники рентабельності активів та рентабельності капіталу оцінюють здатність банку генерувати власний капітал для забезпечення зростання та подолання економічних труднощів. Коефіцієнт рентабельності активів (у міжнародній банківській практиці позначений аббревіатурою ROA) визначається за загальновідомою формулою [1]:

$$ROE = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня величина активів банку}} \times 100\%. \quad (1)$$

Аналогічно коефіцієнт рентабельності власного капіталу (ROE) визначається за формулою [2]:

$$ROE = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня величина власного капіталу банку}} \times 100\% \quad (2)$$

Значення вказаних коефіцієнтів у більшості банків коливається в межах: ROA — 0,5–1,5%; ROE — 10–20%. Якщо показник ROE набагато перевищує показник ROA, то це свідчить про незначний розмір власного капіталу в загальному обсязі пасивів [2].

Показники ROA, ROE та МК (мультиплікатор капіталу як співвідношення середніх активів та власного капіталу) є складовими загальновідомої моделі Дюпона, яка на основі декомпозиційного аналізу забезпечує узгодження взаємозв'язків окремих результативних фінансових показників банку дає змогу визначити цільові рівні прибутковості [3].

Відповідно до чотирьохфакторної моделі, показник ROE (прибутковість власного капіталу банку) можна визначити за допомогою таких факторів:

- маржа прибутку, що розраховується як співвідношення чистого прибутку та балансового прибутку (прибутку до оподаткування) і дає змогу визначити ефективність податкового менеджменту в банку;
- операційна маржа, що розраховується як співвідношення балансового прибутку та доходів, характеризує операційну ефективність діяльності банку;
- дохідність активів, що розраховується як співвідношення доходів та сукупних активів банку і визначає дохідність розміщення активів;
- мультиплікатор капіталу (співвідношення активів та власного капіталу), що дає змогу оціни-

ти політику банку щодо джерел фінансування банківської діяльності, зокрема фінансовий леверидж [4].

Також показниками ефективності є: чистий спред (SPRED), чиста відсоткова маржа, чиста невідсоткова маржа та чиста операційна маржа. Використання цих показників доцільне при визначенні як ефективності діяльності банку, так і ефективності його менеджменту [5].

За допомогою чистого спреда оцінюється, наскільки успішно банк виконує функцію посередника між вкладниками та позичальниками та наскільки гостра конкуренція на банківському ринку.

Швидке зростання процентних ставок за зобов'язаннями банку порівнянно зі зростанням доходів за процентними операціями так само, як і швидке зменшення доходів за процентними операціями порівнянно зі скороченням процентних витрат за залученими коштами, веде до зменшення чистої процентної маржі банку [6]. Таким чином, між чистою процентною маржею банку і спредом є тісний взаємозв'язок.

SPRED показує, наскільки ефективно банк виконує свою основну функцію фінансового посередника і враховує лише активи і пасиви, пов'язані зі сплатою відсотків, та розраховується за формулою [2]:

$$SPRED = \frac{\text{Відсоткові доходи}}{\text{Дохідні активи}} - \frac{\text{Відсоткові витрати}}{\text{Пасиви, за якими сплачуються відсотки}} \quad (3)$$

Спред визначає здатність банку отримувати прибуток за рахунок залучення фінансових ресурсів на вигідних умовах та наступного їх ефективного розміщення в активи, що приносять відсотки.

Для оцінювання ефективності різних видів банківської діяльності використовують показники чистої відсоткової, невідсоткової та операційної маржі, що визначаються за такими формулами (4–6):

$$\begin{aligned} \text{Чиста відсоткова маржа} &= \\ &= \frac{\text{Відсоткові доходи} - \text{Відсоткові витрати}}{\text{Середня величина активів банку}} \times 100\% \quad (4) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Чиста невідсоткова маржа} &= \\ &= \frac{\text{Невідсоткові доходи} - \text{Невідсоткові витрати}}{\text{Середня величина активів банку}} \times 100\% \quad (5) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Чиста операційна маржа} &= \\ &= \frac{\text{Операційні доходи} - \text{Операційні витрати}}{\text{Середня величина активів банку}} \times 100\% \quad (6) \end{aligned}$$

Чиста відсоткова маржа у більшості банків коливається в межах 1–5% [7]. Оцінювання за вищевказаними класичними фінансовими коефіцієнтами дає змогу оцінити прибутковість різних видів банківської діяльності,

при цьому все ж таки залишаючись занадто обмеженим методичним інструментарієм оцінки ефективності банківської діяльності в контексті тих трансформаційних процесів, які відбулися в посткризовий період і привели до необхідності довгострокового стратегічного планування стабільного банківського бізнесу.

Поряд із вищезгаданими показниками ефективності в розрізі методу фінансових коефіцієнтів застосовує на увагу коефіцієнт, який характеризує операційну ефективність діяльності банку. Цей показник у вітчизняній літературі дістав назву коефіцієнта дієздатності (у зарубіжній — cost to income ratio, або CIR) і розраховується шляхом визначення співвідношення операційних витрат та операційних доходів банку [8].

Структуру операційних доходів становлять процентні та непроцентні доходи. Операційні витрати, які традиційно займають найбільшу питому вагу у структурі загальних витрат банку, є контрольованими з позиції менеджменту.

Відповідно, показник CIR використовується з метою визначення ефективності менеджменту банку мінімізувати операційні витрати, що за умови незмінності рівня доходів забезпечить збільшення прибутку [9].

Поряд з наведеними показниками оцінювання ефективності банківської діяльності відомим є те, що показник чистого прибутку з розрахунку на 1 акцію (в міжнародній практиці використовується абревіатура EPS) являє собою точну оцінку виплат на користь акціонерів банку і може слугувати показником результативності банківського бізнесу для його власників. Цей показник є найбільш цікавим для існуючих та потенційних акціонерів з погляду оцінювання ефективності діяльності банку та розраховується за формулою:

$$EPS = \frac{\text{Прибуток після сплати податків і виплати привілейованого дивіденду}}{\text{Середньорічна кількість простих акцій в обігу}} \quad (7)$$

Таблиця 2

Основні класичні показники результативності банківської діяльності

Показник	Порядок розрахунку
ROE	$ROE = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня величина активів банку}} \times 100\%$
ROA	$ROA = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня величина власного капіталу банку}} \times 100\%$
SPRED	$SPRED = \frac{\text{Відсоткові доходи} - \text{Відсоткові витрати}}{\text{Пасиви, за якими сплачуються відсотки}}$
Чиста відсоткова маржа	$\text{Чиста відсоткова маржа} = \frac{\text{Відсоткові доходи} - \text{Відсоткові витрати}}{\text{Середня величина активів банку}} \times 100\%$
Чиста невідсоткова маржа	$\text{Чиста невідсоткова маржа} = \frac{\text{Невідсоткові доходи} - \text{Невідсоткові витрати}}{\text{Середня величина активів банку}} \times 100\%$
Чиста операційна маржа	$\text{Чиста операційна маржа} = \frac{\text{Операційні доходи} - \text{Операційні витрати}}{\text{Середня величина активів банку}} \times 100\%$
Операційна ефективність CIR	$CIR = \frac{\text{Операційні витрати банку}}{\text{операційні доходи банку}}$
Чистий прибуток з розрахунку на 1 акцію	$EPS = \frac{\text{Прибуток після сплати податків і виплати привілейованого дивіденду}}{\text{Середньорічна кількість простих акцій в обігу}}$

Джерело: складено автором на основі [2; 9; 13]

Для зручності та наочності ми об'єднали всі розглянуті нами класичні показники оцінки результативності банківської діяльності в таблицю 2.

Таким чином, система показників, які характеризують ефективність діяльності банку, може бути різною залежно від групи кінцевих показників та завдань, поставлених перед банком [10, с. 4].

Зазначені вище системи показників оцінювання ефективності банківської діяльності будуть ретельно досліджені в наступних дослідженнях автора.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Система показників, які характеризують ефективність діяльності банку, може бути різною залежно від групи кінцевих показників та цілей, що стоять перед конкретним банком. Тому постає завдання розробки додаткової методики оцінки ефективності взаємодії банку з клієнтами, а саме визначення собівартості послуг для клієнта, а також центрів прибутковості в банку як новітнього науково обґрунтованого методичного інструментарію оцінювання ефективності банківського бізнесу в умовах посткризової трансформації глобального середовища.

Отже, спираючись на здійснене автором дослідження теоретико-методологічних основ застосування оціночних індикаторів ефективності банківської діяльності, зробимо узагальнення.

По-перше, при оцінці ефективності банківської діяльності необхідно орієнтуватися на всі види ефективності, а саме пов'язані з фінансовою результативністю банківського бізнесу, ефектом масштабу та

ефективністю банківського менеджменту, оскільки це дасть змогу сформуванню цілісніший погляд на формування стратегії розвитку діяльності банку, спрямованої на максимізацію ефективності в умовах посткризової трансформації глобального середовища.

По-друге, в контексті використання класичних показників ефективності банківської діяльності, таких як рентабельність, прибуток, маржа дійшли висновку, що висока результативність за переліченими коефіцієнтами забезпечує стабільність банківського бізнесу. При цьому стабільний розвиток банку в довгостроковому періоді забезпечує формування глобальної стратегії банку та встановлення на цій основі стратегічних цілей та завдань для всіх напрямів діяльності банку.

По-третє, нормативна методика визначення ефективності діяльності українських банківських установ, встановлена Національним банком України, дає можливість використовувати її як допоміжний, а не основний методичний апарат в окресленій нами проблематиці, пов'язаній з визначенням ефективності банківської діяльності в умовах посткризової трансформації глобального середовища, у зв'язку з основною спрямованістю її на визначення фінансового стану банку, а не ефективності його діяльності.

По-четверте, використовуючи систему економічних показників, можна оцінити ефективність діяльності банку та управління загалом, але цих показників недостатньо, щоб повною мірою оцінити деякі специфічні напрями діяльності банку.

Література

1. Банківська система України: становлення і розвиток в умовах глобалізації економічних процесів: Монографія / За ред. д.е.н., проф. О. В. Дзюблюка. — Тернопіль: Астон, 2012. — 358 с.
2. Буряк А. Методичні засади оцінювання ефективності банківської діяльності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/54391/7/Buriak_efficiency.pdf — С. 6.
3. Dmytro Grydzhuk, Nataliia Savchuk. Modern tendencies of the Ukrainian banking system development / Business Perspectives. Banks and Bank Systems (open-access). — 2017. — Volume 12(4), pp. 105–113 doi: 10.21511/bbs.12(4).2017.10 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://businessperspectives.org/journals/banks-and-bank-systems/issue-270/modern-tendencies-of-the-ukrainian-banking-system-development>
4. Івахненко В. М. Курс економічного аналізу: Навч. посібник для вузів / Валентин Михайлович Івахненко. — К.: Знання-Прес, 2000. — 207 с.
5. Ізюмцева Н. В. Моделювання та організація проведення реінжинірингу бізнес-процесів у банківській системі / Ізюмцева Н. В., Ліснаровська А. В., Мирончик Г. В. // Вісник університету банківської справи Національного банку України. — 2011. — № 1 (10). — С. 160–168.
6. Блудова Т. В. Теорія ймовірностей: Навч. посібник Львів. ЛБІ НБУ, 2005. — 319 с.
7. Блудова Т. В., Токар В. В. Моделювання інноваційно-інвестиційної діяльності в контексті економічної безпеки підприємства / Ефективна економіка. — 2013. — № 2 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_58

8. Примостка Л. О. Аналіз банківської діяльності: сучасні концепції, методи та моделі: Монографія. — К.: КНЕУ, 2002. — 396 с.
9. Облік та аналіз діяльності комерційного банку: Навч. посібник у 2 кн. / Т. О. Плісак, Л. В. Гагаріна, Л. В. Недеря, Л. О. Нетребчук. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. — 308 с.
10. Мещеряков А. А. Організаційно-технологічні аспекти підвищення ефективності функціонування комерційного банку: Монографія / А. А. Мещеряков — К.: Науковий світ, 2006. — 347 с.
11. Кіндрацька Л. М. Фінансовий та управлінський облік у банках: Підручник. — К.: КНЕУ, 2008. — 811 с.
12. Карчева Г. Т. Оцінка ефективності управління активами і пасивами банків України / Г. Т. Карчева // Економіка і прогнозування. — 2011. — № 1. — С. 59–73.
13. Рассел Акофф. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф: Пер. С англ. / Общ. ред. и предислов. доктора экономических наук В. И. Данилова-Данильяна. Издательство Сирин — М., 2002. — 256 с.
14. Роуз П. С. Банковский менеджмент / Питер С. Роуз. — М.: Дело, 2005. — 768 с.

References

1. Bankivs'ka systema Ukrainy: stanovlennya i rozvytok v umovakh hlobalizatsiyi ekonomichnykh protsesiv: Monohrafiya / Za red.d.e.n., prof. O. V. Dzyublyuka. — Ternopil': Aston, 2012. — 358 s.
2. Buryak A. Metodychni zasady otsynuvannya efektyvnosti bankivs'koyi diyal'nosti [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/54391/7/Buriak_efficiency.pdf — S. 6.
3. Dmytro Grydzhuk, Nataliia Savchuk. Modern tendencies of the Ukrainian banking system development // Business Perspectives. Banks and Bank Systems (open-access). — 2017. — Volume 12(4), pp. 105–113 doi: 10.21511/bbs.12(4).2017.10 [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <https://businessperspectives.org/journals/banks-and-bank-systems/issue-270/modern-tendencies-of-the-ukrainian-banking-system-development>
4. Ivakhnenko V. M. Kurs ekonomichnoho analizu: Navch.posibnyk dlya vuziv / Valentyn Mykhaylovych Ivakhnenko. — K.: Znannya-Pres, 2000. — 207 s.
5. Izyumtseva N. V. Modelyuvannya ta orhanizatsiya provedennya reinzhynirynhu biznes-protseviv u bankivs'kiy systemi / Izyumtseva N. V., Lichnarovs'ka A. V., Myronchik H. V. // Visnyk universytetu bankivs'koyi spravy Natsional'noho banku Ukrainy. — 2011. — № 1 (10). — S. 160–168.
6. Bludova T. V. Teoriya ymovirnostey: Navch. posibnyk L'viv. LBI NBU, 2005. — 319 s.
7. Bludova T. V., Tokar V. V. Modelyuvannya innovatsiyno-investytsiynoyi diyal'nosti v konteksti ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva // Efektyvna ekonomika. — 2013. — № 2. — [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_58
8. Prymostka L. O. Analiz bankivs'koyi diyal'nosti: suchasni kontseptsii, metody ta modeli: Monohrafiya. — K.: KNEU, 2002. — 396 s.
9. Oblik ta analiz diyal'nosti komertsiiynoho banku: Navch. posibnyk u 2 kn. / T. O. Plisak, L. V. Haharina, L. V. Nederya, L. O. Netrebchuk. — K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2003. — 308 s.
10. Meshcheryakov A. A. Orhanizatsiyno-tekhnohichni aspekty pidvyshchennya efektyvnosti funktsionuvannya komertsiiynoho banku: Monohrafiya / A. A. Meshcheryakov — K.: Naukovyy svit, 2006. — 347 s.
11. Kindrats'ka L. M. Finansovyy ta upravlins'ky oblik u bankakh: Pidruchnyk. — K.: KNEU, 2008. — 811 s.
12. Karcheva H. T. Otsinka efektyvnosti upravlinnya aktyvamy i pasyvamy bankiv Ukrainy / H. T. Karcheva // Ekonomika i prohnouzuvannya. — 2011. — № 1. — S. 59–73.
13. Russell Ackoff. Planning of the future corporation / R. Ackoff: Trans. From English / Publishing House Sirin-M., 2002. — 256 p.
14. Rose P. S. Bank management / Peter S. Rose. — M.: Delo, 2005. — 768 p.

Міркевич Карина Олександрівна
магістр
Університету митної справи та фінансів
Миркевич Карина Александровна
магистр
Университета таможенного дела и финансов
Mirkevich Karina
Master of the
University of Customs and Finance

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-9-4117

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ БЮДЖЕТУ

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ БЮДЖЕТА

FORECASTING BUDGET INDICATORS

Анотація. У статті розглянуто сучасний стан бюджету України та проведено прогнозування величини його показників у майбутньому. Зазначено, що місцеві бюджети у фінансовому забезпеченні соціально-економічного розвитку регіонів України займають одне із центральних місць. Визначено, що в сучасних умовах соціально-економічного розвитку України, одним із головних є питання зростання ефективності функціонування місцевих бюджетів, адже від ефективності та раціональності планування й розподілу фінансових ресурсів залежить добробут та стабільність держави в цілому і кожного громадянина окремо. Функціонування місцевих бюджетів за останні роки засвідчує низку проблем та суперечностей, пов'язаних в першу чергу з обмеженістю фінансових ресурсів, недостатньо чітким розподілом видаткових повноважень між різними рівнями бюджетної системи, неефективним використанням бюджетних коштів, низьким рівнем інвестиційної спроможності органів місцевого самоврядування. Розробка прогнозів та планів економічного та соціального розвитку держави – процес достатньо складний та довготривалий, який вимагає зведення прогнозних та планових показників різних рівнів. Складанню основного фінансового плану держави передують бюджетне прогнозування. Бюджетне прогнозування є важливим інструментом фінансового управління, що дає можливість передбачити майбутній фінансовий вплив поточної політики, економічних тенденцій та ймовірностей.

В сучасних умовах найбільш актуального значення набуває питання використання місцевих бюджетів як найбільш дієвого інструменту управління економікою, збалансованості доходів і видатків бюджету держави, фінансового забезпечення діяльності державних та місцевих органів влади та органів місцевого самоврядування при здійсненні покладених на них Конституцією та законами України функцій. Розвиток моделі економіки ринкового типу вимагає теоретичного переосмислення і практичного дослідження доходів місцевих бюджетів, їх реструктуризації і ролі в економічній системі держави.

Встановлено, що проблема наповнення доходної частини місцевих бюджетів залишається актуальною. Зважаючи на те, що місцеві бюджети відіграють значну роль у забезпеченні фінансування соціальних видатків, не викликає сумніву потреба у розробці засад розширення можливостей бюджетного фінансування розвитку соціальної сфери.

Ключові слова: місцеві бюджети, доходи, видатки, бюджетний потенціал, прогноз.

Аннотация. В статье рассмотрено современное состояние бюджета Украины и проведено прогнозирование величины его показателей. Отмечено, что местные бюджеты в финансовом обеспечении социально-экономического развития регионов Украины занимают одно из центральных мест. Определено, что в современных условиях социально-экономического развития Украины, одним из главных является вопрос роста эффективности функционирования местных бюджетов, ведь от эффективности и рациональности планирования и распределения финансовых ресурсов зависит благосостояние и стабильность государства в целом и каждого гражданина в отдельности. Функционирование местных бюджетов за последние годы свидетельствует о наличии ряда проблем и противоречий, связанных в первую очередь с ограниченностью финансовых ресурсов, недостаточно четким распределением расходных полномочий между различными уровнями

бюджетной системы, неэффективным использованием бюджетных средств, низким уровнем инвестиционных возможностей органов местного самоуправления. Разработка прогнозов и планов экономического и социального развития государства – процесс достаточно сложный и длительный, требующий сведения прогнозных и плановых показателей разных уровней. Составлению основного финансового плана государства предшествует бюджетное прогнозирование. Бюджетное прогнозирование является важным инструментом финансового управления, дает возможность предсказать будущее финансовое влияние текущей политики, экономических тенденций и вероятностей.

В современных условиях наиболее актуальное значение приобретает вопрос использования местных бюджетов как наиболее действенного инструмента управления экономикой, сбалансированности доходов и расходов бюджета государства, финансового обеспечения деятельности государственных и местных органов власти и органов местного самоуправления при осуществлении возложенных на них Конституцией и законами Украины функций. Развитие модели экономики рыночного типа требует теоретического переосмысления и практического исследования доходов местных бюджетов, их реструктуризации и роли в экономической системе государства.

Установлено, что проблема наполнения доходной части местных бюджетов остается актуальной. Учитывая то, что местные бюджеты играют значительную роль в обеспечении финансирования социальных расходов, не вызывает сомнения необходимость в разработке основ расширения возможностей бюджетного финансирования развития социальной сферы.

Ключевые слова: местные бюджеты, доходы, расходы, бюджетный потенциал, прогноз.

Summary. The article considers the current state of the budget of Ukraine and predicts the value of its indicators in the future. It is noted that local budgets in the financially supported socio-economic development of the regions of Ukraine occupy one of the central places. It is determined that in today's conditions of socio-economic development of Ukraine, one of the main issues is the increase of the efficiency of functioning of local budgets, because the welfare and stability of the state as a whole and each citizen separately depend on the efficiency and rationality of planning and distribution of financial resources. The functioning of local budgets in recent years has shown a number of problems and contradictions, which are primarily due to the limited financial resources, the lack of clear distribution of spending powers between different levels of the budget system, inefficient use of budget funds, low level of investment capacity of local self-government bodies. The development of forecasts and plans for the economic and social development of the state is a rather complex and long-term process, which requires the construction of projected and planned indicators at different levels. Folding of the main financial plan of the state is preceded by budget forecasting. Budget forecasting is an important financial management tool, which provides an opportunity to predict the future financial impact of current policies, economic trends and probabilities. In today's conditions, the issue of using local budgets as the most effective economic management tool, the balance of incomes and expenditures of the state budget, financial support of the activities of state and local governments and local self-government bodies in carrying out the functions entrusted to them by the Constitution and laws of Ukraine is becoming of the most topical significance. The development of a model of market economy type requires a theoretical rethinking and practical study of local budget revenues, their restructuring, and their role in the state's economic system. It is established that the problem of filling the revenue part of local budgets remains relevant. Given that local budgets play a significant role in ensuring the financing of social expenditures, there is no doubt that there is a need to develop a framework for expanding budgetary financing opportunities for social development.

Key words: local budgets, incomes, expenditures, budget potential, forecast.

Постановка проблеми. Місцеві бюджети у фінансовому забезпеченні соціально-економічного розвитку регіонів України займають одне із центральних місць у фінансовій системі держави. Місцеві бюджети відіграють важливу роль у перерозподілі валового національного продукту, фінансуванні видатків, перш за все, соціальної спрямованості. Зазвичай, вони є найбільш чисельною ланкою бюджетної системи кожної країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед наукових праць вітчизняних вчених, присвячених формуванню та використанню коштів місцевих бюджетів потрібно виокремити праці науковців: І. О. Луніної [2], Д. А. Міщенко [4; 5], Л. О. Міщенко [3; 4; 5], Ю. О. Раделицького [6], В. М. Федосова [7],

С. І. Юрія [7] та інші. На сьогодні не викликає сумніву, що удосконалення формування та використання коштів місцевих бюджетів залишається актуальним.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження сучасного стану показників місцевих бюджетів України та їх прогнозування.

Виклад основного матеріалу. В сучасних умовах соціально-економічного розвитку України, одним із головних є питання зростання ефективності функціонування бюджету. Від ефективності та раціональності планування й розподілу фінансових ресурсів залежить добробут та стабільність держави в цілому і кожного громадянина окремо [3; 4].

Структура доходів Зведеного бюджету України наведено на рисунку 1.

Отже, частка доходів місцевих бюджетів у структурі доходів Зведеного бюджету України у 2017 р. складала 37,4%, що більше ніж попередні роки. Розглянемо, яку частку займають видатки місцевих бюджетів у структурі видатків Зведеного бюджету України (рис. 2).

Порівнюючи питому вагу доходів і видатків ми можемо бачити, що частка видатків у Зведеному бюджеті України перевищую частку доходів на 9 пунктів. Тому прогнозування доходів бюджету набуває неабиякого значення за таких умов [2; 5].

Для прогнозування загальної суми доходів місцевих бюджетів в Україні ми використали Microsoft Excel пакет «Аналіз даних». Вихідні данні для розрахунків наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунків

	Доходи місцевих бюджетів, млн. грн.	Податкові надходження, млн. грн.
2011	170,82	62,39
2012	225,27	73,27
2013	221,02	78,38
2014	231,7	75,25
2015	294,46	98,23
2016	366,14	146,9
2017	502	201,01

Математичні характеристики моделі наведені у таблиці 2.

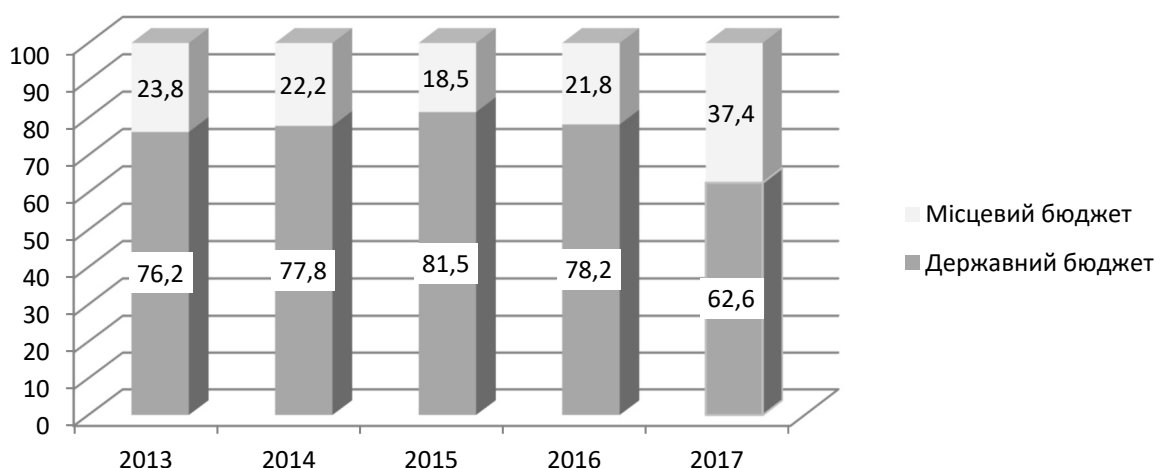


Рис. 1. Структура доходів Зведеного бюджету України, %
Джерело: [1]

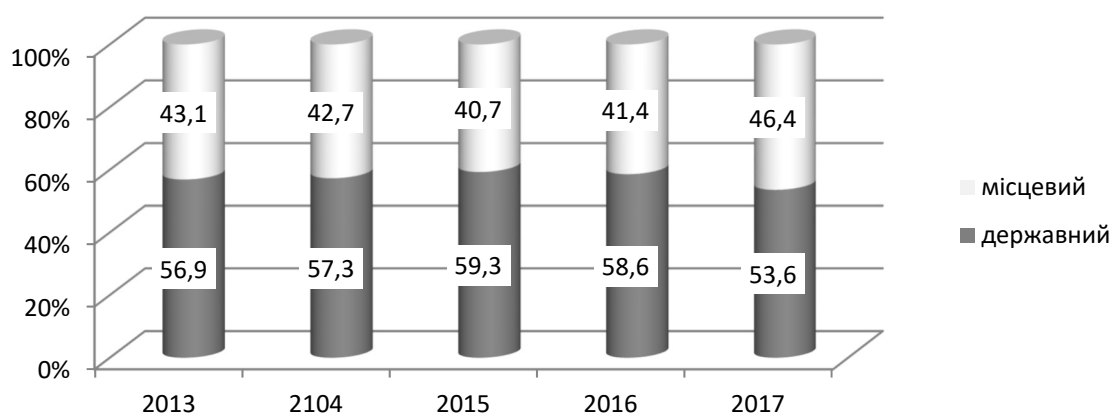


Рис. 2. Структура видатків Зведеного бюджету України, %
Джерело: [1]

Таблиця 2

Математичні характеристики моделі

Регресійна статистика	
Множинний R	0,990859221
R-квадрат	0,981801996
Нормований R-квадрат	0,978162395
Стандартна похибка	16,7691902
Спостереження	7

В результаті ми отримали рівняння регресії:

$$Y = 54,44 + 2,22 * x_1.$$

Дане рівняння ми можемо використовувати для прогнозування величини доходів місцевих бюджетів України, так як модель адекватна. Знаючи орієнтов-

ну величину доходів, ми можемо планувати видатки місцевих бюджетів точніше.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Враховуючи вищесказане, питання зміцнення власної доходної бази місцевих бюджетів та ефективного використання коштів місцевих бюджетів України потребує першочергового вирішення, що вимагає проведення численних досліджень формування та ефективного використання коштів місцевих бюджетів. Оскільки в межах однієї наукової статті розглянути всі аспекти цієї ідеї складно, зупинимось лише на тому, що роль місцевих бюджетів у соціально-економічному розвитку регіонів збільшується щороку, особливо у умовах децентралізації.

Література

1. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.minfin.gov.ua/news/bjudzhet/ptsm>
2. Луніна І. О. Бюджетна децентралізація: цілі та напрями реформ / І. О. Луніна // Економіка України. — 2014. — № 11. — С. 61–75. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2014_11_7
3. Міронова Л. О. Фінансовий потенціал регіону: теоретичний аспект / Л. О. Міронова, О. В. Моїсеєнко // Вісник ДДФА. — 2013. — № 2. — С. 141–149.
4. Міщенко Д. А. Удосконалення фінансування соціальної інфраструктури в Україні / Д. А. Міщенко, Л. О. Міщенко // Інвестиції: практика та досвід. — 2016 — № 22. — С. 13–16.
5. Mishchenko, D. A. Application of cluster analysis to determine the level of the budget potential of the Ukrainian regions / D. A. Mishchenko, L. O. Mishchenko // Науковий вісник Полісся. — 2018. — № 2. — С. 179–185.
6. Раделицький Ю. Проблеми наповнення місцевих бюджетів в Україні в контексті фінансової децентралізації / Ю. Раделицький // Світ фінансів. — 2017. — № 2 (51). — С. 29–41.
7. Фінанси: підручник. / за ред. С. І. Юрія, В. М. Федосова. — 2-ге вид. переробл. і доповн. — К.: Знання, 2012. — 687 с.

References

1. Ministerstvo finansiv Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <https://www.minfin.gov.ua/news/bjudzhet/ptsm>
2. Lunina I. O. Byudzhetna detsentralizatsiya: tsili ta napryamy reform / I. O. Lunina // Ekonomika Ukrayiny. — 2014. — № 11. — S. 61–75. — Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2014_11_7
3. Mironova L. O. Finansovyy potentsial rehionu: teoretychnyy aspekt / L. O. Mironova, O. V. Moyiseyenko // Visnyk DDFA. — 2013. — № 2. — S. 141–149.
4. Mishchenko D. A. Udoskonalennya finansuvannya sotsial'noyi infrastruktury v Ukrayini / D. A. Mishchenko, L. O. Mishchenko // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. — 2016 — № 22. — S. 13–16.
5. Mishchenko, D. A. Application of cluster analysis to determine the level of the budget potential of the Ukrainian regions / D. A. Mishchenko, L. O. Mishchenko // Naukovyy visnyk Polissya. — 2018. — № 2. — S. 179–185.
6. Radelyts'kyi YU. Problemy napovnnennya mistsevykh byudzhetiv v Ukrayini v konteksti finansovoyi detsentralizatsiyi / YU. Radelyts'kyi // Svit finansiv. — 2017. — № 2 (51). — S. 29–41.
7. Finansy: pidruchnyk. / za red. S. I. Yuriya, V. M. Fedosova. — 2-he vyd. pererobl. i dopovn. — K.: Znannya, 2012. — 687 s.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

№ 9 (17)

Головний редактор — *Камінська Т.Г.*

Київ 2018

Видано у авторській редакції

Адреса редакції: Україна, м. Київ, вул. Ломоносова, буд. 18

Контактний телефон: +38(044) 222 58 89

Контактний телефон: +38(067) 401 84 35

E-mail: editor@inter-nauka.com

Підписано у друк 28.09.2018. Формат 60×84/8

Папір офсетний. Гарнітура SchoolBookAS. Друк офсетний.

Умовно-друкованих аркушів 9,77. Тираж 100. Заказ № 217.

Ціна договірна. Надруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано у видавництві

ТОВ «Центр учбової літератури»

вул. Лаврська, 20 м. Київ

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції ДК № 2458 від 30.03.2006 р.