

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

ISSN 2520-2294

Серія: «Економічні науки»

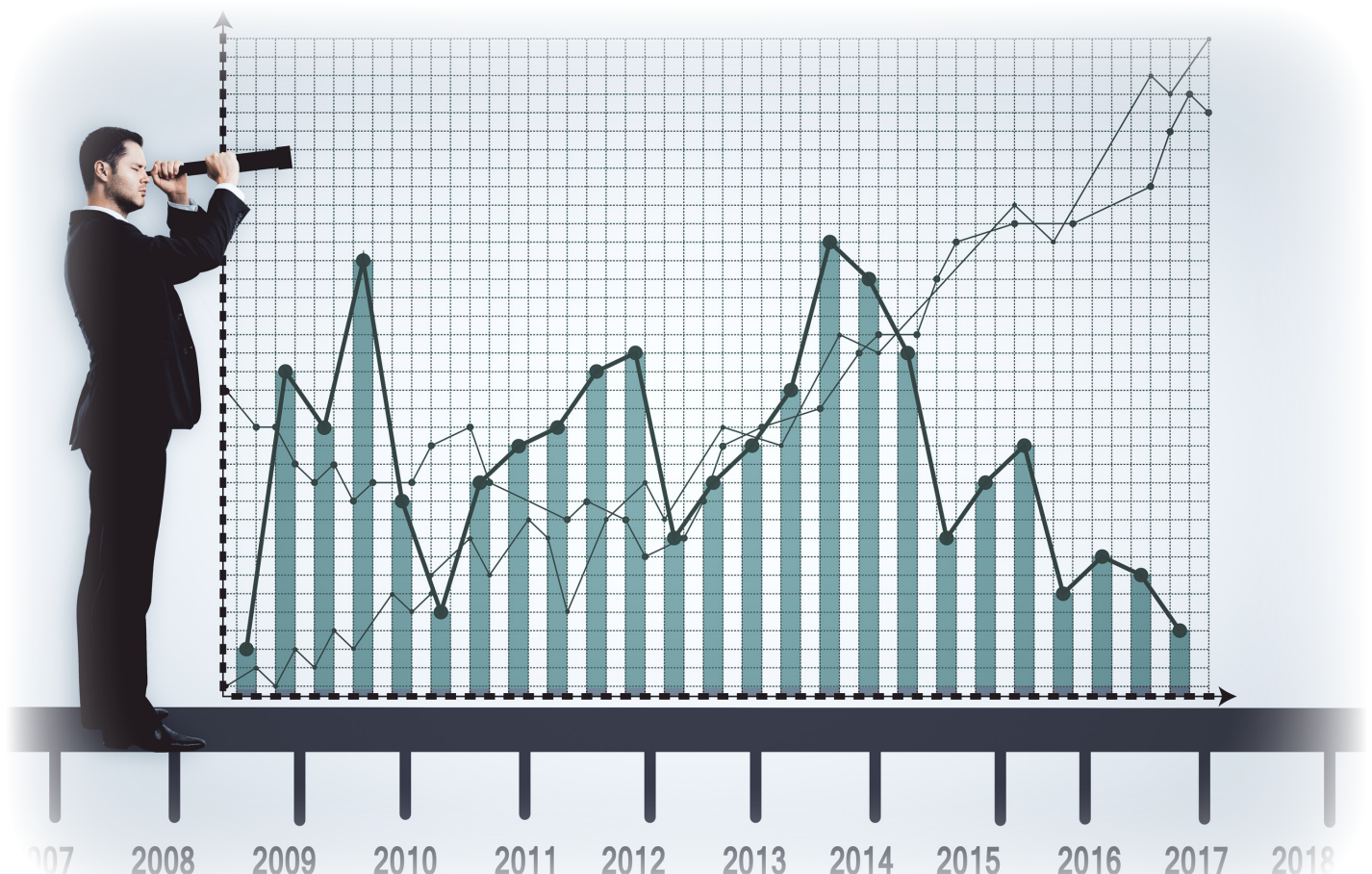
INTERNATIONAL SCIENTIFIC
JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

№ 11 (31) / 2019



**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*

№ 11 (31)

Київ 2019

ББК 65
УДК 33
М-43



Повний бібліографічний опис всіх статей Міжнародного наукового журналу «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» представлено в: **Index Copernicus International (ICI); Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Наукова періодика України.**

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах наукових видань та наукометричних базах даних: Index Copernicus International (ICI); Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; Наукова періодика України; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Electronic Journals Library; Open J-Gate; Academic keys; Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky.

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, 2019

© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».
Серія: «Економічні науки», 2019

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

Редакція:

Головний редактор: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор, в.о. ректора Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Заступник головного редактора: **Коваленко Дмитро Іванович** — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Редакційна колегія:

Бардаш Сергій Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Гринько Алла Павлівна — доктор економічних наук, професор, декан факультету менеджменту Харківського державного університету харчування та торгівлі (Харків, Україна)

Дмитренко Ірина Миколаївна — доктор економічних наук, доцент, професор Національного центру обліку та аудиту Національної академії статистики, обліку та аудиту (Київ, Україна)

Зось-Кіор Микола Валерійович — доктор економічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту і логістики Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка (Полтава, Україна)

Ільїн Валерій Юрійович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку, контролю та оподаткування агробізнесу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (Київ, Україна)

Клочан В'ячеслав Васильович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу Миколаївського національного аграрного університету (Миколаїв, Україна)

Красноручький Олексій Олександрович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка (Харків, Україна)

Курило Людмила Ізидорівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія» (Київ, Україна)

Левицька Світлана Олексіївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і аудиту Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)

Назаренко Інна Миколаївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічного контролю та аудиту Сумського національного університету (Суми, Україна)

Олійник-Данн Олена Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Охріменко Ігор Віталійович — доктор економічних наук, професор, проректор з навчальної та наукової роботи Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Паска Ігор Миколайович — доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету Білоцерківського національного аграрного університету (Біла Церква, Україна)

Скриньковський Руслан Миколайович — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій Приватного вищого навчального закладу «Львівський університет бізнесу та права» (Львів, Україна)

Сопко Валерія Василівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку та оподаткування Київського національного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Танклевська Наталія Станіславівна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів Херсонського державного аграрного університету (Херсон, Україна)

Тарасенко Ірина Олексіївна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Токар Володимир Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних фінансів Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана (Київ, Україна)

Фоміна Олена Володимирівна — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку та оподаткування Київського національного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Ходжаян Аліна Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Київського національного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Horska Elena — Dr.h.c.Prof. Dr. Ing Professor Marketing and Management, Dean of the Faculty of Economics and Management of the Slovak University of Agriculture in Nitra (Slovak Republic)

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

- Ульянченко Олександр Вікторович, Борисова Ольга Василівна, Сисоєва Світлана Ігорівна
 ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ
 СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ 9

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

- Lytvynenko Elena, Popov Vitaliy
 PARTICULARITIES OF CORPORATE GOVERNANCE MODEL FORMATION IN UKRAINE 18
- Дашко Ірина Миколаївна
 РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ
 ПІДПРИЄМСТВ 25
- Коваленко Олена Володимирівна, Коваленко Артем Євгенович
 УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ
 ПІДПРИЄМСТВА 32
- Леміш Катерина Михайлівна, Токаренко Олена Іванівна, Брезицька Лілія Григорівна
 УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ПЛАНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА МАЛИХ ТА
 СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ 39
- Росола Уляна Василівна
 АКТУАЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ШКІЛ 46
- Яворська Надія Петрівна, Данько Тетяна Іванівна
 МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
 ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ 53

МАРКЕТИНГ

- Хурдей Вікторія Дмитрівна, Ніфталієва Айшан
 МАРКЕТИНГ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БІЗНЕСОМ 59

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ В ЕКОНОМІЦІ

- Блудова Тетяна Володимирівна, Островська Марія Сергіївна
 МОДЕЛЮВАННЯ БЕЗПЕКОВОГО РІВНЯ ПЛАВАЮЧОЇ ПРОЦЕНТНОЇ СТАВКИ 66

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

- Краєвський Володимир Миколайович, Костенко Олександр Миколайович,
 Добриніна Євгенія Віталіївна, Когут Сергій Сергійович
 АНАЛІТИЧНИЙ ТА СИНТЕТИЧНИЙ КОНТЕКСТ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ
 ПРИЧИН І ВРАХУВАННЯ НАСЛІДКІВ СУСПІЛЬНИХ ЯВИЩ І ПРОЦЕСІВ 72

Краєвський Володимир Миколайович, Костенко Олександр Миколайович, Сіромах Марина Іванівна ОБҐРУНТУВАННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ	79
--	----

Ярова Любов Григорівна БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ОПЕРАЦІЙНОЇ ОРЕНДИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	88
---	----

ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Гринько Павло Леонідович ПАРАДИГМА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН.....	95
---	----

Капленко Галина Вікторівна ПРОБЛЕМА ПРОГНОЗУВАННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ В ЇЇ КОНЦЕПТУАЛЬНІЙ ПОСТАНОВЦІ	105
---	-----

Лойко Дар'я Миколаївна ІННОВАЦІЙНІ РЕСУРСИ СПОЖИВЧОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ.....	112
--	-----

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Белей Світлана Іванівна, Пентелейчук Думітру Тоадерович ФАНДРАЙЗИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	119
---	-----

Назаркевич Оксана Богданівна, Карп'як Марія Олександрівна, Попадинець Назарій Миколайович ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ	125
---	-----

Овсяннікова Наталія Володимирівна ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ БІОЕКОНОМІКИ У ФОРМУВАННІ ПРІОРИТЕТІВ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	132
--	-----

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Ларіна Тетяна Федорівна, Фурса Вікторія Анатоліївна, Болотна Оксана Володимирівна ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ	141
---	-----

Савчук Наталія Володимирівна, Чівіленко Лариса Анатоліївна МОДИФІКАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ФІНАНСОВИХ КОМПАНІЙ	146
--	-----

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Вергун Антоніна Миколаївна, Мирна Оксана Сергіївна ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ..	152
---	-----

Козлов Вадим Петрович БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	160
--	-----

CONTENTS

ECONOMICS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND NATURE MANAGEMENT

- Ulyanchenko Oleksandr, Borysova Olga, Sysoieva Svitlana**
ECONOMIC IMPORTANCE OF RURAL GREEN TOURISM IN THE CONTEXT OF RURAL
TERRITORIES DEVELOPMENT IN UKRAINE 9

ECONOMICS AND ENTERPRISE MANAGEMENT

- Lytvynenko Elena, Popov Vitaliy**
PARTICULARITIES OF CORPORATE GOVERNANCE MODEL FORMATION IN UKRAINE 18
- Dashko Irina**
DEVELOPING A STRATEGY TO ENSURE THE COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL
ENTERPRISES 25
- Kovalenko Olena, Kovalenko Artem**
IMPROVING MATERIAL AND TECHNICAL SUPPORT MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE 32
- Lemish Kateryna, Tokarenko Olena, Brezytska Liliia**
MANAGEMENT PROCESS OF PLANNING ECONOMIC ACTIVITIES IN SMALL AND
MEDIUM ENTERPRISES OF SERVICES 39
- Rosola Ulyana**
ACTUALITY OF CREATION OF MARKETING SCHOOLS 46
- Yavorska Nadiya, Danko Tetyana**
METHODICAL APPROACHES TO ESTIMATING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS
OF TRADING ENTERPRISES 53

MARKETING

- Khurdei Viktoriia, Niftaliyeva Ayshan**
MARKETING AS A STRATEGIC INSTRUMENT FOR MANAGING MODERN BUSINESS 59

MATHEMATICAL METHODS AND MODELS IN ECONOMICS

- Bludova Tatiana, Ostrovska Mariia**
SIMULATION OF FLOATING INTEREST RATE SECURITY LEVEL 66

ACCOUNTING AND TAXATION

- Kraevsky Vladimir, Kostenko Aleksandr, Dobrynina Evgenia, Kogut Sergey**
ANALYTICAL AND SYNTHETIC CONTEXT OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL
EVALUATION OF THE REASONS AND TAKING INTO ACCOUNT THE CONSEQUENCES
OF SOCIAL EVENTS AND PROCESSES 72

Kraevsky Vladimir, Kostenko Aleksandr, Seromakh Marina RATIONALE OF FEATURES OF FOREIGN TRADE OPERATIONS OF THE ENTERPRISE FOR ORGANIZATION OF THE EFFECTIVE SYSTEM OF THEIR ACCOUNTING AND ANALYSIS	79
---	----

Iarova Liubov ACCOUNTING FOR OPERATING LEASES OF FIXED ASSETS	88
---	----

PROBLEMS OF NATIONAL ECONOMY

Hrynko Pavlo PARADIGM OF DIGITAL ECONOMY UNDER CONDITIONS OF GLOBAL CHANGE	95
--	----

Kaplenko Halyna THE PROBLEM OF FORECASTING CONSUMER DEMAND IN ITS CONCEPTUAL FORMULATION	105
---	-----

Loiko Daria INNOVATIVE RESOURCES OF THE CONSUMER ECONOMY	112
--	-----

REGIONAL ECONOMICS

Belei Svitlana, Penteleychuk Dumitru FUNDRAISING AS AN INNOVATIVE APPROACH TO RURAL DEVELOPMENT PROJECTS IN THE CONTEXT OF DECENTRALIZATION	119
--	-----

Nazarkevych Oksana, Karpyak Maria, Popadynets Nazariy INCLUSIVE DEVELOPMENT OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN RURAL TERRITORIAL COMMUNITIES	125
---	-----

Ovsiannikova Natalya USE OF THE BIOECONOMY CONCEPT IN PRIORITIZING REGIONAL DEVELOPMENT STRATEGY	132
---	-----

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL RELATIONS

Larina Tetiana, Fursa Viktoriya, Bolotna Oksana PLANNING FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN THE GLOBALIZATION OF INTERNATIONAL ECONOMY	142
--	-----

Savchuk Natalia, Chivilenko Larisa MODIFICATIONS OF INNOVATIVE BUSINESS MODELS OF FINANCIAL COMPANIES	146
---	-----

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

Verhun Antonina, Mirna Oksana THE ECONOMIC SUMMARY OF INSURANCE COMPANIES FINANCIAL SECURITY MECHANISM	152
---	-----

Kozlov Vadym BANKING AND INNOVATION DEVELOPMENT FEATURES IN UKRAINE	160
---	-----

УДК 338.48-44(1-22)(477)

Ульянченко Олександр Вікторович

*доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН
Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва*

Ульянченко Александр Викторович

*доктор экономических наук, профессор, член-кореспондент НААН
Харьковский национальный аграрный университет имени В.В. Докучаева*

Ulyanchenko Oleksandr

Doctor of Economics, Professor

Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaiev

Борисова Ольга Василівна

*доктор історичних наук, професор,
професор кафедри філософії, історичних і соціальних дисциплін
Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва*

Борисова Ольга Васильевна

*доктор исторических наук, профессор,
професор кафедры философии, исторических и социальных дисциплин
Харьковский национальный аграрный университет имени В.В. Докучаева*

Borysova Olga

Doctor of Historical Sciences, Professor,

Professor of Philosophy Department of Historical and Social Disciplines

Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaiev

Сисоева Світлана Ігорівна

*кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри інформаційних технологій, консалтингу і туризму
Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва*

Сысоева Светлана Игоревна

*кандидат наук по государственному управлению,
доцент кафедры информационных технологий, консалтингу и туризма
Харьковский национальный аграрный университет имени В.В. Докучаева*

Sysoieva Svitlana

PhD in Public Administration, Associate Professor of Information Technology

Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaiev

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5417

**ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГО
ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ
СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ**

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ СЕЛЬСКОГО
ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ
СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ УКРАИНЫ**

**ECONOMIC IMPORTANCE OF RURAL
GREEN TOURISM IN THE CONTEXT OF RURAL
TERRITORIES DEVELOPMENT IN UKRAINE**

Анотація. У статті зазначено, що в сучасних умовах економічного розвитку України все більшого значення набувають економічно ефективні та соціально орієнтовані програми, здатні сприяти соціально-економічному розвитку територіальних громад, і до таких галузей належить туризм, зокрема сільський зелений туризм як явище, що має великий потенціал у розвитку сільських регіонів країни, постійно зростаючи прибутковість. Розкрито економічну сутність сільського зеленого туризму як виду підприємницької діяльності сільського населення. Доведено, що він є окремим видом туризму; зіставлено цей вид туризму з подібними видами, такими як агротуризм, екотуризм, фермерський туризм.

Запропоновано термінологічне визначення сільського зеленого туризму: вид підприємницької діяльності з надання послуг відпочинку в сільській місцевості з використанням приватної власності мешканців села і локальних природних та історико-культурних ресурсів. Суб'єктом реалізації економічної діяльності у сфері сільського зеленого туризму є агрооселя або садиба.

Економічне значення сільського зеленого туризму полягає в тому, що він стимулює розвиток селянських господарств, власники яких займаються ним як видом підсобного господарства, а також місцевої інфраструктури, сприяє збуту надлишків сільськогосподарської продукції, збільшуючи доходи мешканців сіл і відрхування до бюджету, активізує місцевий ринок праці, підвищує зайнятість, затримує молодь у селі, сприяє охороні туристичних ресурсів та збереженню культурних здобутків українського народу і спільнот етнічних меншин, надає можливості для відпочинку малозабезпечених прошарків населення.

Автори дійшли висновку, що сільський зелений туризм має значний потенціал у соціально-економічному розвитку сільських територій України.

Ключові слова: сільський зелений туризм, екотуризм, агротуризм, фермерський туризм, сільські території.

Аннотация. В статье отмечено, что в современных условиях экономического развития Украины все большее значение приобретают экономически эффективные и социально ориентированные программы, способствующие социально-экономическому развитию территориальных общин, и к таким отраслям относится туризм, в частности сельский зеленый туризм как явление, имеющее значительный потенциал в развитии сельских регионов страны, постоянно растущую прибыльность. Раскрыта экономическая сущность сельского зеленого туризма как вида предпринимательской деятельности сельского населения. Доказано, что он является отдельным видом туризма, делается сопоставление этого вида туризма с подобными видами, такими как агротуризм, экотуризм, фермерский туризм.

Предложено терминологическое определение сельского зеленого туризма: вид предпринимательской деятельности по предоставлению услуг отдыха в сельской местности с использованием частной собственности жителей села, локальных природных и историко-культурных ресурсов. Субъектом реализации экономической деятельности в сфере сельского зеленого туризма является агроусадьба или усадьба.

Экономическое значение сельского зеленого туризма заключается в том, что он стимулирует развитие сельских хозяйств, собственники которых занимающихся им как видом подсобного хозяйства, а также развитие местной инфраструктуры, способствует сбыту излишков сельскохозяйственной продукции, увеличивая доходы жителей сёл и отчисления в бюджет, активизирует местный рынок труда, повышает занятость, удерживает молодежь в селе, содействует охране туристических ресурсов и сбережению культурных достижений украинского народа и сообществ этнических меньшинств, создает возможности для отдыха малообеспеченных слоев населения.

Авторы пришли к выводу, что сельский зеленый туризм имеет значительный потенциал в социально-экономическом развитии сельских территорий Украины.

Ключевые слова: сельский зеленый туризм, экотуризм, агротуризм, фермерский туризм, сельские территории.

Summary. In the article it is pointed out that the cost efficient and socially oriented programs that can contribute to the socio-economic development of the territorial communities are becoming more and more important under modern conditions. Such industries as tourism, in particular rural green tourism as a phenomenon that has a significant potential in the development of rural regions of the country and constantly increasing profitability, belong to these industries. The economic essence of rural green tourism as a type of entrepreneurial activity of the rural population is revealed in the article. It is proved that rural green tourism is a separate type of tourism; this type of tourism is compared with the similar types such as agricultural tourism, ecotourism and farm tourism.

The terminological definition of rural green tourism is proposed. It is a type of an entrepreneurial activity in providing the recreation services in the rural areas using the private property of the country men and local natural and historical and cultural resources. The subject of the economic activity in the field of rural green tourism is agro-dwelling or farmstead.

The economic importance of rural green tourism consists in the fact that it encourages the development of peasants farms which owners operate it as a kind of subsidiary holdings; it also encourages the local infrastructure, promotes the sale of the

agricultural surpluses increasing the incomes of the rural residents and budgetary allocations, activates the local labour market, increases the employment, keeps the rural youth, promotes the protection of tourist resources and preservation of cultural achievements of the Ukrainian people and the communities of ethnic minorities, and provides the opportunities for recreation of the poor sections of the population.

The authors came to the conclusion that rural green tourism has a considerable potential in the development of the rural areas in Ukraine.

Key words: rural green tourism, ecotourism, agricultural tourism, farm tourism, rural territories.

Постановка проблеми. У зв'язку з необхідністю підвищення соціально-економічного рівня розвитку регіонів України виникає потреба в пошуку нових конкурентних переваг та визначенні найефективніших напрямів розвитку територій. Усе більшого значення набувають економічно ефективні та соціально орієнтовані програми, здатні сприяти соціально-економічному розвитку територіальних громад. До таких важливих і пріоритетних галузей відноситься і туризм. Для сфери туризму характерні комплексність, і системність, що, з огляду на ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу території, дало б можливість збалансувати регіональну структуру природокористування, а також посприяло активізації суміжних галузей (транспорт, торгівлі, будівництва, охорони здоров'я тощо).

Ринкові трансформації в аграрному секторі України зумовили поширення підприємництва в сільській місцевості та спонукали мешканців сіл до активної участі в економічних процесах на селі. Новим явищем для сільської економіки стало підприємництво у сфері сільського зеленого туризму, яке розвивається переважно на основі приватних домогосподарств.

Мета дослідження. Обґрунтоване доведення того факту, що сільський зелений туризм — це явище, яке динамічно розвивається і якому притаманна все більш зростаюча прибутковість. Цей вид туризму має важливе економічне значення і великий потенціал у розвитку сільських територій України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню правових, економічних, соціальних та інших проблем розвитку сільського зеленого туризму присвятили праці вчені Бондар В. В. [1], Борисовський Д. В. [2], Забуранна Л. В. [3], Корчинська О. О. [4], Фарйон А. О. [5] та ін. Останнім часом помітний внесок у виявлення і вивчення проблемних питань розвитку стану підприємництва на селі та сільського зеленого туризму зробили Вишневська [6], Гальцова І. [7], Дем'яненко Н. В., Яснолоб І. О. [8], Корчинська О. О. [9] та ін. Проблеми розвитку сільського зеленого туризму турбують громадськість. Цим питанням надавалася спеціальна увага на таких громадських заходах, як: «Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Україні: круглий

стіл Комітету з питань сім'ї, молодіжної політики та спорту» (2015 р.) [10], прес-конференція в Укрінформ «Сучасні виклики для сільського зеленого туризму в Україні: правові, освітні, організаційні та ринкові аспекти»: організатор ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» (2016 р.) [11] та ін.

І в даний статті автори використовували праці багатьох інших сучасних дослідників, які присвячують свої зусилля вивченню і висвітленню сучасних проблем розвитку сільського зеленого туризму в Україні, і жоден із них не сумнівається у важливості цього виду туризму як для розвитку сільського підприємництва, так і для соціально-економічного розвитку сільських територій України.

Серед нових робіт зарубіжних дослідників привертають увагу праці Блажевич І. В. [12], Остром Е. [13], Чана Кім В. [14], Нордіна С. [15] та ін.

Виклад основного матеріалу. Слід відзначити, що, незважаючи на значущість проведених і останнім часом, і в недалекому минулому досліджень, проблему розвитку сільського зеленого туризму в Україні вивчено все ще недостатньо. Вона потребує системного вивчення в умовах реформування економіки і нагальної необхідності розвитку сільських територій України.

Сучасні умови розвитку та функціонування економіки розвинутих держав світу свідчать про вагомість та ефективність підприємницької діяльності у сфері туризму, який інтенсивно підвищує свою роль у створенні національного валового продукту і вже перетворився в динамічний сектор економіки [16].

Сільський туризм на сучасному світовому ринку кваліфікують як доволі прибутковий вид підприємницької діяльності. Світова практика свідчить про середнє зростання сектора агротуризму на 6% у рік [17]. Позитивною є й соціальна складова сільського зеленого туризму, яка тісно пов'язана з економічною складовою і полягає в забезпеченні зайнятості сільського населення у сфері послуг на селі, підвищенні добробуту і, відповідно, сприянні розвитку сільських територій.

З теоретичного погляду підприємницьку діяльність у сфері сільського зеленого туризму може

здійснювати чи не кожне домогосподарство, що має у власності житловий будинок, земельний наділ, трудові ресурси. Це майно є матеріальним втіленням капіталу, який може приносити дохід і стати вагомими чинником зниження рівня бідності сільського населення. Саме підприємницькі здібності членів сільського господарства, які володіють цим капіталом, і ефективний менеджмент можуть активізувати його виробничу функцію та диверсифікувати джерела доходів сільських жителів. Тож заняття підприємництвом у сфері сільського зеленого туризму повинне спонукати селян учитися використовувати їхній власний наявний потенціал для отримання економічних вигод.

Однак, існують складнощі, пов'язані з дефініціями «сільський туризм», «сільський зелений туризм», «зелений туризм», «екотуризм», «агротуризм», «еко-агротуризм» та «фермерський туризм». Вони спричинені тим, що в різних нормативних актах один і той же вид туризму згадується під різними назвами. І хоч в українському законодавстві зроблено спроби розділення цих понять, зокрема в законах «Про туризм», «Про особисте селянське господарство», «Про сільський аграрний туризм» та в різноманітних проектах законів, проблема не вирішується. Якщо з поняттям «аграрний туризм» усе вже більш-менш зрозуміло, то поняття «сільський», «зелений» і «зелений сільський туризм» у законодавстві України не отримали чітких визначень.

Утім, хоч сільський зелений туризм і досі не має необхідного законодавчого закріплення, але у ст. 1 Закону України «Про особисте селянське господарство» зазначено, що це — господарська діяльність, яка проводиться без створення юридичної особи фізичною особою індивідуально або особами, які перебувають у сімейних чи родинних відносинах і спільно проживають, з метою задоволення особистих потреб шляхом виробництва, переробки і споживання сільськогосподарської продукції, реалізації її надлишків та надання послуг з використанням майна особистого селянського господарства, у тому числі й у сфері сільського зеленого туризму [18].

Як наслідок, і нині в науковій літературі почасти ототожнюють сільський зелений туризм з поняттями «агротуризм» чи «екотуризм» тощо [4 19; 5 20, с. 10–11; 6 21, с. 263; 7 22, с. 7; 8 23, с. 182; 9 24, с. 19; 10 25, с. 181; 11 26, с. 293]. Хоча вже висловлюються думки, що ці поняття є рівноправними і їх у певних випадках можна ототожнювати. Однак, оскільки серед науковців і практиків все ж таки ще немає єдиного підходу до тлумачень вказаних понять, вважаємо за доцільне проаналізувати основні різновиди зеленого туризму (табл. 1).

Тож можна стверджувати, що розвиток сільського зеленого туризму в Україні охоплює широке коло туристично-рекреаційної діяльності, а саме: відпочинок у туристичних та курортних центрах, розташованих у селищах і містечках (зелений туризм), стаціонарний відпочинок у сільській місцевості (сільський туризм), відпочинок у сільських приватних господарствах (агротуризм), а також поєднання відпочинку із заняттям екологічним сільським господарством (екологічний туризм), що всебічно сприяє розвитку цього виду туристичної та рекреаційної діяльності [35]. Сільський зелений туризм є видом економічної діяльності, зокрема підприємницької, і має значне економічне значення.

Усі зазначені види туризму покликані організовувати відпочинок у сільській екологічно чистій місцевості та максимальне наближення до природи без заподіяння шкоди екосистемі, що визначає екологічну орієнтацію цих видів туризму і використання матеріально-технічної бази і туристичних ресурсів сільських територій.

Слід відзначити, що Законом України «Про туризм» серед видів туризму виділено лише сільський та екологічний (зелений) і, враховуючи відсутність необхідної статистичної звітності, яка дала б змогу більш чітко проаналізувати стан розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості, пропонуємо надалі розглядати зелений туризм як сукупність агро-рекреаційного, сільського, екологічного і фермерського туризму, адже нині немає статистичних даних не тільки з окремих видів туризму, а й щодо зеленого туризму зокрема.

Узагальнену інформацію про спільні та відмінні риси сільського зеленого туризму, екотуризму та агротуризму наведено в табл. 2. Це дає підстави конкретизувати сутність сільського зеленого туризму, агротуризму та екотуризму.

Отже, є підстави до твердження, що сільський зелений туризм є окремим видом туризму, який зосереджений, з одного боку, на можливості отримати додатковий дохід сільській родині, а з іншого — передбачає отримання користувачем послуг, споживчі якості яких не містяться в туристичних продуктах інших видів туризму.

Соціально-економічне значення розвитку сільського зеленого туризму в контексті сучасних пріоритетів розвитку сільських територій України полягає в тому, що він:

а) стимулює розвиток селянських господарств, що займаються зеленим туризмом як видом підсобного господарства;

б) активізує розвиток місцевої інфраструктури;

Таблиця 1

**Аналіз понять, що відображають сутність відпочинку, пов'язаного
з туристичною діяльністю в сільській місцевості***

Вид туризму	Визначення
Агротуризм	Вид туризму для відпочинку, який зосереджується на сільських територіях, і передбачає використання сільського (фермерського) господарства з метою рекреації, освіти чи активного залучення до традиційних форм господарювання [27]. Форма сільського туризму, яка безпосередньо пов'язана з селянським (фермерським) господарством, що одночасно надає послуги з проживання та харчування, ознайомлення із сільськогосподарською діяльністю, традиціями та звичаями регіону [28].
Зелений	Туристична діяльність на території природних ландшафтів (лісопарків, гідропарків, ботанічних садів) з елементами благоустрою, де існують певні умови для короткотривалого відпочинку, збирання грибів, ягід [29]. Зелений туризм передбачає діяльність у контакті з природою, проживання в таборах чи сільській місцевості, пов'язаний із сільськогосподарськими роботами, ознайомлення з життям сільських мешканців, пішохідні екскурсії, вивчення флори і фауни та інше [30].
Екологічний	Орієнтований на пізнання особливостей природи та культури [31]. Подорожі в місця з порівняно недоторканою природою, щоб, не порушуючи цілісності екосистем, одержати уявлення про природні й культурно-етнографічні особливості даної території, які створюють такі економічні умови, коли охорона природи стає вигідною місцевому населенню [32].
Зелений сільський	Діяльність сільського населення, пов'язана із сільським середовищем, сільськими будинками і заняттями, що мають у центрі уваги природу і людину. Сільський зелений туризм не впливає шкідливо на довколишнє середовище, на відміну від масового, і водночас робить істотний внесок у регіональний розвиток. Він також дає змогу використовувати наявний житловий фонд і не потребує значних інвестиційних витрат [33].
Фермерський	Спеціалізований вид туризму, що є екскурсійним і передбачає ознайомлення туристів з діяльністю тваринницьких ферм та іншими виробництвами в сільському господарстві [34].

Джерело: узагальнено авторами

в) сприяє збуту надлишків сільськогосподарської продукції, збільшуючи додаткові доходи селян і відрахування до бюджету;

г) активізує місцевий ринок праці, підвищує зайнятість, утримує молодь у селі, зменшуючи потребу шукати заробітків за кордоном;

г) сприяє охороні туристичних ресурсів, зберіганню культурних та історичних здобутків українського народу і спільнот етнічних меншин;

д) надає можливості для відпочинку малозабезпечених прошарків населення.

Починаючи з 2008 р., в Україні діяла низка проєктів місцевих громад, спільних з Радою сприяння розвитку сільського зеленого туризму, одним із яких був «Via Regia-Україна — культурний шлях Ради Європи». Цей проєкт передбачав створення мережі волонтерської підтримки стійкого розвитку українського села, що сприяло б вирішенню багатьох соціальних проблем, полегшувало інтеграцію в європейське співтовариство, було спрямовано на захист навколишнього середовища, підтримку культурних заходів, оновлення житлової бази тощо.

У 2012–2014 рр. діяв проєкт «Сприяння економічному розвитку і зайнятості» за підтримки Німецького товариства міжнародної співпраці (GIZ). До травня 2014 р. цей проєкт дозволив розробити програму

«Сільське поселення України» на засадах системи якості «Зелена садиба» і «Українська гостинна садиба»; започаткувати Інститут інспекторів-радників; посприяти створенню якісно нового ринку послуг сільського зеленого туризму, привабливого для сільського населення, зрозумілого і безпечного для внутрішнього і зарубіжного споживача [36]. Але проєкт припинив дію у зв'язку з початком бойових дій на Сході України.

Економічна сутність сільського зеленого туризму як виду підприємницької діяльності дозволяє трактувати його як наукове поняття і дати термінологічне визначення як виду підприємницької діяльності з надання послуг відпочинку в сільській місцевості з використанням приватної власності мешканців села та локальних природних і культурно-історичних ресурсів. Суб'єктом реалізації підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму є агрооселя або садиба.

Висновки дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Сільський зелений туризм є не тільки особливим способом організації відпочинку, а й видом економічної, зокрема підприємницької діяльності, що пов'язана із сільськими територіями і домогосподарствами. Цей вид туризму має значний потенціал у процесі розвитку сільських

Таблиця 2

Спільні та відмінні характеристики сільського зеленого туризму, агротуризму та екотуризму

Характеристика	Сільський зелений туризм	Агротуризм	Екотуризм
З погляду туриста			
Місце дислокації	Сільська територія	Сільська територія	Території природних парків, лісових та гірських масивів
Місце отримання послуг	Будинок сільського господаря	Ферма	Будинки лісників, палатки посеред дикої природи
Мета подорожі	Відпочинок від шуму міста, ознайомлення з культурою та місцевими традиціями	Допомога у веденні сільсько-го господарства	Знайомство з живою природою та збереження довкілля
З погляду власника домогосподарства			
Мета надання послуг	Отримання доходів від надання послуг проживання, харчування та дозвілля	Допомога у веденні сільсько-го господарства, отримання доходів від надання послуг проживання	Не залежить від волі і бажання селянина
Законодавче регулювання	Частково регулюється Законом України «Про особисте селянське господарство»; відсутність спеціальних законодавчих актів та норм	Закон України «Про особисте селянське господарство»	Положення Законодавства України щодо охорони навколишнього середовища
Орган регулювання та підпорядкування	ВНО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму»; Міністерство аграрної політики та продовольства України; Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України та локальні органи виконавчої влади	ВНО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму»; Міністерство аграрної політики та продовольства України; Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, локальні органи виконавчої влади	ВНО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму» та Міністерство екології та природних ресурсів України
Стартовий капітал	Власний будинок господаря (агрооселя, агросадиба)	Фермерське господарство з окремим будинком для ночівлі	Не залежить від волі і бажання селянина

Джерело: [4, с. 30–31]

територій України у підвищенні матеріального добробуту і культурному зростанні сільських територіальних громад.

Україна має всі об'єктивні передумови, щоб стати однією з провідних туристичних країн у галузі

сільського зеленого туризму. Автори упевнені, що наукові дослідження саме цього виду туризму як економічного явища, що динамічно розвивається, будуть в Україні найбільш перспективними і принесуть чимало теоретичної і практичної користі.

Література

1. Бондар В.В., Ганжа Я.Л. Агротуризм як вид диверсифікаційного розвитку сільськогосподарського підприємництва // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2012. № 4. С. 114–120. Серія: Економічні науки.
2. Борисовський Д.В. Системи оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва в аграрній сфері // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2014. Вип. 149. С. 307–316.
3. Забуранна Л.В. Управління туристичною підприємницькою діяльністю в аграрній сфері: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». К., 2013. 38 с.
4. Корчинська О.О. Розвиток підприємництва в сфері сільського зеленого туризму: дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук. Львівський нац. аграр. ун-т; спец. 08.00.04 (економіка та управління підприємствами. Львів, 2015. 264 с.

5. Фарйон А. О. Зеленый туризм и налоговая политика в Украине // Управління розвитком: зб. наук. праць V Міжнар. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми податкової політики», 16 квіт. 2013 р. Харків: ХНЕУ, 2013. № 6 (146). С. 78–81.
6. Вишневецька Ю. В. Адміністративно-правові заходи забезпечення діяльності у сфері сільського туризму в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право». К., 2011. 20 с.
7. Гальцова І. Зелений туризм: недоліки існуючого законодавства // URL: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2999>
8. Демьяненко Н. В., Яснолоб І. А. Развитие сельского зеленого туризма // Вестник Курганской ГСХА. 2015. № 2. С. 63–66.
9. Корчинська О. О. Оцінка стану підприємництва у сфері сільського зеленого туризму в Україні / О. О. Корчинська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: зб. наук. праць. Одеса: Міжнар. гуманітар. ун-т, 2015. Вип. 10. С. 139–143. (Серія «Економіка і менеджмент»).
10. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Україні: круглий стіл Комітету з питань сім'ї, молодіжної політики та спорту, Київ 21.01.2015 р. URL: <https://rada.gov.ua/news/Novyny/Povidomlennya/102327.html#top>
11. Сучасні виклики для сільського зеленого туризму в Україні: правові, освітні, організаційні та ринкові аспекти. Київ, 1 березня 2016 р. ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» // Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2410812-suchasni-vikliki-dla-silskogo-zelenogo-turizmu-ukraini.html>
12. Блажевич І. В. Влияние экономических факторов на развитие агротуризма в Республике Беларусь // Актуальні проблеми економіки. 2013. № 6. С. 193–199.
13. Остром Е. Керування спільним. Еволюція інституцій колективної дії; пер. з англ. Т. Монтян. К.: Наш час, 2012. 398 с.
14. Chan Kim W. Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant / Chan Kim W., R. Mauborgne. Harvard Business Review Press, 2014. 304 p.
15. Nordin S. Tourism Clustering & Innovation — Paths to Economic Growth & Development. ETOUR: European Tourism Research Institute, 2013. 90 p.
16. Фарйон О. О. Сільський зелений туризм: поняття, функції й тенденції розвитку в Україні та світі // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: наук. зб. / за ред. І. Г. Ткачук. Івано-Франківськ: Прикарпат. нац. ун-т ім. В. Стефаника, 2013. Вип. 9, Т. 2. С. 151–156.
17. Транченко Л. В., Тымчук С. В., Нецадим Л. Н. Социальное значение зеленого туризма в контексте развития сельских территорий Украины // Современные технологии управления. 2015. № 1 (49). URL: <https://sovman.ru/article/4908/>
18. Про особисте селянське господарство: Закон України від 15.05.2003 р. № 742-IV. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/742-15>.
19. Березівський З. П., Східницька Г. В. Розвиток агротуризму як напряму аграрного бізнесу в Прикарпатті // Вісн. Львівського інституту економіки та туризму. 2007. № 2. С. 164–166.
20. Гетьман В. І. Ландшафтно-рекреаційні ресурси екотуризму Українських Карпат: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук: спец. 11.00.11 «Конструктивна географія і раціональне використання природних ресурсів». Київ, 2010. 16 с.
21. Кузик С. П. Географія туризму: навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 271 с.
22. Липчук Н. В. Розвиток агротуризму як напрямок диверсифікації особистих селянських господарств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (економіка сільського господарства і АПК)». Львів, 2007. 22 с.
23. Петик І. М. Розвиток екотуризму в Україні // Вісн. Львівського інституту економіки та туризму. 2008. № 3. С. 182–184.
24. Рибак Л. Х. Сільський туризм як вид підсобної діяльності // Наук. вісн. Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2011. вип. 163, ч. 1 URL: http://tourlib.net/statti_ukr/rybak.htm
25. Самолюк Н. М. Сільський туризм як перспективний напрям самозайнятості сільського населення // Соціально-трудові відносини: теорія та практика: зб. наук. праць / голова ред. кол. А. М. Колот. Київ: ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана», 2012. № 2(4). С. 180–186.
26. Українець Л. А., Лесів М. М. Аналіз впливу агротуризму на розвиток інфраструктури сільських територій на прикладі Польщі // Вісн. Львівського інституту економіки та туризму. 2010. № 5. С. 293–298.
27. Биркович В. І. Сільський зелений туризм — пріоритети розвитку туристичної галузі України // Стратегічні пріоритети: наук.-аналіт. щокв. зб., 2008. № 1 (6). С. 138–143.

28. Ілляшенко С. М., Ілляшенко Н. С., Щербаченко В. О. «Зелений» туризм як один з напрямів сталого розвитку регіону // Економіка України. 2013. № 8. С. 33–39.
29. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму передмова В. М. Литвина. Київ: Видавн. дім «Слово», 2006. 372 с.
30. Природно-заповідний фонд Полтавщини. URL: <http://www.eco-poltava.gov.ua>
31. Кузик С. П. Географія туризму: навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 271 с.
32. Дарчук В. Г. Формування стратегічних основ розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / спец. 08.00.03. Донецьк, 2014. 21 с.
33. Васильєва Н. В. Зелений туризм — панацея чи черговий міф? URL: <http://www.greentour.com.ua>
34. Гусєв В. О., Мужилко О. О. Парадигма сталого інноваційного розвитку України // Економіка та держава, 2011. № 9. С. 115–118.
35. Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. Сільський зелений туризм: організація надання гостинності. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.
36. Союз содействия развитию сельского зеленого туризма в Украине. URL: <http://www.greentour.com.ua>

References

1. Bondar V. V., Hanzha Ya. L. Ahroturyzm yak vyd dyversyfikatsiinoho rozvytku silskohospodarskoho pidpriemnytstva // Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. 2012. № 4. S. 114–120. Serii: Ekonomichni nauky.
2. Borysovskiy D. V. Systemy opodatkovannia, obliku ta zvitnosti subiektiv maloho pidpriemnytstva v ahrarnii sferi // Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka. 2014. Vyp. 149. S. 307–316.
3. Zaburanna L. V. Upravlinnia turystychnoiu pidpriemnytskoiu diialnistiu v ahrarnii sferi: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia doktora ekon. nauk: spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)». K., 2013. 38 s.
4. Korchynska O. O. Rozvytok pidpriemnytstva v sferi silskoho zelenoho turyzmu: dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ek. nauk. Lvivskiy nats. ahrar. un-t; spets. 08.00.04 (ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy. Lviv, 2015. 264 s.
5. Farion A. O. Zelenyi turyzm y nalohovaia polytyka v Ukrayne // Upravlinnia rozvytkom: zb. nauk. prats V Mizhnar. nauk.-prakt. konf. «Aktualni problemy podatkovoi polityky», 16 kvit. 2013 r. Kharkiv: KhNEU, 2013. № 6 (146). S. 78–81.
6. Vyshnevskaya Yu. V. Administratyvno-pravovi zakhody zabezpechennia diialnosti u sferi silskoho turyzmu v Ukraini: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. yuryd. nauk: spets. 12.00.07 «Administratyvne pravo i protses; finansove pravo; informatsiine pravo». K., 2011. 20 s.
7. Haltsova I. Zelenyi turyzm: nedoliky isnuuchoho zakonodavstva. URL: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2999>
8. Demianenko N. V., Yasnolob Y. A. Razvytye selskoho zelenoho turyzma // Vestnyk Kurhanskoi HSKhA. 2015. № 2. S. 63–66.
9. Korchynska O. O. Otsinka stanu pidpriemnytstva u sferi silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini / O. O. Korchynska // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu: zb. nauk. prats. Odesa: Mizhnar. humanitar. un-t, 2015. Vyp. 10. S. 139–143. (Serii «Ekonomika i menedzhment»).
10. Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini: kruhlyi stil Komitetu z pytan simi, molodizhnoi polityky ta sportu, Kyiv 21.01.2015 r. URL: <https://rada.gov.ua/news/Novyny/Povidomlennya/102327.html#top>
11. Suchasni vyklyky dlia silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini: pravovi, osviti, orhanizatsiini ta rynkovi aspekty. Kyiv, 1 bereznia 2016 r. HO «Spilka spriannia rozvytku silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini» // Ukrinform. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2410812-sucasni-vikliki-dla-silskogo-zelenogo-turizmu-ukraini.html>
12. Blazhevych Y. V. Vliyanye ekonomicheskikh faktorov na razvytye ahroturyzma v Respublyke Belarus // Aktualni problemy ekonomiky. 2013. № 6. S. 193–199.
13. Ostrom E. Keruvannia spilnym. Evoliutsiia instytutsii kolektyvnoi dii; per. z anhl. T. Montian. K.: Nash chas, 2012. 398 s.
14. Chan Kim W. Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant / Chan Kim W., R. Mauborgne. Harvard Business Review Press, 2014. 304 p.
15. Nordin S. Tourism Clustering & Innovation — Paths to Economic Growth & Development. ETOUR: European Tourism Research Institute, 2013. 90 p.

16. Farion O. O. Silskyi zelenyi turizm: poniattia, funktsii y tendentsii rozvytku v Ukraini ta sviti // Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu: nauk. zb. / za red. I. H. Tkachuk. Ivano-Frankivsk: Prykarp. nats. un-t im. V. Stefanyka, 2013. Vyp. 9, T. 2. S. 151–156.
17. Tranchenko L. V., Tymchuk S. V., Neshchadym L. N. Sotsyalnoe znachenye zelenoho turyzma v kontekste razvytyia selskykh terrytorii Ukrainy // Sovremennye tekhnolohyy upravleniya. 2015. № 1 (49). URL: <https://sovman.ru/article/4908/>
18. Pro osobyste selianske hospodarstvo: Zakon Ukrainy vid 15.05.2003 r. № 742-IV. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/742-15>.
19. Berezivskyi Z. P., Skhidnytska H. V. Rozvytok ahroturyzmu yak napriamu ahrarnoho biznesu v Prykarpatti // Visn. Lvivskoho instytutu ekonomiky ta turizmu. 2007. № 2. S. 164–166.
20. Hetman V. I. Landshaftno-rekreatsiini resursy ekoturizmu Ukrainskykh Karpat: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. heohr. nauk: spets. 11.00.11 «Konstruktyvna heohrafiia i ratsionalne vykorystannia pryrodnykh resursiv». Kyiv, 2010. 16 s.
21. Kuzyk S. P. Heohrafiia turizmu: navchalnyi posibnyk. Kyiv: Znannia, 2011. 271 s.
22. Lypchuk N. V. Rozvytok ahroturyzmu yak napriamok dyversyfikatsii osobystykh selianskykh hospodarstv: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (ekonomika silskoho hospodarstva i APK)». Lviv, 2007. 22 s.
23. Petyk I. M. Rozvytok ekoturizmu v Ukraini // Visn. Lvivskoho instytutu ekonomiky ta turizmu. 2008. № 3. S. 182–184.
24. Rybak L. Kh. Silskyi turizm yak vyd pidsobnoi diialnosti // Nauk. visn. Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. 2011. vyp. 163, ch. 1. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/rybak.htm
25. Samoliuk N. M. Silskyi turizm yak perspektyvnyi napriam samozainiatosti silskoho naselennia // Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka: zb. nauk. prats / holova red. kol. A. M. Kolot. Kyiv: DVNZ «Kyiv. nats. ekon. un-t im. V. Hetmana», 2012. № 2(4). S. 180–186.
26. Ukrainets L. A., Lesiv M. M. Analiz vplyvu ahroturyzmu na rozvytok infrastruktury silskykh terytorii na prykladi Polshchi // Visn. Lvivskoho instytutu ekonomiky ta turizmu. 2010. № 5. S. 293–298.
27. Byrkovych V. I. Silskyi zelenyi turizm — priorytety rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy // Stratehichni priorytety: nauk.-analit. shchokv. zb., 2008. № 1 (6). S. 138–143.
28. Illiashenko S. M., Illiashenko N. S., Shcherbachenko V. O. «Zelenyi» turizm yak ody z napriamiv staloho rozvytku regionu // Ekonomika Ukrainy. 2013. № 8. S. 33–39.
29. Smolii V. A., Fedorchenko V. K., Tsybukh V. I. Entsyklopedychnyi slovnyk-dovidnyk z turizmu peredmov V. M. Lytvyna. Kyiv: Vydavn. dim «Slovo», 2006. 372 s.
30. Pryrodno-zapovidnyi fond Poltavshchyny URL: <http://www.eco-poltava.gov.ua>
31. Kuzyk S. P. Heohrafiia turizmu: navchalnyi posibnyk. Kyiv: Znannia, 2011. 271 s.
32. Darchuk V. H. Formuvannia stratehichnykh osnov rozvytku silskoho (zelenoho) turizmu v Ukraini: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk / spets. 08.00.03. Donetsk, 2014. 21 s.
33. Vasylieva N. V. Zelenyi turizm — panatseia chy cherhovyi mif? URL: <http://www.greentour.com.ua>
34. Husiev V. O., Muzhylko O. O. Paradyhma staloho innovatsiinoho rozvytku Ukrainy // Ekonomika ta derzhava, 2011. № 9. S. 115–118.
35. Horishevskyi P., Vasyliiev V., Zinko Yu. Silskyi zelenyi turizm: orhanizatsiia nadannia hostynnosti. Ivano-Frankivsk: Misto NV, 2003. 148 s.
36. Soiuz sodeistviia razvytyiu selskoho zelenoho turyzma v Ukraini URL: <http://www.greentour.com.ua>

Lytvynenko Elena*Candidate of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Marketing,
Management and Trade Entrepreneurship
Kharkov Trade and Economics Institute of
Kyiv National Trade and Economics University
ORCID: 0000-0002-8360-4461***Popov Vitaliy***Student of Master's Degree in Management
Kharkov Trade and Economics Institute of
Kyiv National Trade and Economics University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5429

PARTICULARITIES OF CORPORATE GOVERNANCE MODEL FORMATION IN UKRAINE

Summary. One of the most effective forms of domestic enterprises management is the corporate governance system, which ensures the implementation of the long-term sustainable development model. Therefore, the article focuses on the topical issues of forming the corporate governance model in Ukraine. Specifics of corporate governance in the country, current state and basic elements peculiarities of Ukrainian corporate governance model are considered in the article. The main elements of the corporate model are analyzed and systematized. The world experience of formation of corporate governance systems is considered. The paper examines and analyzes the problems and perspectives of corporate governance improvement at the national level. Among certain problems of corporate governance attention is focused on: peculiarities of the process of forming the ownership structure of societies in Ukraine, which led to the formation closed for foreign capital investors domestic enterprises; the problem of interaction between the state and corporations; the imperfection of the legal framework on corporate governance and underdeveloped stock market, absence of the developed corporate culture at the enterprises, misunderstandings in relations between shareholders (owners) and managers and importance of introducing corporate governance principles to domestic joint-stock companies. The article is made the systematization of corporate governance models, which differ by ownership structure, legislative base, list of main participants, forms and methods of financing, disclosure requirements of the company's activities and other elements. It is the comparison of these basic corporate governance elements of both in Ukraine and in other countries it is the comparison of these basic corporate governance elements of both in Ukraine and in other countries, allowed explore them in more detail and reasonably approach the main particularities of corporate governance model in Ukraine.

Key words: corporate governance, corporate governance principles, problems of corporate governance, corporate governance model.

Statement of the problem. Formation of effective corporate relations in Ukraine remains relevant at the present stage of socio-economic development. Defining directions of corporate relations development, theoretical and practical researches on realizing mechanisms of state regulation of corporate relations, formation of the national corporate governance model remains necessary in solving the problem of increasing the cor-

porations investment attractiveness and the formation of a competitive economic environment in Ukraine.

Considering the experience of creating corporate relations in the USA, Germany and other developed countries, as well as the internal particularities of the development of joint-stock business pattern in Ukraine, the article outlines the directions of building a national corporate governance model.

Analysis of recent research and publications. At the present stage of corporate governance, there are many scientific papers devoted to theoretical and practical issues of this type of management. The scientific efforts of Ukrainian scientists in the field of corporate governance systems research rely on foreign developments of scientists who investigated these questions — I. Ansoff, Z. Bodie, E. Bradley, P. Drucker, K. Mayer, R. Metron, F. Mishkin, G. Soros, A. Thorsell, R. Thules, F. Hayek and W. Sharpe. Modern corporate governance problems researched by many Ukrainian scientists, among them I. Ignatieva [1], O. Garafonova [1], M. Malskaya [2], N. Mandyuk [2], Y. Zanko [2], S. Korobka [3], A. Yagmurdy [4], M. Iorgachova [6, 15], D. Bayur [7], V. Babichenko [8], T. Kozakova [9], A. Shegda [10], T. Antoshko [11], Y. Voitsekhovskaya [12], L. Fedulov [13], T. Frolov [16], O. Polinkevich [19], B. Andrushkiv [20], S. Chernychynets [20], O. Okunev [21] and others, by virtue of that the general theoretical corporate governance base formed in Ukraine. However, despite these scientific researches, constantly emerging new problems and not resolved outdated need further research to build a safe and effective corporate governance system with a view to creating and developing domestic corporate governance model in the country's economic security system.

Formulation purposes of article (problem). The problematics, which is investigated in the article, determines the following goals: to propose a definition of corporate governance model, to analyze modern peculiarities and problems of Ukrainian corporate governance model elements, identify the main factors that influenced its formation.

The main material. The evolution of the world economy led to the emergence and development of corporate governance as a new form of management that meets the modern requirements of business organization.

Corporate governance is not only limited to the relationship between investors and managers, and also involves taking into account the consideration of legitimate interests and active cooperation with stakeholders, who have a legitimate interest in the Company's activities (employees, consumers, creditors, the state, the public, etc.) [1]. This is due to the fact that the company can not exist regardless of the environment, in which it operates and the ultimate success of its activities depends on the activities of all stakeholders. The value of corporate governance for the company manifests itself in its impact on increased competitiveness and economic efficiency by the provision of: adequate attention to shareholders interests; balance of the corporate relations participants interests; financial transparency;

implementation of effective management rules and proper control.

Effective corporate governance should ensure the stable presence of the company in the market, guarantee the protection of shareholder rights, limit the ability of abuse by managers and promote enterprise development and investment attraction. To that end, the organization of Economic Cooperation and Development (OECD) was formulated the principles of corporate governance:

- protection of owners' rights;
- the same attitude to all shareholders;
- recognizing the legal rights of all stakeholders and encouraging active cooperation between the company and the stakeholders;
- timely and accurate disclosure of substantial information;
- effective control [2].

Subsequently, individual reports, principles and codes of corporate governance were developed in individual countries. That are designed to convince investors (primarily minority) that companies will act in the interests of the shareholders and give them opportunities for prompt receipt of sufficient information about the state of affairs in companies. International organizations, associations of investors, Governments of different countries and companies adopted about 90 corporate governance codes, which is a summary of standards that are voluntarily accepted and internal norms set the procedure corporate relations. The basis of corporate governance codes make recommendations on the main issues of corporate relations. There is no single model of effective corporate governance. Meanwhile, work carried out in the OECD allowed to reveal some common elements underlying corporate governance [3].

In each country, corporation management system has certain characteristics and constituent elements that are included in it, which distinguish it from other countries systems.

In the OECD recommendation document ("Principles of Corporate Governance" [4]) and national Corporate Governance principles [5] identified the principal positions of the corporations missions that are based on these common elements. They are formulated to cover the various existing models.

The key characteristic, by which is classified by corporate governance models, is a mechanism of shareholders-owners control for the activities of corporation managers, it relies on internal or external methods of control. Internal control methods are direct control by the shareholders on the basis of the use of voting rights in shareholders meetings, and external

control methods — legal norms defining functions and responsibilities of the corporation's directors. Depending on what control methods dominate — external or internal, two main models of corporate governance — American (or Anglo-American) and German (or Western and Japanese models) distinguish (table. 1) [6].

The American model was created taking into account the market-oriented financial system, on the basis of the developed capital market, a wide set of different financial instruments. It relies on the external methods of joint control over the activities of corporations through the external audits system. Lack of dominant investors is a characteristic feature of corporate property in the USA. The main corporate owners of the shares are pension and mutual investment funds. Through mergers, acquisitions, affiliations, buying companies allows investors to establish effective external control over corporate capital. This is underpinned by the strict publicity requirements regarding financial information provided by corporations [9].

The German model of corporate governance relies on the internal methods of joint control through the network of internal contracts between the main participants of corporate relations. German feature of corporate formation consists in close connection of banks with industry. The largest share of each corporation's shares belongs to other corporations. Individual investors constitute the second largest group of shareholders. Thus, in Germany, the main entities of joint-stock are

financially and technologically related large corporate shareholders, who control the activities of companies using internal methods of shareholders control [10].

It should be noted that the classic models of corporate control are not mutually exclusive. Their functioning in the world's leading countries confirms that no model has significant advantages over others and is not universal for national economies. World experience shows that combined variants from individual components of different models are possible. The criterion for applying one or another option should be the influence degree of the implementation of certain corporate governance instruments on the country's economic growth rate.

Given the experience of creating shareholder control mechanisms in the United States, Germany and other developed countries as well as the internal features of the joint-stock business development in Ukraine, it is possible to outline the directions of building a national model of corporate governance.

In the early 1990's in Ukraine was a transition to a market economy, that was characterized by significant influence of the social justice principle, almost complete lack of regulatory framework in the field of joint stock and corporate relations, as well as lack of experience in these matters, the choice of a political approach to the privatization. Further changes in the conditions occurring in the national economy also affected the nature of corporate relations.

Table 1

Basic models of corporate governance

Anglo-American – Model W (the widely-held corporation model)	Western European and Japanese models – Model B (the blockholder model)
Signs of property	
With scattered property (or with a wide ownership of shares)	With concentrated property (with dominant owners Blockholders)
Control Corporation	
Controlled by professional Managers with a loyal board of directors and passive mass of small shareholders	It is controlled by large owners who have the opportunity to form the board of Directors in their sole discretion, as well as to determine and change higher managers
Interests on which mainly focused on the corporation activities	
Protecting the interests of a small number of shareholders and personal political, economic and social interests of general directors	Protecting the interests of oligarchic family, the dynasties that protect the concentrated their power, sometimes with great damage to the economy of their countries
The emergence of a conflict	
Between shareholders and hired managers, incompetence (or opportunistic behavior) Professional managers	Between Blockholders and all other Shareholders, incompetence (or Opportunistic behavior) The largest shareholders
The existing risk	
The risk of wealth expropriation investors by hired managers	The risk of wealth expropriation dominant investors owners

Source: compiled by authors based on [6; 7; 8]

Ownership structure of corporate enterprises was created mainly not by a classic way of combining capital, but by distributing statutory funds of state enterprises during privatization. At this, because of the certificate (free) privatization got significant scale acquired, the enterprises did not receive real investment, which caused executive staff imperceptions the shareholders as owners. Particularities of forming domestic corporate sector: highly scattered, inefficient structure of shareholder property in the privatization process; the significant role of the state in shaping the corporate sector; the presence in the state of a large shares number and the need to solve the problem of managing state corporate rights; powerful tax burden, which creates for shareholders in different industries the unequal tax conditions, etc [11].

That is, the model of privatization significantly influenced the ownership structure formation in Ukraine. It is the ownership structure that distinguishes between two corporate governance systems, which characterize the basic approaches to the problem of powers and, accordingly, decision making and realization of property rights.

The initial stage of becoming a domestic model was characterized by a scattered ownership structure (outsider model), but in the future it was characterized by a trend of transition to insider model (concentration of property and control, introduction of elements of cross-ownership and formation of complex corporate structures of various types).

Among the important factors that influence the formation of the national corporate governance model, it is necessary to distinguish:

- shareholding structure in corporations;
- specifics of the financial system as a whole as a mechanism of savings transformation into investments (types and distribution of financial contracts, financial markets position, types of financial institutions, role of banking institutions);
- ratio of sources of the corporation financing;
- macroeconomic and economic policy in the country;
- the political system [12].

In the Ukrainian corporate governance model of the board of directors (supervisory board), carrying out the function of control over management should itself remain the object of control. For the majority of large Ukrainian joint-stock companies, the following groups of participants in the relations that make the substance of concept corporate governance can be distinguished:

- management, including the sole executive body of the issuer;
- large shareholders (the owners of control package of society voting shares of society);

- shareholders possessing a minor number of shares (minority shareholders);
- state authorities (Ukraine and its entities), as well as local self-government bodies;
- owners of other securities of the issuer;
- lenders who are not owners of the issuer's securities [13].

The development of the national corporate governance model cannot be considered beyond the modern globalational tendencies.

At the present stage, it is impossible to apply a single approach in the conditions of certain national peculiarities existence. Institutional and integration tendencies in the process of market transformations in Ukraine resulted in the formation of the corporate sector, that includes large industrial and industrial-equity trade joint ventures, companies with limited liability, national joint stock companies, state holding and transnational companies. Thus, as of April 1, 2018 in the register of corporate rights of the state is accounted for 496 economic societies that have a state share in the authorized capital, including: 383 at, 86 limited liability companies (LLC) and 27 National joint stock Companies (NJSC) and state holding Companies (SHC). Of the total number of companies that have the state's share in the authorized capital: 261 economic partnerships (52.62% of the total number) has in the authorized capital the state share of more than 50%, which gives the state the right to control their activities (control package), of which 144 business associations (29.03% of the total number) have the state share of 100% (table 2) [14].

One of the most important problems is that the management of many Ukrainian companies is acting both solely in their own interests, or in the interest of a majority shareholder (group of affiliated shareholders), but not for the benefit of all shareholders.

Formation of ownership structure and its redistribution is an effective mechanism of corporate management and control over managers, but in the context of Ukrainian specifics, this mechanism performs other functions, namely the struggle for control over the enterprise. The decisive feature of share capital redistribution in the Ukrainian industry is the dominance of property insiders. For last twenty years, the concentration of shareholder property has virtually unchanged, being maintained at a sufficiently high level. To overcome this trend, it is necessary to eliminate the administrative barriers to the development of a competitive market and to liquidate other unreasonable pressure levers of local authorities on business [16].

Thus, one of the main problems of corporate development in Ukraine is the problem related to the

Table 2

Division of corporate rights of the state by types of business partnerships (as 01.04.2018)

Type of partnership	The total number	The amount of shares in the state ownership			
		up to 10%	from 10 to 25%	from 25 to 50%	from 50 to 100%
JSC, Created during privatization and corporatization	189	34	20	47	88
HC, SHC, NJSC	27	0	0	1	26
JSC, Formed with the foundation	59	21	6	21	11
LLC	51	5	15	17	14
JSC, LLC, which are registered with other executive authorities	170	7	13	28	122
Total	496	67	54	114	261

Source: compiled by authors based on [14; 15]

imperfection of property institutions and the management structure, lack of effective mechanisms for self-regulation and lack of effective implementation practice General principles of corporate governance.

Also, to this group of problems should be attributed the problem of underdeveloped stock market in Ukraine, absence of various effective financial instruments, that would give ability to make investment to certain financial assets in this market. Despite a significant number of joint stock companies since the beginning of privatization, currently there is a decrease in the number of joint stock companies, which want to enter the securities market, and the majority of Ukrainian companies do not plan to attract investments through the stock market (on April 1, 2018 was 2128 PJSC and 5097 PrJSC) [17].

Market value of the securities that are traded in the market constantly changes depending on the owning of existing information by stock market participants about the expected income for these securities, state of affairs and prospects of issuer's activity. The legislation of Ukraine provides for the shareholders right to receive information about the activities of the corporation [18]. In Ukraine, compared to European, Anglo-American and Japanese corporate governance systems, there is no enabling for sufficient transparency of information. Thus, the person who first receives such information due to own post or certain connection with the issuer has the opportunity to get a profit by acquiring securities to raise prices or to avoid losses by selling securities before the start of their market price fall.

The aforementioned state management problems of the corporate sector are caused by the peculiarity of the formation of the national model of corporate governance. Even in those corporations where there is no State property, the state indirectly is owner, because it embezzles significant funds of enterprises

in the form of taxes, but does not contribute to the enterprises development. Also, the state reserves the right to use effective redistribution mechanisms of corporation property in its favor, because it is a significant creditor [19].

Effective corporate governance helps to organize management processes within the company and then develop business at a qualitatively new level. Significant investors, as a rule, give priority to the quality of corporate management than the financial and economic indicators. With low quality of corporate management, investments are small or none at all. Corporate governance defines the culture of doing business.

Successes in the field of corporate governance are especially important for Ukraine. Progress is possible, if companies, that are interested in improving their own efficiency and forming a civilized market, organizing a business community and government structures, unite their efforts. There are two types of country involvement in globalizing processes. In the first case, integration into the global market takes place in all directions, including in the sphere of industry, finance, services, standards, legal norms, corporate culture, etc. Raw materials specialization with that, does not prevent the use of all the fruits of global development, including progressive technological and structural changes, the consumer market expansion and growth in the living standards. The second type of integration is solely related to the export of raw materials or agricultural products [20].

The internal structure of society is not changed and is ultimately incompatible with global requirements. Moreover, the export proceeds often designed to artificial conservation of non-competitive economy and ineffective public relations. Due to that, inheriting of the generally accepted corporate governance standards can be considered in terms of increasing the ratings of

individual companies and improving the investment climate in general [21].

Insights from this study and perspectives for further research in this direction. Corporate form of management due to such advantages as concentration of financial, production, labor, innovation capital, etc., becomes one of the most widespread forms of doing business in developed countries of the world. Corporate governance is based on the provisions of the company's economic theory and management. Formation of the economy corporate sector in Ukraine was based on the previous system, in which large enterprises and Scientific Production Association took a leading place, in other words, there were prerequisites for the development of corporate property.

There is no unified model of the best corporate governance for all countries, because they have different

legal systems, institutional bases and traditions. But common to all countries is that the sign of perfect corporate governance is to prioritize the interests of shareholders, who trust corporations to use their funds reasonably and effectively.

Therefore, it is important for our country to use the experience of developing models of developed countries, taking into account the existing Ukrainian specifics of corporate governance, but not the direct and automatic transfer of foreign models to the corporate governance formation, which may be dangerous to further reform. In this case, it is necessary to study the international experience, which let to build such a national model of corporate governance, which will take into account national features, meet national interests and promote economic growth of the country.

References

1. Ignatieva I. A. Corporate governance: a textbook / I. A. Ignatieva, O. I. Garafonova. Kyiv: Educational Literature Center, 2013. 600 p.
2. Malska M. P. Corporate governance: theory and practice: a textbook / M. P. Malska, N. L. Mandyuk, Yu. S. Zanko; eds. by M. P. Malsky. Kyiv: Educational Literature Center, 2017. 360 p.
3. Korobka S. V. Corporate governance in Ukraine: Problems and ways of their solution / S. V. Korobka // Scientific herald of LNUVMBT them. S. V. Yzhytskyi. 2016. T. 18. No 2. P. 80–83.
4. Yagmurdzhi A. V. Principles of Corporate Governance and Ensuring the Effective Functioning of Joint Stock Companies / A. V. Yagmurdzhi // Bulletin of the economic science of Ukraine. 2007. № 1. P. 194–197.
5. On Approval of the Principles of Corporate Governance [Electronic source]: Decision of the National Commission for Securities and Stock Market No. 955863-14 of July 22, 2014 // The Verkhovna Rada of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr955863-14>
6. Ihorgachova M. I. Ukrainian model of corporate governance / M. I. Ihorgachova // Collection of scientific papers of Cherkasy State Technological University. Cherkasy: CDTU. 2012. Vip. 30. Part 1. P. 98–102.
7. Bayura D. O. Corporate Governance System in Ukraine: State and Prospects for Development: monograph / D. O. Bayura. Kiev: Publishing and Printing Center “Kyiv University”, 2009. 288 p.
8. Babichenko V. V. Actual problems of corporate governance in Ukraine and ways to solve them / V. V. Babichenko // Scientific and Production Journal “Innovative Economics”. 2014. № 4. P. 46–50.
9. Kozakova T. S. Modern approaches to the definition of corporate governance in the conditions of information economy / T. S. Kozakova // Black Sea Economic Studies. 2016. Vip. 1. P. 56–58.
10. Shegda A. V. Forms of corporate control in the system of joint-stock relations in Ukraine / A. V. Shegda, D. A. Bayura // Corporations and integrated structures: problems of science and practice: monograph. Kharkiv: INZHEK, 2007. 344 p.
11. Antoshko T. R. Insider and outsider components of modern corporate governance: a systematic approach / T. R. Antoshko // The stock market. 2009. № 18. P. 41–43.
12. Voitsekhovskaya Yu. V. Problems of Corporate Governance in Ukraine and Ways to Solve It / Yu. V. Voitsekhovska, V. V. Voitsekhovska. Lviv: Lviv Polytechnic, 2009. P. 244–247.
13. Corporate structures in the national innovation system of Ukraine / eds. dock. econom. sciences L. I. Fedulova. Kyiv: UkrINTEI, 2007. 812 p.
14. Analytical note on the work of the State Property Fund of Ukraine and the course of privatization of state property in the 1st quarter of 2018 // SPFU. — URL: http://www.spfu.gov.ua/userfiles/pdf/1-kvartal-2018_12768.pdf
15. Ihorgachova M. I. Problems of Corporate Governance in Ukraine / M. I. Ihorgachova, // Effective Economics. 2018. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/52.pdf

16. Frolova T. Features and prospects of corporatization of enterprises / T. Frolova // Economy of Ukraine. 2009. № 6. P. 39–52.
17. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Number of legal entities by organizational forms. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/edrpyo/eng/EDRPU_2018/ks_opfg/ks_opfg_0418.htm
18. On Joint-Stock Companies: Law of Ukraine of September 17, 2008 No. 514-VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
19. Polinkievich O. M. Problems of corporate governance development in Ukraine / O. M. Polinkievich // Actual problems of economy. 2016. № 5 (179). P. 191–196.
20. Andrushkiv B. M. Corporate governance: a textbook / B. M. Andrushkiv, S. P. Chernichynets. Kiev: Condor, 2011. 528 p.
21. Okunev O. Corporate Governance as a New Trend of Ukrainian Companies / O. Okunev. URL: <http://yur-gazeta.com/publications/events/korporative-upravlinnya-yak-noviy-trend-ukrayinskih-kompaniy.html>

Дашко Ірина Миколаївна
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та менеджменту
Криворізький факультет
Запорізького національного університету
Дашко Ирина Николаевна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры учета и менеджмента
Криворожский факультет
Запорожского национального университета
Dashko Irina
PhD, Associate Professor of the
Department of Accounting and Management
Faculty of Kryvyi Rih
Zaporizhzhya National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5379

**РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
DEVELOPING A STRATEGY TO ENSURE
THE COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES**

Анотація. В статті досліджено питання щодо розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності на прикладі промислового підприємства. Запропоновано ланцюжок цінностей, що створює вартість видів діяльності підприємства. При дослідженні означеної проблематики були використані як загально – наукові, так і конкретно-наукові методи (економіко – статистичного, методи стратегічного аналізу та планування), традиційні способи і прийоми економічного аналізу (табличний, порівняння). Зазначені фактори успіху діяльності промислового підприємства, що досліджувалось.

Наведено збалансована система показників для оцінювання ефективності управління щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства. На основі збалансованої системи показників визначено значимість кожного показника в системі. Окремо визначається вагомість кожного з аналітичних підрозділів, а саме: фінанси, внутрішні бізнес-процеси та трудовий потенціал. Запропоновано методику оцінювання діяльності підприємства за допомогою визначення його загального інтегрального індексу життєвого циклу з метою оцінювання конкурентного становище досліджуваного підприємства в порівнянні з іншими. Запропонована методика оцінювання економічного стану підприємства на основі визначення загального інтегрального індексу життєвого циклу дозволяє: комплексно, врахувати оцінки прибутковості, ділової активності, ліквідності та фінансової стійкості підприємства; у розрахунках враховується коефіцієнт вагомості кожного показника; розрахунок здійснюється на основі даних публічної звітності підприємств; усі розрахунки можуть бути здійснені за допомогою стандартних комп'ютерних програм. Застосування запропонованої методики може значною мірою свідчити про позицію підприємства на кривій життєвого циклу, його зміна у динаміці дає змогу оцінити як забезпечена конкурентоспроможність підприємства, оцінювати конкурентне становище досліджуваного підприємства в порівнянні з іншими.

Ключові слова: конкурентоспроможність, стратегія, показники, методика, підприємство.

Аннотация. В статье исследованы вопросы по разработке стратегии обеспечения конкурентоспособности на примере промышленного предприятия. Предложено цепочку ценностей, создает стоимость видов деятельности предприятия. При исследовании обозначенной проблематики были использованы как обще – научные, так и конкретно-научные методы (экономико-статистического, методы стратегического анализа и планирования), традиционные способы и приемы экономического анализа (табличный, сравнения). Указанные факторы успеха деятельности промышленного предприятия, исследовались.

Приведены сбалансированная система показателей для оценки эффективности управления по обеспечению конкурентоспособности предприятия. На основе сбалансированной системы показателей определены значимость каждого показателя в системе. Отдельно определяется весомость каждого из аналитических подразделений, а именно: финансы, внутренние бизнес-процессы и трудовой потенциал. Предложена методика оценки деятельности предприятия посредством определения его общего интегрального индекса жизненного цикла для оценки конкурентного положения исследуемого предприятия по сравнению с другими. Предложенная методика оценки экономического состояния предприятия на основе определения общего интегрального индекса жизненного цикла позволяет комплексно, учесть оценки доходности, деловой активности, ликвидности и финансовой устойчивости предприятия; в расчетах учитывается коэффициент весомости каждого показателя; расчет осуществляется на основе данных публичной отчетности предприятий; все расчеты могут быть осуществлены с помощью стандартных компьютерных программ. Применение предложенной методики может значительно свидетельствовать о позиции предприятия на кривой жизненного цикла, его изменение в динамике позволяет оценить как обеспечена конкурентоспособность предприятия, оценивать конкурентное положение исследуемого предприятия по сравнению с другими.

Ключевые слова: конкурентоспособность, стратегия, показатели, методика, предприятие.

Summary. The article explores the issues of developing a competitiveness strategy based on the example of an industrial enterprise. A value chain is proposed that creates value for the enterprise's activities. In the study of these problems were used as a general – scientific and specific scientific methods (economic-statistical, methods of strategic analysis and planning), traditional methods and techniques of economic analysis (tabular, comparison). The factors of success of the activity of the industrial enterprise under study are indicated.

A balanced scorecard for assessing the effectiveness of management to ensure the competitiveness of the enterprise is presented. Based on a balanced scorecard, the significance of each metric in the system is determined. The weight of each analytical unit is determined separately, namely: finance, internal business processes and work potential. The method of estimation of activity of the enterprise by means of definition of its overall integral life cycle index is offered in order to evaluate the competitive position of the studied enterprise in comparison with others. The proposed method of estimating the economic state of the enterprise on the basis of determining the overall integral life cycle index allows to: comprehensively, take into account the estimates of profitability, business activity, liquidity and financial stability of the enterprise; the weights of each indicator are taken into account in the calculations; the calculation is made on the basis of the public reporting of the enterprises; all calculations can be made using standard computer programs. The application of the proposed methodology can largely testify to the position of the enterprise on the life cycle curve, its change in dynamics allows to evaluate how the competitiveness of the enterprise is ensured, to evaluate the competitive position of the studied enterprise in comparison with others.

Key words: competitiveness, strategy, indicators, methodology, enterprise.

Постановка проблеми. Промисловість — найважливіша структурна ланка господарського комплексу України. На неї припадає 1/3 основних фондів, понад 35% населення, зайнятого в народному господарстві. Провідна роль промисловості в економіці України визначається, перш за все, тим, що, забезпечуючи всі галузі народного господарства знаряддями праці та новими матеріалами, вона є найбільш активним фактором науково-технічного прогресу і розширеного відтворення в цілому.

Наразі питання розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств України набуває особливої актуальності в період

турбулентності економіки. При цьому ключовими складовими промисловості, що визначатимуть конкурентоспроможність всієї економічної системи країни, стають високотехнологічні виробництва, галузі, які значною мірою визначатимуть розвиток наукоємних та інформаційно-містких видів діяльності, закладають підвалини для формування економіки знань, сприяють зростанню частки високооплачуваної, висококваліфікованої праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досить багато науковців та економістів досліджують сучасний стан промисловості. Дослідження Зінухов С. В. присвячені розробці методів та моделей щодо підви-

щення якості управління підприємствами в умовах ринкових відносин [1]. Науковці Блінов О. О. і Захаров В. Я. визначають конкурентоспроможність підприємства, як здатність створити такі конкурентні переваги, які забезпечують досягнення поставлених цілей [2]. Яновський А. зазначає необхідність представляти конкурентоспроможність як багаторівневу категорію, а саме виробничу, фінансову, кадрового потенціалу, наукових розробок, маркетингу та інше [3]. Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на ефективність функціонування організації досліджено в [4]. Калашнікова Л. М. вважає конкурентоспроможним підприємство, яке обумовлено системою та якістю управління [5]. Значний вклад в формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства внесли науковці Ансофф І. І. [6], Редченко К. І. [6]. Фатхутдинов, Р. А. [7]. Дослідження Пономаренко В. С. присвячені аналізу конкурентоспроможності діяльності підприємства в умовах кризи [8]. Розробка конкурентного статусу промислового підприємства досліджено в [9]. Разом з тим, не існує єдиного підходу до висвітлення питання розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі. Незважаючи на прогресивність комплексних систем показників, існують труднощі їх застосування для оцінювання ефективності стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, бо всі вони ґрунтуються на фінансових критеріях [10], які відбивають діяльність підприємства в минулому і не можуть проілюструвати поточну роботу менеджерів, що зумовлює розрив між стратегічною й оперативною діяльністю.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Здійснити аналіз сутності поняття стратегії забезпечення конкурентоспроможності на прикладі промислового підприємства. Сформулювати ланцюжок цінностей, що створює вартість видів діяльності підприємства. Визначити загальний інтегральний індексу життєвого циклу з метою оцінювання конкурентного становища досліджуваного підприємства в порівнянні з іншими.

Виклад основного матеріалу. В сучасних умовах конкурентного ринкового середовища на будь-яких етапах життєдіяльності українських підприємств часто постає проблема вибору, розробки та формування обґрунтованої стратегії забезпечення конкурентоспроможності. У той же час питання побудови механізмів формування і реалізації стратегії забезпечення конкурентоспроможності залишаються малодослідженими як в теоретичному плані, так і з точки зору практичного втілення. Нині в Україні триває активний пошук механізмів і методологій,

які б забезпечили ефективне стратегічне управління підприємством в ринкових умовах.

При дослідженні означеної проблематики доцільно використовувати як загально-наукові, так і конкретно-наукові методи (економіко-статистичного, методи стратегічного аналізу та планування), традиційні способи і прийоми економічного аналізу (табличний, порівняння).

Слід врахувати й те, що розвиток негативних тенденцій у бізнесі може відбитися на фінансових показниках не відразу, а на тій стадії, коли вже неможливо поправити ситуацію незначними змінами, а необхідно вирішувати глобальну проблему виживання підприємства. Тому для успішного та якісного управління сучасним підприємством тільки одних фінансових показників недостатньо, потрібен новий підхід з використанням системи збалансованих показників, що забезпечують механізми управління набором взаємопов'язаних показників. За доцільне вважаємо розробку місії, а також виявлення найважливіших факторів успіху діяльності підприємства та розробку ланцюжка цінностей, як підґрунтя формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Використовуючи статистико-аналітичні дані звітності підприємства ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром» були визначені: місія — проведенні якісних вибухових робіт, що відповідає запитам споживачів, реалізація якої забезпечить цех попитом на продукцію, що випускається; стратегія — забезпечення зростання вартості шляхом постійного підвищення якості продукції і ключових процесів, ефективності всіх бізнес-процесів і забезпечення гарантованої стабільної високої якості продукції, що відповідає очікуванням партнерів.

Досягнення місії здійснюється шляхом збалансованого вирішення завдань розвитку бізнесу, соціальних та екологічних проблем.

Різні ринкові умови та неоднаковий вплив одних і тих же факторів зовнішнього та внутрішнього середовища висувують перед конкуруючими фірмами різні вимоги. Існування певної ієрархії вимог ринку змушує підприємство прагнути задовольняти цим вимогам. Чим більше ієрархія навичок підприємства відповідає її ланцюжку створення вартості, тим вища її конкурентоспроможність. Ланцюжок, що створює вартість видів діяльності, починається із закупок і поставок, продовжується в основному виробництві, розподілі оптового і роздрібного продажу продукту та надання послуг споживачам. Ланцюжок цінностей ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром» наданий на рис. 1.

Фактори успіху пов'язані зі стратегією конкурентоспроможності підприємства та обумовлені

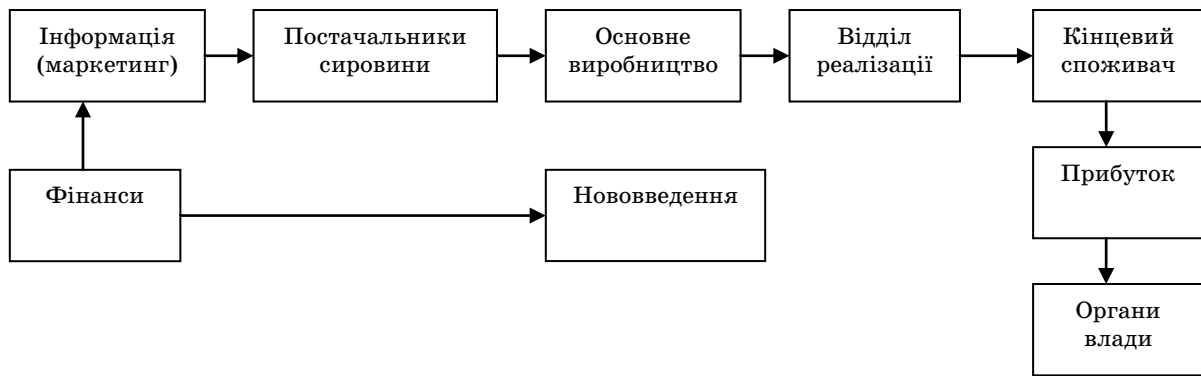


Рис. 1. Ланцюжок цінностей ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром»

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

особливостями потенціалу підприємства. Тому до факторів успіху діяльності ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром» слід відносити ті параметри господарської діяльності підприємства, які є життєво важливими для реалізації розробленої стратегії. Ключові фактори успіху ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром»: близькість споживачів до заводу-виробника і наладжених збут в економічно вигідній зоні перевезень; наявність доступу до кваліфікованої робочої сили; висока продуктивність праці; оперативна доставка; доступний і добре організований сервіс; наявність гарантій на товари і гарантій виконання зобов'язань; здатність керівництва досить швидко реагувати на зміну ринкових умов [11].

Природно, ключових факторів успіху досить багато на підприємстві, а комплексне взаємодія цих факторів між собою, забезпечує успіх підприємства в конкурентній боротьбі.

Проведено формування збалансованої системи показників для оцінювання ефективності управління щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

На основі збалансованої системи показників визначено вагомість кожного показника в системі, тобто його значимість. Окремо визначається вагомість кожного з аналітичних підрозділів, а саме: фінанси, внутрішні бізнес-процеси та трудовий потенціал. Отримані результати надані в табл. 1.

В рамках кожного підрозділу кожен з показників також отримую певну оцінку своєї значимості, але вже виходячи з того, що кожен окремий підрозділ береться за одиницю.

Надалі інтегральний показник буде розраховуватись за наступною формулою:

$$I_j = \frac{\sum_{i=1}^n S_{ij} \times d_{ij}}{\sum_{i=1}^n d_{ij}} \quad (1)$$

де I_j — інтегральний показник, що характеризує стратегічну або оперативну ефективність управління окремим підприємством;

S_{ij} — ступінь досягнення конкретним показником його нормативного значення, розрахованого для окремого підприємства;

За формулою 1 обчислено значення інтегральної оцінки для підприємства за кожним аналітичним напрямком та загальну інтегральну оцінку (табл. 1).

Аналіз табл. 1 свідчить, що у підприємства є наявні тенденції розвитку. Таким чином, використання даного методу вважається доцільним, так як показники враховуються комплексно по всіх напрямках діяльності підприємства.

Вивчення та врахування теоретичних, практичних процесів циклічності розвитку підприємств дозволить зацікавленим особам передбачати конкурентоспроможність, надати підстави керівництву забезпечити відповідну стратегії.

Під час визначення загальних стратегій теорія та практика менеджменту довели доцільність застосування концепції «життєвого циклу підприємства» (ЖЦП). Доцільно формування та обґрунтування стратегій діяльності залежно від стадій життєвого циклу підприємства [12].

Вважаємо за доцільне розрахувати, на основі побудованої системи показників, загальний інтегральний індекс життєвого циклу підприємства (ЗПЖЦП), величина якого повинна свідчити про певну стадію, на якій знаходиться ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром».

Розраховані інтегральні індекси за окремими групами показників (інтегральні індекси показників прибутковості $I_{(1)}$, ділової активності $I_{(2)}$, ліквідності $I_{(3)}$, фінансової стійкості $I_{(4)}$):

$$I_{(1j)} = I_{(1.1j)} * K_{1.1} + I_{(1.2j)} * K_{1.2} + I_{(1.3j)} * K_{1.3} + \dots + I_{(1.6j)} * K_{1.6},$$

$$I_{(2j)} = I_{(2.1j)} * K_{2.1} + I_{(2.2j)} * K_{2.2} + I_{(2.3j)} * K_{2.3} + \dots + I_{(2.6j)} * K_{2.6},$$

Таблиця 1

Інтегральна оцінка показників підприємства ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром»

Показник	Одинці виміру	Фактичне значення	Нормативний показник підприємства-конкурента	Ступінь відповідності	Вагомість	Інтегр. показник
Фінанси						
Коефіцієнт автономії	коэф.	0,7700	0,5000	1,5400	0,3	1,2156
Рентабельність капіталу	%	0,1400	0,1500	0,9333	0,3	
Коефіцієнт маневреності	коэф.	0,4000	0,5000	0,8000	0,2	
Коефіцієнт загальної ліквідності	коэф.	3,9200	2,5000	1,5680	0,2	
Внутрішні бізнес-процеси						
Ресурсовіддача сукупних ресурсів	тис. грн.	1,4200	2,0000	0,7100	0,25	0,8913
Рентабельність сукупних ресурсів	%	9,0300	7,0000	1,2900	0,25	
Витратовіддача	тис. грн.	1,1900	2,0000	0,5950	0,25	
Рентабельність витрат	%	9,7000	10,0000	0,9700	0,25	
Трудовий потенціал						
Прибуток на одного працівника	тис. грн.	34,0000	36,0000	0,9444	0,4	0,9670
Продуктивність праці	тис. грн.	70,8000	71,0000	0,9972	0,3	

$$I_{(3)j} = I_{(3.1)j} * K_{3.1} + I_{(3.2)j} * K_{3.2},$$

$$I_{(4)j} = I_{(4.1)j} * K_{4.1} + I_{(4.2)j} * K_{4.2} + I_{(4.3)j} * K_{4.3} + \dots + I_{(4.6)j} * K_{4.6},$$

де K — коефіцієнт вагомості кожного з показників в межах групи.

Оскільки не усі показники мають однакову значущість в оцінці життєвого циклу ПАТ «ПВП «Кривбасвибухпром», то пропонується використовувати індивідуальні оцінки експертів для визначення вагомості розрахованих коефіцієнтів.

На основі формули середньої геометричної зі значень чотирьох інтегральних індексів розраховуємо загальний інтегральний індекс життєвого циклу підприємства:

$$ЗІЖЦП = (1 + I_{(1)j}) * (1 + I_{(2)j}) * (1 + I_{(3)j}) * (1 + I_{(4)j}),$$

$$ЗІЖЦП = \sqrt[4]{ЗІЖЦП} - 1$$

Додавання одиниць до значень інтегральних індексів необхідно для того, щоб запобігти випадкам, коли нульова величина будь-якого з цих індексів автоматично перетворює ЗІЖЦП в 0 незалежно від значень інших індексів, що не логічно.

Для того, щоб зробити певні висновки, виходячи зі значення загального інтегрального індексу життєвого циклу підприємства, слід мати певну систему або критерії, за якими б ранжувалися ці значення інтегральної оцінки, тому в табл. 2 наведено критерії ранжування значень інтегрального індексу життєвого циклу підприємства.

Значення інтегрального індексу дає підстави зазначити, що підприємство знаходиться на стадії зростання кривої життєвого циклу і можливою базовою стратегією забезпечення конкурентоспроможністю буде стратегія прискореного зростання.

Таблиця 2

Критерії ранжування значень інтегрального індексу життєвого циклу підприємства

Значення	Характеристика	Стадії життєвого циклу підприємства
0,1–0,5	Стан підприємства незадовільний, існує загроза отримання великих збитків.	Зародження; Занепад (банкрутство)
0,5–1,0	Стан підприємства задовільний, позиція слабка, ефективність діяльності трохи нижча за середню.	Становлення; Спад (старіння)
1,0–1,5	Середній рівень розвитку, доволі стійка позиція, наявні тенденції розвитку.	Зростання
1,5–2,0	Ефективна фінансово-господарча діяльність, висока рентабельність.	Стабілізація (зрілість)

Перевагами запропонованої методики оцінки становища підприємства за допомогою визначення його загального інтегрального індексу життєвого циклу можна вважати наступні: методика базується на комплексному, багатосторонньому підході до оцінки прибутковості, ділової активності, ліквідності та фінансової стійкості підприємства; у розрахунках враховується коефіцієнт вагомості кожного показника; розрахунок ЗПЖЦП здійснюється на основі даних публічної звітності підприємств; усі розрахунки можуть бути здійснені за допомогою стандартних комп'ютерних програм.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Застосовуючи запропоновано методика для подальших розрахунків, ми приймаємо за основу твердження про те, що: величина ЗПЖЦП може значною мірою свідчити про позицію підприємства на кривій життєвого циклу; зміна ЗПЖЦП у динаміці дає змогу оцінити як забезпечена конкурентоспроможність підприємства; порівняння ЗПЖЦП між підприємствами дає можливість оцінювати конкурентне становище досліджуваного підприємства в порівнянні з іншими.

Література

1. Зінухов С. В. Аналіз сучасного стану економіки України. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство. Запоріжжя, 2006. № 3. С. 116–121.
2. Захаров А. Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения. Бизнес и банки. 2004. № 1–2. С. 1–5.
3. Яновский А. Конкурентоспособность товара и товаропроизводителя. Бизнес Информ. 1996. № 5. С. 21–23.
4. Васильева З. А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка. Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 2. С. 83–90.
5. Калашникова Л. М. Конкурентоспособность предприятия и их продукции. Машиностроитель. 2003. № 11. С. 15–18.
6. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. Санкт Петербург: Питер, 2003. 416 с.
7. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі. Навчальний посібник. Львів: «Новий Світ-2000», «Альтаір-2002», 2003. 272 с.
8. Пономаренко В. С., Тридід О. М., Кизим М. О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи, Харків. ІН-ЖЕК, 2005. 328 с.
9. Берідзе Т. М. Статистичний моніторинг в системі стратегічного управління підприємством: монографія. Кременчук: ПП Щербатих О. В. 2016. 332 с.
10. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 520 с. URL: http://pidruchniki.ws/1593110643650/finansii/upravlinnya_neoborotnimi_aktivami(дата звернення: 10.10.2019).
11. Бирюкова О. Ю., Бочкова Л. А. Приемы антикризисного менеджмента: учебн. пособ. Москва: Дашков и К, 2008. 430 с.
12. Юшкевич О. О., Валінкевич Н. В. Стратегія підприємства: навч. посіб. Житомир: Волинь, 2016. 146 с.

References

1. Zinukhov, S.V. (2006). «Analysis of the current state of the Ukrainian economy» Derzhava ta rehiony. Seria: Ekonomika ta pidpriemnytstvo. Zaporizhzhia. vol. 3, pp. 116–121.
2. Zaharov, A.N. and Zokin, A.A. (2004), «Competitiveness of the enterprise: essence, evaluation methods and mechanisms of increase», Biznes i banki, vol. 1–2, pp. 1–5.
3. Janovskij, A. (1996), «Competitiveness of goods and commodity producers», Biznes-Inform, vol. 5, pp. 21–23.
4. Vasil'eva, Z.A. (2006), «Hierarchy of notions of competitiveness of market subjects», Marketing v Rossii i za rubezhom, vol. 2, pp. 83–90.
5. Kalashnikova, L.M. (2003), «Competitiveness of the enterprise and their products», Mashinostroitel', vol. 11, pp. 15–18.
6. Ansoff, Y. (2003). Novaia korporativnaia strategiya. [New corporate strategy]. Sankt Peterburh: Pyter, Russia.
7. Redchenko, K. I. (2003). Stratehichnyj analiz u biznesi. Navchal'nyj posibnyk. [Strategic analysis in business. Tutorial]. «Novyj Svit-2000», «Al'tair-2002», L'viv, Ukraine.
8. Ponomarenko, V.S. Trydid, O.M. and Kyzym, M.O. (2005) Stratehiia rozvytku pidpriemstva v umovakh kryzy [The strategy of enterprise development in a crisis] Kh. INZhEK, Kharkov. Ukraine.

9. Beridze T.M. (2016). Statystychnyj monitoryng v system strategichnogho upravlinnja pidpryjemstvom: monohrafija. [Statistical monitoring in the enterprise strategic management system: monograph]. Kremenchug: PP Scherbatykh O.V Kremenchug. Ukraine.

10. Kramarenko, H.O. (2009). Finansovy menedzhment [Financial management], textbook, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine, 520 p., URL: http://pidruchniki.ws/1593110643650/finansi/upravlinnya_neoborotnimi_aktivami (accessdate 10 October, 2019).

11. Biriukova, O. Yu. and Bochkova, L.A. (2008). Pryjomy antykryzovoho menedzhmentu: navch. posib. [Receptions of crisis management: textbook. benefits]. M: Dashkov y K. Moskva. Russia.

12. Yushkevych, O.O. and Valinkevych, N.V. (2016). Stratehiia pidpryiemstva: navch. posib. [Enterprise Strategy: Educ. tool.]. Zhytomyr: Volyn'. Zhytomyr. Ukraine.

Коваленко Олена Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та організації виробництва
Дніпровський державний технічний університет*

Коваленко Елена Владимировна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики и организации производства
Днепропетровский государственный технический университет*

Kovalenko Olena

*Candidate of Economics Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Economics and Organization of Production
Dnipro State Technical University*

Коваленко Артем Євгенович

*студент
Дніпровського державного технічного університету*

Коваленко Артем Евгеньевич

*студент
Днепропетровского государственного технического университета*

Kovalenko Artem

*Student of the
Dnipro State Technical University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5421

**УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ
ПІДПРИЄМСТВА**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

**IMPROVING MATERIAL AND
TECHNICAL SUPPORT MANAGEMENT
OF THE ENTERPRISE**

Анотація. У статті досліджено теоретичні підходи до системи управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства.

Визначається ключова роль своєчасного та якісного забезпечення матеріально-технічними ресурсами процесу виробництва для досягнення позитивного результату діяльності, отримання прибутку.

Авторами здійснено аналіз використання матеріально-технічних ресурсів, представлено показники ефективності управління матеріально-технічним забезпеченням промислового підприємства з метою оптимізації та прийняття управлінських рішень щодо усунення вузьких місць в системі матеріально-технічного забезпечення.

В статті з метою підвищення ефективності пропонується розглядати управління матеріально-технічним забезпеченням як процес свідомої цілеспрямованої дії з боку суб'єктів господарювання на своєчасну доставку, складування, використан-

ня матеріально-технічних ресурсів та обслуговування процесу виробництва на основі їх оптимального планування для отримання прогнозованих позитивних результатів.

Розглянуто ключові компоненти формування системи управління матеріально-технічним забезпеченням, розкрито їх зміст та запропоновані напрями їх вдосконалення.

Обґрунтовано необхідність вдосконалення системи управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства в сучасних умовах господарювання при загостренні конкурентної боротьби.

Ключові слова: матеріально-технічне забезпечення, управління, оптимізація, удосконалення, показники ефективності.

Аннотация. В статье исследованы теоретические подходы к системе управления материально-техническим обеспечением предприятия.

Отмечается ключевая роль своевременного и качественного обеспечения материально-техническими ресурсами процесса производства для достижения позитивного результата деятельности, получения прибыли.

Авторами проведен анализ использования материально-технических ресурсов, представлены показатели эффективности управления материально-техническим обеспечением промышленного предприятия с целью оптимизации и принятия управленческих решений по поводу устранения узких мест в системе материально-технического обеспечения.

В статье с целью повышения эффективности предлагается рассматривать управление материально-техническим обеспечением как процесс осознанного целеустремленного действия с боку субъектов хозяйствования на своевременную доставку, складирование, использование материально-технических ресурсов и обслуживание процесса производства на основе их оптимального планирования для получения прогнозируемых положительных результатов.

Рассмотрены ключевые компоненты формирования системы управления материально-техническим обеспечением, раскрыто их содержание и предложены пути их усовершенствования.

Обосновано необходимость усовершенствования системы управления материально-техническим обеспечением предприятия в современных условиях хозяйствования при обострении конкурентной борьбы.

Ключевые слова: материально-техническое обеспечение, управление, оптимизация, совершенствование, показатели эффективности.

Summary. The article examines theoretical approaches to the system of material and technical support management of the enterprise.

The key role of timely and high quality of material and technical resources support to the production process to achieve a positive activity result and profit is noted.

The authors analyzed material and technical resources usage, presented the efficiency of managing the material and technical support indicators of an industrial enterprise in order to optimize and make managerial decisions about eliminating narrow spots in the material and technical support system.

With the aim of increasing efficiency, the article proposes to consider material and technical resources management as a process of deliberate purposeful action from the side of business entities for timely delivery, storage, use of material and technical resources and servicing the production process based on their optimal planning for obtaining predicted positive results.

The key components of the management system formation are examined, their contents are disclosed and ways for their improvement are proposed.

The necessity of improving the management system of enterprise material and technical support in modern business conditions with increased competition is substantiated.

Key words: material and technical support, management, optimization, improvement, efficiency indicators.

Постановка проблеми. Сучасні умови діяльності промислових підприємств, жорстка конкуренція, нестабільність економічної ситуації в державі вимагають від підприємств надзвичайних зусиль для успішного функціонування і подальшого розвитку. Одним з ключових факторів, який значною мірою впливає на економічний розвиток підприємства є надійне, якісне та ефективне матеріально-технічне забезпечення.

Радикальні зміни, які обумовлені ринковими перетвореннями в економіці призвели до пере-

творення матеріально-технічного забезпечення (МТЗ) у децентралізовану саморегуючу систему, що спирається на попит, пропозицію, ціну, конкуренцію. Характер цих змін, що виникли при формулюванні задач управління МТЗ, обумовлює необхідність застосування нових підходів до їх вирішення. Тому особливої уваги потребує розв'язання проблеми управління і раціональної організації матеріально-технічного забезпечення підприємства [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Система управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства є об'єктом дослідження в наукових працях багатьох вчених, зокрема: Б. А. Анікіна, І. А. Бланка, І. І. Бойко, Н. М. Богацької, С. М. Бортник, В. М. Івахненко, С. А. Лебедько, М. Р. Ліндерса, С. Ф. Покропівного, Р. А. Радионова С. А. Сироткина, Г. В. Савицької, Р. Томаса, А. Д. Шеремета. Але в сучасних умовах господарювання, при невизначеності та нестабільності економічної ситуації, заслуговує додаткової уваги економічний механізм управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства, який потребує удосконалення, та новітніх підходів до його організації, що і обумовило вибір теми дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження системи управління матеріально-технічним забезпеченням, та обґрунтування наукових та практичних рекомендацій щодо вдосконалення матеріально-технічного забезпечення підприємства та системи управління ним.

Завдання статті:

- дослідження сучасних підходів до системи управління матеріально-технічним забезпеченням;
- пошук ефективних рішень в системі організації та управління матеріально-технічного забезпечення;
- розроблення напрямів удосконалення управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства.

Виклад основного матеріалу. Підвищення ефективності виробництва виявляється насамперед у зростанні продуктивності праці, зменшенні ресурсомісткості виробництва та ефективності управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства.

Матеріально-технічне забезпечення — це процес забезпечення підприємства необхідними видами матеріально-технічних ресурсів у встановлений термін і в обсягах, необхідних для нормальної роботи. Від організації своєчасного надходження матеріальних ресурсів у потрібній кількості, певної якості та асортименту значною мірою залежить рівномірний, ритмічний випуск готової продукції, її якість та ефективність роботи підприємства [2, с. 14].

Основною метою управління матеріально-технічним забезпеченням є отримання підприємством достатньої кількості матеріальних ресурсів відповідної якості, в необхідний час, у необхідному місці від надійних постачальників, за своєчасного виконання всіх своїх обов'язків та досягнення оптимальних сукупних витрат управління матеріальним потоком [3, с. 278].

Управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства передбачає виконання всіх функцій, притаманних управлінню як виду діяльності:

- постановка завдання — включає проведення моніторингу наявних ресурсів та сировинного ринку потенційних ресурсів, планування потреби у ресурсах, оцінку матеріаломісткості виробництва та його матеріальних потреб;
- реалізація поставленого завдання — постановка, аналіз та оцінювання альтернативних варіантів матеріально-технічного забезпечення, формування остаточного рішення про розвиток сировинної бази підприємства, організацію постачання ресурсів, управління запасами матеріально-технічних ресурсів;
- контроль за ефективністю формування та використання матеріально-технічних ресурсів в усіх ланках виробничої системи [4, с. 403].

Процеси управління матеріально-технічним забезпеченням займають важливе місце в діяльності будь-якого підприємства. Від ефективної роботи всього ланцюжка матеріально-технічного забезпечення — формування замовлень, закупівлі матеріально-технічних ресурсів, їх доставки, розподілу та зберігання — залежать ефективність діяльності підприємства у цілому та успішне виконання його виробничих планів.

Важливим показником, що характеризує ефективність управління матеріально-технічним забезпеченням є оборотність оборотних засобів, (табл. 1), та показники оборотності матеріальних запасів: коефіцієнт оборотності, який відображає число оборотів товарно-матеріальних запасів підприємства за аналізований період та тривалість одного обороту (рис. 1).

Аналізуючи дані табл. 1, можна відзначити зміну ефективності функціонування підприємства протягом аналізованого періоду. Швидкість обороту виробничих запасів у 2018 році збільшилася на 4,31 об. до рівня 11,72 об. за підсумками року порівняно з 2017 р. — 4,41 об., що пов'язано із зростанням виручки від реалізації продукції при одночасному збільшенні абсолютної величини запасів.

Тривалість обороту виробничих запасів відповідно зменшилася до 30,7 днів у 2018 році, що на 50,9 днів менше порівняно з 2017 роком, що свідчить про ефективність використання матеріально-технічних ресурсів.

Аналогічно зростає кількість оборотів на стадії виробничого циклу тобто незавершеного виробництва: 46,75 об. у 2018 р., що на майже 19 оборотів більше ніж у 2017 р. — 27,9 об. Прискорення відбувається і на стадії готової продукції: 27,48 об. — у 2018 р., що на 17 об. більше порівняно з 2017 р.

Зростання даного показника свідчить про відносне зменшення виробничих запасів і незавершеного виробництва та про зростання попиту на готову

Таблиця 1

Динаміка показників оборотності оборотних коштів промислового підприємства
за період 2016–2018 рр.

Найменування показника	Роки			Зміна + / –	
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2017/2016	2018/2017
1. Загальна величина запасів	22791	28631,8	27980	+5840,8	–651,8
1.1. Виробничі запаси	8445,4	10978,8	11600,7	+2533,4	+621,9
1.2. Незавершене виробництво	4463,5	4212,8	6075,4	–250,7	+1862,6
1.2. Готова продукція	9883,0	13440,2	10304,3	+3557,2	–3135,9
2. Виручка від реалізації продукції	67237,0	225253	705830	+158016	+480577
3. Оборотність, кількість оборотів					
3.1. Виробничі запаси	3,17	4,41	11,72	+1,24	+7,31
3.2. Незавершене виробництво	11,5	27,9	46,75	+16,4	+18,85
3.3. Готова продукція	4,2	10,46	27,48	+6,26	+17,02
4. Тривалість обороту, днів					
4.1. Виробничі запаси	113,5	81,6	30,7	–31,9	–50,9
4.2. Незавершене виробництво	31,3	12,9	7,7	–18,4	–5,2
4.3. Готова продукція	84,7	34,4	13,1	–50,3	–21,3

продукцію, що пов'язано з зовнішнім сприятливим середовищем, покращенням економічним становищем в країні.

У 2018 році спостерігаємо тенденцію до збільшення коефіцієнта оборотності матеріальних запасів, тоді як у 2016 році був найнижчий показник.

Слід зазначити, значне збільшення швидкості обороту оборотних коштів підприємства характеризує успішну роботу підприємства і означає покращення фінансового стану та збільшення кругообігу коштів підприємства.

Аналіз показників оборотності в системі управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства є одним з інструментів оптимізації матеріальних запасів та підґрунтям для пошуку шляхів його удосконалення.

Проблеми оптимізації матеріальних запасів підприємства та ефективного управління ними зумовлена тим, що стан запасів характеризує вплив на конкурентоспроможність підприємства, його фінансовий стан і фінансові результати [5, с. 48]. Занижені запаси матеріальних ресурсів можуть привести до збитків, пов'язаних з простоями, з незадоволеним попитом і, отже, до втрати прибутку, а також втрати потенційних покупців продукції. З іншого боку, накопичення зайвих запасів пов'язує оборотний капітал, зменшуючи можливість його вигідного альтернативного використання і уповільнюючи його оборот, що позначається на величині загальних витрат виробництва і фінансових результатах діяльності підприємства.

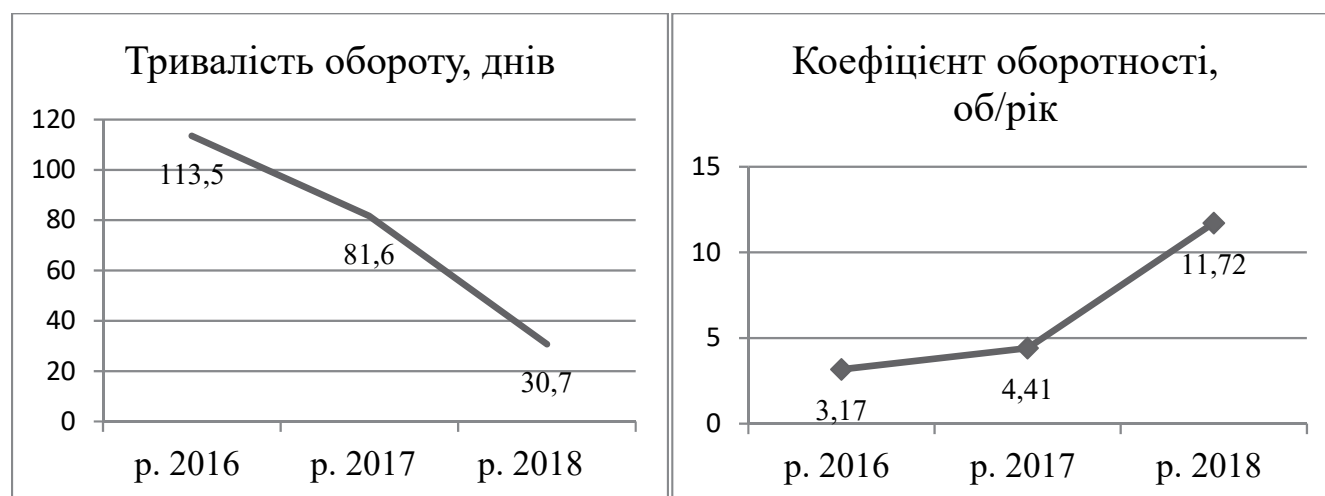


Рис. 1. Показники оборотності матеріальних запасів за 2018–2016 рр.

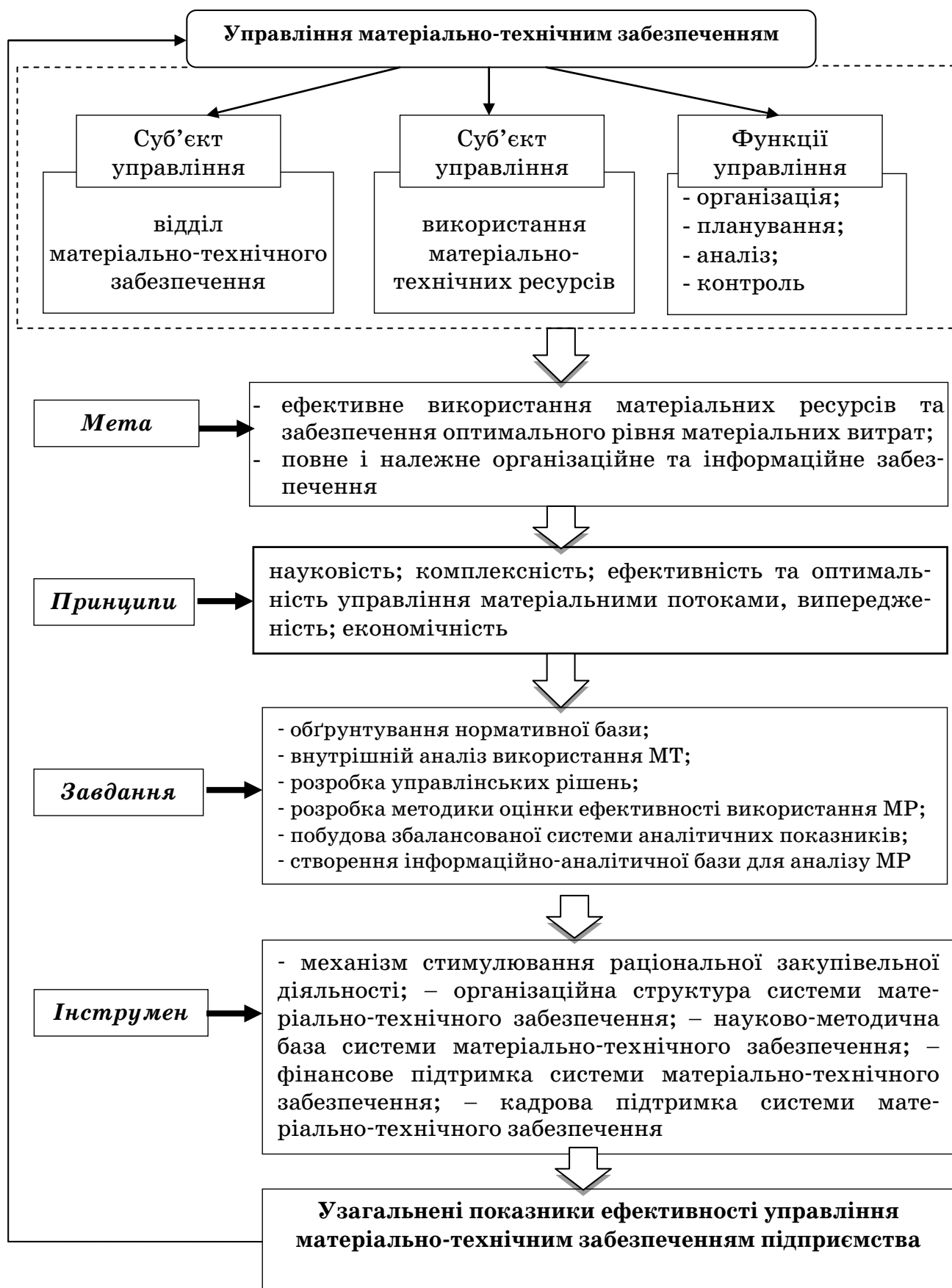


Рис. 2. Схема управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства

Основними напрямками вдосконалення системи управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства є [6, с. 163]:

- 1) реалізація наукових підходів до процесу нормування цих ресурсів, що потребує зміни методу нормування з нинішнього звітно-статистичного на аналітико-розрахунковий метод, який є більш прогресивним і точним. Водночас обмеженість норм за періодом дії лише річними нормами призводить до неточності результатів стратегічного планування на підприємстві. Отже, необхідним є розробка перспективних норм витрат матеріальних ресурсів;
- 2) підвищення точності діагностики стану використання матеріальних ресурсів, для чого доцільним вважаємо проведення конкурентного аналізу за узагальненими показниками оцінювання і встановлення кореляційної залежності між рівнем конкурентоспроможності підприємства та рівнем ефективності використання матеріальних ресурсів;
- 3) удосконалення організаційної структури управління підприємством в частині виокремлення самостійного підрозділу з нормування та оцінки використання матеріальних ресурсів. Такий відділ має реалізовувати функції стратегічного й поточного нормування витрат матеріальних ресурсів, стратегічного й поточного аналізу використання матеріальних ресурсів, розробки та обґрунтування управлінських рішень щодо ефективності використання матеріальних ресурсів і контролю за їх реалізацією;
- 4) розвиток системи матеріального стимулювання за економію матеріальних ресурсів, спрямованої на запобігання подорожчання собівартості продукції за фактором «норми» тощо [6, с. 164].

На рис. 2 запропоновано схему управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства в сучасних умовах господарювання.

Раціональна організація матеріально-технічного забезпечення значною мірою зумовлює рівень використання засобів виробництва, зниження собівартості продукції, збільшення прибутку і рентабельності. Цим визначається роль і значення матеріально-технічного постачання в системі виробничого менеджменту підприємства [7, с. 121].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Організація управління системи матеріально-технічного забезпечення на вітчизняних підприємствах повинна починатися з розроблення загальної стратегії для досягнення максимального прибутку з мінімальними витратами та підвищення конкурентоспроможності підприємства і поступово трансформуватися у систему інтегрованої системи матеріально-технічного забезпечення.[8, с. 166]. А тому українським підприємствам, незважаючи на численні відхилення в постачальницько-збутовій діяльності, необхідно дотримуватися певної системи управління запасами, щоб уникнути хаотичності і невизначеності в забезпеченні процесу виробництва необхідними матеріальними ресурсами.

Таким чином, підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів на сучасному етапі — одне з найважливіших завдань кожного суб'єкта господарювання, оскільки саме матеріальні витрати в багатьох галузях становлять значну частину витрат виробництва, від яких в основному залежить розмір прибутку.

Література

1. Бортнік С. М. Організація систем матеріально-технічного забезпечення підприємств на основі логістичного підходу. Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка». 2014. Т. 19. Вип. 3. С. 25–31.
2. Костюченко Л. В. Удосконалення механізму управління системою матеріально-технічного забезпечення підприємств залізничного транспорту України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук за спец. 08.00.04 — економіка та управління підприємствами (залізничний транспорт). Дніпропетровськ, 2009. 24 с.
3. Мельник Л. Г. Економіка підприємства: Підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 688 с.
4. Чаюн І. О., Богословець Г. М., Довгаль Н. С. Економіка підприємства. // Підручник. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2005. 569 с.
5. Богацька Н. М. Аналіз матеріально-технічного забезпечення підприємства // Економічні науки: економіка підприємства, 2010. № 10. С. 48.
6. Волошина С. В. Економічний механізм управління ефективністю використання матеріальних ресурсів підприємства. Економіка і суспільство // Мукачевський державний університет. 2016. Випуск 3. С. 159–164.
7. Виробнича логістика: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Посилкіна О. В., Сагайдак-Нікітюк Р. В., Дороський О. В., Кубасова Г. В. Х.: НФаУ, 2009. 364 с.
8. Кошовий В. М. Еволюція систем управління матеріально-технічним забезпеченням підприємств у сучасних умовах. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/12_2018/29.pdf

References

1. Bortnik S. M. Organization of systems of logistical support of enterprises on the basis of logistic approach. Herald of the Odessa National University. «Economy» series. 2014. V. 19. Issue 3. PP. 25–31.
2. Kostyuchenko L. V. Improvement of the mechanism of management of the system of logistical support of the enterprises of railway transport of Ukraine: author. diss. for the sciences degree of Cand. Economy receivment. Specialization 08.00.04 — Economics and Management of Enterprises (Railway Transport). — Dnipro, 2009. 24 p.
3. Melnik L. G. Business Economics: Textbook. Sumy: Publishing «University Book», 2004. 688 p.
4. Chayun I. O., Bogoslovets G. M., Dovgal N. S. Business Economics. // Texbook. — K.: Kyiv. nat. Trading and econ. uni., 2005. 569 p.
5. Bogatskaya N. M. Analysis of material and technical support of the enterprise // Economic Sciences: Enterprise economy, 2010. № 10. P. 48.
6. Voloshina S. V. Economic mechanism for the efficiency management of material resources of the enterprise. Economy and society // Mukachevo State University. 2016. Issue 3. P. 159–164.
7. Production Logistics: [Educ. Handbook for higher. edu. students] / Posilkina O. V., Sagaidak-Nikityuk R. V., Dorovsky O. V., Kubasova G. V. H.: NUP, 2009. 364 p.
8. Koshovy V. M. Management systems evolution of logistical support of enterprises in modern conditions. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/12_2018/29.pdf

Леміш Катерина Михайлівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Бердянський державний педагогічний університет*

Лемиш Екатерина Михайловна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и администрирования
Бердянский государственный педагогический университет*

Lemish Kateryna

*PhD in Economics, Associate Professor of the
Department of Management and Administration*

ORCID: 0000-0003-2587-5404

Токаренко Олена Іванівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Бердянський державний педагогічний університет*

Токаренко Елена Ивановна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и администрирования
Бердянский государственный педагогический университет*

Tokarenko Olena

*PhD in Economics, Associate Professor of the
Department of Management and Administration*

ORCID: 0000-0002-0923-6592

Брезицька Лілія Григорівна

Бердянський державний педагогічний університет

Брезицкая Лилия Григорьевна

Бердянский государственный педагогический университет

Brezytska Liliia

Berdyansk State Pedagogical University

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5415

**УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ПЛАНУВАННЯ
ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА МАЛИХ ТА
СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ**

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПЛАНИРОВАНИЯ
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МАЛЫХ И
СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ**

**MANAGEMENT PROCESS OF PLANNING
ECONOMIC ACTIVITIES IN SMALL AND
MEDIUM ENTERPRISES OF SERVICES**

Анотація. В статті досліджено різні погляди вчених на трактування поняття процесу планування та управління процесом планування, узагальнення яких дало змогу виокремити три економічні групи: планування як процес, як сукупність методів та як вид діяльності. Розглянуто процес планування на малих і середніх підприємствах сфери послуг в сучасних умовах господарювання. Визначено основні риси якісно сформованого процесу планування, а також переваги управління процесом планування, такі як адаптація, інноваційність, мобільність. Проведено аналіз впливу процесу планування на започаткування та ефективне провадження підприємницької діяльності, дію відповідних фінансових механізмів, розвиток ділової та інвестиційної активності, створення умов для розвитку добросовісної конкуренції на ринку товарів та послуг, розвиток сучасної інфраструктури підтримки малого і середнього бізнесу, ресурсне, інформаційне забезпечення та інші аспекти.

Досліджено модель управління процесом планування підприємств сфери послуг, в якій увагу акцентовано на організаційному та інформаційному забезпеченні процесів планування з виділенням підсистеми управління плануванням та підсистеми прийняття рішень. Визначено роль і значення планування на малих та середніх підприємствах сфери послуг на всіх етапах їхньої господарської діяльності. Доведено, що сформований процес планування здатний визначити довгострокові і короткострокові цілі підприємства сфери послуг, стратегію і тактику їх досягнення; розкрити цільові ринки, конкретні напрямки діяльності, частку ринку; визначити склад витрат; підготувати склад маркетингових дій підприємств з дослідження ринку, стимулювання продажів, реклами, ціноутворення, каналів збуту; визначити основні ризики та знайти шляхи до їх подолання. Підкреслено, що ефективне управління процесом планування дозволяє оптимізувати витрати операційної діяльності, максимізувати виручку від реалізації в кризових умовах функціонування.

Отримані результати дослідження є підґрунтям для ефективного управління процесом планування господарської діяльності на малих та середніх підприємствах сфери послуг.

Ключові слова: планування, господарська діяльність на малих та середніх підприємствах сфери послуг, управління процесом планування, аналіз процесу планування.

Аннотация. В статье исследованы различные взгляды ученых на трактовку понятия процесса планирования и управления процессом планирования, обобщение которых позволило выделить три экономических группы: планирование как процесс, как совокупность методов и как вид деятельности. Рассмотрен процесс планирования на малых и средних предприятиях сферы услуг в современных условиях хозяйствования. Определены основные черты качественно сформированного процесса планирования, а также преимущества управления процессом планирования, такие как адаптация, инновационность, мобильность. Проведен анализ влияния процесса планирования на начало и эффективное осуществление предпринимательской деятельности, действие соответствующих финансовых механизмов, развитие деловой и инвестиционной активности, создание условий для развития добросовестной конкуренции на рынке товаров и услуг, развитие современной инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса, ресурсное, информационное обеспечение и другие аспекты.

Исследована модель управления процессом планирования предприятий сферы услуг, в которой внимание акцентировано на организационном и информационном обеспечении процесса планирования с выделением подсистемы управления планированием и подсистемы принятия решений. Определены роль и значение планирования на малых и средних предприятиях сферы услуг на всех этапах их хозяйственной деятельности. Доказано, что сформированный процесс планирования способен определить долгосрочные и краткосрочные цели предприятия сферы услуг, стратегию и тактику их достижения; раскрыть целевые рынки, конкретные направления деятельности, долю рынка; определить состав расходов; подготовить состав маркетинговых действий предприятий по исследованию рынка, стимулирование продаж, рекламы, ценообразования, каналов сбыта; определить основные риски и найти пути к их преодолению. Подчеркнуто, что эффективное управление процессом планирования позволяет оптимизировать расходы операционной деятельности, максимизировать выручку от реализации в кризисных условиях функционирования.

Полученные результаты исследования являются основой для эффективного управления процессом планирования хозяйственной деятельности на малых и средних предприятиях сферы услуг.

Ключевые слова: планирование, хозяйственная деятельность на малых и средних предприятиях сферы услуг, управление процессом планирования, анализ процесса планирования.

Summary. The article examines the various views of scientists on the interpretation of the concept of the planning process and the management of the planning process, the generalization of which allowed us to distinguish three economic groups: planning as a process, as a set of methods and as a type of activity. The planning process at small and medium enterprises in the service sector in modern business conditions is considered. The main features of a well-formed planning process are identified, as well as the advantages of managing the planning process, such as adaptation, innovation, mobility. The analysis of the impact of the planning process on the beginning and effective implementation of entrepreneurial activity, the operation of appropriate financial mechanisms, the development of business and investment activity, the creation of conditions for the

development of fair competition in the market of goods and services, the development of a modern infrastructure for supporting small and medium-sized businesses, resource, information support and other aspects.

The model of management of the process of planning the enterprises of the service sector is studied, in which attention is focused on the organizational and informational support of the planning process with the allocation of the planning management subsystem and the decision-making subsystem. The role and importance of planning at small and medium enterprises in the service sector at all stages of their economic activity are determined. It is proved that the formed planning process is able to determine the long-term and short-term goals of the service industry enterprise, the strategy and tactics of their achievement; reveal target markets, specific areas of activity, market share; determine the composition of expenses; to prepare the composition of the marketing activities of enterprises for market research, sales promotion, advertising, pricing, distribution channels; identify the main risks and find ways to overcome them. It was emphasized that effective management of the planning process allows us to optimize operating expenses and maximize revenue from sales in crisis operating conditions.

The results of the study are the basis for the effective management of the planning process of economic activity at small and medium enterprises in the service sector.

Key words: planning, business activities for small and medium enterprises in the service sector, management of the planning process, planning process analysis.

Постановка проблеми. Розвиток сучасних господарюючих установ — малих та середніх підприємств сфери послуг, в умовах нестабільності зовнішнього середовища, потребує створення системи забезпечення ефективного планування економічної діяльності, що стане неодмінною умовою для подальшого вироблення послідовності дій по постановці цілей і їх реалізації. Управління процесом планування господарської діяльності забезпечить реформування діяльності, відновлення бізнес-процесів з урахуванням реальних економічних умов, проблем і можливостей в ситуаціях виняткової складності.

Одним з найбільш актуальних завдань сучасного розвитку економіки України є створення умов ефективного і динамічного переходу до ринкових відносин. При цьому дуже важливою складовою є процес планування, та його вплив на господарську діяльність малих й середніх підприємств сфери послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні питання, що стосуються управління процесом планування господарської діяльності на малих та середніх підприємствах сфери послуг розглядалися вітчизняними та зарубіжними дослідниками, а саме: Р. Акоффом [1], Г. Бенвеністом [2], В. Беседіним [3], Т. Бурменком [4], В. Горемікінім [5], Г. Мінцбергом [7], В. Хойером [8] та іншими.

Постановка завдання. Метою дослідження виступає обґрунтування управління процесом планування господарської діяльності на малих та середніх підприємствах сфери послуг як особливій форми планової діяльності та складової частини системи стратегічного управління підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах господарювання, що характеризуються відкритістю національного ринку та поширенням глобалізаційних процесів, управління процесом пла-

нування розглядається як одна з найголовніших функцій в управлінні; представляє собою сукупність цілей, альтернатив та шляхів досягнення поставлених задач в певний проміжок часу. Управління процесом планування виступає важливою складовою будь-якої ланки. Для того, щоб підвищити ефективність системи планування, необхідно вдаватися до тонкощів цього процесу, розглянути всі його складові елементи та покладатися на методологію. Від того, наскільки правильно та вчасно буде прийняте рішення про план, залежить стан розвитку та процвітання підприємства.

В процесі еволюції розвитку механізму планування виділяють такі складові: орієнтація на ринок, принципи покращення системи планування, визначення пріоритетних цілей, забезпечення прямого і зворотного зв'язку, облік факторів і кон'юнктури розвитку ринку, контролювання та регулювання процесу реалізації планів.

Управління процесом планування — один із самих складних і нелегких видів розумової праці, доступних людині. Часто відбувається так, що фактичні результати реалізованого процесу планування суттєво відрізняються від запланованих. Саме Бенвеністе Гай у своїй дослідницькій роботі «Опанування політики планування» розглядав головне питання: «Чому ми займаємося процесом планування? Тому, що діяльність підприємств залежить від багатьох факторів, а також науково-технічного прогресу. Необхідно постійно проводити аналіз роботи установи, виявляти можливості, загрози, та робити висновки. Важливими елементами у цій парадигмі виступає уникнення помилок, усунення невизначеності, вплив процесу планування на організаційну структуру підприємства» [2, с. 107].

Визначення комплексного процесу планування досліджувалося і у роботах Р. Акоффа. Він зазначив,

що потреба у комплексному процесі планування очевидна. Проте необхідно докласти максимально зусиль для того, щоб зробити його корисним [1, с. 236].

В. А. Горемикін у своїх дослідженнях зосереджувався на питанні обґрунтування майбутніх цілей підприємства та шляхів їх досягнення. Від процесу планування залежить розвиток усієї структури, а від цілепокладання — кінцевий результат. Тому вчений розглядав планування як систему планових розрахунків підприємницької діяльності; пропорцію розвитку [5, с. 10].

Управління процесом планування у Великій Радянській Енциклопедії — це сукупність методів та способів, які орієнтують на виявлення більш альтернативного варіанта розвитку господарської діяльності, що забезпечить ефективне використання ресурсів, а процес планування — це як особлива форма діяльності по розробці та реалізації плану [6, с. 74].

Також внесок у дослідження даної теми зробив український вчений, доктор економічних наук, професор В. Бесєдін. Його бачення полягало в наступному — планування розглядається як вікова категорія. У всі часи люди прагнули отримувати максимальний прибуток, використовуючи при цьому мінімальну кількість ресурсів. Саме тому управління процесом планування має вплив на максимальну ефективність господарської діяльності [3, с. 32].

Аналізуючи теоретичні аспекти управління процесом планування, слід виокремити німецького економіста Вольфганга Хойера. Який зазначив, що необхідно прагнути до визначення та контролінгу розвитку підприємницьких перспектив, орієнтуючись на ретроспективу [8, с. 135]. Однак сутність цього дослідження не охоплює цілковитої структури планування, адже, потрібно враховувати й дані теперішнього часу.

Проаналізувавши погляди різних вчених щодо визначення управління процесом планування, їх можна розділити на три економічні групи: планування — це процес; планування — це сукупність методів; планування — це вид діяльності.

Слід виділити, що управління процесом планування — це системна управлінська діяльність керівництва підприємства, яка спрямована на безперервний пошук та вибір найбільш ефективних напрямів діяльності з усіх можливих альтернатив, які б дозволили оптимізувати витрати операційної діяльності та максимізувати виручку від реалізації продукції в кризових умовах функціонування.

Важливе місце у соціально-економічному розвитку держави та адміністративної одиниці займає мале та середнє підприємництво в сфері послуг. Виокрем-

люють переваги управління процесом планування на підприємствах сфери послуг: швидка адаптація до умов середовища, інноваційність, мобільність.

Збільшення обсягів надходження до міського бюджету певної територіальної одиниці залежить від ефективності процесу планування господарської діяльності на малих та середніх підприємствах сфери послуг, а також перспективного розвитку в межах компетенції органів місцевого самоврядування (рис. 1).

На сьогодні для малих та середніх підприємств сфери послуг є дуже важливим використання процедури планування на всіх етапах своєї господарської діяльності. Адже, якісно сформований процес планування здатний:

- визначити довгострокові і короткострокові цілі підприємства сфери послуг, стратегію й тактику їх досягнення;
- розкрити цільові ринки, конкретні напрями діяльності, долю ринку;
- визначити склад витрат;
- підготувати склад маркетингових дій підприємств дослідження ринку, стимулювання продажів, реклами, ціноутворення, каналів збуту;
- виявити відповідність існуючих кадрів підприємства, умов мотивації їх праці вимогам, що висуваються для досягнення поставлених цілей;
- дати фінансовий аналіз проекту, дати оцінку відповідності наявних фінансових і матеріальних ресурсів можливостям досягнення поставленої мети;
- передбачити труднощі, які можуть перешкодити виконанню процесу планування;
- визначити основні ризики та знайти шляхи до їх подолання.

Господарська діяльність, в ринкових умовах, вимагає чіткої моделі управління процесом планування на малих та середніх підприємствах сфери послуг. Для отримання успіху на ринку послуг необхідно будувати відповідну стратегію розвитку підприємства, орієнтуючись на довгострокові цілі і розробку практичних рекомендацій, прийняття курсу дій і розподіл ресурсів, необхідних для досягнення поставлених цілей.

Багато вітчизняних та зарубіжних вчених досліджували питання визначення моделі управління процесом планування господарської діяльності малого та середнього підприємств сфери послуг. Проте, спираючись на дослідження Т. Д. Бурменко [4, с. 35], можна представити модель управління процесом планування наступним чином (рис. 2).

Сучасні теоретики в галузі стратегічного управління пропонують свої моделі управління головною

функцією менеджменту. Як зазначає Г. Мінцберг [7, с. 205], усі моделі управління засновані на базовій моделі Гарвардської школи бізнесу та її модифікаціях І. Ансоффа і Г. Стейнера, відрізняючись між собою головним чином у деталях, а не у фундаментальних принципах побудови. Модель Гарвардської школи бізнесу ґрунтується на процедурі SWOT-аналізу.

Г. Мінцберг [7, с. 210] називає її «моделлю школи проектування», оскільки в її основі лежить віра, що формулювання стратегії як процесу ґрунтується на декількох базових постулатах, що забезпечують «проектування стратегії». Відповідно до неї процес стратегічного планування господарської діяльності малих та середніх підприємств сфери послуг є деякою точкою перетину виявлених можливостей і загроз зовнішнього ділового навколишнього середовища, виражених у формі ключових факторів успіху

підприємства, а також сильних і слабких сторін його ресурсного потенціалу, виражених у відмінних здібностях до розвитку.

Модель управління процесом планування визначає можливість мінімізувати вплив нестачі ресурсів і загроз зовнішнього середовища та домогтися виконання стратегічних цілей за рахунок раціонального використання ресурсів та адаптації до змін зовнішнього середовища.

Таким чином, після аналізу поглядів різних вчених щодо визначення управління процесом планування, виділення трьох економічних груп, які визначають, що ж являє собою управління процесом планування, зазначення їх переваг та недоліків, можна вважати, що процес планування — це системна управлінська діяльність керівництва підприємства, що спрямована на безперервний пошук та вибір



Рис. 1. Аналіз впливу процесу планування на розвиток господарської діяльності малих та середніх підприємств сфери послуг

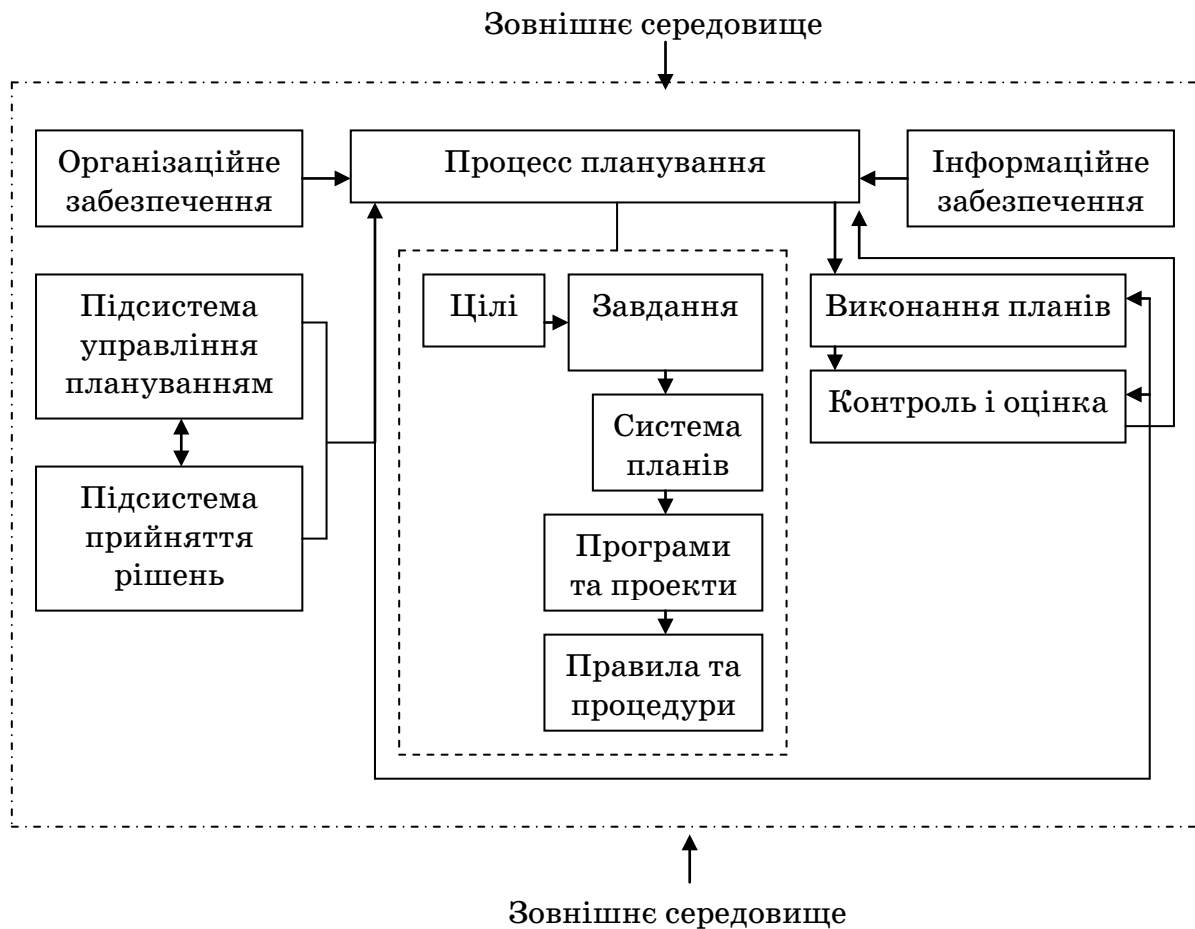


Рис. 2. Модель управління процесом планування підприємств сфери послуг

найбільш ефективних напрямів діяльності з усіх можливих альтернатив, що повинно дати змогу реалізувати короткострокові цілі, які б дозволили оптимізувати витрати операційної діяльності та максимізувати виручку від реалізації продукції в кризових умовах функціонування.

Висновки з проведеного дослідження. Нинішня ситуація в країні вимагає особливої обґрунтованості та актуалізації питань розробки планів для малих та середніх підприємств сфери послуг, включаючи чітке визначення пріоритетності цілей, задач та моделей управління. Однією з головних складових виступає управління процесом планування, адже цей процес спрямований на результативність розробленого плану, тому що він представляє опис майбутнього (бажаного) стану і тренду тенденцій. Кожний процесний елемент плану повинен складатися з системи цілей, задач і схем дій, моделей, за допомогою яких досягається поставлена мета.

Проведені дослідження показали, що процес планування господарської діяльності на малих та середніх підприємствах сфери послуг за умов ефективної реалізації сприяє економії коштів завдяки обґрунтованій підготовці до прийняття та скорочення ірраціональних рішень, створює підґрунтя для реалізації суміжних функцій менеджменту (координація, контроль, мотивація тощо), для швидкої та адекватної реакції на можливі події, пов'язані з жорсткою конкуренцією та нестабільністю економічного середовища; встановлює базу щодо виміру продуктивності діяльності всього підприємства та його окремих центрів прибутку; значно пом'якшує вплив ризику та невизначеності; дозволяє зберегти позиції фірми на відповідному ринковому сегменті. Управління процесом планування господарської діяльності на малих та середніх підприємствах сфери послуг — це особлива форма планової діяльності та складова частина системи стратегічного управління підприємством.

Література

1. Акофф Р. Планирование в больших экономических системах. М: Прогресс, 1985. 326 с.
2. Бенвенисте Г. Овладение политикой планирования. М: Прогресс, 1994. 304 с.
3. Бесєдін В. Створення, становлення і трансформування системи планування в Україні // Економіка України. 2002. № 4. С. 4–10.
4. Сфера услуг: менеджмент: учебное пособие / за ред.. Бурменко Т. Д. Москва: КноРус, 2017. 416 с.
5. Горемыкин В. А., Бутулов С. Р., Богомолов А. Ю. Планирование на предприятии: учебное пособие. М.: Рилант, 2000. 328 с.
6. Економічна енциклопедія. / за ред. С.В Мочерний. К.: Академія, 2000. 864 с.
7. Минцберг Г., Апельстрэнд Б., Лемпел Дж. Школы стратегий. М.: Книга по Требованию, 2017. 330 с.
8. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. М.: Новости, 1991. 200 с.

References

1. Akoff R. Planirovanie v bolshikh ekonomicheskikh sistemakh. M: Progress, 1985. 326 s.
2. Benveniste G. Ovladenie politikoy planirovaniya. M: Progress, 1994. 304 s.
3. Besjedin V. Stvorennja, stanovlennja i transformuvannja systemy planuvannja v Ukrajinі // Ekonomika Ukrajinj. 2002. #4. S.4–10.
4. Sfera uslug: menedzhment: uchebnoe posobie / za red.. Burmenko T. D. Moskva: KnoRus, 2017. 416 s.
5. Goremykin V. A., Butulov S. R., Bogomolov A. Yu. Planirovanie na predpriyatii: uchebnoe posobie. M.: Rilant, 2000. 328 s.
6. Ekonomichna encyklopedija. / za red. S.V Mochernyj. K.: Akademija, 2000. 864 s.
7. Mintsberg G., Apstrend B., Lempel Dzh. Shkoly strategiy. M.: Kniga po Trebovaniyu, 2017. 330 s.
8. Khoyer V. Kak delat biznes v Yevrope. M.: Novosti, 1991. 200 s.

Росола Уляна Василівна

старший викладач кафедри фінансів

Мукачівський державний університет

Росола Уляна Васильевна

старший преподаватель кафедры финансов

Мукачевский государственный университет

Rosola Ulyana

Senior Staff of the Department of Finance

Mukachevo State University

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5419

АКТУАЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ШКІЛ

АКТУАЛЬНОСТЬ СОЗДАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ШКОЛ

ACTUALITY OF CREATION OF MARKETING SCHOOLS

Анотація. У статті досліджено актуальність сучасної маркетингової підготовки працівників сільськогосподарських підприємств. В ході проведеного дослідження виявлено, що близько 80% працівників цих підприємств не мають знань щодо дослідження ринку, виявлення потреби у товарах, розуміння поведінки споживачів. Встановлення конкурентоспроможної ціни, вибір оптимальних каналів розподілу, встановлення ефективних маркетингових комунікацій з цільовою аудиторією є важливим завданням в сучасних умовах. З цією метою запропоновано створення «Відкритих шкіл аграрних маркетингових комунікацій». Обґрунтовано, що реалізація роботи цих шкіл має здійснюватися із залученням викладачів вищих навчальних закладів, працівників успішних компаній, які вже досягли успіхів у цій галузі, спеціалістів державних органів влади, зокрема фахівців податкової та митної служби та тренінгових центрів. Зазначено, що фінансування Відкритої школи має базуватись та підтримуватись на різних рівнях, а саме: за рахунок державних, місцевих бюджетів, спеціальних фондів аграрних угруповань, а також на комерційній основі – за рахунок самих сільськогосподарських підприємств. Обґрунтовано, що навчання має базуватись за online та offline режимом, що в цілому буде оптимальним як для працівників та для підприємства в цілому. Навчання в даного типу шкіл повинні забезпечити формування ефективної маркетингової стратегії, правильне вивчення ринку та формулювання потреб споживачів, а також заключення вигідних контрактів на різних ринках, включаючи біржі, що в подальшому призведе до ефективної фінансово-стабільної політики сільськогосподарського підприємства.

Ключові слова: маркетинг, підготовка, школа аграрних маркетингових комунікацій.

Аннотация. В статье исследованы актуальность современной маркетинговой подготовки работников сельскохозяйственных предприятий. В ходе проведенного исследования выявлено, что около 80% работников этих предприятий не имеют знаний по исследованию рынка, выявление потребности в товарах, понимание поведения потребителей. Установление конкурентоспособной цены, выбор оптимальных каналов распределения, установление эффективных маркетинговых коммуникаций с целевой аудиторией является важной задачей в современных условиях. С этой целью предложено создание «Открытых школ аграрных маркетинговых коммуникаций». Обосновано, что реализация работы этих школ должно осуществляться с привлечением преподавателей высших учебных заведений, работников успешных компаний, которые уже достигли успехов в этой области, специалистов государственных органов власти, в частности специалистов налоговой и таможенной службы и тренинговых центров. Отмечено, что финансирование Открытой школы должна базироваться и поддерживаться на разных уровнях, а именно: за счет государственных, местных бюджетов, специальных фондов аграрных группировок, а также на коммерческой основе – за счет самих сельскохозяйственных предприятий. Обосновано, что обучение должно базироваться за online и offline режимом, в целом будет оптимальным как для работников и для предприятия в целом. Обучение у данного типа школ должны обеспечить формирование

эффективной маркетинговой стратегии, правильное изучение рынка и формулировка потребностей потребителей, а также заключение выгодных контрактов на различных рынках, включая биржи, в дальнейшем приведет к эффективной финансово-стабильной политики сельскохозяйственного предприятия.

Ключевые слова: маркетинг, подготовка, школа аграрных маркетинговых коммуникаций.

Summary. The article examines the relevance of modern marketing training of agricultural workers. The study found that about 80% of employees of these enterprises have no knowledge of market research, identification of the need for goods, understanding of consumer behavior. Setting a competitive price, choosing the best distribution channels, establishing effective marketing communications with your target audience are all important tasks in today's environment. To this end, the creation of the «Open School of Agrarian Marketing Communications» was proposed. It is substantiated that the implementation of the work of these schools should be carried out with the involvement of teachers of higher education institutions, employees of successful companies that have already achieved success in this field, specialists of state authorities, including specialists in tax and customs services and training centers. It is stated that the financing of the Open School should be based and maintained at different levels, namely: at the expense of state, local budgets, special funds of agricultural groups, and also on a commercial basis – at the expense of the agricultural enterprises themselves. It is justified that the training should be based on the online and offline mode, which will be optimal for both employees and the enterprise as a whole. Education in this type of school should ensure the formation of an effective marketing strategy, proper market study and the formulation of consumer needs, as well as the conclusion of lucrative contracts in different markets, including exchanges, which will further lead to an effective financial and stable agricultural enterprise policy.

Key words: marketing, training, school of agrarian marketing communications.

Постановка проблеми. У 21 столітті сільське господарство, крім біологічних та хімічних знань, вимагає також основоположних знань з маркетингу, менеджменту, економіки та сучасних технологій. Як показує світовий досвід, в умовах ринкової економіки знання, уміння і навички у сфері продажів часто відіграють більш важливу роль у забезпеченні успіху господарської діяльності, ніж навіть знання у сфері виробництва, зберігання і переробки продукції. Для сучасного сільського господарства цей досвід надзвичайно значимий.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі можемо спостерігати за початком організації та створення бізнес- та маркетингових шкіл в Україні. Вітчизняні науковці, зокрема, Г. Карчева, С. Коляденко, Н. Краус, В. Фіщук приділяли увагу питанням цифровізації сучасної економіки. Проте слід зазначити, що новаторство у цій сфері та швидкий темп розвитку економіки та технологій зумовили необхідність досліджувати дану тематику.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даного дослідження було визначити актуальність цифровізації економіки та доцільність створення маркетингових шкіл.

Виклад основного матеріалу. Як показали результати проведеного у процесі дослідження анкетування керівників сільськогосподарських підприємств, фермерів та членів особистих селянських господарств, потреба у спеціальній маркетинговій підготовці фахівців сфери збуту сільськогосподарської продукції залишається актуальною. Так, серед працівників,

що задіяні у сфері реалізації сільськогосподарських підприємств, 20,0% працюють у продажах тривалий час, володіють певним рівнем знань і компетентностей, однак жоден з них не має відповідної освіти з маркетингу. Решта 80,0% не мають ні теоретичної підготовки, ні практичного досвіду й потребують набуття спеціальних знань і навичок. Серед фермерських господарств лише 9,1% мають працівників у сфері збуту з достатнім досвідом роботи, а ще 4,5%, призначивши спеціального працівника на посаду зі збуту, отримали суттєве зростання прибутку, проте цей працівник не володів ні відповідним рівнем освіти, ні достатнім досвідом. В усіх інших фермерських господарствах немає працівників, що володіють знаннями чи досвідом у сфері збуту. Щодо особистих селянських господарств, то в жодному з них немає членів, які могли б забезпечити відповідний рівень маркетингової роботи та формування ефективних каналів збуту.

Більше того, нині актуальності набуває не тільки володіння класичними інструментами маркетингу, а й сучасними інноваційними підходами — зокрема digital-технологіями, інструментарієм електронних торгів тощо. Аграрії країн, що є провідними операторами світових ринків сільськогосподарських продуктів, активно освоюють цифровізацію. Так, як зазначає Н. Грабовська, «згідно з прогнозами, вже до 2020 р. частка електронного комерційного аграрного ринку США зросте до \$630 млрд., а Китаю ще більше — до \$1,7 трлн.» [1]. Тому і українським товаровиробникам необхідно приєднуватися до цифровізаційного тренду.

Попри широке використання Інтернет-ресурсів та цифрових технологій в Україні, де понад 25,59 млн. громадян користуються Інтернетом, що становить 58% населення, в тому числі мобільним Інтернетом користуються 18,7 млн. українців, або 42% населення, застосування Інтернет-ресурсів та цифрових технологій у бізнесі поки що не розвинене. Особливо це помітно в аграрній сфері. Так, за нашими дослідженнями, жоден опитаний сільськогосподарський товаровиробник Закарпаття не використовує цифрові технології у власній діяльності. Однак, при цьому працівники і власники аграрного бізнесу говорять про високий рівень зацікавленості у цифровізації й одночасно визнають низький рівень власної обізнаності щодо її можливостей. Тому нині потрібно всіяко підтримувати зацікавленість працівників аграрної сфери та власників аграрного бізнесу у поширенні цифрових технологій у продажах, а також розвитку аграрного маркетингу в цілому.

У зв'язку з цим необхідно на державному і регіональних рівнях сприяти поліпшенню підготовки працівників сільськогосподарських підприємств і фермерських господарств, а також членів особистих селянських господарств у сфері маркетингу й збуту готової продукції. З цією метою потрібно активізувати роботу та забезпечити кооперацію дорадчих служб, відділів сільського господарства та продовольства районних державних адміністрацій, районних центрів державної служби зайнятості України та інших органів й установ щодо організації спеціальних «Відкритих шкіл аграрних маркетингових комунікацій» (далі — Відкритих шкіл). Основною метою роботи означених шкіл має стати поширення знань в галузі маркетингу серед працівників і власників аграрного бізнесу задля зростання обсягів сільськогосподарської діяльності, розширення ринків збуту готової продукції, оптимізації цінової кон'юнктури, виходу вітчизняних товаровиробників на міжнародні ринки рослинних і тваринних продуктів та продуктів їх переробки, а в решті решт розвиток аграрного бізнесу та поліпшення добробуту сільського населення.

Реалізація освітніх програм для підготовки господарників у рамках роботи Відкритих шкіл має здійснюватися на основі залучення тренерів та викладачів вищих та середніх спеціальних закладів освіти, фахівців наукових установ, спеціалістів державних органів (зокрема фіскальної, митної служб, Антимонопольного комітету й інших), консультативних і тренінгових центрів тощо (рис. 1).

Така кооперація дозволить не лише вирішити питання забезпечення високого рівня підготовки, а й врегулювати окремі проблеми, пов'язані із фінансуванням.

Адже виходячи з реалій сьогодення користування послугами Відкритих шкіл має бути максимально дешевим для сільськогосподарських товаровиробників. Крім того, як свідчать дослідження, готовність учитися і оплачувати власне навчання поки що залишається не достатньою, у дрібних товаровиробників немає усвідомлення значимості навчання для розвитку власного бізнесу, а отже й немає бажання витрачати кошти за цим напрямом.

Тому створення й, на перших порах, функціонування Відкритих шкіл має фінансування за рахунок комбінування сукупності джерел. Перш за все, це мають бути кошти, що виділяються з державного бюджету на фінансування дорадництва [6–8]. На сьогодні обсяги фінансування з означеного джерела можуть сягнути 90% вартості дорадчих послуг та скласти 10 тис. грн. у рік з розрахунку на одну дорадчу службу.

Також до формування фінансових джерел мають активно долучатися місцеві органи самоврядування у рамках програм розвитку підприємництва та стимулювання бізнесу на місцях. Такі вкладення можуть обмежуватися виключно фінансовими можливостями місцевого бюджету. У рамках розвитку підприємницької ініціативи та поширення малих форм бізнесу до фінансування Відкритих шкіл може долучатися державна служба зайнятості України у рамках стимулювання проектів із започаткування власного бізнесу у сфері маркетингу і маркетингових технологій, просування брендів, розвитку тренінгових центрів, осередків проведення комунікативних заходів тощо. Важливо залучити до фінансування Відкритих шкіл сільськогосподарських товаровиробників. Однак починати тут доцільно із залучення коштів з фінансових джерел їхніх об'єднань, а також суспільних і громадських організацій аграрників.

Поряд з тим, потрібно усвідомлювати, що забезпечення високого стандарту підготовки і подання інформації у Відкритих школах не можливе без комерційної основи. Тому окремі тренінгові програми, участь у семінарах та комунікативних заходах можуть бути платними або частково платними для сільськогосподарських товаровиробників. У перспективі усе навчання у відкритих школах має трансформуватися на комерційні (платні) засади із значною диференціацією цінової політики залежно від користувачів послуг шкіл, типу навчальної програми, комунікативних заходів тощо. Однак така трансформація стане можливою лише у разі особистої зацікавленості сільськогосподарських товаровиробників у навчанні, усвідомлені потреби щодо підвищення знань, навичок і компетентностей у сфері збуту продукції і аграрного маркетингу,

а головне — у результаті забезпечення економічного ефекту навчання у вигляді зростання обсягів продажу, розширення та стабілізації каналів збуту, підвищення прибутковості і рентабельності аграрного бізнесу. Тому комерціалізація роботи Відкритих шкіл є завданням середньострокової та віддаленої перспективи.

Основними користувачами послуг Відкритих шкіл мають стати працівники і власники сільськогосподарських підприємств, фермери, члени особистих селянських господарств, а також фахівці і спеціалісти спеціалізованих бізнес-структур із гуртового збуту сільськогосподарської продукції, у тому числі обслуговуючих збутових кооперативів, підприємств-посередників тощо. У Закарпатській області потенційне коло споживачів послуг Відкри-

тої школи за даними Державної служби статистики України [5] нині складається із 102 сільськогосподарських підприємств, обслуговуючих кооперативів та інших господарюючих суб'єктів громадського сектору в аграрній сфері, 927 фермерських господарств, а також 228,7 тис. особистих селянських господарств.

Незважаючи на такі значні розміри щодо чисельності потенційних користувачів послуг вважаємо, що на початковому етапі доцільно започаткувати одну Відкриту школу обласного рівня із можливістю проведення виїзних семінарів, тренінгів та інших комунікативних заходів на місцях (у районах, селищах тощо). Адже поряд із очним навчанням вагома роль має відводитися online-освіті. Загалом виходячи із потреб сільськогосподарських товаровиробників

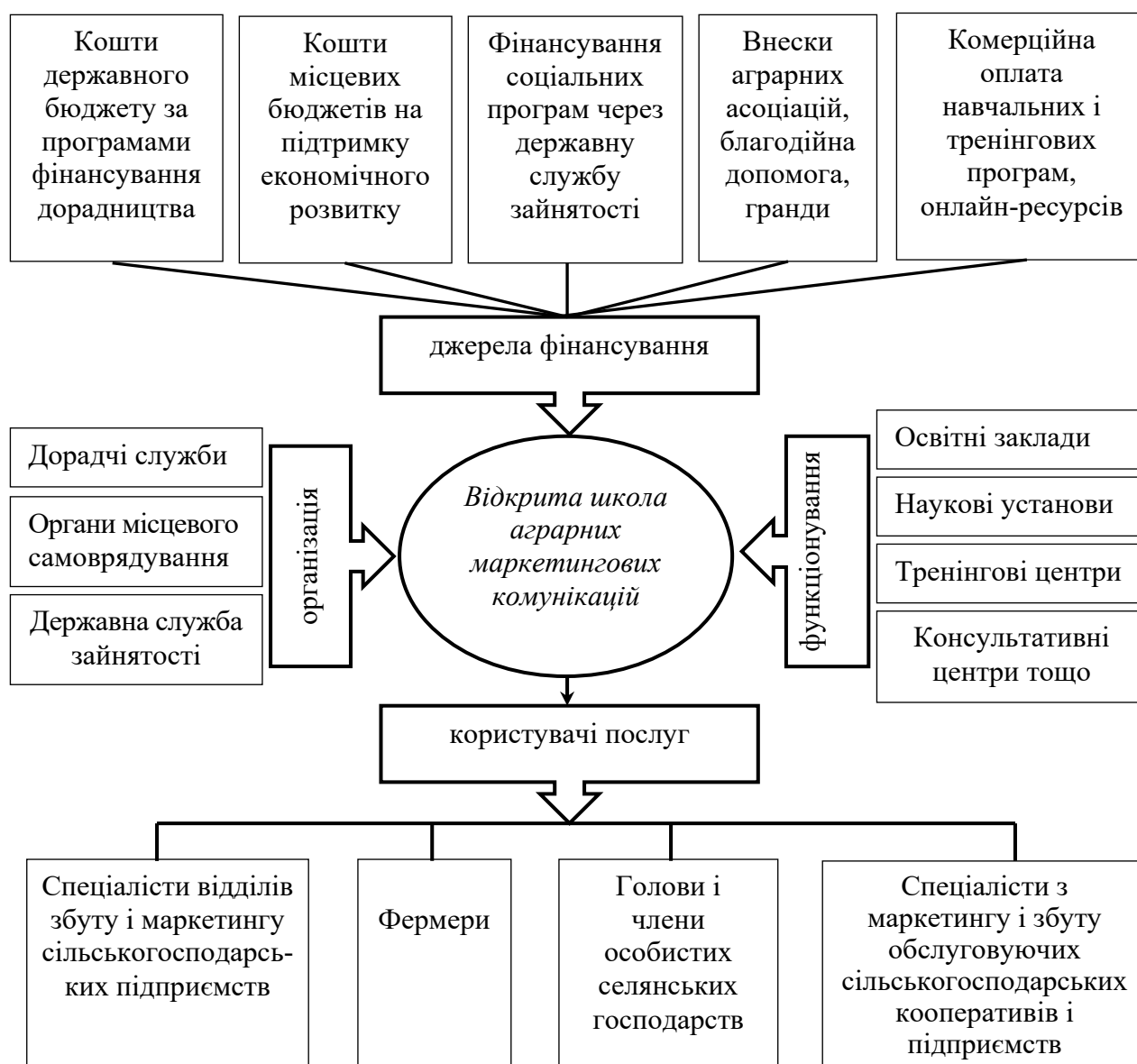


Рис. 1. Організація і функціонування Відкритих шкіл аграрних маркетингових комунікацій

Джерело: запропоновано автором

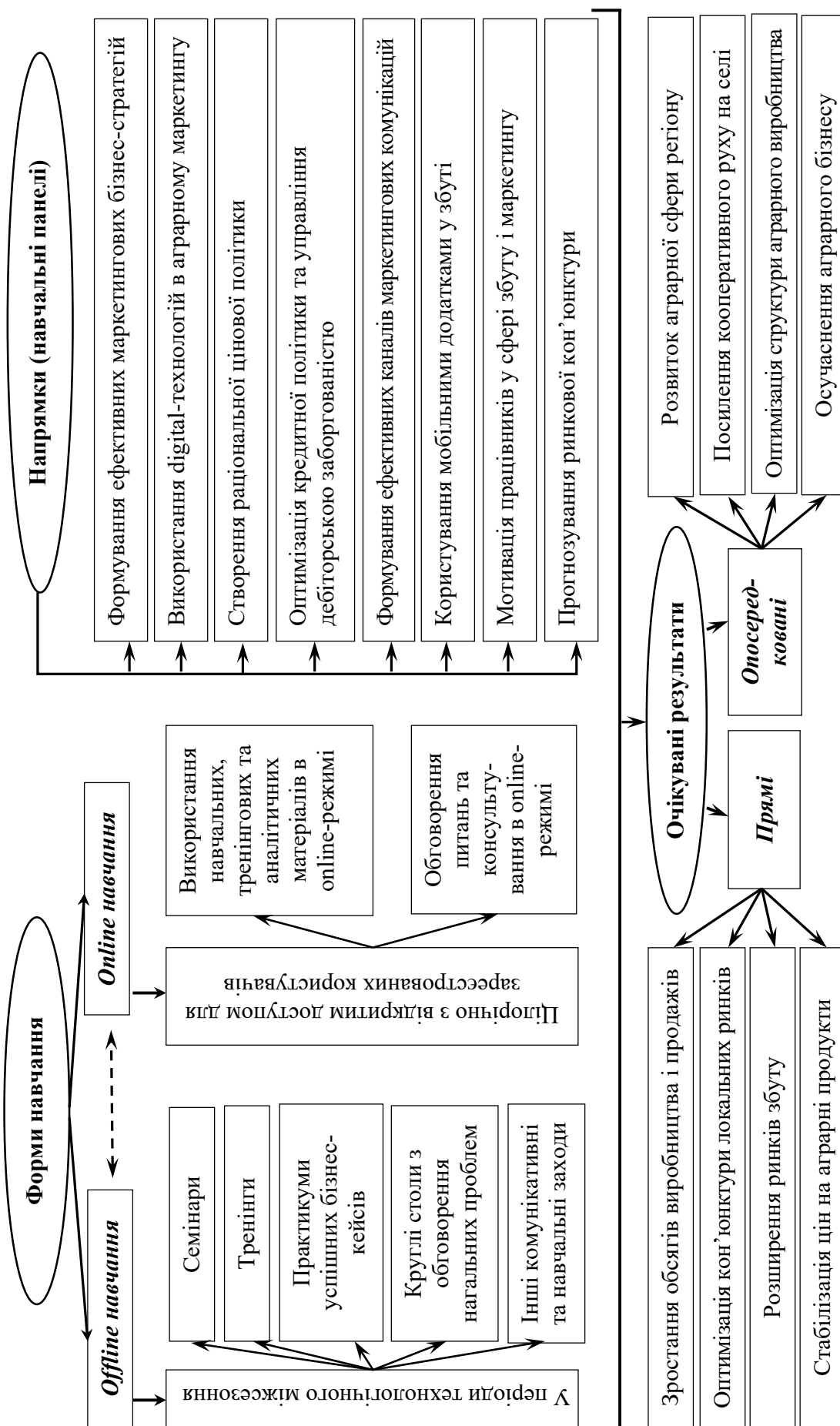


Рис. 2. Форми, напрямки та очікувані результати роботи Відкритих шкіл аграрних маркетингових комунікацій
Джерело: запропоновано автором

форми і напрями роботи Відкритих шкіл також повинні мати значну варіативність (рис. 2).

Щодо форм роботи, то тут слід одночасно розвивати можливості offline та online навчання. При цьому offline формат має ґрунтуватися на коротких (в межах 1 дня) тренінгах, семінарах чи інших формах роботи. Доцільно поширювати обмін досвідом між товаровиробниками у вигляді обговорення успішних практичних кейсів по реальних ситуаціях в аграрному бізнесі. Проводити круглі столи і наради, в яких учасники могли поділитися проблемами, які виникають у них при збуті продукції та послухати успішні шляхи їх вирішення, що були впроваджені іншими господарниками. Однак, offline формат не повинен бути єдиним чи основним форматом роботи Відкритої школи.

Потрібно враховувати, що діяльність більшості сільськогосподарських товаровиробників, особливо тих, що займаються вирощуванням рослинницьких продуктів, вирізняється сезонністю і значною нерівномірністю розподілу робіт у різні часові періоди протягом року. Частково сезонність притаманна й виробникам окремих видів тваринницьких продуктів (зокрема меду, вовни, молока, яєць тощо).

На рис. 2 наведені лише найбільш нагальні напрями освітньої підготовки (освітні панелі). Проте, у перспективі, крім навчання навичкам формування ефективних маркетингових стратегій у різних сегментах аграрного бізнесу, створення раціональної цінової політики та оптимізації засад кредитної політики підприємства й управління його дебітор-

ською заборгованістю, формування ефективних каналів маркетингових комунікацій, прогнозування ринкової кон'юнктури та створення дієвої системи мотивації працівників у сфері збуту і маркетингу, особливу увагу потрібно приділити підходам до використання digital-технологій в аграрному маркетингу, зокрема застосуванню мобільних додатків для збуту продукції. Також необхідно проводити тренінги щодо укладення бізнес-контрактів, доцільно надавати необхідну інформацію та відповідне навчання щодо питань сертифікації та стандартизації сільськогосподарської продукції, митного оформлення та проходження сукупності митних процедур та їхнього впливу на процеси збуту. Окремий інтерес можуть викликати питання біржової торгівлі, а також їх осучасненням варіантом через заміну біржових торгів продажами через спеціальні комп'ютерні програми та додатки для мобільних пристроїв.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Започаткування і розвиток Відкритих шкіл дозволить отримати ряд позитивних результатів як у вигляді зростання обсягів виробництва і продажу сільськогосподарської продукції, розширення ринків збуту, поліпшення кон'юнктури локальних ринків та стабілізації цін на аграрні продукти, так і у вигляді загального розвитку та осучаснення аграрної сфери, оптимізації структури аграрного виробництва, посилення комунікацій та інтеграції на селі, відродження кооперативного руху тощо.

Література

1. Карчева Г. Т. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки / Г. Т. Карчева, Д. В. Огородня, В. А. Опенька // Фінансовий простір. 2017. № 3 (27). С. 13–21.
2. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі / С. В. Коляденко // Економіка. Фінанси. Менеджмент. 2016. № 6. С. 105–112.
3. Краус Н. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку / Н. М. Краус, О. П. Голобородько, К. М. Краус // Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_-2018/8.pdf
4. Фіщук В. Цифрова економіка — це реально / В. Фіщук. URL: <http://biz.nv.ua/ukr>
5. Грабовська Н. Майбутнє агробізнесу за digital trading // Агробізнес сьогодні. 17 грудня 2018 р. URL: <http://agro-business.com.ua/agrobusiness/item/12421-maibutnie-ahrobiznesu-za-digital-trading.html>
6. Полякова А. Лише 58% українців користуються Інтернетом — дослідження // Економічна правда. 31 січня 2018 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/01/31/633590/>
7. Сільськогосподарське дорадництво // Інформаційно-аналітичний портал АПК України. URL: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskogospodarske-doradnictvo>
8. Державна підтримка сільського господарства: урядові програми 2018 // Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: <http://dotacii.minagro.gov.ua/ua>
9. Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

References

1. Karcheva H. T. Tsyfrova ekonomika ta yii vplyv na rozvytok natsionalnoi ta mizhnarodnoi ekonomiky / H. T. Karcheva, D. V. Ohorodnia, V. A. Openka // Finansovy prostir. 2017. № 3 (27). S. 13–21.
2. Koliadenko S. V. Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennia v Ukraini i u sviti / S. V. Koliadenko // Ekonomika. Finansy. Menedzhment. 2016. № 6. S. 105–112.
3. Kraus N. M. Tsyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy avanharnoho kharakteru rozvytku / N. M. Kraus, O. P. Holoborodko, K. M. Kraus // Efektyvna ekonomika. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_-2018/8.pdf
4. Fishchuk V. Tsyfrova ekonomika — tse realno / V. Fishchuk. URL: <http://biz.nv.ua/ukr>
5. Hrabovska N. Maibitnie ahrobiznesu za digital trading // Ahrobiznes sohodni. 17 hrudnia 2018 r. URL: <http://agro-business.com.ua/agrobusiness/item/12421-maibutnie-ahrobiznesu-za-digital-trading.html>
6. Poliakova A. Lyshe 58% ukraintsiv korystuiutsia Internetom — doslidzhennia // Ekonomichna pravda. 31 sichnia 2018 r. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/01/31/633590/>
7. Silskohospodarske doradnytstvo // Informatsiino-analitychnyi portal APK Ukrainy. URL: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskogospodarske-doradnictvo>
8. Derzhavna pidtrymka silskoho hospodarstva: uriadovi prohramy 2018 // Ministerstvo ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy. URL: <http://dotacii.minagro.gov.ua/ua>
9. Statystychna informatsiia // Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Яворська Надія Петрівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національний університет «Львівська політехніка»*

Яворская Надежда Петровна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры предпринимательства и экологической экспертизы товаров
Национальный университет «Львовская политехника»*

Yavorska Nadiya

*PhD, Associate Professor of the Department of
Entrepreneurship and Environmental Examination of Goods
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0002-8145-7752*

Данько Тетяна Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національний університет «Львівська політехніка»*

Данько Татьяна Ивановна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры предпринимательства и экологической экспертизы товаров
Национальный университет «Львовская политехника»*

Danko Tetyana

*PhD, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Entrepreneurship and Environmental Examination of Goods
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0001-7342-4830*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5416

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ КОМПАНИЙ

METHODICAL APPROACHES TO ESTIMATING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF TRADING ENTERPRISES

Анотація. У статті проведено аналіз існуючих методичних підходів до оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств з метою виділення комплексу оптимальних методів оцінки, який би не тільки об'єктивно показав реальний рівень конкурентоспроможності в динаміці, але й дозволив виявити шляхи підвищення конкурентоспроможності.

Узагальнено наукові дослідження щодо оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств та встановлено, що всю сукупність методів оцінювання переважно об'єднують у деякі групи, які базуються на різних концептуальних засадах.

Встановлено, що розглянуті методи і підходи до оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств не містять єдиної узгодженої думки, у більшості методів і підходів оцінювання наявні лише деякі схожості в плані однорідності показників або досліджуваних сторін діяльності торговельного підприємства.

Доведено доцільність проведення оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств саме за структурно-функціональним підходом на основі багатовимірного порівняльного аналізу з визначенням інтегрального індексу, який би описував три рівні конкурентоспроможності торговельних підприємств: позицію, потенціал та інструменти конкуренції певних торговельних підприємств у залежності від сфери економічної діяльності. Оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств передбачає реалізацію послідовних взаємопов'язаних етапів (від визначення факторів, вибору статистичних показників, які описують ці фактори, нормалізації (стандартизації) цих показників, величини вагових коефіцієнтів відібраних показників у межах кожного блоку та проведення агрегування даних в інтегральний індекс конкурентоспроможності торговельних підприємств) в основу яких покладено використання різноманітних засобів аналітичної оцінки. Запропоновано методичний підхід до визначення інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств.

Ключові слова: методичні підходи, оцінка рівня конкурентоспроможності, конкурентоспроможність торговельних підприємств.

Аннотация. В статье проведен анализ существующих методических подходов к оценке уровня конкурентоспособности торговых предприятий с целью выделения комплекса оптимальных методов оценки, который бы не только объективно показал реальный уровень конкурентоспособности в динамике, но и позволил выявить пути повышения конкурентоспособности.

Обобщены научные исследования по оценке конкурентоспособности торговых предприятий и установлено, что всю совокупность методов оценки преимущественно объединены в отдельные группы, которые базируются на разных концептуальных основах.

Установлено, что рассмотренные методы и подходы к оценке конкурентоспособности торговых предприятий не содержат единой согласованной мысли, в большинстве методов и подходов оценки имеются лишь некоторые сходства в плане однородности показателей или исследуемых сторон деятельности предприятия.

Доказана целесообразность проведения оценки уровня конкурентоспособности торговых предприятий именно по структурно-функциональным подходом на основе многомерного сравнительного анализа с определением интегрального индекса, который бы описывал три уровня конкурентоспособности торговых предприятий: позицию, потенциал и инструменты конкуренции определенных торговых предприятий в зависимости от сферы экономической деятельности. Оценка уровня конкурентоспособности торговых предприятий предусматривает реализацию последовательных взаимосвязанных этапов (от определения факторов, выбора статистических показателей, описывающих эти факторы, нормализации (стандартизации) этих показателей, величины весовых коэффициентов отобранных показателей в пределах каждого блока и проведения агрегирования данных в интегральный индекс конкурентоспособности торговых предприятий) в основу которых положено использование различных средств аналитической оценки. Предложен методический подход к определению интегрального индекса конкурентоспособности торговых предприятий.

Ключевые слова: методические подходы, оценка уровня конкурентоспособности, конкурентоспособность торговых предприятий.

Summary. The article analyzes the existing methodological approaches to assessing the level of competitiveness of trading enterprises in order to identify a complex of optimal methods of assessment, which would not only objectively show the real level of competitiveness in the dynamics, but also to identify ways to improve competitiveness.

The scientific research on the assessment of the competitiveness of trading enterprises has been generalized and it has been found that the whole set of valuation methods is mainly combined into some groups based on different conceptual bases.

It is established that the considered methods and approaches to assessing the competitiveness of trading enterprises do not contain a consensus, in most assessment methods and approaches there are only some similarities in terms of the homogeneity of indicators or research aspects of trading enterprise activity.

The expediency of assessing the level of competitiveness of trading enterprises based on a structural and functional approach based on a multidimensional comparative analysis with the definition of an integral index, which would describe the three levels of competitiveness of trading enterprises: position, potential and instruments of competition of certain trading enterprises depending on the sphere of economic activity is proved. Assessing the level of competitiveness of trading enterprises involves the implementation of successive interrelated steps (from determining the factors, selecting statistical indicators describing these factors, normalizing (standardizing) these indicators, the magnitude of the weighted coefficients of the selected indicators within each block and integrating the aggregate data business enterprises) which are based on the use of various analytical tools. A methodological approach to determining the integral index of competitiveness of trading enterprises is proposed.

Key words: methodological approaches, assessment of the level of competitiveness, competitiveness of trading enterprises.

Постановка проблеми. Адаптація до умов ринкової економіки та процесів глобалізації спричиняє зростання ринкової конкуренції, що передбачає необхідність постійного підвищення рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств. А тому, застосування методичних підходів оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств є невід'ємною складовою самої системи управління діяльністю торговельних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведене дослідження літературних джерел щодо методики оцінювання конкурентоспроможності торговельних підприємств засвідчує наявність низки методичних підходів, що висвітлювались у працях різноманітних зарубіжних і вітчизняних вчених [1–7]. Узагальнюючи наукові дослідження щодо оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств, встановлено, що всю сукупність методів переважно об'єднують у деякі групи, що базуються на різних концептуальних засадах.

Конкурентоспроможність торговельних підприємств може визначатися також на підставі різних методичних підходів, таких як: матричний та індикативний (залежно від методів оцінки); критеріальний та експертний (залежно від вимог до формування інформаційної бази оцінки); графічний та математичний (залежно від форми представлення результатів оцінки); статичний та стратегічний (залежно від розробки управлінських рішень).

Постановка завдання. Розглянуті методи і підходи до оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств засвідчують, що серед вчених не існує єдиної узгодженої думки. У більшості методів і підходів оцінки є деякі схожості в плані однорідності показників або досліджуваних сторін діяльності торговельного підприємства. Саме тому, сьогодні, необхідним є вибір комплексу оптимальних методів оцінки, який би не тільки об'єктивно показав реальний рівень конкурентоспроможності в динаміці, але й дозволив виявити шляхи підвищення конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств є складним багатофакторним завданням, яке зводиться до визначення комплексу показників, які характеризують вагомі сторони діяльності торговельних підприємств та формують її конкурентоспроможність.

Виходячи із проведеного дослідження наукових праць [1–7] можна виділити два підходи до оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств: структурний та функціональний. За структурно-

сті торговельних підприємств визначення її рівня ґрунтується на дослідженні його позицій на ринку, врахування кількості та структури природних монополій в країні, легкості входження на ринок нових суб'єктів господарювання.

За функціонального підходу до оцінювання конкурентоспроможності торговельних підприємств визначення її рівня ґрунтується на обчисленні показників ефективності виробництва чи реалізації, фінансового стану та конкурентоспроможності товару. Недоліком функціонального підходу є використання таких показників, які не дають змогу враховувати конкурентний потенціал торговельних підприємств.

Вважаємо за доцільне проводити оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств за структурно-функціональним підходом на основі багатовимірною порівняльного аналізу з визначенням інтегрального індексу, який би описував три рівні конкурентоспроможності торговельних підприємств: позицію, потенціал та інструменти конкуренції певних торговельних підприємств у залежності від сфери економічної діяльності. Проведення оцінки рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств передбачає реалізацію наступних послідовних взаємопов'язаних етапів:

1. На першому етапі дослідження визначаються фактори конкурентоспроможності торговельних підприємств та її складові. Найбільш значущими внутрішніми факторами є: технічний рівень підприємства, рівень кваліфікації та оплати працівників, технології виробництва продукції та застосування сировини, наявність оборотних коштів підприємства та складських, торгових приміщень, готовність до інноваційної діяльності та маркетингових досліджень (саме їх вплив сприяє змінам обсягу виробництва й асортиментної політики підприємства). Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства може бути прямий через дії споживачів, постачальників, конкурентів, інфраструктури і непрямий, найбільш вагомим і значущим є вплив цінової, митної та податкової політики, місткості ринку та коливання попиту і пропозиції, законодавства та діяльності органів влади.

Таким чином, для кількісного визначення рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств необхідно перш за все здійснити вибір показників хоча б за 3 періоди часу (квартали, роки) із врахуванням факторів впливу на його конкурентоспроможність. Наше бачення щодо розробки підходу до оцінки рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств базується на принципі збалансованості, тобто збалансована система показників повинна включати три блоки: конкурентна позиція, кон-

курентний потенціал та інструменти конкуренції торговельних підприємств, кожен з яких в свою чергу повинен враховувати важливі складові. Кожен показник представляє собою співвідношення абсолютних або відносних показників, які відображають різносторонні аспекти діяльності торговельних підприємств в цілому, або його окремих функціональних та часткових елементів. При цьому окремі показники, що входять до складу груп показників відповідних блоків можуть бути стимуляторами (їх зростання позитивно впливає на рівень конкурентоспроможності) або дестимуляторами (їх зростання, навпаки, негативно позначається на конкурентоспроможності торговельних підприємств, оскільки знижує її рівень).

2. На другому етапі необхідно визначити узгодженість статистичних показників, для чого необхідно провести аналіз кореляційних зв'язків між ними. Після визначення факторів, які впливають на конкурентоспроможність торговельних підприємств, вибору статистичних показників, які описують ці фактори, необхідно переконатись, що обрані показники дійсно відображають вплив названих факторів, для чого необхідно проаналізувати внутрішню узгодженість сукупності індикаторів за допомогою кореляційного аналізу і методів математичної статистики. Для оцінки внутрішньої узгодженості експертних характеристик, які описують конкурентоспроможність торговельних підприємств доцільно застосувати підхід з використанням коефіцієнта альфа Кронбаха [7].

Наявність високого ступеню кореляційних зв'язків дозволяє зробити висновок про те, чи показники, що включені в індекс конкурентоспроможності торговельних підприємств, дійсно відображають об'єкт дослідження та узгоджуються між собою.

На другому етапі також необхідно виконати нормалізацію (стандартизацію) показників, визначити вагомість факторів та провести агрегування даних в інтегральний індекс конкурентоспроможності торговельних підприємств. Суть процесу нормалізації показників полягає у приведенні до стандартизованого вигляду різноименних показників (показників з різними одиницями вимірювання) за заданими критеріями їх оптимізації (стимулятори $\rightarrow \max$; дестимуляторами $\rightarrow \min$), для чого найчастіше використовують такі формули [7]:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j}{S_j}, \quad (1)$$

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j}{R_j}, \quad (2)$$

$$z_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{0j}}, \quad (3)$$

де z_{ij} ($i = 1, m; j = 1, n$) — нормоване значення j -го показника для i -го об'єкта;

$i = 1, 2, \dots, m$ — номер об'єкта спостереження (торговельного підприємства);

$j = 1, 2, \dots, n$ — номер показника (фактора);

n — кількість досліджуваних показників;

x_{ij} ($i = 1, m; j = 1, n$) — значення j -го показника для i -го об'єкта;

x_{0j} — основа стандартизації j -того показника, за яку приймається $S_j, R_j, \max(x_{ij}); \min(x_{ij})$;

x_j — середня арифметична вхідних значень j -го показника, яку визначають за формулою:

$$\bar{x}_j = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m x_{ij}. \quad (4)$$

S_j — середньоквадратичне відхилення (стандартна похибка) початкових показників для j -ї ознаки визначають за формулою:

$$S_j = \sqrt{\frac{1}{m-1} \sum_{i=1}^m (x_{ij} - \bar{x}_j)^2}. \quad (5)$$

Таким чином за кожним блоком показників конкурентоспроможності торговельних підприємств отримуємо матрицю розміром $m \times n$ нормованих значень (z_{ij}):

$$z_{ij} = \begin{pmatrix} z_{11} & z_{12} \dots & z_{1n} \\ z_{21} & z_{22} \dots & z_{2n} \\ \dots & \dots & \dots \\ z_{m1} & z_{m2} \dots & z_{mn} \end{pmatrix}. \quad (6)$$

Зазначені матриці застосовуємо для подальших розрахунків та визначаємо граничні межі знаходження стандартизованих показників, що відповідають теоретичному еталону (суб'єкту торговельного підприємства, який є більш конкурентоспроможним в даному секторі) — точку P_0 в багатовимірному просторі зі значеннями показників — $P_0 = (z_{01}, z_{02}, \dots, z_{0n})$, (найбільше значення за кожною з ознак, коли ця ознака є стимулятором, і найменше значення — коли ознака є дестимулятором). Тоді кожне торговельне підприємство можна інтерпретувати як деяку точку P_i в n -вимірному векторному просторі, координатами якої є величини $Z_{ij}, j = 1, 2, \dots, n$.

Далі знаходимо відстань від точки P_i (кожного досліджуваного торговельного підприємства) до точки P_0 (теоретичного еталону). Позицію i -ї одиниці відносно бази порівняння z_0 визначають як Евклідову відстань:

$$d_{i0} = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{j=1}^n (z_{ij} - z_{0j})^2}. \quad (7)$$

Під час оцінювання окремого торговельного підприємства встановлюють гранично допустимі значення відстані об'єкта до об'єкта-еталона за правилом:

$$d_0 = \bar{d} + 3S_d. \quad (8)$$

Тут $\bar{d}$ — середнє значення відстані для всіх об'єктів системи до об'єкта-еталона:

$$\bar{d} = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m d_{i0}, \quad (9)$$

S_d — середнє квадратичне відхилення відстаней:

$$S_d = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m (d_{i0} - \bar{d})^2}. \quad (10)$$

Формула (8) ґрунтується на правилі 3σ — за нормального розподілу випадкової величини 99,7% її можливих значень потрапляють в інтервал $x_c - 3\sigma_x < x < x_c + 3\sigma_x$.

Таксономічний показник рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств (функція переваги) за трьома блоками індексу визначають із співвідношення:

$$f(x_i) = 1 - \frac{d_i}{d_0}. \quad (11)$$

Згідно із цією моделлю обчислення функції переваги кожного блоку індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств в ідеалі має дорівнювати 1. На скільки значення функції переваги i -ої торговельного підприємства ближче до 1, тим вищий рівень конкурентоспроможності за певним блоком. Безперечною перевагою таксонометричного методу, яка дозволяє його широке використання є процес так званої стандартизації показників, в результаті якої складові визначення різними якісними показниками трансформуються в єдину систему, що також дозволяє виявити вплив факторів на рівень конкурентоспроможності торговельних підприємств та запропонувати сценарій для подальшого покращення рівня конкурентоспроможності.

3. На третьому етапі необхідно визначити величину вагових коефіцієнтів відібраних показників у межах кожного блоку. При побудові інтегрального індексу конкурентоспроможності необхідно враховувати, що торговельному підприємстві як системі притаманний ентропічний характер. Будь-яка система є стабільною лише в тому випадку, коли стабільний кожен елемент (показник) цієї системи. Вагомості кожної ознаки притаманна динамічність, саме тому необхідною є методика визначення числового значення вагомості відібраних показників на певний момент часу (t). Вагомість відібраних показників характеризується величиною його ентропії (міри хаосу, міри невпорядкованості елементів будь-якої системи) [4, с. 346].

Проведений огляд літературних джерел дозволив визначити, що для визначення вагових коефіцієнтів в процесі формування зведеного показника оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств з метою порівняння досліджуваних об'єктів, необхідно суттєво зменшити або практично нівелювати суб'єктивний чинник, притаманний для показників отриманих шляхом експертного оцінювання. Вважаємо за доцільне вагомість відібраних показників за допомогою схеми Фішберна [7], яка використовується за умови визначеності відношення пріоритетності між досліджуваними показниками. За допомогою схеми Фішберна величина вагових коефіцієнтів представляється раціональними дробами. Знаменниками раціональних дробів представлені сумою арифметичної прогресії m (кількість показників) перших членів натурального ряду з кроком 1, а чисельниками — спадаючі на 1 елементи натурального ряду від m до 1. Тобто перевага виражається в спаданні на одиницю чисельника раціонального дробу вагового коефіцієнту більш слабкого пріоритету. Перевагою використання схем Фішберна при визначенні величини вагових коефіцієнтів показників є максимум ентропії наявної інформаційної невизначеності щодо вагомості показників конкурентоспроможності торговельних підприємств.

4. Заключним етапом побудови інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств, тобто агрегування.

Інтегральне значення індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств не є простою арифметичною сумою його блоків, а інтегральна сума такого виду:

$$I_i = \sum_{j=1}^n E_j f(x_i), \quad i = 1, m, \quad (12)$$

де I_i — інтегральне значення об'єкта спостереження (торговельного підприємства);

E_j — ентропія j -го показника;

$f(x_i)$ — оцінка значення j -го показника для i -го об'єкта спостереження;

n — кількість досліджуваних показників;

m — кількість об'єкта спостереження (торговельного підприємства).

Разом із збільшенням ентропії вагомість показника зростає. У зв'язку із цим об'єкти спостереження (торговельні підприємства), які досягли високих показників за показниками з великою ентропією, повинні мати й більше інтегральне значення. Таким чином, якщо ж ентропія показника мала, то і його вагомість у загальній сукупності ознак теж мала. Інтегральне ж значення завжди більше суми вхідних у неї частин.

З урахуванням цього розрахунок інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств доцільно проводити за наступною формулою:

$$I_i = \sum_{j=1}^n \omega_{E_j} f(x_i), \quad (13)$$

де ω_{E_j} — коефіцієнт значущості показника оцінки j -го блоку інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств;

$f(x_i)$ — таксономічний показник j -го блоку інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств i -го об'єкта спостереження.

Для наочного відображення отриманих результатів значення індексу конкурентоспроможності

торговельних підприємств доцільно зобразити в динаміці графічно.

Висновок. Запропонований методичний підхід до визначення інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств може використовуватись для оцінювання конкурентоспроможності будь-яких підприємств та може бути застосований для проведення систематичних досліджень, що дозволить суб'єктам торговельного підприємництва контролювати рівень їх конкурентоспроможності та приймати виважені управлінські рішення, оскільки ключовим елементом управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств є якісна кількісна оцінка її рівня.

Література

1. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк: ДонДУЕТ, 2006.-, Бібліогр.: С. 273–285.
2. Рибницький Д. О., Городня Т. А. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства // Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.9, С. 227–233.
3. Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики: монографія / І. В. Алексеев, Л. Л. Антонюк, Ю. Б. Іванов та ін.; Наук.-досл. центр індустр. пробл. розвитку НАН Укр.; Хар. нац. екон. ун-т. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2011. 346 с.
4. Васильев В. И. Статистический анализ многомерных объектов произвольной природы / В. И. Васильев, В. В. Красильников, С. И. Плаксий, Т. Н. Тягунова. М.: Издательство ИКАР, 2004. 382 с.
5. Branham M. Beyond Customer Satisfaction: Measuring the Components of Competitiveness / M. Branham. URL: <http://www.competitiveanalyses.com>
6. Handbook on constructing composite indicators. Organisation for economic co-operation and development, 2008. P. 72.
7. Fishburn P. Stochastic dominance and the foundation of meanvariance analysis // Res. Finan. Greenwich. Vol. 2. 1980. P. 69–97.

References

1. Balabanova L. V. Marketynhove upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: stratehichniy pidkhid: Monohrafiia / L. V. Balabanova, V. V. Kholod; Donets. derzh. un-t ekonomiky i torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho. Donetsk: DonDUET, 2006.-, Bibliogr.: S. 273–285.
2. Rybnytskyi D. O., Horodnia T. A. Suchasni pidkhody do otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. 2010. Vyp. 20.9, S. 227–233.
3. Konkurentospromozhnist: problemy nauky ta praktyky: monohrafiia / I. V. Aleksieiev, L. L. Antoniuk, Yu. B. Ivanov ta in.; Nauk.-dosl. tsentr industr. probl. rozvytku NAN Ukr.; Khar. nats. ekon. un-t. Kh.: VD «INZhEK», 2011. 346 s.
4. Vasylev V. Y. Statystycheskyi analiz mnohomernykh ob'ektov proyzvolnoi pryrody / V. Y. Vasylev, V. V. Krasyl'nykov, S. Y. Plakysi, T. N. Tiahunova. M.: Yzda- telstvo YKAR, 2004. 382 s.
5. Branham M. Beyond Customer Satisfaction: Measuring the Components of Competitiveness / M. Branham. URL: <http://www.competitiveanalyses.com>
6. Handbook on constructing composite indicators. Organisation for economic co-operation and development, 2008. P. 72.
7. Fishburn P. Stochastic dominance and the foundation of meanvariance analysis // Res. Finan. Greenwich. Vol. 2. 1980. P. 69–97.

УДК 658.101.54

Хурдей Вікторія Дмитрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

Хурдей Виктория Дмитриевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики, предпринимательства и управления предприятиями
Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара*

Khurdei Viktoriia

*Candidate of Economics Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics,
Entrepreneurship and Enterprise Management
Oles Honchar Dnipro National University*

Ніфталиєва Айшан

*студентка
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

Нифталиева Айшан

*студентка
Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара*

Niftaliyeva Ayshan

*Student of the
Oles Honchar Dnipro National University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5353

МАРКЕТИНГ

МАРКЕТИНГ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БІЗНЕСОМ

МАРКЕТИНГ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМ БИЗНЕСОМ

MARKETING AS A STRATEGIC INSTRUMENT FOR MANAGING MODERN BUSINESS

Анотація. У статті розглядаються ключові питання ролі маркетингу в управлінні сучасним бізнесом. Автором проаналізовано сучасну ситуацію неефективного застосування маркетингу на українських підприємствах.

Виявлено, що маркетинг – це не ізольована діяльність, слабо прив'язана до вирішення практичних питань розвитку підприємства, й є основоположним, адже у взаємодії з іншими підрозділами спрямований на вирішення значного кола завдань.

Обґрунтовано, що цілі застосування маркетингового підходу в управлінні підприємством, орієнтовані на продукт, мають доповнюватися цілями, спрямованими на споживача, які полягають в досягненні: максимально можливого високого споживання, максимальної споживчої задоволеності, максимально широкого вибору, максимально високої якості життя.

Доведено, що в умовах загострення конкуренції, консолідації виробничих, інформаційних, фінансових, людських і особливо маркетингових ресурсів, розвиток маркетингової діяльності стає об'єктивною необхідністю для сучасного підприємства, умовою його виживання в жорстких, динамічних ринкових умовах. Адже конструктивний аналіз і прогнозування ринку, визначення перспектив розвитку підприємства на даному ринку, аналіз внутрішнього середовища

стають основою розробки як маркетингової стратегії, так і загальної стратегії підприємства, що забезпечує підприємству найбільш ефективну діяльність на тому чи іншому етапі його життєвого циклу. Виділено основні напрямки формування системи управління маркетингом на підприємстві.

Ключові слова: маркетинг, маркетингове управління, ринок, маркетингове середовище, маркетингова політика.

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые вопросы роли маркетинга в управлении современным бизнесом. Автор проанализировано современную ситуацию неэффективного применения маркетинга на украинских предприятиях.

Выявлено, что маркетинг — это не изолированная деятельность, слабо привязана к решению практических вопросов развития предприятия, и является основополагающим, ведь во взаимодействии с другими подразделениями направлен на решение значительного круга задач.

Обосновано, что цели применения маркетингового подхода в управлении предприятием, ориентированные на продукт, должны дополняться целями, направленными на потребителя, которые заключаются в достижении: максимально возможного высокого потребления, максимальной потребительской удовлетворенности, максимально широкого выбора, максимально высокого качества жизни.

Доказано, что в условиях обострения конкуренции, консолидации производственных, информационных, финансовых, человеческих и особенно маркетинговых ресурсов, развитие маркетинговой деятельности становится объективной необходимостью для современного предприятия, условием его выживания в жестких, динамичных рыночных условиях. Ведь конструктивный анализ и прогнозирование рынка, определение перспектив развития предприятия на данном рынке, анализ внутренней среды становятся основой разработки как маркетинговой стратегии, так и общей стратегии предприятия, что обеспечивает предприятию наиболее эффективную деятельность на том или ином этапе его жизненного цикла. Выделены основные направления формирования системы управления маркетингом на предприятии.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговое управление, рынок, маркетинговая среда, маркетинговая политика.

Summary. The article considers the key issues of the role of marketing in the management of modern business. The author analyzes the current situation of inefficient use of marketing in Ukrainian enterprises.

It is revealed that marketing is not an isolated activity, it is loosely tied to the solution of practical issues of enterprise development, and is fundamental, because in cooperation with other departments it is aimed at solving a significant range of tasks.

It is proved that the objectives of the marketing approach in enterprise management, product-oriented, should be complemented by goals aimed at the consumer, which are to achieve: the highest possible high consumption, maximum consumer satisfaction, the widest choice, the highest quality of life.

It is proved that in the conditions of aggravation of competition, consolidation of production, information, financial, human and especially marketing resources, development of marketing activity becomes objective necessity for the modern enterprise, a condition of its survival in rigid, dynamic market conditions. After all, constructive analysis and forecasting of the market, the development prospects of the enterprise in the market, analysis of the internal environment are the basis for developing the marketing strategy and the overall strategy of the company, the company that provides the most efficient operation at a particular stage of its life cycle. The main directions of formation of marketing management system at the enterprise are allocated.

Key words: marketing, marketing management, market, marketing management, marketing policy.

Постановка проблеми. У нових економічних умовах роль маркетингу, як стратегічного інструменту, значно зростає, і вміння підприємства відповідати на виклики ринку дозволяє йому стабільно розвиватися. Маркетинг представляє для бізнесу більшу цінність, ніж будь-яка інша область управлінської діяльності. Саме маркетинг створює умови для довгострокового і стійкого зростання підприємства. У процесі управління підприємством, як нестабільною системою, необхідне формування ефективних маркетингових стратегій, адекватних ситуації на підприємстві. Підприємствам для адаптації до умов ринку потрібно використовувати інноваційні маркетингові інструменти та комуні-

каційні підходи в комплексі. Водночас, більшість українських підприємств не лише не використовують у своїй діяльності такі інструменти та підходи, а й не володіють достатніми науково-методичними та практичними навичками формування маркетингових стратегій, тактичних дій щодо вибору маркетингових інструментів.

Маркетинговий підхід до управління підприємством характеризує його як комплексну систему, що дозволяє зв'язати можливості господарюючих суб'єктів з потребами ринку й досягнути переваг у порівнянні з конкурентами. Орієнтація підприємств на використання маркетингового підходу зазвичай вимагає зміни структури їх управління.

При цьому на перше місце в управлінні підприємствами виходить підрозділ маркетингу, функціями якого є визначення напрямів діяльності всіх інших служб підприємства, включаючи безпосередньо і виробництво [8, с. 32].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління маркетингом, його ролі в забезпеченні успішного розвитку підприємств розглянуто у працях зарубіжних і вітчизняних учених, серед яких Ф. Котлер, Д. Векслер, Л. Кустріч, І. Мелушова, О. Проскурів, Л. Чумак, З. Шуклина, А. Самусенко, Н. Мелешенко та ін. Проведений аналіз результатів наукових досліджень дозволяє зробити висновок, що теоретична база концептуальних основ маркетингу, як стратегічного інструменту управління сучасним бізнесом, має на сьогодні все ще недостатній ступінь розробленості.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета даної статті полягає в обґрунтуванні ролі маркетингу в управлінні сучасним бізнесом, аналізі сучасної ситуації застосування маркетингу на українських підприємствах, виявленні основних напрямків формування системи управління маркетингом на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Для ведення бізнесу в сучасних умовах керівники повинні володіти знаннями в області міжфункціональної організації управління та бізнес-процесів підприємства. Необхідний інтегрований підхід до управління виробництвом, інноваціями, маркетингом, фінансами, персоналом та іншими видами діяльності підприємства. При цьому важливо визначити можливості ефективної взаємодії цих функцій при вирішенні спільних завдань в управлінні підприємством. Маркетинг на підприємстві покликаний орієнтувати бізнес-діяльність на задоволення ринкових потреб шляхом створення цінностей для споживачів. За допомогою маркетингу можна ефективно використовувати ресурси підприємства, координувати бізнес-процеси.

В умовах насиченого ринку, високої конкуренції і можливостей вибору забезпечення довгострокової прибутковості неможливо без створення цінностей і вигод для споживачів краще, ніж це роблять конкуренти. По суті, саме цим і займається маркетинг. Сьогодні все більше приходить розуміння того, що маркетинг — це не ізольована діяльність, слабо прив'язана до вирішення практичних питань розвитку підприємства, й є основоположним, адже у взаємодії з іншими підрозділами спрямований на вирішення значного кола завдань. Організація маркетингової діяльності передбачає створення спеціальних структур підрозділів у системі управління виробничо-збутовою і науково-технічною діяльніс-

тю підприємства, які, як правило, будуються за трьома основними принципами, допускаючи різні їх комбінування і варіації: маркетингові підрозділи за функціями маркетингової діяльності, за товарним принципом (по продукту), по регіону, за групами споживачів. Одне з найбільш важливих питань у контексті визначення ролі маркетингу на підприємстві — централізація управління функціями маркетингу [5, с. 112].

Виникнення маркетингу пов'язане з появою ринку, отже, застосування маркетингу в управлінні підприємством забезпечує ринкову орієнтацію його діяльності, пристосування до його кон'юнктури, задоволення потреб покупців. В даний час запити споживачів швидко ростуть і стають надзвичайно індивідуалізованими, а ринки — різноманітними за структурою. У зв'язку з цим виробникам доцільно використовувати різні методи роботи на ринку, визначення яких можливе при комплексному вивченні потреб цільових сегментів, діяльності конкурентів, виявлення факторів прямого і непрямого впливу тощо.

Цілі вивчення ринку концентруються на двох головних моментах:

- 1) аналізі ситуації усередині і поза підприємством, прогнозу можливих змін і на цій основі вироблення управлінської стратегії;
- 2) пошуку критеріїв для прийняття управлінських рішень, перевірки і підтвердження гіпотези поведінки підприємства на ринку.

Значний вплив на формування системи управління маркетингом на підприємстві здійснюють фактори макросередовища, стійкості мікросередовища і оптимального розвитку внутрішнього середовища підприємства. Залежно від політичної нестійкості, непередбачуваного ринкового та фінансового середовища, підвищення або ослаблення конкурентних позицій, вибору місії і взаємодії з клієнтами залежить стратегія управління маркетингом.

Використання маркетингу в управлінні пов'язане з його націленістю на вирішення конкретних управлінських завдань, зокрема:

- обґрунтування доцільності і необхідності виробництва тієї чи іншої продукції на основі виявлення існуючого або потенційного попиту;
- організація НДДКР, що відповідають запитам споживачів;
- планування виробничої та фінансової політики;
- формування та вдосконалення системи збуту продукції;
- забезпечення спрямованості всієї діяльності підприємства, в тому числі оперативне керівництво різними стадіями виробничого процесу, і після-

продажним сервісним обслуговуванням, на розширення і стимулювання збуту продукції [3, с. 48].

Маркетинг дозволяє досягти балансу попиту і пропозиції, що неможливо без здійснення точних прогнозів попиту (вивчення запитів споживачів). Крім дослідницької функції, застосування маркетингового підходу в діяльності підприємства зводиться до управлінського впливу на попит, яке передбачає стимулювання, сприяння і регулювання. Стимулювання пов'язане з необхідністю формування у споживача прагнення до того, що пропонує підприємство, привабливо оформляючи продукт і інтенсивно рекламуючи його. Сприяння передбачає забезпечення доступності товару для споживача, наприклад, за допомогою пропозиції вигідних умов кредиту, хорошою інформованістю продавців. Регулювання попиту пов'язане зі здійсненням демаркетингу і покликане нейтралізувати стрибки протягом року, або значний розрив між попитом і пропозицією.

Як система управління підприємством маркетинг покликаний забезпечити:

- наявність у виробника (продавця) надійної достовірної інформації про ринок, структуру і динаміку потреб і попиту, споживчі переваги;
- створення такого товару, товарного асортименту, максимально відповідного вимогам ринку, що дозволяє вирішити проблему споживача більш ефективно в порівнянні з конкурентами;
- необхідний вплив на споживача, ринкову кон'юнктуру, що забезпечує максимально можливий контроль при реалізації продукції [4].

Нині в маркетинговій діяльності сучасних вітчизняних підприємств чітко простежується орієнтація на продукт або послугу, але застосування маркетингового підходу в управлінні підприємством, орієнтованого на продукт, має доповнюватися цілями, спрямованими на споживача, які полягають в досягненні: максимально можливого високого споживання, максимальної споживчої задоволеності, максимально широкого вибору, максимально високої якості життя.

Застосування маркетингового підходу в управлінні підприємством вимагає наявності певної організаційної структури, у яку повинні бути включені служби (підрозділи, відділи) маркетингу. Склад і розмір визначається специфікою діяльності підприємства, а також його розміром, масштабами діяльності і типом обслуговуваного ринку.

В сучасному суспільстві на тлі складної фінансово-економічної ситуації як в Україні, так і за кордоном спостерігаються різкі зміни споживчого попиту, зміна масштабів виробництва, генезис різних ринкових факторів. Зазначені умови диктують необхід-

ність адекватного реагування підприємства шляхом вдосконалення не тільки виробничої та ринкової діяльності, а й власного управлінського механізму. Маркетингове планування, у зв'язку з викладеним, має відрізнятися гнучкістю і динамічністю; його складові елементи — маркетингові плани — вважаються еластичними, тільки коли вони можуть видозмінювати належні їм організаційні форми при різному впливі внутрішніх та зовнішніх факторів. Якщо ж безпосередньо в структурі закласти здатність до змін, то перебудови в організації підприємства будуть відбуватися швидко і без зниження ефективності діяльності [9, с. 104].

Результатом маркетингового планування є маркетинговий план. Залежно від ринкової ситуації бізнес вибирає стратегії, які позначають умови, напрямки і цілі розвитку. Найактуальнішими є піонерні проривні стратегії, наступальні, конкурентні, диференціації і вузької клієнтської орієнтації, оборонні, ресурсозберігаючі, інноваційні, ринкового сегментування та комунікативні.

В умовах кризового і турбулентного розвитку ринку України вибір стратегій управління маркетингом пов'язаний з особливостями регіональних ринків, ступенем активності малого, середнього і великого бізнесу, платоспроможністю населення за регіонами. Досить великий інтерес представляє стратегія маркетингу на нових ринках, застосовувана японськими фірмами, яка дозволяє закріпитися на ринках тих країн, у яких немає національного виробництва даного товару, а потім, здобуваючи досвід, впроваджуватися на ринки інших країн («стратегія лазерного променя»). Так, для виходу зі своїми автомобілями на ринки західноєвропейських країн японські автобудівні компанії спочатку протягом декількох років діяли тільки у Фінляндії, Норвегії, Данії та Ірландії. І лише завоювавши там собі міцну позитивну репутацію, стали освоювати більш складні ринки Бельгії, Нідерландів, Швейцарії, Швеції, Австрії. Третім кроком був вихід на ринки Великобританії, Італії, ФРН і Франції-країн, що мають потужну автоіндустрію. Варта уваги також і послідовність, розрахована на дуже тривалий період, характерна для діяльності японських промисловців: почавши з експорту найбільш масових, недорогих автомобілів (і відповідно з задоволення запитів не надто вибагливих покупців), створивши образ «японське — значить чудової якості», ці автомобільні фірми поступово переходять до роботи на ринках більш дорогих автомашин (але не найпрестижніших), вантажівок і спеціальних автомобілів, а також будують автоскладальні заводи в країнах, куди раніше направляли свої автомашини в зібраному вигляді [10, с. 410].

Слід визнати, що в Україні маркетинг як і раніше недооцінюють. Підтверджується це тим, що переважна більшість вітчизняних суб'єктів господарювання та підприємців виступає на ринку не як суб'єкти, які усвідомлюють сутність даної концепції, а як такі, що переслідують власну вигоду. Їх дії являють собою, по суті, пасивне пристосування до умов ринку, що розвивається стихійно, подальшу реакцію на показники барометрів ринкової кон'юнктури. Українські підприємства змушені діяти в зовсім новому соціально-економічному середовищі, яке характеризується такими рисами:

- посилення невизначеності економічного середовища в умовах перехідного періоду порівняно з розвиненим ринком, що є головною метою реформ;
- наявність умов для появи нових виробників товарів та послуг, різних організаційно-правових форм підприємств в основних секторах споживання;
- відсутність сприятливих умов для інвестицій, як вітчизняних, так і зарубіжних;
- різке погіршення фінансово-економічного стану підприємств [6, с. 134].

В Україні ще не усвідомили, що маркетинг — це наука, практика і мистецтво організованої діяльності на ринку. У специфіці дій суб'єктів господарювання та підприємців не проглядається прагнення вивчати і прогнозувати зовнішнє середовище, чинити активний регулюючий вплив на ті її елементи, які піддаються контролю. При проведенні цінової політики не враховується життєвий рівень населення. Суб'єкти господарювання і підприємці не намагаються протистояти «невідомості» ринку, збирати інформацію, аналізувати збут, поведінку покупців, їх реакцію на часту й невинуватну зміну цін (прагнуть купити товар за гривню, а продати за десять), на низьку якість товарів та рівень обслуговування та ін. Все це через не розуміння того, що основне призначення маркетингу — постійне вивчення ринку (кон'юнктури), попиту, смаків і потреб покупців, орієнтація своєї діяльності на їхні вимоги, а також активний вплив на ринок та існуючий попит, на формування потреб і переваг споживачів. Не розуміння того, що цілі маркетингу як ринкової концепції управління, що відображають довгострокові і короткострокові напрями діяльності підприємців, підприємств, фірм, компаній і є складовою їх успіхів.

Потрібно визнати, що результатом нерозвиненості маркетингу на українських суб'єктів господарювання і у підприємців є недотримання системи та логіки застосування маркетингових інструментів для отримання і використання позитивних наслідків маркетингової активності, а часом, як зазначено вище, і ігнорування ролі маркетингу. На багатьох

ринках замість ділового партнерства виникають руйнівні форми конкурентної боротьби аж до кримінальних. Істотною проблемою є нерозвиненість інституційних передумов для функціонування сучасного маркетингу. Йдеться як про недоліки правового регулювання господарських відносин, так і про неформальні норми і правила поведінки суб'єктів і підприємців.

Маркетингове управління діяльністю підприємства має забезпечувати:

- процес аналізу, розробки та втілення в життя заходів, які спрямовані на встановлення, укріплення та підтримку взаємовигідних відносин з покупцями;
- умови виживання підприємства в умовах економічної кризи і високої інфляції;
- можливість побудови організації діяльності підприємства на принципах оптимального використання наявного потенціалу та отримання найбільшого прибутку з урахуванням задоволення потреб споживачів;
- швидку адаптацію маркетингу до мінливих зовнішніх і внутрішніх економічних умов [1, с. 74].

Систему маркетингу можна назвати результативною за таких умов:

- система маркетингу досягла кінцевих результатів за умови залучення мінімальних ресурсів, тобто досягла необхідного рівня поставленої мети;
- кінцеві результати системи маркетингу відповідають потребі, тобто досягнуто рівень задоволення потреб;
- визначено потенційні потреби для формування нової мети, а також створено умови сталого розвитку, тобто досягнуто рівень можливого розширення виробництва [7, с. 201].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Таким чином, маркетинг являє собою одну з найважливіших управлінських функцій, що дозволяє реалізувати не тільки суто маркетингові цілі і завдання, але й скоординувати діяльність підприємства для забезпечення досягнення запланованих показників виробництва. Реалізація маркетингу в управлінні підприємством має ґрунтуватися на комплексному вивченні умов її функціонування підприємства на вимоги ринку, забезпечення гнучкості у зовнішньому середовищі. Для реалізації управлінської функції маркетингу на підприємстві повинні бути створені відповідні підрозділи.

Сучасний розвиток підприємства можливий лише на основі маркетингу, оскільки підприємство працює ефективно тільки у разі його корисності для споживачів, зв'язок з якими якраз і є однією з головних функцій маркетингу.

В умовах загострення конкуренції, консолідації виробничих, інформаційних, фінансових, людських і особливо маркетингових ресурсів, розвиток маркетингової діяльності стає об'єктивною необхідністю для сучасного підприємства, умовою його виживання в жорстких, динамічних ринкових умовах. Адже конструктивний аналіз і прогнозування ринку, визначення перспектив розвитку підприємства на даному ринку, аналіз внутрішнього середовища стають основою розробки як маркетингової стратегії, так і загальної стратегії підприємства, що забезпечує підприємству найбільш ефективну діяльність на тому чи іншому етапі його життєвого циклу.

Щоб маркетингова концепція управління підприємством відповідала умовам ринку, необхідно, по-перше, постійне вивчення запитів покупців і пристосування продукції суб'єктів господарювання до ринку. По-друге, щоб маркетологи враховували закони ринкових відносин і обмеження, наприклад,

еластичності попиту за ціною і доходами на пропонувану продукцію. Отже, розробляючи комплекс маркетингових заходів, маркетолог повинен враховувати те, що ціни, пропозиція і попит взаємозумовлені і знаходяться в суперечливій взаємодії. По-третє, необхідно усвідомлювати — маркетингова стратегія має конкурентну спрямованість і змінюється залежно від стану ринкової кон'юнктури і ступеня розвитку конкуренції в країні. По-четверте, щоб маркетологи розуміли, що вони діють в обстановці невизначеності і високого ризику. По-п'яте, маркетингова діяльність повинна бути орієнтована на кінцевий ринковий результат.

Подальша робота в даному напрямі вбачається у опрацюванні кожної окремої складової системи маркетингу на основі системного підходу з метою уточнення, формалізації та досягненні максимально можливої ефективності функціонування сучасного бізнесу.

Література

1. Векслер Д. М. Вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві / Д. М. Векслер // Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. 2018. № 4. С. 74–81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnu_ekon_2018_4_10
2. Дибчук Л. В. Роль управління в маркетинговій діяльності промислових підприємств / Л. В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2015. № 6. С. 36–39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_6_11
3. Зими́на И. П. Роль маркетинга в управлении современным бизнесом / И. П. Зими́на // Управленческие науки. 2014. № 1. С. 48–51.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. К. Л. Келлер. СПб.: Питер, 2015. 800 с.
5. Кустріч Л. О. Маркетингова конкурентна стратегія як необхідний елемент системи управління підприємством / Л. О. Кустріч // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2019. № 33. С. 112–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2019_33_24
6. Ляденко Т. В. Важелі ефективного управління організаційно-економічного механізму маркетингу в сфері виробничо-збутової діяльності / Т. В. Ляденко // Причорноморські економічні студії. — 2019. № 40. С. 134–138. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_40_26
7. Мелушова І. Ю. Визначення цілей управління результативністю маркетингу на засадах сталого розвитку підприємства / І. Ю. Мелушова, О. В. Кот // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2018. № 2. С. 200–211. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2018_2_19
8. Проскурович О. В. Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві / О. В. Проскурович, М. М. Ястремський // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2015. № 6. С. 32–36. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_6_10
9. Чумак Л. Ф. Актуальні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства / Л. Ф. Чумак, О. О. Калініна, Д. С. Шевцов // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2018. Т. 23. № 6. С. 104–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_ekon_2018_23_6_22
10. Шуклина З. Н., Самусенко А. В., Мелешенко Н. В. Современное значение маркетингового управления бизнес-организациями // Молодой ученый. 2017. № 13. С. 410–416.

References

1. Veksler, D. M. (2018) Improvement of marketing activity management system at the enterprise [Vestnik KHNAU. Series: Economic Sciences]. Vypusk 4, pp. 74–81.

-
2. Dibchuk, L. V. (2015) The Role of management in marketing activities of industrial enterprises [Bulletin of Khmel-nitsky national University. Economics]. Vypusk 6, pp. 36–39.
 3. Zimina, I. P. (2014) The Role of marketing in the management of modern business [Management Sciences]. Vy-pusk 1, pp. 48–51.
 4. Kotler, F. (2015) Marketing management. K. L. Keller. SPb.: Peter, 800 p.
 5. Kustrich, L. A., (2019) Marketing competitive strategy as a necessary element of enterprise management system [Scientific Bulletin of Kherson state University. Ser.: Economics]. Vypusk 33, pp. 112–116.
 6. Lyadenko, T. V. (2019) Levers of effective management of organizational and economic mechanism of marketing in the sphere of production and sales activity [Black Sea economic studios]. Vypusk 40, pp. 134–138.
 7. Melesova, I. Y. (2018) Defining the objectives of performance management marketing principles of sustainable development of the enterprise [Economic strategy and prospects of development of sphere of trade and services]. Vypusk 2, pp. 200–211.
 8. Proskurovich, A. V. (2015) Management of marketing activities at the enterprise [Bulletin of Khmel'nitsky national University. Economics]. Vypusk 6, pp. 32–36.
 9. Chumak, L. F. (2018) Actual aspects of management of marketing activity of the enterprise [Bulletin of Odessa national University. Series: Economics]. T. 23, Vypusk 6, pp. 104–107.
 10. Shuklina, Z. N., Samusenko, A. V., Meleshenko, N. V. (2017) Modern value of marketing management of business organizations [Young scientist]. Vypusk 13, pp. 410–416.

Блудова Тетяна Володимирівна

*доктор економічних наук, професор кафедри вищої математики
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

Блудова Татьяна Владимировна

*доктор экономических наук, профессор кафедры высшей математики
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана*

Bludova Tatiana

*Doctor of Economics, Professor of the Advanced Mathematics Department
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

Островська Марія Сергіївна

*старший викладач кафедри вищої математики
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

Островская Мария Сергеевна

*старший преподаватель кафедры высшей математики
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана*

Ostrovska Mariia

*Senior Lecturer of the Advanced Mathematics Department
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5369

МОДЕЛЮВАННЯ БЕЗПЕКОВОГО РІВНЯ ПЛАВАЮЧОЇ ПРОЦЕНТНОЇ СТАВКИ

МОДЕЛИРОВАНИЕ БЕЗОПАСНОГО УРОВНЯ ПЛАВАЮЩЕЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ

SIMULATION OF FLOATING INTEREST RATE SECURITY LEVEL

Анотація. В статті показано, що керування ризиками в процесі міжнародного кредитування включає різні методи і дії, що банк може використовувати з метою зменшення, зокрема, процентного ризику – зниження власних засобів у результаті несприятливих змін процентних ставок. При цьому розробляються нові механізми, що дозволяють адаптувати ставки по кредитах – плаваючу ставку, розмір якої періодично переглядається й прив'язаний до депозитної ставки. Проведено аналіз процентних ризиків, що вимагає аналізу переоцінки і чутливості кредитного портфеля банку, при цьому розглядаються різні аспекти процентних ризиків: ризик переоцінки, ризики зміни кривої доходності, базисний ризик, опціони. Існує декілька моделей керування процентними ризиками, серед яких представлені статистичні модель, що визначають розрив між активами і зобов'язаннями, що найбільш чутливі до процентних ставок.

Доведено, що на сьогодні недостатньо розроблені методи встановлення плаваючої процентної ставки при міжнародному кредитуванні. Як правило банки запроваджують власні методи її визначення. Тому підходи до мінімізації ризиків міжнародного кредитування та розробка методики встановлення раціонального діапазону плаваючої процентної ставки являється актуальною проблемою. Показано використання плаваючої процентної ставки в Україні та встановлення її верхньої межі на прикладі Universal Bank. Приведені розрахункові значення відхилення плаваючої ставки Універсал банку і розрахункового значення її верхньої та нижньої межі для різних періодів кредитування. Отримані значення характеризують верхню та нижню межі зміни ринкової відсоткової ставки, що відповідає зоні допустимого ризику. Проведено аналіз часового ряду відхилень значень плаваючої ставки банку від облікової ставки НБУ за період 250 днів 2017 рр. із

застосуванням лінійної фільтрації за двома, дев'ятьма та тридцятьма п'ятьма точками. Таким чином, можна корегувати зміну процентної ставки на величину, яка враховує ризики. Така корекція дозволяє компенсувати можливі дії негативних факторів на фінансові потоки банку.

Ключові слова: верхня та нижні межі ставки, кредитні ставки, лінійна фільтрація, часовий ряд.

Анотація. В статті показано, що управління ризиками в процесі міжнародного кредитування включає різні методи і дії, банк може використовувати для зменшення, в частині, процентного ризику – зниження власних засобів в результаті небажаних змін процентних ставок. При цьому розробляються нові механізми, що дозволяють адаптувати ставки по кредитах – плаваючу ставку, розмір якої періодично переглядається і прив'язаний до депозитної ставки. Проведен аналіз процентних ризиків, потребує аналізу переоцінки і чутливості кредитного портфеля банку, при цьому розглядаються різні аспекти процентних ризиків: ризик переоцінки, ризик зміни кривої доходності, базовий ризик, опціони. Існує кілька моделей управління процентними ризиками, серед яких представлені статистичні моделі, що визначають розрив між активами і зобов'язаннями, найбільш чутливі до процентних ставок.

Доказано, що сьогодні недостатньо розроблені методи встановлення плаваючої процентної ставки при міжнародному кредитуванні. Як правило банки вводять власні методи її визначення. По цьому підходи до мінімізації ризиків міжнародного кредитування і розробка методів встановлення раціонального діапазону плаваючої процентної ставки є актуальною проблемою. Показано використання плаваючої процентної ставки в Україні і встановлення її верхньої межі на прикладі Universal Bank. Приведені розрахункові значення відхилення плаваючої ставки Універсал банку і розрахункові значення її верхньої і нижньої межі для різних періодів кредитування. Отримані значення характеризують верхню і нижню межі зміни ринкової процентної ставки, що відповідає зоні допустимого ризику. Проведен аналіз часового ряду відхилень значень плаваючої ставки банку від учетної ставки НБУ за період 250 днів 2017 з використанням лінійної фільтрації по двом, дев'ятьма та тридцятьма п'ятьма точкам. Таким чином, можна коректувати зміну процентної ставки на величину, яка враховує ризики. Така корекція дозволяє компенсувати можливі дії негативних факторів на фінансові потоки банку.

Ключевые слова: верхняя и нижние пределы ставки, кредитные ставки, линейная фильтрация, временной ряд.

Summary. The article shows that risk management in the process of international lending involves different methods and actions that the bank can use to reduce, in particular, interest rate risk – reduction of own funds due to adverse changes in interest rates. At the same time, new mechanisms are being developed to adapt loan rates – a floating rate, the amount of which is periodically reviewed and tied to the deposit rate. An analysis of interest rates that requires an analysis of the revaluation and sensitivity of the bank's loan portfolio is under consideration, while various aspects of interest risk are considered: revaluation risk, exchange rate risk, main risk, options. There are several models of interest rate risk management, including statistical models that determine the gap between assets and liabilities that are most sensitive to interest rates.

It is proved that for today insufficiently developed methods of establishing a floating interest rate for international lending. As a rule, banks implement their own methods for defining it. Therefore, approaches to minimizing the risks of international lending and the development of methods for establishing a rational range of floating interest rates are a topical issue. The use of the floating interest rate in Ukraine and the setting of its upper limit is shown on the Universal Bank example. The estimated values of the floating rate rejection of the Universal Bank and the estimated value of its upper and lower limits for different periods of lending are given. The obtained values characterize the upper and lower limits of the change in the market interest rate that corresponds to the permissible risk area. The analysis of the time series of deviations of the values of the floating rate of the bank from the NBU discount rate for the period of 250 days in 2017 using linear filtration for two, nine and thirty five points. Thus, it is possible to adjust the change in the interest rate to a value that takes into account the risks. Such a correction allows to compensate for possible negative factors on the financial flows of the bank.

Key words: upper and lower limits of the rate, credit rates, linear filtering, time series.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Фіксований обмінний курс означає номінальний обмінний курс, який твердо встановлений монетарним органом стосовно іноземної валюти чи кошика іноземних валют. Плаваючий

обмінний курс визначається на валютних ринках залежно від попиту та пропозиції, і, як правило, коливається [1; 7].

Режим фіксованого обмінного курсу знижує трансакційні витрати, пов'язані з невизначеністю обмінного курсу, що може перешкоджати міжнародній

торгівлі та інвестиціям, і є надійним прив'язкою до монетарної політики з низькою інфляцією [2].

З іншої точки зору, автономна грошова політика втрачається в цьому режимі, оскільки центральний банк повинен продовжувати втручатися на валютний ринок, щоб підтримувати валютний курс на офіційному рівні [3; 9; 13]. Потрібно розрізняти фірми, які хеджують свою кредитну заборгованість з плаваючою процентною ставкою і тих, хто цього не робить. Незважаючи на використання банківських кредитів, хеджери мають бути набагато менш сприйнятливими до змін процентних ставок, ніж не хеджери [7; 16].

Таким чином, автономна грошова політика є великою перевагою плаваючого курсу. Якщо внутрішня економіка перейде в рецесію, це — автономна грошово-кредитна політика, яка дозволяє центральному банку підвищити попит, таким чином «згладжуючи» бізнес-цикл, тобто зменшуючи вплив економічних потрясінь на внутрішній продукт та зайнятість [4]. Обидва типи валютного режиму мають свої плюси і мінуси, а вибір правильного режиму може відрізнитися в різних країнах залежно від їх конкретних умов [5]. На практиці існує цілий ряд валютних режимів, що лежать між цими двома екстремальними варіантами, що забезпечує певний компроміс між стабільністю та гнучкістю [12; 14].

Наприклад, курс обміну в Чеській Республіці був прив'язаний до кошика валют до початку 1996 року, після чого фактично було усунуто прив'язку через істотне поширення флуктуаційної групи, і тепер чеська економіка працює в так званому керованому плаваючому режимі, тобто обмінний курс плаває, але центральний банк може звернутися до інтервенцій у разі крайніх коливань [15]. Питання зміни процентних ставок має об'єктивну складову. Банки кредитують за рахунок ресурсів, залучених від вкладників та інших кредиторів, і повинні встановлювати процентну ставку по кредитах тільки в межах строку, на який були залучені ресурси [11]. Створити ситуацію, що виключає можливість зміни процентної ставки по кредиту, незалежно від його строку, дуже важко [10].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet.

При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, систематизації, коригування інноваційних знань, порівняння та узагальнення. Методологічну та теоретичну основу роботи складають підходи вітчизняних та зарубіжних науковців до розробки економіко-математичних

моделей ризиків міжнародного кредитування. У процесі виконання дослідження використовувались такі методи: теорії ймовірностей та математичної статистики — при аналізі встановлення верхньої межі плаваючої процентної ставки при міжнародному кредитуванні; методи математичного аналізу — при розрахунку значення відхилення плаваючої ставки Універсал банку і розрахункового значення її верхньої межі для різних періодів кредитування.

В даному дослідженні було використано програмне забезпечення Microsoft Excel, Wolfram Mathematica8.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення інтервалу безпекового рівня плаваючої відсоткової ставки для банківського кредитування.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. З огляду на те, що банкам в Україні доступні відносно короткі фінансові ресурси, їм необхідно мати можливість корегувати ставки по кредитах. Саме тому банкіри стурбовані втратою можливості впливати на кредитні ставки, стабільність банку багато в чому залежить від того, наскільки ефективно вони можуть здійснювати корегування залежно від економічних умов.

З іншого боку, при погіршенні стану економіки банки не повинні перекладати удар на клієнта. Щоб зменшити потенційний ризик кредитних операцій, банки будуть або встановлювати процентні ставки по нових кредитах на високому рівні, або надавати реальному сектору короткострокові кредити, строки яких відповідають строкам погашення зобов'язань банку.

Така практика може привести до зростання вартості кредитування реального сектора й дефіциту довгострокових банківських кредитів.

Втім, розробляються нові механізми, що дозволяють адаптувати ставки по кредитах — плаваючу ставку, розмір якої періодично переглядається й прив'язаний до депозитної ставки. Основний момент — прозорість формування ставки для позичальника, її наочність. Позичальник повинен чітко розуміти, яким чином формується процентна ставка. Негативні наслідки такого рішення: плаваюча процентна ставка прив'язана до вартості ресурсів. Підвищення ціни цих ресурсів може негативно відобразитись на самому позичальнику, для якого існує ризик того, що ставки можуть істотно зрости, і цей ризик позичальник нічим не покриває. А погасити велику суму кредиту досить складно.

Звичайною законодавчою практикою для такої ситуації є пропозиція клієнту або плаваючої, або

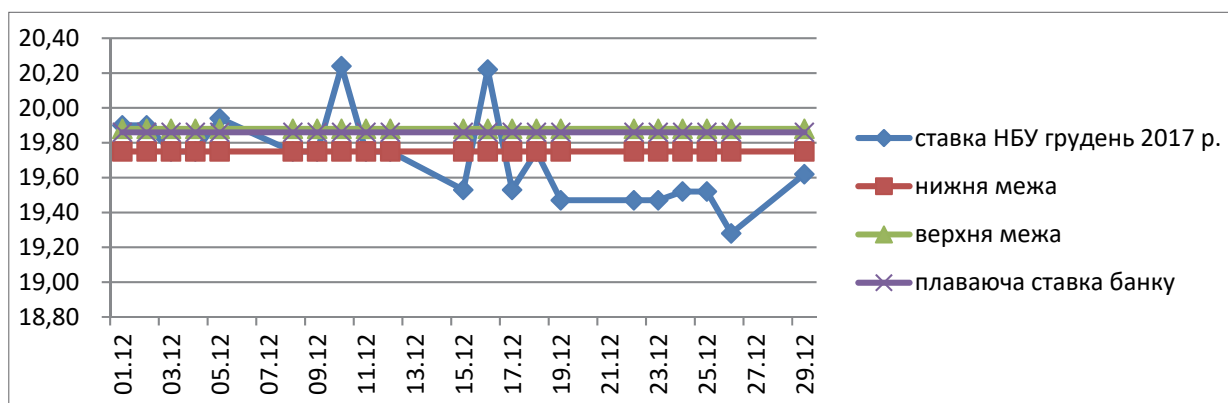


Рис. 1. Динаміка ставки НБУ та обраної банком плаваючої ставки та розрахунок верхньої та нижньої меж для плаваючої процентної ставки за грудень 2017 р.

фіксованої ставки по кредиту. У цьому випадку в позичальників є вибір під час підписання договору на користь фіксованої або плаваючої ставки. Закон України № 3795-VI «Про внесення змін до деяких законодавчих актів про урегулювання відносин між кредиторами та споживачами фінансових послуг» визначив процедуру встановлення таких ставок і дав банкам право підвищувати плаваючу ставку та зобов'язав знижувати її за певних обставин.

Слід зазначити, що Закон України № 3795-VI заборонив банкам прив'язувати плаваючу ставку до своїх внутрішніх депозитів. Відтепер значення індексу, яке береться за основу плаваючої ставки, повинна розраховувати «незалежна установа з визнаною діловою репутацією». Цей індекс має спиратися на «об'єктивні індикатори фінансової сфери» та щомісяця публікуватися в ЗМІ або інших відкритих джерелах.

Розрахунки раціонального діапазону плаваючої ставки були зроблені за період 2017 р. Наприклад, на Рис. 1 представлено динаміка ставки НБУ і обраної банком плаваючої ставки та розрахунок верхньої та нижньої меж для плаваючої процентної ставки за грудень 2017 р.

З Рис. 1 видно, що за представленою методикою обрана банком плаваюча ставка за період грудня 2017 р. не попадає в обчислений раціональний інтервал меж плаваючої процентної ставки і становить значну відстань від розрахованої нижньої межі 0,18%. Результати зведені в табл. 1.

На Рис. 2 представлена динаміка відхилень значень плаваючої ставки банку від облікової ставки НБУ за період досліджуваних 250 днів 2017 р.

До аналізу часового ряду відхилень значень плаваючої ставки банку від облікової ставки НБУ за період 250 днів 2017р. застосування лінійної фільтрації

Таблиця 1

Попадання плаваючої ставки банку у розрахований раціональний інтервал для плаваючої за 2017 р.

Місяць	Плаваюча ставка банку	Раціональний інтервал	Попадання в інтервал
Січень	17,56	[17,19;17,31]	ні
Лютий	17,33	[17,78;17,86]	ні
Березень	18,18	[18,36;18,47]	ні
Квітень	18,64	[18,82;18,86]	ні
Травень	19,24	[19,20;19,31]	так
Червень	19,62	[19,29;19,37]	ні
Липень	19,3	[19,26;19,36]	так
Серпень	19,45	[19,31;19,52]	так
Вересень	19,73	[19,65;19,78]	так
Жовтень	19,9	[19,62;19,76]	ні
Листопад	19,49	[19,42;19,62]	так
Грудень	19,86	[19,75;19,88]	так

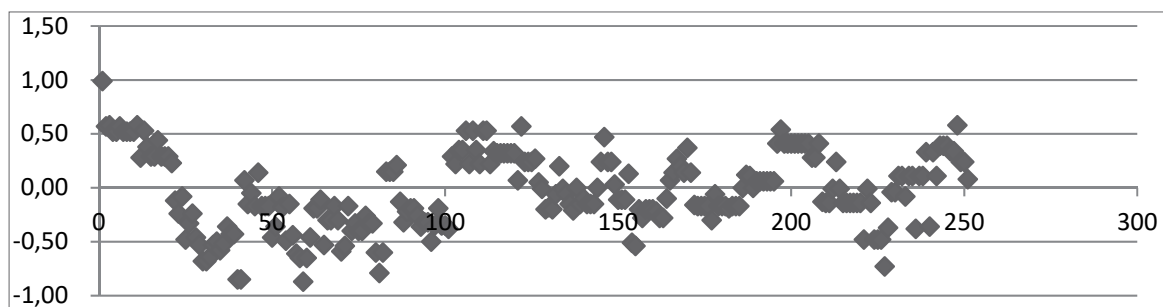


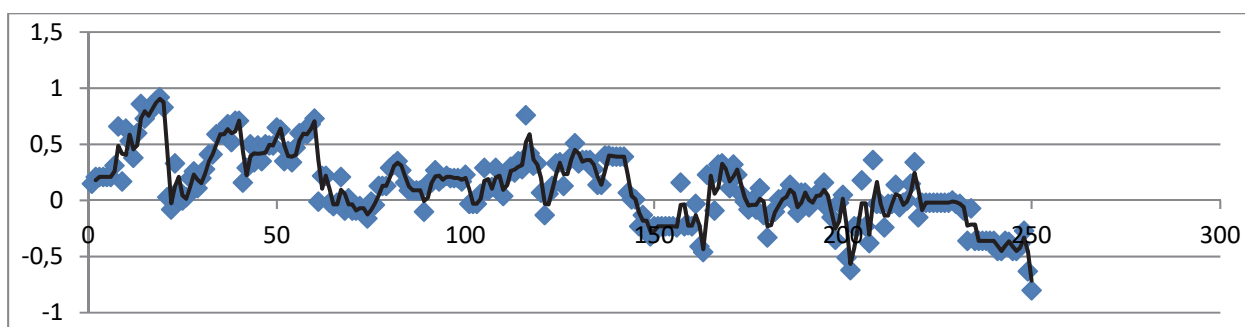
Рис. 2. Динаміка відхилень значень плаваючої ставки банку від облікової ставки НБУ за період 250 днів 2017 р.

за двома точками (Рис. 3(а)), за 9 точками (Рис. 3(б)) та за 35 точками (Рис. 3(в)) представлена на Рис. 3.

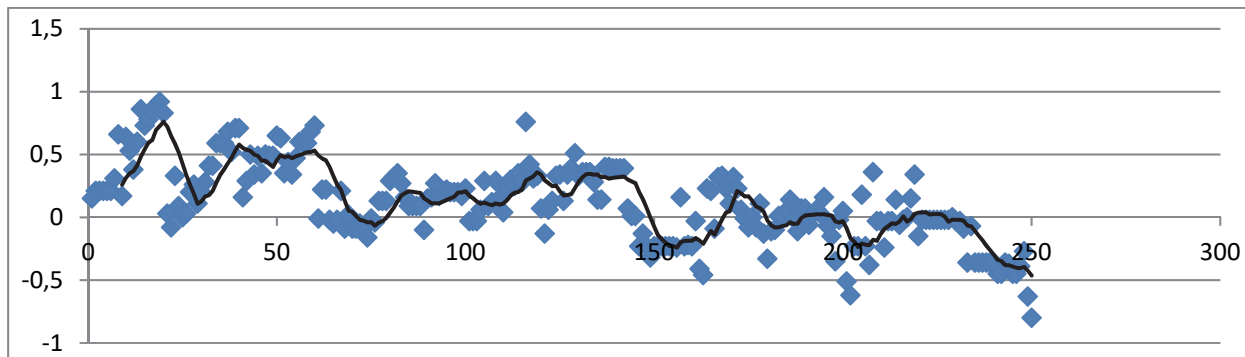
З Рис. 3 видно, що найкраще згладжування ряду близьке до поліноміального виходить за лінійною

фільтрацією за 35 точками, що допустиме при 250 досліджуваних точок.

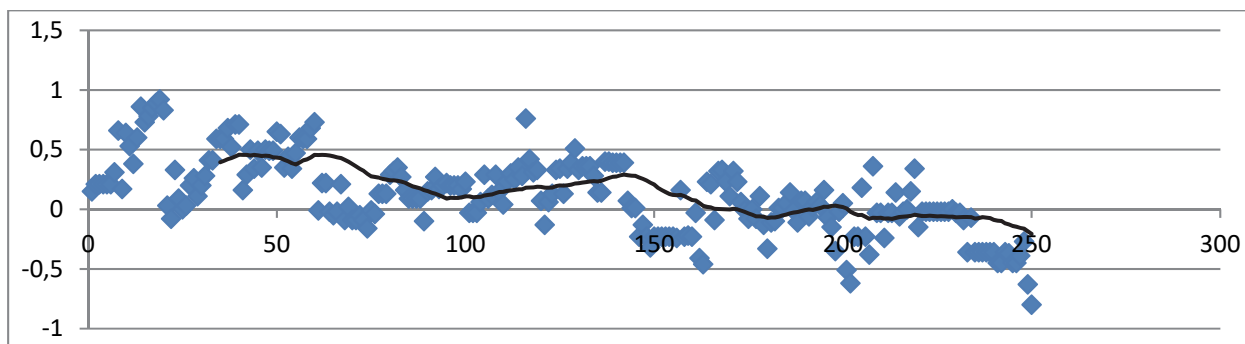
Останнім часом недостатній рівень довіри до банківської системи та очікування можливих фі-



а)



б)



в)

Рис. 3. Застосування лінійної фільтрації за двома точками (а), за 9 точками (б) та за 35 точками (в) до часового ряду відхилень значень плаваючої ставки банку від облікової ставки НБУ за період 250 днів 2017 р.

нансових негараздів будуть змушувати споживачів робити вибір на користь кредитів з фіксованим процентом. Перспективи розвитку банківських продуктів із плаваючою ставкою залежатимуть від стабільності розвитку економіки і фінансової сфери. Тому представлена методика визначення раціональних меж встановлення плаваючої процентної ставки являється актуальною з огляду на потреби банківського міжнародного кредитування за умови, що Національний банк прагне вдосконалити свою монетарну політику задля поступового переходу до режиму інфляційного таргетування. НБУ хоче поступово відійти від адміністративних обмежень на валютному ринку та більше використовувати ринкові інструменти, такі як плаваючі процентні ставки та вимоги до резервування.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. На нашу думку для України був би оптимальним плавний

перехід до режиму плаваючого валютного курсу. Однак, це вимагає виконання наступної низки умов.

По-перше, це відміна збору в Пенсійний фонд на купівлю валюти, оскільки його застосування призводить до зниження ліквідності валютного ринку, а також не дає можливості банкам ефективно управляти валютним ризиком та ризиком ліквідності. По-друге, потрібні кардинальні зміни в банківській системі — її очистка від неплатоспроможних банків. По-третє, це макроекономічна стабілізація — відновлення темпів зростання ВВП, зниження інфляції, збалансованість зовнішніх рахунків. Зазначимо, що на нашу думку посилення вимог за операціями з пов'язаними особами, вирішення питання про дострокове повернення депозитів, обмеження максимальних ставок за депозитами, забезпечення захисту прав позичальників та кредиторів — це ті законодавчі зміни, які на сьогодні актуальні для банківського сектору.

Література / References

1. Ippolito, F, A K Ozdagli, and A Perez-Orive (2013), «The Transmission of Monetary Policy through Bank Lending: The Floating Rate Channel», CEPR Working Paper No. 9696.
2. Gertler M., Karadi P. (2015), Monetary policy surprises, credit costs, and economic activity, *American Economic Journal: Macroeconomics*, 7(1), 44–76.
3. Janecki J. (2012), Reakcja rynkowych stóp procentowych na zmiany stopy procentowej banku centralnego w Polsce w latach 2001–2011, *Materiały i Studia*, 272, Narodowy Bank Polski.
4. Lavoie M. (2014), *Post-Keynesian Economics: New Foundations*, Edward Elgar.
5. Mishkin F. S. (2013), *The Economics of Money, Banking and Financial Markets*, Pearson.
6. NBP (2014), *Inflation Report — November 2014*, Narodowy Bank Polski, https://www.nbp.pl/en/publikacje/raport_inflacja/iraport_november2014.pdf.
7. Barakchian S. M., Crowe C. (2013), Monetary policy matters: evidence from new shocks data, *Journal of Monetary Economics*, 60(8), 950–966.
8. PRESS RELEASE / 1 September 2017 Euro area bank interest rate statistics: July 2017.
9. Christensen, J. H., & Rudebusch, G. D. (2012). The Response of Interest Rates to US and UK Quantitative Easing*. *The Economic Journal*, 122(564), F385-F414.
10. Evans, Charles, et al. «Risk management for monetary policy near the zero lower bound.» *Brookings Papers on Economic Activity* 2015.1 (2016): 141–219.
11. Paligorova, Teodora, and Joao AC Santos. «Rollover risk and the maturity transformation function of banks.» Available at SSRN2403418 (2014).
12. Rampini, A. A., SuÖ, A., & Viswanathan, S. (2014). Dynamic risk management. *Journal of Financial Economics*, 111(2), 271–296.
13. Wright, J. H. (2012), What does Monetary Policy do to Long-term Interest Rates at the Zero Lower Bound? *The Economic Journal*, 122: F447-F466.
14. Chodorow-Reich, Gabriel. 2014. Effects of Unconventional Monetary Policy on Financial Institutions. *Brookings Papers on Economic Activity* (Spring): 155–204.
15. Acharya, V., H. Almeida, F. Ippolito and A. PÈrez-Orive (2014). Bank Lines of Credit as Contingent Liquidity: A Study of Covenant Violations and their Implications. *ECB Working Paper* No. 1702.
16. Calza, A., Monacelli, T., & Stracca, L. (2013). Housing finance and monetary policy. *Journal of the European Economic Association*, 11(s1), 101–122.

Краєвський Володимир Миколайович

доктор економічних наук, доцент

Університет державної фіскальної служби України

Краевский Владимир Николаевич

доктор экономических наук, доцент

Университет государственной фискальной службы Украины

Kraevsky Vladimir

Doctor of Economics, Associate Professor

University of State Fiscal Service of Ukraine

ORCID: 0000-0003-3513-3666

Костенко Олександр Миколайович

кандидат економічних наук

Київський кооперативний інститут бізнесу і права

Костенко Александр Николаевич

кандидат экономических наук

Киевский кооперативный институт бизнеса и права

Kostenko Aleksandr

PhD in Economics

Kyiv Cooperative Institute of Business and Law

Добриніна Євгенія Віталіївна

слухач магістратури

Університету державної фіскальної служби України

Добрынина Евгения Витальевна

слушатель магистратуры

Университета государственной фискальной службы Украины

Dobrynina Evgenia

Undergraduate of the

University of State Fiscal Service of Ukraine

Когут Сергій Сергійович

слухач магістратури

Університету державної фіскальної служби України

Когут Сергей Сергеевич

слушатель магистратуры

Университета государственной фискальной службы Украины

Kogut Sergey

Undergraduate of the

University of State Fiscal Service of Ukraine

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5324

**АНАЛІТИЧНИЙ ТА СИНТЕТИЧНИЙ КОНТЕКСТ
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ ПРИЧИН І ВРАХУВАННЯ
НАСЛІДКІВ СУСПІЛЬНИХ ЯВИЩ І ПРОЦЕСІВ**

АНАЛИТИЧЕСКИЙ И СИНТЕТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ПРИЧИН И УЧЕТА ПОСЛЕДСТВИЙ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЯВЛЕНИЙ И ПРОЦЕССОВ

ANALYTICAL AND SYNTHETIC CONTEXT OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL EVALUATION OF THE REASONS AND TAKING INTO ACCOUNT THE CONSEQUENCES OF SOCIAL EVENTS AND PROCESSES

Анотація. В статті досліджено теоретико-методологічні положення оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів. Розвинуто наукове підґрунття аналітичного та синтетичного обґрунтування їх змісту в господарській діяльності.

Вказано на те, що аналіз і синтез є базовими інструментами в розумінні феномену самоорганізації, який синергетика пов'язує насамперед з поняттям дисипативної структури. Яку слід розуміти як, структуру, що виникає спонтанно у відкритих неврівноважених системах. Зазначено, що порядок виникнення дисипативних структур обґрунтовується аналітичним та синтетичним контекстом оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів. Згідно з досліджуваними видами контексту поки система перебуває в стані рівноваги її елементи поведуться незалежно один від одного, перебуваючи ніби у стані гіпнотичного сну. Через свою незалежність останні не мають здатності до утворення впорядкованих структур. Розглянуті елементи такої системи, які «збуджуються зі сну» і починають функціонувати узгоджено. Між ними виникають кореляції, когерентна взаємодія, внаслідок чого з'являється те, що називається дисипативною структурою. Доведено, що властивістю такої структури є підвищена «чутливість» до впливів зовнішнього середовища, що виявляються для неї фактором генерації та добору різних структурних конфігурацій. Соціальні, як і матеріальні системи за цих умов включаються в процес структурогенезу або самоорганізації.

Вказано, що аналіз і синтез як одні з найважливіших пізнавальних інструментів розуміння процесу структурогенезу соціальних систем власним методологічним змістом розкривають співвідношення двох протилежних джерел: самоорганізуючого, творчого джерела, що нарощує неоднорідність у соціальному середовищі, структурує її, і дисипативного, розсіюючого джерела, що розмиває неоднорідність, прагне перетворити соціальне середовище на «атомізовану масу», яка не має структурних зв'язків.

Ключові слова: аналіз, синтез, явище, процес, господарська діяльність.

Аннотация. В статье исследованы теоретико-методологические положения оценки причин и учета последствий общественных явлений и процессов. Развито научное обоснование аналитического и синтетического их содержания в хозяйственной деятельности.

Указано на то, что анализ и синтез являются базовыми инструментами в понимании феномена самоорганизации, который синергетика связывает прежде всего с понятием диссипативной структуры. Которую следует понимать как, структуру, которая возникает спонтанно в открытых неравновесных системах. Указано, что порядок возникновения диссипативных структур обосновывается аналитическим и синтетическим контекста оценки причин и учета последствий общественных явлений и процессов. Согласно исследуемым видам контекста пока система находится в состоянии равновесия ее элементы ведут себя независимо друг от друга, находясь как бы в состоянии гипнотического сна. Через свою независимость последние не имеют способности к образованию упорядоченных структур. Рассмотрены элементы такой системы, которые «возбуждаются от сна» и начинают функционировать согласованно. Между ними возникают корреляции, когерентная взаимодействие, в результате чего появляется то, что называется диссипативной структурой. Доказано, что свойством такой структуры является повышенная «чувствительность» к воздействиям внешней среды, которые оказываются для нее фактором генерации и отбора различных структурных изменений. Социальные, как и материальные системы при этих условиях включаются в процесс структурогенеза или самоорганизации.

Указано, что анализ и синтез как одни из важнейших познавательных инструментов понимания процесса структурогенеза социальных систем собственным методологическим содержанием раскрывают соотношение двух противоположных источников: самоорганизующего, творческого источника, который увеличивает неоднородность в социальной среде, структурирует ее, и диссипативной, рассеивающего источника, который размывает неоднородность, стремится превратить социальную среду в состояние при котором она не имеет структурных связей.

Ключевые слова: анализ, синтез, явление, процесс, хозяйственная деятельность.

Summary. The article examines the theoretical and methodological provisions for assessing the causes and taking into account the consequences of social phenomena and processes. The scientific substantiation of their analytical and synthetic content in economic activity is developed.

It is pointed out that analysis and synthesis are basic tools in understanding the phenomenon of self-organization, which synergetics associates primarily with the concept of dissipative structure. Which should be understood as a structure that occurs spontaneously in open nonequilibrium systems. It is indicated that the order of occurrence of dissipative structures is justified by the analytical and synthetic context of assessing the causes and taking into account the consequences of social phenomena and processes. According to the studied types of context, while the system is in a state of equilibrium, its elements behave independently of each other, as if in a state of hypnotic sleep. Through their independence, the latter do not have the ability to form ordered structures. Elements of such a system that are «excited from sleep» and begin to function in concert are considered. Between them, correlations arise, coherent interaction, as a result of what appears to be called a dissipative structure. It is proved that the property of such a structure is an increased «sensitivity» to environmental influences, which turn out to be a factor in generating and selecting various structural changes for it. Social, as well as material systems under these conditions are included in the process of structural genesis or self-organization.

It is pointed out that analysis and synthesis as one of the most important cognitive tools for understanding the process of the structural genesis of social systems by their own methodological content reveal the relationship of two opposite sources: a self-organizing, creative source that increases heterogeneity in the social environment, structures it, and a dissipative, scattering source that blurs heterogeneity, seeks to turn the social environment into a state in which it does not have structural connections.

Key words: analysis, synthesis, phenomenon, process, economic activity.

Актуальність теми дослідження. Розгляд суспільства з погляду його змін припускає актуалізацію наступних питань: які сили, або фактори розвитку суспільства є рушійними; які основні форми, у яких відбувається соціальний розвиток; у якій динаміці розвивається суспільство і соціальні процеси. Отримати відповіді на них без аналізу і синтезу як методів пізнання і видів діяльності неможливо. Для того, щоб зрозуміти, корисність цих методів в оцінці причин і врахуванні наслідків суспільних явищ і процесів, зауважимо, що окреме положення, висновок, наслідок знаходиться в такому ж відношенні до загального принципу, основи, в якому дія знаходиться до причини. Як з відомої причини випливає відома дія, так з відомого принципу, підстави виходить отриманий висновок, наслідок. Ми так само шукаємо для відомого положення принцип або основу, як для відомої дії шукаємо її причину. З іншого боку, як для відомої причини ми шукаємо її дію, так для відомих принципів ми можемо шукати їх наслідки.

Звідси, в залежності від того, що ми шукаємо в оцінці причин і врахуванні наслідків суспільних явищ і процесів, виходять дві різні парадигматичні концепції. Якщо ми від причини йдемо до дії, від підстави до висновку, то такий шлях називається прогресивним або синтетичним. Прогресивним він називається тому, що відповідає реальній суспільній природі, дійсному ходу речей, оскільки в такій природі причина раніше, ніж дія. Зворотній шлях, саме від дії до причини, від висновків до принципів, називається регресивним або аналітичним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням проблемних питань інсталювання в суб'єкту суспільнознавчу екзистенцію інструментарію аналізу і синтезу займаються представники різних наукових шкіл, зокрема: матеріалісти, ідеалісти, натуралісти, соціологи, культурологи та інші. Однак, їх науковий доробок часто характеризується фаховою специфічністю й не розкриває об'єктного аналітичного і синтетичного потенціалу в соціальному пізнанні.

Постановка проблеми. Потребують обґрунтування теоретико-методологічні положення аналізу і синтезу суспільних явищ і процесів.

Мета дослідження. Дослідити теоретико-методологічні положення оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів. Розвинути наукове опертя аналітичного та синтетичного обґрунтування їх змісту в господарській діяльності.

Виклад основного матеріалу (результати досліджень). Першим питанням окресленої проблематики є питання про рушійні сили, або джерела змін, що відбуваються в суспільстві. Проаналізувавши теоретичні напруження та практику світоглядності можемо синтезувати наступне визначення: під рушійними силами розвитку суспільства розуміють істотні, необхідні, довгостроково діючі чинники, що забезпечують такий розвиток, зокрема: 1) матеріальне виробництво, прогрес техніки і технологій — економічна площина (послідовники марксистської соціологічної теорії і філософи-технократи: У. Ростоу, З. Бжезинський); 2) трансформації в культурному житті, системі духовних цінностей — соціальна параметричність існування (соціологи і культурологи:

О. Конт, Т. Парсонс, П. Сорокін); 3) зміни природних основ соціального життя, кліматичні, біологічні і навіть космічні фактори — екологічна спрямованість (прихильники натуралістичних концепцій: Ш. Монтеск'є, В. Вернадський, Л. Гумільов) [12].

Усі перелічені фактори (економічні, соціальні та екологічні) не одноосібно, а комплексно впливають на розвиток суспільства. Причому всі вони найтіснішим чином переплетені і не можуть розглядатися незалежно один від одного.

Важливе місце в теорії розвитку суспільства посідають питання, пов'язані з визначенням форм його переходу з одного стану в інший. Як підтверджує аналітичний та синтетичний контекст оцінки зазначених форм, цей перехід здійснюється революційним або еволюційним шляхом і реалізується за допомогою суспільних реформ.

Проблема динаміки розвитку суспільства і соціальних процесів вперше спробував розв'язати О. Конт [12], розробивши на основі аналітичного методу соціологічну концепцію соціальної статистики, а за допомогою синтетичного — соціальної динаміки, згідно з якими перша відбиває умови і закони функціонування суспільної системи, а друга описує зміни і закони її розвитку (рис. 1). Тобто, соціальні зміни пов'язуються з поняттям соціальних процесів, що торкаються структури соціальної системи і її елементів (соціальних спільностей, груп і т.д.). Внаслідок дії різних рушійних сил, що можуть бути спричинені як суб'єктами суспільства, так і процесами й явищами, структура соціальної системи (починаючи від групи і закінчуючи суспільством у цілому) видозмінюються, виникають її нові соціальні характеристики і нові соціальні взаємодії.

Як свідчать дані рис. 1 аналітичний та синтетичний контекст оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів обумовлює використання

аналітичного методу дослідження тоді, коли шукаємо причини дій. В свою чергу, синтетичний метод полягає в тому, що спочатку відомі принципи припускаються відкритими і доведеними, а з цих загальних принципів отримуються відповідні висновки. Отже, аналіз відповідає індуктивному умовиводу, а синтез — дедуктивному.

Розглядаючи проблеми соціальної зміни, слід брати за основу принципи системного аналізу, вироблені класичною кібернетикою. Необхідно виходити з того, що суспільство як система має стійкість, здатність до самовідтворення, що виявляються у сталості і стабільності її основних структурних елементів. Якщо в певний момент, внаслідок якихось факторів порушується співвідношення сил, що підтримують рівновагу системи (відбувається ріст впливу якоїсь групи, формується новий склад державних органів і т.д.), відбувається зміна рівноваги. Соціальна система в цілому, її структурні елементи залишаються при цьому незмінними і швидко відновлюють втрачену рівновагу. Пристосування системи до умов, що змінилися, здійснюється за рахунок внутрішніх резервів — вона інтегрує в себе нові утворення, загалом залишаючись незмінною [8, с. 74–95].

Другим видом зміни є зміна структури, що розуміється як ситуація, при якій тиск на систему зсередини чи ззовні стає настільки вагомим, що вона робиться нездатною відновити втрачену рівновагу. У цьому випадку доречним є застосування принципів аналітичного синтезу (генерування новизни за всебічною оцінкою), розроблених наукою про управління. Згідно з ними, щоб зберегти цілісність суспільства, підвищити його адаптивну здатність, відбувається трансформація найважливіших структурних елементів (соціальних ролей, інститутів, організацій). Модифікації зазнають цілі підсистеми — економічна, політична, система цінностей і т.д. Отже, зміни

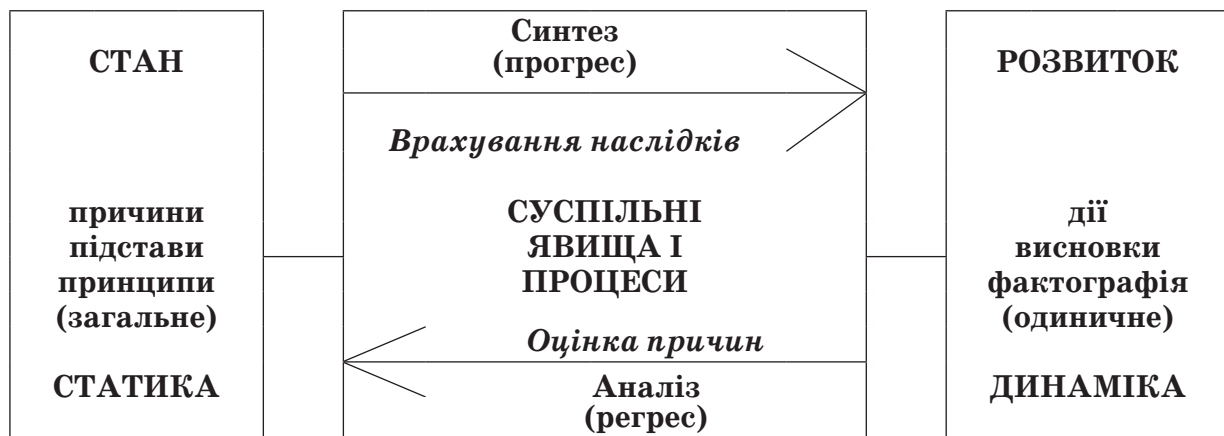


Рис. 1. Аналітичний та синтетичний контекст оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів

Джерело: розроблено автором

соціальних систем можуть не приводити до структурних перетворень або піддаватися їм відповідним чином [7, с. 317–322].

Аналітичний та синтетичний контекст оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів за концепцією самоорганізації соціальних систем дозволив уточнити деякі підходи, що склалися в період модерну, тобто «класичної» соціально-філософської думки. Зокрема, підтвердити цілком слушний силогізм, що соціальна система в реальному історичному процесі приводить до впорядкованості структур соціального простору, до балансу суспільних сил, соціальних інститутів, характеру соціальної комунікації — через перехідні стани суспільства, які характеризуються неупорядкованістю, розбалансуванням сфер їх взаємодії. Перш ніж дійти до рівноваги, кожна підсистема суспільства або окремих її елементів проходять структурну перебудову, вибираючи оптимальний для даного моменту режим діяльності. Саме такі процеси характерні для соціальних систем, що трансформуються від однієї до іншої форми соціального буття. До найважливіших категорій концепції самоорганізації соціальних систем, що розкривають сутність динаміки соціальних процесів, належать [2, с. 104–119]: дисипативна структура, хаос, нестійкість, аттрактори, біфуркація та низка інших.

Аналіз і синтез є базовими інструментами в розумінні феномену самоорганізації, який синергетика пов'язує насамперед з поняттям дисипативної структури. Під нею слід розуміти структуру, що виникає спонтанно у відкритих невірноважених системах. Порядок виникнення дисипативних структур обґрунтовується аналітичним та синтетичним контекстом оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів. Згідно з досліджуваними видами контексту поки система перебуває в стані рівноваги її елементи поведуться незалежно один від одного, перебуваючи ніби у стані гіпнотичного сну. Через свою незалежність останні не мають здатності до утворення впорядкованих структур. Але коли ця система під впливом взаємодій з навколишнім середовищем переходить у невірноважений стан, ситуація змінюється. Елементи такої системи «збуджуються зі сну» і починають функціонувати узгоджено. Між ними виникають кореляції, когерентна взаємодія, внаслідок чого з'являється те, що називається дисипативною структурою. Властивістю такої структури є підвищена «чутливість» до впливів зовнішнього середовища, що виявляються для неї фактором генерації та добору різних структурних конфігурацій. Соціальні, як і матеріальні системи за цих умов включаються в процес структурогенезу або самоорганізації [4, с. 58–67].

Аналіз і синтез як одні з найважливіших пізнавальних інструментів розуміння процесу структурогенезу соціальних систем власним методологічним змістом розкривають співвідношення двох протилежних джерел: самоорганізуючого, творчого джерела, що нарощує неоднорідність у соціальному середовищі, структурує її, і дисипативного, розсіюючого джерела, що розмиває неоднорідність, прагне перетворити соціальне середовище на «атомізовану масу», яка не має структурних зв'язків. Процес структурогенезу початися не може в середовищі, де переважає розсіююче, дисипативне джерело. Але й без процесу розсіювання структурогенез неможливий. Дисипація як фактор «видалення зайвого» в середовищі з нелінійними джерелами відіграє роль «різця», яким поступово, але цілеспрямовано відтинається все непотрібне. А позаяк дисипативні процеси, розсіювання є, по суті, макроскопічним проявом хаосу, то хаос на макрорівні — це не фактор руйнування, а сила, яка виводить на аттрактор, на тенденцію самоструктурування нелінійного середовища [1, с. 68–92; 6, с. 88–93].

З позиції синергетики структурогенез, соціальні зміни в системах відбуваються в ситуації максимальної нестійкості. Поняття нестійкості (чи нестійкості) в цій концепції втрачає негативний відтінок. Погоджуємося з думкою, що нестійкість може виступати умовою стабільного і динамічного розвитку. Тільки системи, далекі від рівноваги, здатні спонтанно організовувати себе і розвиватися. А коли так, без нестійкості немає розвитку. Передбачається, що надмірна нестійкість притаманна не всій системі, а локалізована в частині, що забезпечує саморозвиток. Згідно з аналітичним та синтетичним контекстом оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів стійкості стаціонарного стану соціальної системи можуть загрожувати тільки стадії, що містять автокаталітичні петлі (де учасник взаємодії бере участь у новому синтезі самого себе). Такі стадії (мовою соціальної філософії — структурні зрушення макрорівня) індукуються організацією (тобто недоліками керування, регулювання соціальних процесів), оскільки саме вона (організація) у вигляді автокаталітичності здатна періодично знаходити невірноваженість, нестійкість. Це, в свою чергу, припускає, що будь-які проведені у суспільстві організації (реорганізації), які мають властивість амбівалентності, тобто здатність як упорядковувати, так і підсилювати хаос, повинні проходити ретельну різнобічну експертизу. А вже потім експертиза повинна ставити заслін будь-яким волюнтаристичним втручанням у живу тканину соціуму, прожектерству, «катастрофкам», що ведуть не до підвищення «здорової» стійкості соціальної системи, а до посилення

в ній «негативної» нестійкості: дисгармонічних тенденцій, диспропорцій, виникнення суб'єктивних суперечностей, конфліктів [5, с. 104–106; 10, с. 25–28].

Центральне місце в теорії динамічних систем, що останнім часом все ширше використовується в аналітичному та синтетичному контексті оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів, в тому числі й у перехідний період, займають категорії аттрактор і біфуркація.

Під аттрактором (від лат. *attractio* — тяжіння) у спеціалізованій літературі [11, с. 55–72], присвяченій соціальним системам, що самоорганізуються, мають на увазі силу, що направляє розвиток системи за певною траєкторією (тимчасовою послідовністю). Водночас аттрактори не є силами в класичному розуміння цього слова, оскільки їх дія, яка змінює динамічні якості системи, поширюється на систему в цілому, а також за межі конкретного положення цієї системи. При виході системи за межі певних величин, вона з одного набору аттракторів переходить на інший, тобто входить у новий динамічний режим. У точці переходу системи від одного динамічного режиму на інший відбувається біфуркація (від лат. *bifurcatio* — роздвоєння, поділ).

Біфуркація — певна фундаментальна характеристика в поведінці складних соціальних систем, що зазнають високого ступеня тиску і напруги [12]. Під впливом цих чинників системи переходять від динамічного режиму одного набору аттракторів, звичайно більш стійких і простих, до динамічного режиму набору складніших і «хаотичних» аттракторів.

Процес біфуркації показує, що коли система виштовхується за свій поріг стабільності, вона входить у фазу хаосу — не обов'язково фатального для неї: це може бути і передумовою до нового розвитку. У життєздатних системах хаос відступає перед більш високими формами порядку. Однак, відношення між докризовим і післякризовим порядком ніколи не буває лінійним — це не відношення просто причини і наслідків. Розвиток невідновлених систем, оскільки він відбувається через процес біфуркації, є стрибкоподібним і нелінійним [3, с. 21–27; 4, с. 91–96].

Розвиваючи сутність зазначеної концепції необхідно наголосити на тому, що оскільки соціально-економічні системи сучасності складні й нестабільні, шляхи їх розвитку повинні рано чи пізно біфуркувати. До того ж, згідно із змістом аналітичного та синтетичного контексту оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів, біфуркації відбуваються частіше і розвиваються динамічніше, коли системи, що їх переживають, близькі до порогових значень своєї стабільності, тобто ведуть «небезпечний спосіб життя». Причин переходу до такого порогового, а потім і нестабільного, хаотич-

ного стану може бути декілька: по-перше, це вплив недостатньо засвоєних чи невдало застосовуваних технічних нововведень (Т-біфуркації); по-друге, їх можуть спровокувати внутрішні і зовнішні соціальні конфлікти (війни, завоювання, революції, класові та етнічні колізії) (С-біфуркації); по-третє, явища нестабільності можуть викликати різкий занепад соціально-економічного порядку в цьому суспільстві під впливом зростаючої кризи, що призводить до Е-біфуркації. У ХХ столітті людство пережило дві найбільші хвилі біфуркації, перша з яких була викликана «деколонізацією» країн Азії, Африки і Латинської Америки, а друга — політичними колізіями трансформації Радянського Союзу [9, с. 39–43].

Отже, застосування розглянутих підходів до оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів можливе тільки на основі застосування наукового опертя аналітичного та синтетичного обґрунтування їх змісту в господарській діяльності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Узагальнюючи наведений матеріал необхідно зазначити, що суспільство в широкому розумінні — це відокремлена від природи частина матеріального світу, що являє собою історично розвинену форму життєдіяльності людей, основою якої є людська праця, суспільне виробництво. Суспільство являє собою найскладнішу з відомих систем об'єктивної реальності, що охоплює сукупність соціальних об'єктів і суб'єктів, їх властивості і відносини, які утворюють цілісний соціальний організм.

Як елемент об'єктивної дійсності суспільство підлягає всім загальним закономірностям розвитку. З іншого боку — це особлива, специфічна частина дійсності, що характеризується, крім загальних закономірностей, своїми власними. Таким чином, і пізнання суспільства має свою специфіку, проте, його основою є аналіз і синтез.

Аналітичний та синтетичний контекст оцінки причин і врахування наслідків суспільних явищ і процесів забезпечує розгляд суспільства з погляду його змін допомагаючи відповісти на запитання: які сили, або фактори розвитку суспільства є рушійними; які основні форми, у яких відбувається соціальний розвиток; у якій динаміці розвивається суспільство і соціальні процеси.

Аналіз і синтез як одні з найважливіших пізнавальних інструментів розуміння процесу структурогенезу соціальних систем власним методологічним змістом розкривають співвідношення двох протилежних джерел: самоорганізуючого, що нарощує неоднорідність у соціальному середовищі, структурує її, і дисипативного, яке розмиває неоднорідність, прагнучи усунути в ньому структурні зв'язки.

Література

1. Алексеева Т. В., Лужецкий М. Г., Курганова Е. В. Информационно-аналитические системы: [учебное пособие]. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2005. 175 с.
2. Андрейчиков А. В., Андрейчикова О. Н. Анализ, синтез, планирование решений в экономике: [учебное пособие]. М.: Финансы и статистика, 2000. 368 с.
3. Варенко В. М. Інформаційно-аналітична діяльність: Навч. посіб. / В. М. Варенко. К.: Університет «Україна», 2014. 417 с.
4. Економічна синталітика: філософський дискурс становлення та розвитку: [С. В. Бардаш, О. М. Костенко, В. М. Краєвський]; за заг. ред. С. В. Бардаша. К.: ЦП Компрінт, 2017. 225 с.
5. Захарова І. В., Філіпова Л. Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності: [навчальний посібник]. К.: Центр учбової літератури, 2013. 336 с.
6. Конотопов П. Ю. Аналитика: методология, технология и организация информационно-аналитической работы / П. Ю. Конотопов, Ю. В. Курносков. М.: Издательство «Русакс», 2004. 550 с.
7. Лебедев М. В., Черняк А. З. Аналитическая философия: [учебное пособие]. М.: РУДН, 2004. 740 с.
8. Мних Є. В. Філософія сучасного економічного аналізу: [навчальний посібник]. К.: КНЕУ, 2006. 408 с.
9. Муковський І. Т. Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах: Навч. посіб. / І. Т. Муковський, А. Г. Міщенко, М. М. Шевченко. К.: Кондор, 2012. 224 с.
10. Сурмін Ю. П. Аналітична діяльність: Посібник для аналітика неприбуткової організації. / Ю. П. Сурмін. К.: Центр інновацій та розвитку, 2002. 96 с.
11. Чумаченко М. Г. Економічний аналіз: [підручник]. К.: КНЕУ, 2001. 540 с.
12. <http://uk.wikipedia.org> — офіційний сайт Вікіпедії Вільної енциклопедії.

References

1. Alekseeva T. V., Luzhetskiy M. G., Kurganova Ye. V. Informatsionno-analiticheskie sistemy: [uchebnoe posobie]. M.: Moskovskaya finansovo-promyshlennaya akademiya, 2005. 175 s.
2. Andreychikov A. V., Andreychikova O. N. Analiz, sintez, planirovanie resheniy v ekonomike: [uchebnoe posobie]. M.: Finansy i statistika, 2000. 368 s.
3. Varenko V. M. Informacijno-analitychna dijalnistj: Navch. posib. / V. M. Varenko. K.: Universytet «Ukrajina», 2014. 417 s.
4. Ekonomichna syntalityka: filosofsjkyj dyskurs stanovlennja ta rozvytku: [S. V. Bardash, O. M. Kostenko, V. M. Krajevsjkyj]; za zagh. red. S. V. Bardasha. K.: CP Komprynt, 2017. 225 s.
5. Zakharova I. V., Filipova L. Ja. Osnovy informacijno-analitychnoji dijalnosti: [navchaljnyj posibnyk]. K.: Centr uchbovoji literatury, 2013. 336 s.
6. Konotopov P. Yu. Analitika: metodologiya, tekhnologiya i organizatsiya informatsionno-analiticheskoy raboty / P. Yu. Konotopov, Yu. V. Kurnosov. M.: Izdatelstvo «Rusaki», 2004. 550 s.
7. Lebedev M. V., Chernyak A. Z. Analiticheskaya filosofiya: [uchebnoe posobie]. M.: RUDN, 2004. 740 s.
8. Mnykh Je. V. Filosofija suchasnogho ekonomichnogho analizu: [navchaljnyj posibnyk]. K.: KNEU, 2006. 408 s.
9. Mukovsjkyj I. T. Informacijno-analitychna dijalnistj u mizhnarodnykh vidnosynakh: Navch. posib. / I. T. Mukovsjkyj, A. Gh. Mishhenko, M. M. Shevchenko. K.: Kondor, 2012. 224 s.
10. Surmin Ju. P. Analitychna dijalnistj: Posibnyk dlja analityka neprybutkovoji orghanizaciji. / Ju. P. Surmin. K.: Centr innovacij ta rozvytku, 2002. 96 s.
11. Chumachenko M. Gh. Ekonomichnyj analiz: [pidruchnyk]. K.: KNEU, 2001. 540 s.
12. <http://uk.wikipedia.org> — oficijnyj sajт Vikipediji Viljnoji encyklopediji.

Краєвський Володимир Миколайович

доктор економічних наук, доцент

Університет державної фіскальної служби України

Краевский Владимир Николаевич

доктор экономических наук, доцент

Университет государственной фискальной службы Украины

Kraevsky Vladimir

Doctor of Economics, Associate Professor

University of State Fiscal Service of Ukraine

ORCID: 0000-0003-3513-3666

Костенко Олександр Миколайович

кандидат економічних наук

Київський кооперативний інститут бізнесу і права

Костенко Александр Николаевич

кандидат экономических наук

Киевский кооперативный институт бизнеса и права

Kostenko Aleksandr

PhD in Economics

Kyiv Cooperative Institute of Business and Law

Сіромах Марина Іванівна

слухач магістратури

Університету державної фіскальної служби України

Сиромах Марина Ивановна

слушатель магистратуры

Университета государственной фискальной службы Украины

Seromakh Marina

Undergraduate of the

University of State Fiscal Service of Ukraine

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5323

**ОБҐРУНТУВАННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ
ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ
ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ
СИСТЕМИ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ**

**ОБОСНОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ
ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ
ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОЙ
СИСТЕМЫ ИХ УЧЕТА И АНАЛИЗА**

**RATIONALE OF FEATURES OF FOREIGN
TRADE OPERATIONS OF THE ENTERPRISE FOR
ORGANIZATION OF THE EFFECTIVE SYSTEM
OF THEIR ACCOUNTING AND ANALYSIS**

Анотація. В статті розглянуто економічну сутність зовнішньоторговельних операцій з сировинною продукцією підприємств. Визначено методичні засади ефективного їх обліку та аналізу. Обґрунтовано напрямки удосконалення механізму розрахунків за ними з врахуванням галузевих особливостей промисловості.

Вказано, що в процесі здійснення виробничої і фінансової діяльності підприємства вступають у товарно-грошові відносини з приводу купівлі-продажу сировини, товарів та послуг не тільки з вітчизняними, але й із закордонними контрагентами. Такі відносини є основою для розвитку зовнішньоекономічної діяльності господарюючих суб'єктів та входження їх до системи міжнародних економічних відносин. На глобальному рівні цей сегмент сировинної продукції складає приблизно п'яту частину від світового товарного ринку. Доведено, що ринок сировинної продукції характеризується високим рівнем волатильності та залежністю від багатьох чинників. Тому при здійсненні зовнішньоторговельних операцій підприємств, ефективного їх обліку та аналізу необхідно враховувати не лише загальноекономічну кон'юнктуру, а й відповідну галузеву специфіку та виникаючі у зв'язку з цим ризики в розрахунках за такими операціями.

Зазначено, що однією з умов ефективного здійснення зовнішньоторговельних операцій є використання економічних важелів, які на даний час в Україні застосовуються не в повному обсязі і непродуктивно. Зокрема, потребує удосконалення механізм г'євового комплексного регулювання розвитку промислового виробництва, в тому числі проведення повних та своєчасних розрахунків за його продукцію, що повинен враховувати мінливість зовнішнього середовища й бути реалізованим на всіх рівнях управління: міжнародному, національному, регіональному та на рівні суб'єктів господарювання.

Доведено, що проведення результативних ЗТО з сировинною продукцією підприємств має забезпечувати покращення рівня ефективності діяльності у цій сфері, а також сприяти удосконаленню механізмів функціонування з врахуванням галузевих особливостей промисловості.

Ключові слова: особливості зовнішньоторговельних операцій, облік, аналіз, хімічна промисловість.

Аннотация. В статье рассмотрены экономическую сущность внешнеторговых операций с сырьевой продукцией предприятий. Определены методические основы эффективного их учета и анализа. Обоснованы направления совершенствования механизма расчетов по ним с учетом отраслевых особенностей промышленности.

Указано, что в процессе осуществления производственной и финансовой деятельности предприятия вступают в товарно-денежные отношения по поводу купли-продажи сырья, товаров и услуг не только с отечественными, но и с зарубежными контрагентами. Такие отношения являются основой для развития внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов и вхождения их в систему международных экономических отношений. На глобальном уровне этот сегмент сырьевой продукции составляет примерно пятую часть от мирового товарного рынка. Доказано, что рынок сырьевой продукции характеризуется высоким уровнем волатильности и зависимости от многих факторов. Поэтому при осуществлении внешнеторговых операций предприятий, эффективного их учета и анализа необходимо учитывать не только общеэкономической конъюнктуры, но и отраслевую специфику и возникающие в связи с этим риски в расчетах по таким операциям.

Отмечено, что одним из условий эффективного осуществления внешнеторговых операций является использование экономических рычагов, которые в настоящее время в Украине применяются не в полном объеме и непродуктивно. В частности, требует совершенствования механизм действенного комплексного регулирования развития промышленного производства, в том числе проведение полных и своевременных расчетов за его продукцию, должен учитывать изменчивость внешней среды и реализуемости на всех уровнях управления: международном, национальном, региональном и на уровне субъектов хозяйствования.

Доказано, что проведение результативных ЗТО с сырьевой продукцией предприятий должно обеспечивать улучшение уровня эффективности деятельности в этой сфере, а также способствовать совершенствованию механизмов функционирования с учетом отраслевых особенностей промышленности.

Ключевые слова: особенности внешнеторговых операций, учет, анализ, химическая промышленность.

Summary. The article deals with the economic essence of foreign trade operations with raw materials of enterprises. The methodological bases of their effective accounting and analysis are defined. Directions of improvement of the mechanism of calculations on them are considered, taking into account the industry peculiarities of the industry.

It is stated that in the process of production and financial activity of the enterprise enter into commodity-money relations regarding the purchase and sale of raw materials, goods and services not only with domestic but also with foreign counterparties. Such relations are the basis for the development of foreign economic activity of economic entities and their integration into the system of international economic relations. Globally, this commodity segment accounts for about a fifth of the global commodity market. It is proved that the commodity market is characterized by high level of volatility and dependence on many factors. Therefore, when carrying out foreign trade operations of enterprises, their effective accounting and analysis, it is necessary to

take into account not only the general economic situation, but also the relevant industry specificity and the associated risks in the calculations for such operations.

It is noted that one of the conditions for effective implementation of foreign trade operations is the use of economic levers, which are currently not fully implemented and unproductive in Ukraine. In particular, the mechanism of effective integrated regulation of industrial production development, including full and timely payments for its products, needs to be improved, which must take into account the variability of the environment and be implemented at all levels of management: international, national, regional and at the level of economic entities.

It is proved that conducting productive WTO with raw materials of enterprises should ensure improvement of the level of efficiency of activity in this field, as well as contribute to the improvement of mechanisms of functioning taking into account the industry peculiarities of industry.

Key words: features of foreign trade operations, accounting, analysis, chemical industry.

Актуальність теми дослідження. В процесі здійснення виробничої і фінансової діяльності підприємства вступають у товарно-грошові відносини з приводу купівлі-продажу сировини, товарів та послуг не тільки з вітчизняними, але й із закордонними контрагентами. Такі відносини є основою для розвитку зовнішньоекономічної діяльності господарюючих суб'єктів та входження їх до системи міжнародних економічних відносин. На глобальному рівні цей сегмент сировинної продукції складає приблизно п'яту частину від світового товарного ринку. Ринок сировинної продукції характеризується високим рівнем волатильності та залежністю від багатьох чинників. Тому при здійсненні зовнішньоторговельних операцій підприємств, ефективного їх обліку та аналізу необхідно враховувати не лише загальноекономічну кон'юнктуру, а й відповідну галузеву специфіку та виникаючі у зв'язку з цим ризики в розрахунках за такими операціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільш ґрунтовно проблеми розрахунків за зовнішньоторговельними операціями розглянуті в наукових працях: І. Багрова [1], В. Власюка [1], А. Гетьмана [1], О. Костенка [2], В. Краєвського [2; 3], М. Кредісова [6], Г. Кірейцева [5], С. Мочерного [4], Н. Редіна [1], В. Савчука [2] та інших вітчизняних і зарубіжних вчених. Проте, не достатньо дослідженими є питання формування системи ефективного обліку та аналізу такої діяльності для результативного управління нею в умовах глобалізації, в тому числі, за рахунок поліпшення механізму здійснення розрахунків з врахуванням галузевих особливостей хімічної промисловості.

Метою статті є розгляд значимості та особливостей зовнішньоторговельних операцій в умовах комерціалізації діяльності.

Об'єктом дослідження є особливості здійснення зовнішньоторговельних операцій з сировинною продукцією, які обумовлюють формування ефективної системи їх обліку та аналізу.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні аспекти проведення зовнішньоторговельних операцій і організації ефективної системи їх обліку та аналізу з врахуванням галузевої специфіки.

Виклад основного матеріалу (результати досліджень). Однією з умов ефективного здійснення зовнішньоторговельних операцій є використання економічних важелів, які на даний час в Україні застосовуються не в повному обсязі і непродуктивно. Зокрема, потребує удосконалення механізм дієвого комплексного регулювання розвитку промислового виробництва, в тому числі проведення повних та своєчасних розрахунків за його продукцію, що повинен враховувати мінливість зовнішнього середовища й бути реалізованим на всіх рівнях управління: міжнародному, національному, регіональному та на рівні суб'єктів господарювання.

Зовнішньоторговельні операції (ЗТО) — це комплекс заходів, які використовують суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності різних країн з метою здійснення зовнішньої торгівлі. Такими заходами є вивчення ринку конкретного товару або послуги, їх реклама, створення розгалуженої мережі збуту, проведення переговорів, укладення і виконання контрактів [4, с. 23–35].

Найважливіший елемент ЗТО — контракт, предметом якого є купівля-продаж товару або послуги, виконання підрядних робіт, оренда та інше. Процес підготовки контракту передбачає укладання допоміжних договорів з консалтинговими фірмами, рекламними агентами, торговельними посередниками, транспортними фірмами, страховими компаніями.

Основні види ЗТО: експорт товарів і послуг; імпорт товарів і послуг) реекспорт (продаж із вивезенням за кордон раніше імпортованого товару, що не підлягав обробці, а також придбання і перепродаж товару за кордоном без його переробки там і без завезення в країну); реімпорт (придбання із ввезення з-за кордону раніше експортованого товару, що не підлягав там обробці, а також повернення з-за

кордону товару, раніше доставленого посередником і не реалізованого ним на зовнішньому ринку, в т.ч. товару, від якого відмовився покупець через низьку його якість, відсутність після продажних послуг тощо) [4, с. 29–42].

Доцільно зазначити, що ЗТО — це комплекс дій контрагентів різних країн, спрямованих на здійснення торгового обміну, що мають комерційну спрямованість. ЗТО передбачає наявність суб'єктів, які здійснюють цю діяльність, і об'єктів, на які ця діяльність спрямована.

Суб'єктами ЗТО є підприємства, фірми, організації, котрі одержали від держави право виходу на зовнішній ринок. Об'єктами ЗТО виступають матеріальні процеси, що проявляють себе в процесі обміну товарами, послугами, результатами виробничого і науково-технічного співробітництва. Ці об'єкти визначають види зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку. Крім того, ЗТО поділяються на основні і допоміжні [1, с. 53–68; 3, с. 85]. До основних відносяться операції, які здійснюються на розрахунковій основі між безпосередніми учасниками цих операцій (контрагентами різних країн); допоміжні — операції товаропросування, тому що пов'язані з рухом товару до споживача (рис. 1).

Експортні операції передбачають продаж і вивіз товарів за кордон для передачі їх у власність іноземному контрагенту. Імпортні операції — закупівля і ввіз іноземних товарів для подальшої їх реалізації на внутрішньому ринку своєї країни чи використання підприємством-імпортером.

Реекспортні й реімпортні операції є різновидом експортно-імпортних. Реекспортні операції пов'язані

з продажем і вивезенням із країни раніше ввезеного до неї товару без якого-небудь перероблення. Реімпортні операції являють собою експортні угоди, що не відбулися, тобто ввіз в країну раніше ввезеного товару, який там не перероблявся. Це можуть бути товари, не продані на аукціоні, повернені з консигнаційного складу, забраковані споживачем.

Монографічним суб'єктом ЗТО обрано ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів», що як типовий репрезентант (багатопротилежне підприємство) власним прикладом відображає політику здійснення ЗТО, а також дозволяє обґрунтувати напрямки удосконалення механізму розрахунків за ними з врахуванням галузевих особливостей хімічної промисловості України.

Видами діяльності ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» виступають: 1) виробництво промислової продукції (органічні та неорганічні хімічні реактиви, складні мікробіологічні барвники, індикатори для аналітичних лабораторій, продукція виробничо-технічного призначення, реактиви для науково-дослідних інститутів); 2) зовнішньоекономічна діяльність.

До основних видів продукції підприємства належать: люмінори (14,1%), триметиліндоли (28,7%), спіробісіндан (11,9%).

ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» використовує якісну сировину, що відповідає високим стандартам. Основними постачальниками її є підприємства України, Китаю, Росії, Польщі, Індії. До виробничої структури підприємства входять такі структурні підрозділи: виробництво органічних та неорганічних хімікатів, центрально-заводська

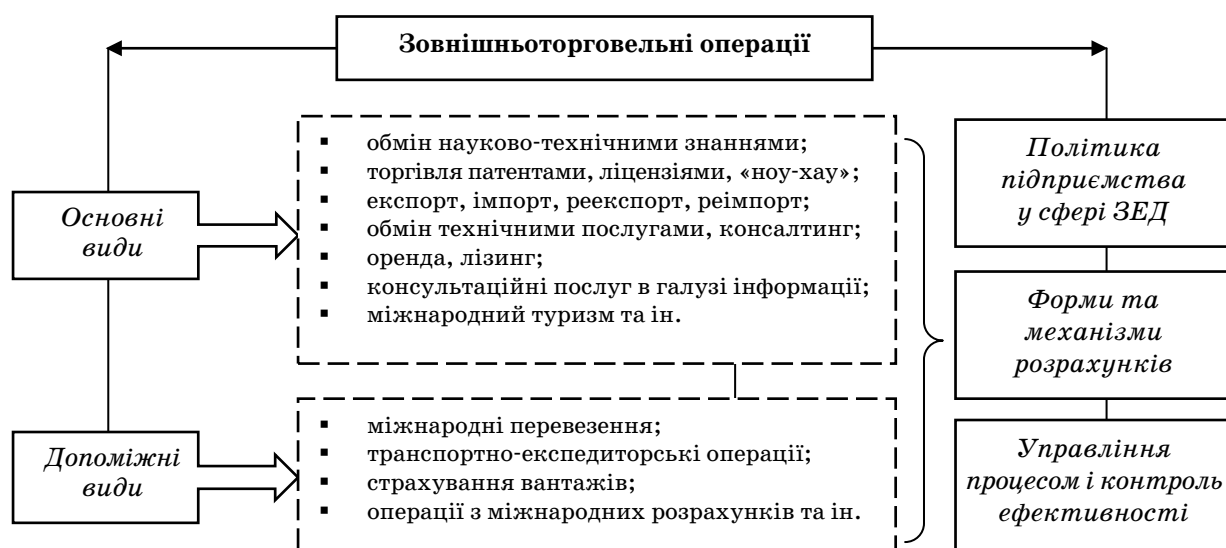


Рис. 1. Види зовнішньоторговельних операцій

Джерело: авторська розробка

лабораторія, енергомеханічний цех, виробничо-санітарна лабораторія, автотранспортний цех, склади та промислово-санітарна лабораторія. Динаміку фінансових результатів ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» наведено в табл. 1.

Аналізуючи виробництво промислової продукції ПрАТ «Шосткінським заводом хімічних реактивів» (в тому числі з врахуванням ЗТО) (табл. 1), необхідно відмітити нарощування обсягів господарської діяльності підприємства, про що свідчить стабільне підвищення доходу від реалізації продукції. Водночас негативною тенденцією є зростання собівартості продукції більш швидкими темпами ніж зростання виручки від реалізації. Загальногосподарські витрати також мають тенденцію до зростання, особливо у 2017 році у порівнянні з 2016 роком. Відповідно вже на операційному рівні підприємство є збитковим. Значні виплати за фінансовими зобов'язаннями зменшують суму прибутку. Головними причинами збитковості ПрАТ «Шосткінським заводом хімічних реактивів» констатуємо: високі ціни на сировину; підвищення цін на енергоресурси; розрив раніше складених економічних зв'язків між підприємствами (у зв'язку з військовим конфліктом в Україні); висока конкуренція; застаріле обладнання та суттєвий рівень його зносу (75,3%); недосконале законодавство; високі подат-

ки; політично-економічна криза; падіння курсу національної валюти.

За таких умов вважаємо, що подолання кризових тенденцій можливе за рахунок активізації ЗТО, що підтверджує емпірична фактографія динаміки експортної виручки (рис. 2).

Як свідчать дані рис. 2 ПрАТ «Шосткінським заводом хімічних реактивів» суттєво збільшило обсяг експортної виручки. Її показник у 2017 році перевищував показник 2014 року у 2 рази. Відповідно зросла і частка експортної виручки у загальному доході від реалізації продукції.

Зростання обсягу такої реалізації вимагає застосування певної правової форми і використання конкретних способів (методів) її здійснення. Правовою формою, що опосередковує ЗТО, є зовнішньоторговельна угода. Обов'язкова умова угоди — підписання її з іноземним партнером, тобто контрагентом.

Під зовнішньоторговельною угодою розуміється договір (угода) між двома чи кількома сторонами, що знаходяться в різних країнах, про доставку товарів або надання послуг. У практиці світової торгівлі спостерігається велика різноманітність зовнішньоторговельних угод. Це пов'язано з: предметом угоди (товар, послуги, результати інтелектуальної діяльності, оренда обладнання тощо); особливостями предмета угоди (сировинні товари, готова продукція,

Таблиця 1

Динаміка фінансових результатів ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів», тис. грн.

Показник	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
				2016/2015	2017/2016	2016/2015	2017/2016
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	28561	34243	42074	5682	7831	19,9	22,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	21590	26569	32176	4979	5607	23,1	21,1
Валовий прибуток	6971	7674	9898	703	2224	10,1	29,0
Інші операційні доходи	530	465	1818	-65	1353	-12,3	291,0
Адміністративні витрати	8508	10359	11791	1851	1432	21,8	13,8
Витрати на збут	1243	1193	1517	-50	324	-4,0	27,2
Інші операційні витрати	1227	680	1567	-547	887	-44,6	130,4
Фінансовий результат від операційної діяльності, збиток	3477	4093	3159	616	-934	17,7	-22,8
Інші фінансові доходи	11	28	11	17	-17	154,5	-60,7
Інші доходи	195	5	4	-190	-1	-97,4	-20,0
Фінансові витрати	226	0	493	-226	493	-100,0	100,0
Інші витрати	45	0	625	-45	625	-100,0	100,0
Фінансовий результат до оподаткування, збиток	3542	4060	4262	518	202	14,6	5,0
Чистий фінансовий результат, збиток	3542	4060	4262	518	202	14,6	5,0

Джерело: розроблено автором за даними ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів»

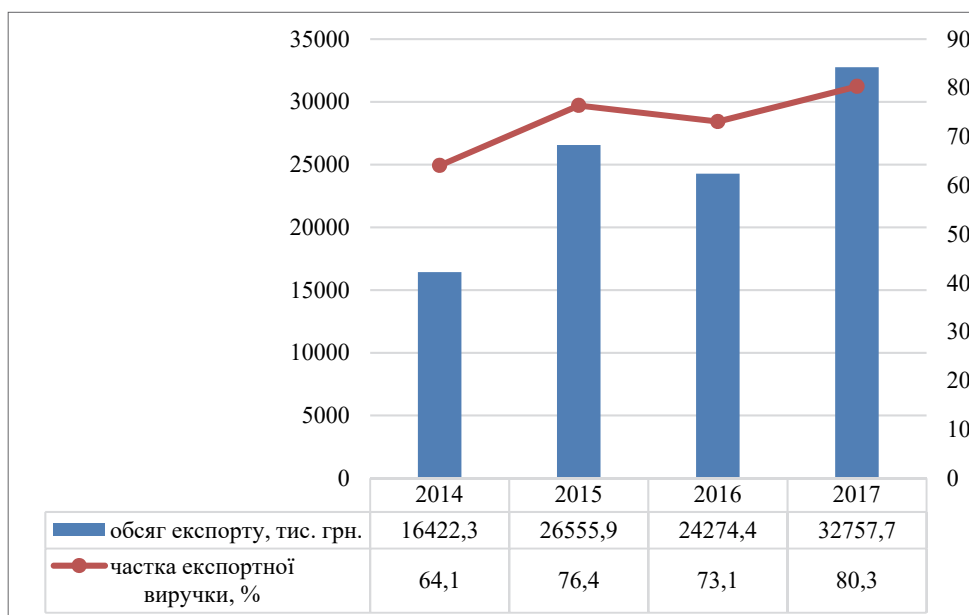


Рис. 2. Динаміка експортної виручки ПрАТ «Шосткінським заводом хімічних реактивів»
Джерело: розроблено автором за даними ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів»

машино-технічна продукція тощо); організаційними формами торгівлі на світовому ринку (аукціонна, біржова, посередництво тощо); із залежністю від каналу збуту і характеру взаємовідносин між контрагентами (у даному випадку угоди можуть підписуватись напряду між експортером й імпортером чи через посередників).

Вся різноманітність угод в міжнародній торгівлі в залежності від їх предмета (об'єкта) розподіляється на такі види: купівлі-продажу товарів; купівлі-продажу послуг; купівлі-продажу об'єктів інтелектуальної власності. Реалізація типової зовнішньоторговельної угоди проходить чотири основних етапи: 1) встановлення ділового контакту із зарубіжним партнером; 2) оформлення замовлення покупцем; 3) забезпечення доставки і розрахунків; 4) виконання замовлення продавцем [2, с. 54; 4, с. 57].

Методичні засади ефективної політики здійснення ЗТО з сировинною продукцією визначаються наступним одноіменним інструментарієм: біржова торгівля, аукціонна торгівля, міжнародні торгові угоди. Наведений інструментарій формує загальний механізм виконання розрахунків в системі обліку та аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності ведуть бухгалтерський облік ЗТО з сировинною продукцією, а також складають звітність з метою прийняття виважених управлінських рішень для підвищення її ефективності.

Основною метою обліку і аналізу операцій з експорту та імпорту ПрАТ «Шосткінський завод хіміч-

них реактивів» є встановлення контролю за наявністю, рухом та збереженням товарів, правильним оформленням відповідних документів, своєчасним виставленням претензій до постачальників і транспортних організацій у разі нестачі, браку, порушення термінів поставок.

Для бухгалтерського обліку ЗТО з сировинною продукцією ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» користуються планом рахунків та інструкцією з його застосування (з відповідними змінами і доповненнями), з врахуванням відповідної галузевої специфіки.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності самостійно визначають порядок її аналітичного обліку, вводять відповідні субрахунки в межах діючого Плану рахунків.

Облік експортних та імпортних товарів ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» ведеться у розрізі: облікових партій; товарної номенклатури, прийнятої в міжнародних розрахунках; місць зберігання товарів; матеріально відповідальних осіб. Обліковують товари у натуральному і грошовому (вартісному) виразі.

Підставою для бухгалтерських записів ЗТО з сировинною продукцією ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» є належним чином оформлені документи. Їх можна поділити на такі основні групи: технічна документація — технічні паспорти на машини та обладнання, формуляри й описи виробів, інструкції щодо встановлення, монтажу, налагодження, управління та ремонту; товаросупровідна документація — сертифікат про якість товару,

відвантажувальна специфікація, упаковальний листок, комплектувальна відомість; транспортна, експедиторська, страхова документація — залізнична накладна та її копії, дублікат залізничної накладної міжнародного вантажного сполучення, квитанція залізничної накладної внутрішнього вантажного сполучення, багажна квитанція, коносамент, накладні автотранспортного, річкового і повітряного сполучення тощо, страховий поліс або сертифікат; складська документація — приймальний акт порту України на експортний товар, генеральний акт розвантаження судна з імпортом вантажем у порту прибуття України, докова розписка про прийняття вантажу на зберігання іноземного порту, варант; розрахункова документація — рахунок-фактура, специфікація, переказний вексель (тратта); банківська документація — заявка на переказ валюти, інкасове доручення, доручення на відкриття акредитива, чек, доручення на розподіл експортної виручки; виписки операцій за розрахунковим і валютним рахунками; митна документація — вантажна митна декларація, сертифікат про походження товару; довідки про сплату мита, акцизів, зборів, податку на додану вартість; претензійно-арбітражна документація — претензійний лист, позовна заява в суд (або арбітраж), постанова суду (або арбітражу) про задоволення або відхилення позову; документи про нестачу і псування товару — комерційний акт на нестачу, аварійний сертифікат.

Облік ЗТО з сировинною продукцією ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» здійснюється в національній валюті України. Для цього всі кошти в іноземних валютах перераховують в еквівалент грошової одиниці України за курсом НБУ на дату здійснення операції. Одночасно кошти в іноземних валютах мають відображатися в обліку у валюті розрахунків і платежів (за кожним видом іноземної валюти). У первинних документах бухгалтерського обліку записи вартісних показників відображають у тій грошовій одиниці, в якій фактично здійснюються операції. У реєстрах бухгалтерського обліку (журналах-ордерах, відомостях, книгах) усі записи операцій в іноземних валютах відображають у національній валюті. Одночасно записи зазначених операцій доцільно здійснювати в ідентичних реєстрах із зазначенням назви іноземної валюти (долари, марки тощо). Ці реєстри для відображення операцій у системі рахунків бухгалтерського обліку не використовуються, а ведуться для визначення фактичного стану валютних цінностей підприємства в іноземній валюті.

У бухгалтерському балансі ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» залишки коштів на валют-

них статтях (іноземної валюти в касі, на рахунках у банку, грошові документи в іноземних валютах, дебіторська і кредиторська заборгованість в іноземних валютах) підлягають перерахунку в грошову одиницю України за курсом НБУ на останнє число звітного періоду. Внаслідок зміни курсів валют у період між датою здійснення господарської операції і датою розрахунку за нею виникають курсові різниці, які можуть бути позитивними (курсний прибуток) або негативними (курсний збиток).

У ЗТО з сировинною продукцією використовують два основні методи загального механізму виконання розрахунків по зовнішньоторговельних операціях, зокрема: 1) прямий (direht) — експорт і імпорт, які передбачають поставку товарів промисловими підприємствами безпосередньо іноземному споживачу або закупку в нього відповідних товарів; 2) непрямий (indireht) — експорт і імпорт, які передбачають продаж і купівлю товарів через торгових посередників (реалізується через торгово-посередницькі операції).

Під торгово-посередницькими операціями у ЗТО з сировинною продукцією розуміють операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів, що здійснюються за дорученням експортера чи імпортера незалежним посередником на основі спеціальних угод чи окремих доручень.

Посередники — це особи, що з'єднують сторони, які бажають укласти угоду. Самостійна торгівля на зовнішніх ринках часто буває не під силу самим виробникам, тому вони й використовують посередників. У ролі останніх можуть виступати спеціалізовані посередницькі фірми або такі форми продажу, як торги, аукціони, біржі.

Функції, які виконують посередницькі фірми: пошук іноземних партнерів, вивчення ринку збуту, транспортування і страхування, кредитно-фінансове обслуговування учасників угоди, оформлення документів при укладанні угод, виконання митних формальностей, проведення рекламних та інших заходів для руху товару на зовнішні ринки, технічне обслуговування після продажу [2; 4–7].

Суб'єкти міжнародного торговельного посередництва розрізняються за: правом щодо збуту товарів певного експортера; обсягом їх функціональних повноважень [5, с. 93; 6, с. 19].

Використання посередників з метою реалізації ефективного механізму виконання розрахунків за ЗТО з сировинною продукцією має низку переваг: 1) дозволяє залучати їх капітал для здійснення транспортних, страхових, збутових і сервісних операцій, що дає можливість експортеру економити власні кошти; 2) посередники часто беруть на себе обов'язки і ризик з доставки товару в країну експортера,

підготовки його до збуту, сортування упаковки, маркування тощо; 3) посередники часто мають власну мережу збуту, складські приміщення, роздрібні магазини, що дозволяє економити кошти експортерів при здійсненні збуту товарів; 4) посередники, як правило, мають більше інформації про умови ринку, можуть оперативніше реагувати на зміни кон'юнктури, що дає їм можливість успішніше працювати на ринку в інтересах експортера; 5) посередники мають більш тісні контакти із споживачами, тому володіють більшою інформацією про їх вимоги до якості, конкурентоздатності, краще знають їх попит і можуть активніше реагувати на його зміни.

Екстраполювавши наведений теоретичний матеріал в праксеологічну площину діяльності об'єкта дослідження, нами було проведено компаративний аналіз його ЗТО. Згідно з отриманими результатами основними ринками збуту ПрАТ «Шосткінським заводом хімічних реактивів» є Німеччина та Російська Федерація. А імпортні операції здійснюються переважно також з Російською Федерацією, частково — різними країнами ЄС. З метою удосконалення здійснення ЗТО ПрАТ «Шосткінським заводом хімічних реактивів», пропонуємо менеджменту підприємства шукати нові ринки збуту в країнах Європейського Союзу, а саме, більше приділити уваги оцінці торгового потенціалу Чехії, Польщі та Словаччини.

Отже, під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності управлінському персоналу ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» слід приділяти особливу увагу організації не тільки обліку, а й аналізу ЗТО з сировинною продукцією. Йдеться

про виконання договорів, облік руху експортних та імпорتنих товарів, облік руху валютних коштів за експортовану та імпортовану продукцію.

Завданням аналізу ЗТО з сировинною продукцією ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів» є розробка заходів зниження рівня чутливості підприємства до зміни кон'юнктури зовнішніх ринків. Аналітичне обґрунтування вирішення зазначеного завдання пропонуємо здійснювати за такою методикою (рис. 3). Запропонована методика використовуються для визначення комплексу показників ефективності ЗТО з сировинною продукцією ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів»: чутливості прибутку підприємства до змін валютних курсів, коефіцієнта маневреності валютних коштів, чистої валютної позиції, коефіцієнта структури надходжень в іноземній валюті, терміну інкасації в іноземній валюті, поточної міжнародної ліквідності, норми прибутку в іноземній валюті, прибутковості операцій в іноземній валюті.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Узагальнюючи наведений матеріал необхідно зазначити, що розглянуті особливості зовнішньоторговельних операцій, методичні засади організації ефективної системи їх обліку та аналізу з врахуванням галузевої специфіки, а також визначений на цій основі механізм виконання розрахунків за такими операціями обумовлюють необхідність постійного удосконалення досліджуваних процесів.

Так, державне їх регулювання в Україні повинне забезпечувати: захист економічних інтересів країни та інтересів суб'єктів цієї діяльності; створення однакових можливостей для підприємств у розвитку

I. Аналіз комерційних інтересів Уникнення курсових різниць, Збільшення курсових доходів <i>або</i> Зменшення курсових витрат	III. Аналіз ефективності ЗТО з сировинною продукцією 3512 «Еквіваленти грошових коштів в іноземній валюті» 3712 «Розрахунки за виданими авансами в іноземній валюті» 6812 «Розрахунки за авансами, одержаними в іноземній валюті» 9012 «Собівартість реалізованої готової продукції для експорту» 9022 «Собівартість реалізованих товарів для експорту» 9032 «Собівартість реалізованих робіт і послуг для експорту» 9052 «Собівартість реалізованих напівфабрикатів для експорту» 9062 «Собівартість реалізованих продуктів переробки на експорт»	IV. Прогнозування обмінних курсів «робочих» валют Застосування нейромережевого підходу до прогнозування V. Прогнозування доходу від продажів 7012 «Дохід від реалізації готової продукції за кордон» 7022 «Дохід від реалізації товарів за кордон» 7032 «Дохід від реалізації робіт і послуг за кордон» 7062 «Дохід від реалізації напівфабрикатів за кордон» 7072 «Дохід від реалізації продуктів переробки»
---	---	--

Рис. 3. Методика прогнозного аналізу ЗТО з сировинною продукцією

Джерело: розроблено автором за даними ПрАТ «Шосткінський завод хімічних реактивів»

всіх видів підприємницької діяльності незалежно від форм власності; самостійне визначення напрямів використання доходів та вкладення інвестицій; заохочення конкуренції та ліквідацію монополізму у цій сфері. Кінцевий результат регулювання забезпечить трансформацію ЗТО з сировинною продукцією в межах розвитку економіки України, а саме: обумовить збалансованість і рівновагу на внутрішньому ринку, сприятиме структурним змінам у виробництві, створюючи сприятливі умови для посилення позицій країни в міжнародному економічному просторі.

Міжнародно-правове регулювання потрібно здійснювати через посередництво різноманітних міжнародних економічних організацій та регулювати розробленими нормативно-правовими документами.

Проведення результативних ЗТО з сировинною продукцією підприємств має забезпечувати покращення рівня ефективності діяльності у цій сфері, а також сприяти удосконаленню механізмів функціонування з врахуванням галузевих особливостей промисловості.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник [І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман]; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. В. Багрової. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 580 с.
2. Інформаційно-аналітичний процес: праксеологічний підхід / [Савчук В. К., Костенко О. М., Краєвський В. М.]; за заг. ред. В. К. Савчука. К.: видавництво «Вік Принт», 2013. 204 с.
3. Краєвський В. М. Облік аграрного потенціалу національного багатства. К.: видавництво «Вік Принт», 2015. 440 с.
4. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. К.: Видавничий центр «Академія», 2000. 864 с.
5. Організація міжнародних кредитно-розрахункових відносин: навчальний посібник / [за ред. проф. Г. Г. Кірейцев]. Житомир: ЖІТІ, 2000. 368 с.
6. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник: 2-ге вид., випр. і доп. / За заг. ред. А. І. Кредісова. К.: ВІРА-Р, 2002. 552 с.
7. Watkins K. Trade hypocrisy: the problem with Robert Zoellick. URL: <http://www.opendemocracy.net/debates/article-6-30-860.jsp>.

References

1. Zovnishnjoeekonomichna dijalnistj pidpryjemstv: pidruchnyk [I. V. Baghrova, N. I. Rjedina, V. Je. Vlasjuk, O. O. Ghetjman]; za red. d-ra ekon. nauk, prof. I. V. Baghrovoji. Kyjiv: Centr navchaljnoji literatury, 2004. 580 s.
2. Informacijno-analitychnyj proces: prakseologichnyj pidkhid / [Savchuk V. K., Kostenko O. M., Krajevsjkyj V. M.]; za zagh. red. V. K. Savchuka. K.: vydavnyctvo «Vik Prynt», 2013. 204 s.
3. Krajevsjkyj V. M. Oblik aghrarnogho potencialu nacionalnogho baghatstva. K.: vydavnyctvo «Vyk Prynt», 2015. 440 s.
4. Mochernyj S. V. Ekonomichna encyklopedija: U trjokh tomakh. T. 1. K.: Vydavnychyj centr «Akademija», 2000. 864 s.
5. Orghanizacija mizhnarodnykh kredytno-rozrakhunkovykh vidnosyn: navchaljnyj posibnyk / [za red. prof. Gh. Gh. Kirejcev]. Zhytomyr: ZhITI, 2000. 368 s.
6. Upravlinnja zovnishnjoeekonomichnoju dijalnistju: Navch.posibnyk: 2-ghe vyd., vypr. i dop. / Za zagh. red. A. I. Kredisova. K.: VIRA-R, 2002. 552 s.
7. Watkins K. Trade hypocrisy: the problem with Robert Zoellick. URL: <http://www.opendemocracy.net/debates/article-6-30-860.jsp>.

Ярова Любов Григорівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління та адміністрування
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького*

Яровая Любовь Григорьевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры управления и администрирования
Мелитопольский государственный педагогический университет
имени Богдана Хмельницкого*

Iarova Liubov

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management and Administration
Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5433

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ОПЕРАЦІЙНОЇ ОРЕНДИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ОПЕРАЦИОННОЙ АРЕНДЫ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

ACCOUNTING FOR OPERATING LEASES OF FIXED ASSETS

Анотація. Актуальність розвитку орендних відносин сьогодні в Україні обумовлена передусім значною питомою вагою морально застарілого устаткування, низькою ефективністю його використання та відсутністю забезпеченості запасними частинами. Оренда є альтернативою банківському кредитуванню та дієвим інструментом процесу ефективного оновлення основних засобів і технологій підприємств усіх напрямів економічної діяльності.

Метою дослідження є визначення та відображення в бухгалтерському обліку операційної оренди основних засобів.

Розглянуто зміст категорії «оренда», поданий у діючих законодавчих актах і нормативних положеннях. З'ясовано, що спільним у наведених трактуваннях є строкове і платне користування активами під час здійснення орендних операцій, визначення об'єктів оренди, фінансового лізингу, видів орендних операцій має відмінні риси. Розкрито особливості відображення орендних операцій на рахунках бухгалтерського обліку у орендодавця та орендатора.

Проведено аналіз наукових праць, публікацій та законодавчо-нормативної бази та паралель між нормативними актами бухгалтерського обліку та податковим законодавством з обліку операційної оренди основних засобів.

Результати дослідження надали можливість розглянути та систематизувати особливості обліку операційної оренди основних засобів.

Автором узагальнено та охарактеризовано поняття операційної оренди, як оренди, що передбачає передачу орендарю об'єкта оренди на певний термін за плату з подальшим поверненням даного об'єкта орендодавцю.

Ключові слова: основні засоби, операційна оренда, орендні операції, лізинг, договір оренди, орендна плата, дохід.

Аннотация. Актуальность развития арендных отношений сегодня в Украине обусловлена, прежде всего, значительным удельным весом морально устаревшего оборудования, низкой эффективностью его использования и отсутствием обеспеченности запасными частями. Аренда является альтернативой банковскому кредитованию действенным инструментом эффективного процесса обновления основных средств и технологий предприятий всех направлений экономической деятельности.

Целью исследования является определение и отражение в бухгалтерском учете операционной аренды основных средств.

Рассмотрено содержание категории «аренда», поданное в действующих законодательных актах и нормативных положениях. Выяснено, что общим в приведенных трактовках является срочное и платное пользование активами при осуществлении арендных операций, определение объектов аренды, финансового лизинга, видов арендных операций имеет отличительные черты. Раскрыты особенности отражения арендных операций на счетах бухгалтерского учета у арендатора и арендодателя.

Проведен анализ научных трудов, публикаций и законодательно-нормативной базы и параллель между нормативными актами бухгалтерского учета и налоговым законодательством по учету операционной аренды основных средств.

Ключевые слова: основные средства, операционная аренда, арендные операции, лизинг, договор аренды, арендная плата, доход.

Summary. The relevance of rental relations development in Ukraine today is due, foremost, to the significant share of obsolete equipment, low efficiency of its use and spare parts absence. Leasing is an alternative to bank lending and an advantageous tool for the effective process of fixed assets and enterprises technologies updating in all areas of economic activity.

The purpose of the research is the definition and reflection of fixed assets operating leases in accounting.

The content of the «lease» category, filed in the current legislative acts and regulations, is considered. It was found that the common in the above interpretations is the urgent and paid use of assets in the implementation of rental operations, the definition of rental objects, financial leasing, types of rental operations has distinctive features. The features of rental operations reflection on the accounts of the lessee and lessor are disclosed.

The analysis of scientific works, publications, legislative and regulatory framework, the parallel between regulatory accounting and tax legislation on accounting for operating leases of fixed assets is conducted.

Key words: fixed assets, operating leases, leasing operations, leasing, lease agreement, rent, income.

Постановка проблеми. Становлення ринкових відносин в Україні обумовило появу та розвиток нових економічних інструментів, які суб'єкти господарювання використовують для підвищення ефективності своєї діяльності, саме таким інструментом стали орендні операції.

Розвиток матеріально-технічної бази виробництва потребує значних інвестиційних ресурсів, і у разі тимчасового браку власних коштів і сучасних засобів праці, підприємства для оновлення необоротних активів можуть скористатися поширеним у світі методом фінансування — орендою.

Актуальність розвитку орендних відносин сьогодні в Україні обумовлена передусім значною питомою вагою морально застарілого устаткування, низькою ефективністю його використання та відсутністю забезпеченості запасними частинами. Оренда є альтернативою банківському кредитуванню та дієвим інструментом процесу ефективного оновлення основних засобів і технологій підприємств усіх напрямів економічної діяльності. Не дивлячись на те, що орендні операції набувають інтенсивного поширення, питання організації обліку орендованих основних засобів у відповідності до вимог оптимізації оперативності та достовірності надання інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, до тепер залишаються не вирішеними і у зв'язку з цим дослідження організації та обліку орендних

операцій на підприємстві набуває особливо важливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми обліку орендних операцій на підприємствах досліджують в працях: Л. М. Братчук [1], Н. В. Головченко [2], Н. В. Ніколенко [3], І. О. Головка [4], та інші вітчизняні та зарубіжні науковці. Науковці мають різні погляди на тлумачення поняття «оренда основних засобів».

Л. М. Братчук визначає оренду як регульований договором спосіб реалізації відносин власності між орендодавцем і орендарем, що проявляються як функція формування матеріальних факторів виробництва та як господарська операція з приводу розподілу прав володіння, користування і розпорядження необоротними активами в обмін на орендну плату» [1, с. 9].

Н. В. Головченко вважає, що оренда представляє собою господарський процес, який включає сукупність орендних операцій, що виникають у зв'язку з наданням (прийняттям) у тимчасову експлуатацію необоротних матеріальних та нематеріальних активів. При цьому орендними операціями є господарські операції з надання або прийняття у тимчасову експлуатацію об'єктів оренди, розрахунків між орендарем та орендодавцем, повернення об'єкту оренди наприкінці її терміну [2, с. 6].

Н. В. Ніколенко відзначає наявність різноманітних тлумачень та підходів науковців щодо

визначення сутності поняття «оренда», сформульованих на основі недосконалої правової бази і пропонує класифікацію оренди для цілей фінансового обліку за сьома класифікаційними ознаками: обсяг обслуговування орендованого активу; характер об'єкта оренди; умови придбання активу; тип орендних платежів; строк оренди; придбання та споживання орендарем протягом строку оренди більш ніж несуттєвої частини орендованого активу; схема розподілу орендних платежів [3, с. 7].

В роботі Головка І. О. розкрито нормативні передумови здійснення орендних операцій та їх сутнісні характеристики [4, с. 134].

Огляд наукових праць дозволив констатувати, що питання, які пов'язані з методикою обліку операційної оренди основних засобів, залишаються у дискусійній площині і потребують подальшого вивчення, що і обумовило мету дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є визначення та відображення в бухгалтерському обліку операційної оренди основних засобів.

Виклад основного матеріалу. Орендні відносини є одними з найбільш поширених відносин, які виникають між суб'єктами підприємницької діяльності. Договір оренди являє собою різновид договору майнового найму.

За договором найму (оренди) згідно ст. 759 ЦКУ наймодавець (орендодавець) передає або зобов'язується передати наймачеві (орендарю) майно у користування за плату на певний строк [5].

За договором майнового найму відчуження об'єкта найму не відбувається, від наймодавця (орендодавця) до наймачеві (орендареві) переходить лише право тимчасового користування, при цьому право власності на здане в найм майно залишається у наймодавця.

Пунктом 4 П(С)БО-14 оренда визначена як угода, за якою орендар набуває права користування необоротним активом за плату протягом погодженого з орендодавцем строку. Операційна оренда визначена як оренда інша, ніж фінансова [6].

Проаналізувавши визначення фінансової оренди, поняття операційної можна сформулювати таким чином: операційна оренда — це оренда, що передбачає передачу орендарю об'єкта оренди на певний термін за плату з подальшим поверненням даного об'єкта орендодавцю. Договір операційної оренди не повинен передбачати передачу права власності орендарю на орендований об'єкт після закінчення терміну оренди або права орендаря на придбання об'єкта оренди за ціною нижче його справедливої вартості на дату придбання.

Підпунктом 14.1.97 п. 14.1 ст. 14 ПКУ визначено, що лізингова (орендна) операція — це господарська операція (крім операцій з фрахтування (чартеру) морських суден та інших транспортних засобів) фізичної чи юридичної особи (орендодавця), що передбачає надання основних засобів у користування іншим фізичним чи юридичним особам (орендарям) за плату та на визначений строк [7].

Оперативний лізинг (оренда) визначена як господарська операція, що передбачає передачу орендарю майна, придбаного або виготовленого орендодавцем на умовах інших, ніж передбачаються фінансовим лізингом (орендою).

Лізинг (оренда) вважається фінансовим, якщо лізинговий (орендний) договір містить одну з таких умов:

- об'єкт лізингу передається на строк, протягом якого амортизується не менше 75% його первісної вартості, а орендар зобов'язаний придбати об'єкт лізингу у власність протягом строку дії лізингового договору або в момент його закінчення за ціною, визначеною у такому лізинговому договорі;
- балансова (залишкова) вартість об'єкта лізингу на момент закінчення дії лізингового договору, передбаченого таким договором, становить не більш як 25% первісної вартості ціни такого об'єкта лізингу, що діє на початок строку дії лізингового договору;
- сума лізингових (орендних) платежів з початку строку оренди дорівнює первісній вартості об'єкта лізингу або перевищує її;
- майно, яке передається у фінансовий лізинг, виготовлене за замовленням лізингоотримувача (орендаря) та після закінчення дії лізингового договору не може бути використаним іншими особами, крім лізингоотримувача (орендаря), виходячи з його технологічних та якісних характеристик.

Відповідно до визначення поняття «фінансовий лізинг (оренда)» незалежно від того, чи відноситься лізингова операція до фінансового лізингу чи ні, платник податку має право при укладенні договору визначити таку операцію як оперативний лізинг без права подальшої зміни статусу такої операції до закінчення дії такого договору.

Таким чином, для суміщення понять операційної оренди в бухгалтерському обліку та оперативної у податковому необхідно, щоб договір оренди відповідав вимогам визначення операційної оренди згідно з П(С)БО-14 — у назві договору повинно бути зазначено, що договір оперативного лізингу (оренди), а в тексті має бути застереження, що статус даного договору не може бути змінено до закінчення терміну його дії [6]. Таке суміщення дозволить спростити облік господарських операцій за договором оренди

в бухгалтерському та податковому обліку для орендодавця та орендаря.

Облік у орендодавця.

Порядок бухгалтерського обліку операційної оренди у орендодавця регламентований п. 16–18 П(С)БО-14 [6]. Вартість переданого в операційну оренду об'єкта необоротних активів залишається на балансі орендодавця, який і продовжує нараховувати амортизацію.

Доходи, що отримуються орендодавцем від операцій з оренди необоротних активів, визнаються іншими операційними доходами (п. 7 П(С)БО-15) [8] і відображаються за кредитом субрахунку 713 «Дохід від операційної оренди активів», а в разі, якщо надання в оренду майна є основною діяльністю підприємства, то отриманий дохід відображається за кредитом субрахунку 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг» [9]. Такий порядок відображення доходів рекомендований п. 3.3. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджених наказом Мінфіну від 28.03.2013 р. № 433 [10] (див. також лист Мінфіну від 22.09.2010 р. № 31-34020-20-27/25329) [11].

При цьому витрати орендодавця, пов'язані з укладенням договору оренди (юридичні послуги, комісійні винагороди — якщо такі були), відносяться до витрат поточного періоду, визнаються іншими операційними витратами орендодавця і відображаються за дебетом субрахунку 949 «Інші витрати операційної діяльності».

Якщо надання активів в оренду є основним видом діяльності орендодавця, то витрати, понесені ним у процесі власної господарської діяльності, обліковуються на рахунку 23 «Виробництво».

Згідно з розділом III ПКУ об'єкт оподаткування податком на прибуток розраховується на підставі даних бухгалтерського обліку шляхом коригування фінансового результату до оподаткування, визначеного у фінансовій звітності, на різниці, які

збільшують або зменшують фінансовий результат до оподаткування, згідно з положеннями Кодексу. Механізм коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), відображеного у фінансовій звітності на різниці, визначений ст. 138, 139, 140, 141 розділу III ПКУ [7]. Оскільки ПКУ не передбачено коригування отриманих доходів та проведених витрат з оренди, то в податковому обліку такі операції відображаються на підставі бухгалтерських даних.

У податковому обліку передача активів в оперативну оренду не відображається і податкові зобов'язання з ПДВ при передачі об'єкта в оренду згідно з п.п. 196.1.2 п. 196.1 ст. 196 ПКУ також не виникають [7].

Дохід орендодавця збільшується на суму нарахованого лізингового платежу за наслідками податкового періоду, в якому здійснюється таке нарахування. Тобто нараховуються та відображаються у складі доходів лише суми платежів (нарахувань), які відповідно до договору припадають на звітний податковий період. Лізингові (орендні) платежі є об'єктом для нарахування ПДВ за ставкою 20%, а податкові зобов'язання виникають у загальному порядку за першою подією. Роз'яснення з цього питання наведено також у листі ДПАУ від 02.06.2011 р. № 15382/7/16-1517-10 [12].

Розглянемо порядок відображення передачі в оренду об'єкта основних засобів — будівлю вартістю 480000 грн. Орендна плата становить 7200 грн. (у тому числі ПДВ — 1200 грн.). Використання майна для оренди не є основною діяльністю підприємства (таблиця 1).

Згідно п. 188.1 ст. 188 ПКУ база оподаткування операцій з постачання товарів/послуг визначається виходячи з їх договірної (контрактної) вартості. Відповідно до абз. 2 п. 188.1 ст. 188 ПКУ база оподаткування ПДВ операцій з постачання товарів/послуг не може бути нижчою за ціну придбання таких товарів/

Таблиця 1

Облік орендних операцій у орендодавця

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн.
	Дт	Кт	
Передано об'єкт основних засобів в оренду	103/1	103	480000
Нарахована орендна плата	361	713	7200
Нараховані податкові зобов'язання з ПДВ	713	641	1 200
Відображено понесені витрати з оренди	949	631 377 685	4800
Отримано оплату за оренду	311	361	7200

Джерело: складено на основі [9]

послуг, база оподаткування операцій з постачання самостійно виготовлених товарів / послуг не може бути нижчою за звичайні ціни, а база оподаткування операцій з постачання необоротних активів не може бути нижчою за балансову (залишкову) вартість за даними бухгалтерського обліку, яка склалася на початок звітного (податкового) періоду, протягом якого здійснюються такі операції — виходячи зі звичайної ціни), за винятком товарів (послуг), ціни на які підлягають державному регулюванню; газу, що постачається для потреб населення [7].

При цьому згідно з п.п. 14.1.71 п. 14.1 ст. 14 ПКУ звичайна ціна — це ціна товарів (робіт, послуг), визначена сторонами договору, якщо інше не встановлено ПКУ. Якщо не доведено зворотне, вважається, що така звичайна ціна відповідає рівню ринкових цін. В цьому пункті також наведено правила визначення звичайної ціни при продажу товарів (послуг) за цінами регульовані державою, продажу на аукціонах, примусових продажів, продажу по форвардних або ф'ючерських контрактах, а також при укладанні угод, які вимагають обов'язкової професійної оцінки [7].

ДФС в ІПК від 05.04.2018 р. № 1443/6/99-99-15-03-02-15/ІПК повідомляє, що норми ПКУ (не враховуючи норму для окремих (специфічних) видів операцій):

- визначають, що база оподаткування ПДВ операцій постачання самостійно виготовлених товарів / послуг не може бути нижчою за звичайні ціни, які відповідають ринковим;
- встановлюють ряд обов'язкових умов відповідності ціни поставки (договірної ціни) ринковою ціною, одним з яких є володіння сторонами достатньою інформацією про ціни, які склалися на ринку ідентичних (а за їх відсутності — однорідних) товарів (робіт, послуг) у порівнянних економічних (комерційних) умовах;
- передбачають можливість доведення невідповідності рівню ринкових цін договірної ціни [13].

На цій підставі в листі робиться висновок про те, що в розумінні норм ПКУ звичайною ціною для здійснення розрахунку бази оподаткування ПДВ операцій з поставки самостійно виготовлених товарів/ послуг є ціна, визначена зацікавленими сторонами в цивільно-правовому договорі, яка в свою чергу повинна відповідати ринковій ціні (що склалася на ринку товарів/послуг).

За умовами договору орендна плата становить 4320 грн., у тому числі ПДВ — 720 грн. Для орендодавця здача майна в оренду є основним видом діяльності (таблиця 2).

Облік у орендаря.

Порядок бухгалтерського обліку операційної оренди в орендаря визначено п. 8 і 9 П (С)БО-14 [6]. Виходячи з норм даних пунктів об'єкт операційної оренди відображається орендарем на позабалансовому рахунку 01 «Орендовані необоротні активи» за вартістю, зазначеною в договорі оренди. Належна за користування об'єктом операційної оренди плата визнається витратами звітного періоду з урахуванням способу одержання економічних вигод, пов'язаних з використанням об'єкта операційної оренди. Тобто орендна плата відноситься в орендаря на рахунки обліку витрат у залежності від того, де використовуються орендовані необоротні активи: основне виробництво, якщо орендується обладнання для цього виробництва; адміністративні витрати, якщо орендується офіс і т. д.

Вартість об'єкта основних засобів, отриманого в оперативну оренду, у податковому обліку орендаря не відображається. Витрати орендаря на операційну оренду включаються до складу витрат залежно від того, де використовуються орендовані необоротні активи.

При віднесенні сум ПДВ до складу податкового кредиту слід керуватися п. 198.3 ст. 198 ПКУ. Податковий кредит звітного періоду визначається виходячи з договірної (контрактної) вартості товарів/послуг [7].

Таблиця 2

Облік орендних операцій у орендодавця

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн.
	Дт	Кт	
Передано об'єкт основних засобів в оренду	103/1	103	480000
Нарахована орендна плата	361	703	4320
Нараховано суму податкових зобов'язань з ПДВ, визначену виходячи з договірної ціни	703	641	720
Списано собівартість оренди (сума умовна)	903	23	2400
Отримано оплату за оренду	311	361	4320

Джерело: складено на основі [9]

Таблиця 3

Облік орендних операцій у орендаря

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн.
	Дт	Кт	
Зараховано на позабалансовий рахунок об'єкт, отриманий в операційну оренду	01	-	480000
Перераховано суму орендної плати	371	311	4320
Відображено суму податкового кредиту з ПДВ	641	644	720
Відображено вартість оренди на підставі акта	23 91 92 93	631	3600
Відображено суму податкових розрахунків за податковим кредитом з ПДВ	644	631	720

Джерело: складено на основі [9]

Розглянемо на прикладі облік орендних операцій у орендаря. За умовами договору орендна плата становить 4320 грн., у тому числі ПДВ — 720 грн. (таблиця 3).

З припиненням договору орендар повертає об'єкт оренди орендодавцю. Якщо за час оренди у орендаря не було витрат на поліпшення орендованого майна або всі понесені витрати враховані ним у складі витрат звітного періоду та їх відшкодування договором оренди не передбачено, повернення здійснюється наступним чином:

- у бухгалтерському обліку об'єкт оренди відображається по кредиту забалансового рахунка 01 «Орендовані необоротні активи»;
- у податковому обліку операція з повернення не відображається ні в орендаря, ні в орендодавця.

Порядок повернення залежить від умов договору оренди якщо витрати на модернізацію капіталізовані

в бухгалтерському обліку (оприбутковано об'єкт інших основних засобів на рахунку 117) та створено об'єкт основних засобів у податковому обліку.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Підсумовуючи, необхідно зауважити, що на сьогодні операційна оренда є одним із альтернативних методів оновлення техніко-технологічної бази підприємства. Однак орендні відносини та облік орендних операцій потребують удосконалення на законодавчому рівні.

Наведені основні етапи відображення операцій оренди в обліку відповідно до національного законодавства дозволяють розглянути основні методологічні принципи формування в бухгалтерському та податковому обліку інформації про операційну оренду.

Перспективою подальших досліджень є відображення в обліку витрат на поліпшення (ремонт) орендованих об'єктів.

Література

1. Братчук Л. М. Облік орендних операцій в сільськогосподарських підприємствах: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.04 / Л. М. Братчук; Нац. наук. центр «Ін-т аграр. Економіки» УААН. К., 2005. 21 с.
2. Головченко Н. В. Організація і методика обліку орендних операцій: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 / Н. В. Головченко; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. К., 2011. 18 с.
3. Ніколенко Н. В. Облік та аналіз орендних операцій на підприємствах торгівлі: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 / Н. В. Ніколенко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ, 2015. 22 с.
4. Головки І. О. Теоретичні аспекти визначення сутності орендних операцій в роздрібній торгівлі // Наук. вісник Херсонського держ. університету. Випуск 6. Ч. 2., 2014. С. 133–136. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/100.pdf
5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 28.07.2000 р. № 181. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00>.
7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» затверджено наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р., № 290: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0860-99>

9. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>

10. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджених наказом Міністерства фінансів України від 28.03.2013 р. № 433. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13/conv>

11. Лист Міністерства фінансів України від 22.09.2010 № 31-34020-20-27/25329. «На запит щодо деяких питань з бухгалтерського обліку». URL: http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/article?art_id=274648&cat_id=34931

12. Лист ДПАУ від 02.06.2011 р. № 15382/7/16-1517-10 «Про обкладення ПДВ передачі в оренду нежитлового приміщення». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1538837-11/sp: max100>

13. Індивідуальна податкова консультація ДФС «Про оподаткування ПДВ від 05.04.2018 р. № 1443/6/99-99-15-03-02-15/ІПК. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/PK1175?ed=2018_04_05&an=15

References

1. Bratchuk L. M. Oblik orendnykh operacij v sil's'koghospodars'kykh pidpryjemstvakh: Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.06.04 / L. M. Bratchuk; Nac. nauk. centr «In-t aghrar. Ekonomiky» UAAN. K., 2005. 21 s.

2. Gholovchenko N. V. Orghanizacija i metodyka obliku orendnykh operacij: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.09 / N. V. Gholovchenko; Nac. akad. statystyky, obliku ta audytu. K., 2011. 18 s.

3. Nikolenko N. V. Oblik ta analiz orendnykh operacij na pidpryjemstvakh torghivli: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.09 / N. V. Nikolenko; Kyjiv. nac. torgh.-ekon. un-t. Kyjiv, 2015. 22 s.

4. Gholovko I. O. Teoretychni aspekty vyznachennja sutnosti orendnykh operacij v rozdribnij torghivli // Nauk. visnyk Kherson's'kogo derzh. universytetu — Vypusk 6. Ch. 2., 2014. S. 133–136. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/100.pdf.

5. Cyvil'nyj kodeks Ukrajinny vid 16.01.2003 # 435-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>.

6. Polozhennja (standart) bukhghalters'kogho obliku 14 «Orenda», zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Ukrajinny vid 28.07.2000 r. # 181. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00>.

7. Podatkovyj kodeks Ukrajinny vid 02.12.2010 r. # 2755-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>

8. Polozhennja (standart) bukhghalters'kogho obliku 15 «Dokhid» zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Ukrajinny vid 29.11.1999 r., # 290. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0860-99>

9. Instrukcija pro zastosuvannja Planu rakhunkiv bukhghalters'kogho obliku aktyviv, kapitalu, zovov'jazanj i ghospodars'kykh operacij pidpryjemstv i orghanizacij, zatverdzhena nakazom Ministerstva finansiv Ukrajinny vid 30.11.1999 r. # 291. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

10. Metodychni rekomendacii shhodo zapovnennja form finansovoi zvitnosti, zatverdzhenykh nakazom Minfinu vid 28.03.2013 r. # 433. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13/conv>

11. Lyst Ministerstva finansiv Ukrajinny vid 22.09.2010 # 31-34020-20-27/25329. «Na zapyt shhodo dejakych pytanj z bukhghalters'kogho obliku». URL: http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/article?art_id=274648&cat_id=34931

12. Lyst DPAU vid 02.06.2011 r. #15382/7/16-1517-10 «Pro obkladennja PDV peredachi v orendu nezhytlovogho prymishhennja». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1538837-11/sp: max100>

13. Indyvidual'na podatkovja konsultacija DFS «Pro opodatkuwannja PDV vid 05.04.2018 r. # 1443/6/99-99-15-03-02-15/IPK. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/PK1175?ed=2018_04_05&an=15

Гринько Павло Леонідович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки*

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Гринько Павел Леонидович

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры международной экономики*

Харьковский государственный университет питания и торговли

Hrynko Pavlo

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of International Economics
Kharkiv State University of Food Technology and Trade*

ORCID: 0000-0002-7011-6653

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5367

ПАРАДИГМА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН

ПАРАДИГМА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ПЕРЕМЕН

PARADIGM OF DIGITAL ECONOMY UNDER CONDITIONS OF GLOBAL CHANGE

Анотація. В статті розглядаються питання, пов'язані зі становленням та розвитком цифрової економіки в Україні та світі. Дослідження показують, що процес інноватизації бізнесу стає чи не єдиним можливим джерелом конкурентоспроможності галузей економіки, а інтелектуальний капітал — основою економічного відновлення та зростання. Поява нових тенденцій у веденні бізнесу через широке поширення інтернету та використання різних видів мобільних пристроїв, розвиток електронних і комп'ютерних технологій і, як наслідок, зростання ефективності надання товарів і послуг, свідчать про перехід на новий рівень розвитку економіки. На теперішній час компанії цифрового сектора виходять на перший план і стають точками зростання, що забезпечують економіку цифровим ресурсом. Саме таким новим вектором розвитку є цифрова економіка. Сьогодні в Україні відбуваються глобалізаційні процеси, які значно посилюють роль інформатизації в трансформації бізнесу. Вітчизняні консультанти та експерти розробили концептуальні засади «Цифрового порядку денного України — 2020». Цей документ визначає ключові завдання, першочергові сфери, ініціативи та проекти «цифровізації» України на найближчу перспективу. Перетворення, які відбуваються завдяки 4-й революції розвитку економічних систем потребують дослідження феномену «цифрової економіки», її парадигми, уточнення термінологічно-категоріального апарату. Безперервні потоки даних породжують нові ефекти, які наукою ще не пояснені. До того ж проблема полягає в тому, що і самі ефекти схильні до швидких змін, тому запропоноване пояснення або теорія, через нетривалий час ризикує зазнати суттєвої модифікації. Конкуренція різних поглядів, уявлень, переконань розширює і «шліфує» парадигму, керівну лінію для досліджень і введення змін. В статті досліджуються підходи до визначення «цифрової економіки» в світі та надається авторська думка щодо цих питань. Розкриті питання щодо головних завдань цифрової економіки на макро- та мікрорівнях. Цифрові технології в сучасному світі створюють принципово нові можливості для вибудовування взаємодії між державою, бізнесом і населенням, виключаючи довгі ланцюжки посередників і прискорюючи проведення різноманітних угод і операцій.

Ключові слова: цифрова економіка, бізнес, інноватизація, інформатизація, парадигма.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные со становлением и развитием цифровой экономики в Украине и мире. Исследования показывают, что процесс инноватизации бизнеса на сегодня представляет собой едва ли не единственный возможный источник конкурентоспособности отраслей экономики, а интеллектуальный капитал – основу экономического роста. Появление новых тенденций в ведении бизнеса посредством широкого распространения интернета и использования различных видов мобильных устройств, развитие электронных и компьютерных технологий приводит к росту эффективности предоставления товаров и услуг, свидетельствует о переходе на новый уровень развития экономики. В настоящее время компании цифрового сектора выходят на первый план и становятся точками роста, которые обеспечивают экономику цифровым ресурсом. Именно таким новым вектором развития является цифровая экономика. Сегодня в Украине происходят глобализационные процессы, которые значительно усиливают роль информатизации в трансформации бизнеса. Отечественные консультанты и эксперты разработали концептуальные основы «Цифровой повестки дня Украина – 2020». Этот документ определяет ключевые задания, первоочередные действия, инициативы и проекты «цифровизации» Украины на ближайшую перспективу. Преобразования, происходящие благодаря 4-й революции развития экономических систем требуют исследования феномена «цифровой экономики», ее парадигмы, уточнение терминологически-категориального аппарата. Непрерывные потоки данных порождают новые эффекты, которые наукой еще не объяснены. К тому же проблема заключается в том, что и сами эффекты склонны к быстрым изменениям, поэтому предложенное объяснение или теория, через непродолжительное время рискует претерпеть существенную модификацию. Конкуренция различных взглядов, представлений, убеждений расширяет и «шлифует» парадигму, руководящую линию для исследований и введения изменений. В статье исследуются подходы к определению «цифровой экономики» в мире и предоставляется авторская мысль по этим вопросам. Раскрыты вопросы относительно главных задач цифровой экономики на макро- и микроуровнях. Цифровые технологии в современном мире создают принципиально новые возможности для выстраивания взаимодействия между государством, бизнесом и населением, исключая длинные цепочки посредников и ускоряя проведения различных сделок и операций.

Ключевые слова: цифровая экономика, бизнес, инноватизация, информатизация, парадигма.

Summary. The article discusses issues related to the formation and development of the digital economy in Ukraine and the world. Studies show that the process of business innovation today is almost the only possible source of competitiveness of economic sectors, and intellectual capital is the basis of economic growth. The emergence of new trends in doing business through the widespread use of the Internet and the use of various types of mobile devices, the development of electronic and computer technologies leads to increased efficiency in the provision of goods and services, indicating a transition to a new level of economic development. At present, companies in the digital sector are coming to the fore and becoming the growth points that provide the economy with a digital resource. Such a new vector of development is the digital economy. Today, Ukraine is undergoing globalization processes that significantly strengthen the role of informatization in business transformation. Domestic consultants and experts developed the conceptual framework of the «Digital Agenda Ukraine 2020». This document defines the key tasks, priority actions, initiatives and projects of «digitalization» of Ukraine for the near future. The transformations taking place thanks to the 4th revolution of the development of economic systems require a study of the phenomenon of the «digital economy», its paradigm, and refinement of the terminological and categorical apparatus. Continuous data streams give rise to new effects that have not yet been explained by science. In addition, the problem lies in the fact that the effects themselves are prone to rapid changes, so the proposed explanation or theory, after a short time runs the risk of undergoing a significant modification. The competition of different views, perceptions, beliefs expands and «polishes» the paradigm, the guiding line for research and the introduction of change. The article explores approaches to the definition of a «digital economy» in the world and provides an author's thought on these issues. Questions are disclosed regarding the main tasks of the digital economy at the macro and micro levels. Digital technologies in the modern world create fundamentally new opportunities for building interaction between the state, business and the population, excluding long chains of intermediaries and speeding up various transactions and operations.

Key words: digital economy, business, innovation, informatization, paradigm.

Постановка проблеми. Осмислюючи сучасні економічні процеси, не можна не відзначити, що вони повною мірою окреслюються економічною теорією через призму ринкової економіки, а тому, не дозволяють визначити історичну перспективу ні нашої країни, ні людського суспільства взагалі. Тобто перемогти в конкурентному середовищі

стандартними інструментами означає подальше погіршення стану української економіки. При цьому глобалізація економічних процесів має риси нестабільності ситуацій, що значно ускладнює розвиток бізнесу в тій або іншій державі. Тому таке положення можливо виправити тільки завдяки зростанню «креативно-інформаційної культури»,

яка символізує розуміння інших напрямів інноваційного розвитку економіки в цілому і перехід її у нову форму- цифрову.

Важливо враховувати, що цифрова економіка породжує нові ефекти, пов'язані з трансформацією економічних відносин, що має інформаційну природу. Іншими словами, зростає число моделей поведінки, що ґрунтуються на даних, які, найчастіше, не відповідають якісним вимогам повноти, достовірності, актуальності. Економічна наука в сучасних умовах зобов'язана надати відповіді на багато питань, які хвилюють сьогодні фахівців і громадськість. Безперервні потоки даних породжують нові ефекти, які наукою ще не пояснені. До того ж проблема полягає в тому, що і самі ефекти схильні до швидких змін, тому запропоноване пояснення або теорія, через нетривалий час ризикує зазнати суттєвої модифікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання щодо становлення цифрової економіки в Україні та світі досліджують багато закордонних і вітчизняних учених, а саме: А. В. Бабкін [9], Р. Бухт [11], С. Веретюк [19], В. Г. Воронкова [1], С. В. Коляденко [21], Т. Месенбург [5], Н. Неграпонтє [4], Є. В. Устюжаніна [7], Г. Б. Соколова [10], Р. Хікс [11], Р. А. Шеін [7] та багато інших. Проте інформатизація та інноватизація глобальної економіки, безперервні потоки даних та впровадження новітніх технологій потребують подальших досліджень в ракурсі побудови цифрової економіки в Україні.

Формулювання цілей дослідження. Ціллю даної статті є розкриття теоретико-методологічних аспектів, які характеризують цифрову економіку як передумову підвищення конкурентоспроможності та ефективності інноваційного розвитку бізнесу в Україні на підставі проведеного аналізу змістовного наповнення поняття «цифрової економіки» та визначення її парадигми в умовах глобальних змін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне суспільство, що приходить на зміну індустріальному виробництву, все частіше позначають як економіку, засновану на знаннях (knowledge based есоному) інтелектуально-креативної економіки. Їй притаманні своя форма і структура багатства, власні критерії оцінки ефективності накопичення. І якщо під «креативністю» зазвичай розуміють геніальну думку, ідею, яка є абсолютно новою, а під «інновацією» процес, за допомогою якого креативні ідеї можуть бути використані на практиці, то основне завдання в процесі цифрових технологій полягає у спроможності трансформації креативних ідей в реальні та практичні інновації для суспільства. Таким чином, вони виступають засобом, які можуть допо-

могти, і допомагають, людям в різних сферах їхнього життя, в тому числі і в творчості. Так, потужності комп'ютерів дозволяють архітекторам і інженерам проектувати 3D-моделі, що раніше було неймовірно складним. Смартфони, планшети і ноутбуки дозволяють непрофесіоналам знімати відео, робити фільми, записувати музику, що ще декілька десятиріч тому вимагало великої кількості дорогого обладнання і команди під-виготовлених фахівців. Таким чином, обчислювальні потужності цифрових технологій сьогодні переміщуються з «інноваційної» площини творчого процесу в область самого творця. І все ж справжня творчість — це унікальний процес, властивий виключно людині, який формується соціальними, культурними, етичними і освітніми факторами і який перевершує можливості будь-якої існуючої технології. «Всебічний розвиток інформатизації економіки і суспільства являється важливою умовою прискорення економічного і соціального розвитку. Змінюється місце і роль людини у такому суспільстві, яка стає головним критерієм розвитку економіки і суспільства [1, с. 31].

Тому європейськими державами розроблено стратегію «Європа 2020», яка передбачає, зокрема, реалізацію «Плану розвитку цифрових технологій в Європі», що створює загальний цифровий ринок і сприяє розвитку економіки та підвищенню конкурентоздатності країн ЄС. Крім того згідно з директивою ЄС IP/10/581 Brussels (19 травня 2010 р.) «Цифровий порядок денний» Європи націлений на те, щоб до 2020 року 100% громадян ЄС мали ШСД із швидкістю 30 Мбіт/с, а 50% європейських домогосподарств до 100 Мбіт/с. Таким чином, країни Європи, в тому числі й Україна, та світу поступово через власні «Цифрові порядки денні» вже порушили питання важливості ШСД для забезпечення законних прав своїх громадян [2]. Важливість розвитку цифрового сектору для національних економік підтверджується ще й тим, що ряд країн в даний час реалізує комплексні й досить масштабні програми, націлені на розвиток цифрових секторів своїх економік, створення нових робочих місць в цих сферах, підвищення конкурентоспроможності електронної промисловості та ІТ-технологій. Одним із ключових моментів стають інвестиції в цифровий сектор економіки. На теперішній час під егідою ГО ХайТекОфіс міжнародні лідери «цифрового» світу Cisco, IBM, Intel, Oracle, Deloitte, SAP, Ericsson, HPE, MasterCard, International Data Corporation, вітчизняні консультанти та експерти розробили концептуальні засади «Цифрового порядку денного України- 2020». Цей документ визначає ключові завдання, першочергові сфери, ініціативи та проекти

«цифровізації» України на найближчі три роки. Напрацювання були презентовані громадськості та пройшли відповідні слухання у Комітеті інформатизації та зв'язку Верховної Ради України [2].

На теперішній час компанії цифрового сектора виходять на перший план і стають точками зростання, що забезпечують економіку цифровим ресурсом. Тобто процес інноватизації бізнесу взагалі стає чи не єдиним можливим джерелом конкурентоспроможності галузей економіки, а інтелектуальний капітал — основою економічного відновлення та зростання.

Поява нових тенденцій у веденні бізнесу, пов'язаних із широким поширенням інтернету та використанням різних видів мобільних пристроїв, розвитком електронних і комп'ютерних технологій і, як наслідок, зростання ефективності надання товарів і послуг, свідчать про перехід на новий рівень розвитку економіки. Саме таким новим вектором розвитку є цифрова економіка.

Парадигму ми розглядаємо як фундаментальну установку, набір переконань і компетенцій, цінностей і технік, які мають бути сприйнятними для всіх учасників організації процесу розвитку. Парадигма, у нашому розумінні, це «дороговказ», апіорі, переконання. Конкуренція різних поглядів, уявлень, переконань розширює і «шліфує» парадигму, керівну лінію для досліджень і ведення змін. Тому вона не є «вічною», а зберігає свою продуктивну силу певний час, а потім, при накопиченні невідповідностей і збоїв, змінюється на нову. «Ми відносимо парадигму до структури методологічних знань, оскільки вона несе в собі пізнавальний і нормативний зміст, а ще й тому, що втративши свій «позитив» вона може стати тормозом, бар'єром на шляху нових знань і розвитку» [3, с. 18].

Термін «Цифрова економіка» (digital economy) в теоретичний категоріальний апарат ввів у 1995 році Н. Неграпонте у книзі «Життя в цифровому світі» (Being Digital) [4], а концепція цифрової економіки започаткувала своє існування в останньому десятилітті. Так, Томас Месенбург визначив три основних компоненти цифрової економіки:

- інфраструктура електронного бізнесу (технічні засоби, програмні продукти, телекомунікації, мережі, людський капітал тощо);
- електронний бізнес (спосіб ведення бізнесу, а саме: будь-який процес, реалізований організацією з використанням інформаційно-комунікаційних мереж);
- електронна комерція (трансферт товарів) [5, с. 23].

Цифрові технології в сучасному світі створюють принципово нові можливості для вибудовування

взаємодії між державою, бізнесом і населенням, виключаючи довгі ланцюжки посередників і прискорюючи проведення різноманітних угод і операцій. Ґрунтуючись на такому положенні про цифрову економіку, автори багатьох досліджень приходять до висновку, що дана модель економіки забезпечить «цифрові дивіденди» суспільству у вигляді розширення доступу на ринки і ринкового охоплення, підвищення внутрішньої і ринкової ефективності, включаючи вищу продуктивність праці, зниження транзакційних витрат, зростання зайнятості (зниження безробіття), більш повного задоволення потреб людини, зниження бідності і навіть ослаблення (або повного подолання) соціальної поляризації суспільства.

Таким чином, можна стверджувати, що цифрова економіка на сьогодні — це прогресивна епоха розвитку цивілізації, реперними точками якої є інноватизація та інтелектуалізація бізнесу через призму розвитку інформаційного суспільства. На наш погляд, цифрова економіка характеризується відповідними стадіями її становлення, а саме:

- 1) інформатизація — через глобалізацію соціально-економічних процесів;
- 2) цифровізація — через досягнення науково-технічного прогресу;
- 3) інтелектуалізація — через інтелектуалізацію капіталу та перехід до знаннєвого суспільства.

Цифрова економіка під впливом інституціональної торії — це наука, яка досліджує інноваційний розвиток бізнесу та імплементує широке застосування інформаційно-комунікаційних технологій у процесах суспільного виробництва, розподілу і суспільному споживанню суспільних благ.

Тобто характерними рисами цифрової економіки є глобалізація економічних процесів, їх взаємодія та інформатизація, розподіл створених благ серед споживачів у глобальному масштабі, використання моделей інноваційного менеджменту, підприємництва та інжинірингу бізнес-процесів.

Головними завданнями цифрової економіки є:

- 1) на макрорівні — це вибір спрямування інноваційного розвитку бізнесу держави під впливом глобальних процесів, що сприяє революційній трансформації суспільства у результаті еволюційного взаємовпливу складових: техносфери, антропосфери, соціосфери;
- 2) на мікрорівні — створення суб'єктами підприємництва алгоритмів господарювання, направлених на отримання господарської енергії зовнішньої сфери і трансформацію її у вигляді роботи і створення робочих місць в цілях підвищення конкурентоспроможності.

У сучасних філософсько-методологічних дослідженнях, направлених на розкриття процесів і механізмів цифрової економіки, важливо сконцентрувати увагу на проблемах уточнення понятійного апарату нової парадигми, інтегрованого впливу різних управлінських структур і сил на розвиток економічної системи, адекватності методичного інструментарію складності і масштабу вирішуваної проблеми (Рис. 1).

Серед сучасних науковців ще не склалось чіткого визначення цифрової економіки та розуміння її природи, оскільки категорія «цифрова економіка» складна й багатогранна. Так Поняття «digital economy» належить бізнес-аналітику Дону Тапскоту. Ще наприкінці ХХ століття він обґрунтував, яким чином кардинальні зміни у світі технологій пов'язані зі змінами у бізнесі. На численних прикладах він продемонстрував, як симбіоз «технології — бізнес» поступово трансформуватиметься у технологічний бізнес. За визначенням, що дає Тапскот «Цифрова економіка — це економічна діяльність, яка, на відміну від традиційної економіки, визначається мережевою свідомістю (networked intelligence) та залежністю від віртуальних технологій» [6].

У рамках проведеного дослідження нами були виділені наступні ключові підходи до визначення змістовного наповнення досліджуваного поняття: технологічний; заснований на видах діяльності; заснований на системі відносин; як новий вид економіки.

Технологічний підхід базується на теоріях, що акцентують увагу на технічних зрушеннях. В рамках цього підходу можна виділити наступні ключові напрями. По-перше, трактування цифрової економіки як результату впливу сукупності інноваційних технологій (включаючи і інформаційно-комунікаційні). Такий підхід представлений в роботах Є. В. Устюжаниної, А. В. Сигарева, Р. А. Шеїна, І. В. Сударушкіної, Н. А. Стефанової. Зокрема, цифрова економіка може бути визначена як «результат взаємозв'язку фундаментальних проривів у розвитку багатьох галузей інтелектуальної діяльності» [7; 8].

По-друге, розгляд цифрової економіки як четвертої індустріальної революції. Саме такої концепції дотримується в своєму дослідженні колектив авторів під керівництвом А. В. Бабкіна, які відзначають, що «з кінця 18 століття в економіці відбулися три індустріальних революції, і розвинені країни стоять перед початком четвертої індустріальної революції, пов'язаної з формуванням цифрової економіки, повселюдним впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій, переходом до нових цифрових бізнес-моделей розвитку» [9, с. 51].

По-третє, під цифровою економікою розуміється трансформація інформації в цифрову форму. У своєму дослідженні Г. Б. Соколова звертає увагу на те, що цифрова економіка передбачає цифровізацію будь-яких економічних систем. Цифровізація за визначенням Г. Б. Соколової — це «насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними. Мета цифровізації України — цифрова трансформація існуючих та створення нових галузей економіки, трансформація всіх сфер життєдіяльності України у нові, більш ефективні та сучасні» [10, с. 94].

По-четверте, Р. Бухт і Р. Хікс вважають, що це «частина загального обсягу виробництва, яка цілком або в основному проведена на базі цифрових технологій фірмами, бізнес-модель яких ґрунтується на цифрових продуктах або послугах. Дане визначення досить розпливчате, проте воно і досить гнучке, щоб враховувати розвиток цифрових технологій і цифрового бізнесу в майбутньому» [11, с. 155].

До другого підходу належать теорії, що представляють діяльнісний аспект даного поняття, тобто заснований на видах діяльності. На думку ряду авторів (Паньшин Б., Рожкова Д. Ю.) цифрова економіка являє собою об'єднання різних видів діяльності у цифровому контексті, тобто «термін «цифрова економіка» відображає сукупність економічної і соціальної діяльності в контексті інформаційно-комунікаційних технологій з використанням Інтернету і підключених до нього пристроїв» [12, с. 17; 13, с. 2].

Цифрова економіка може також визначатися як господарська діяльність, ядро якої становить широке використання цифрових технологій. Саме до такого висновку приходять у своїх роботах Т. А. Пузін, Н. В. Василенко, А. Е. Малишев. Зокрема, А. Е. Малишев відзначає, що цифрова економіка — це «вид економічної діяльності, заснований на цифрових технологіях» [14, с. 170].

У рамках дослідження заслуговує на увагу також підхід, викладений у ряді джерел [15; 16] і розглядає цифрову економіку як тип економічної діяльності, заснований на використанні великого обсягу даних у цифровому форматі, а також інформаційних технологій та роботи з ними. Саме такий підхід був закладений в основу Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердженої Урядом країни і план заходів щодо її реалізації, де визначено, що це «діяльність, в якій ключовими факторами виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані — як числові, так і текстові. Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, швидкий розвиток та поширення

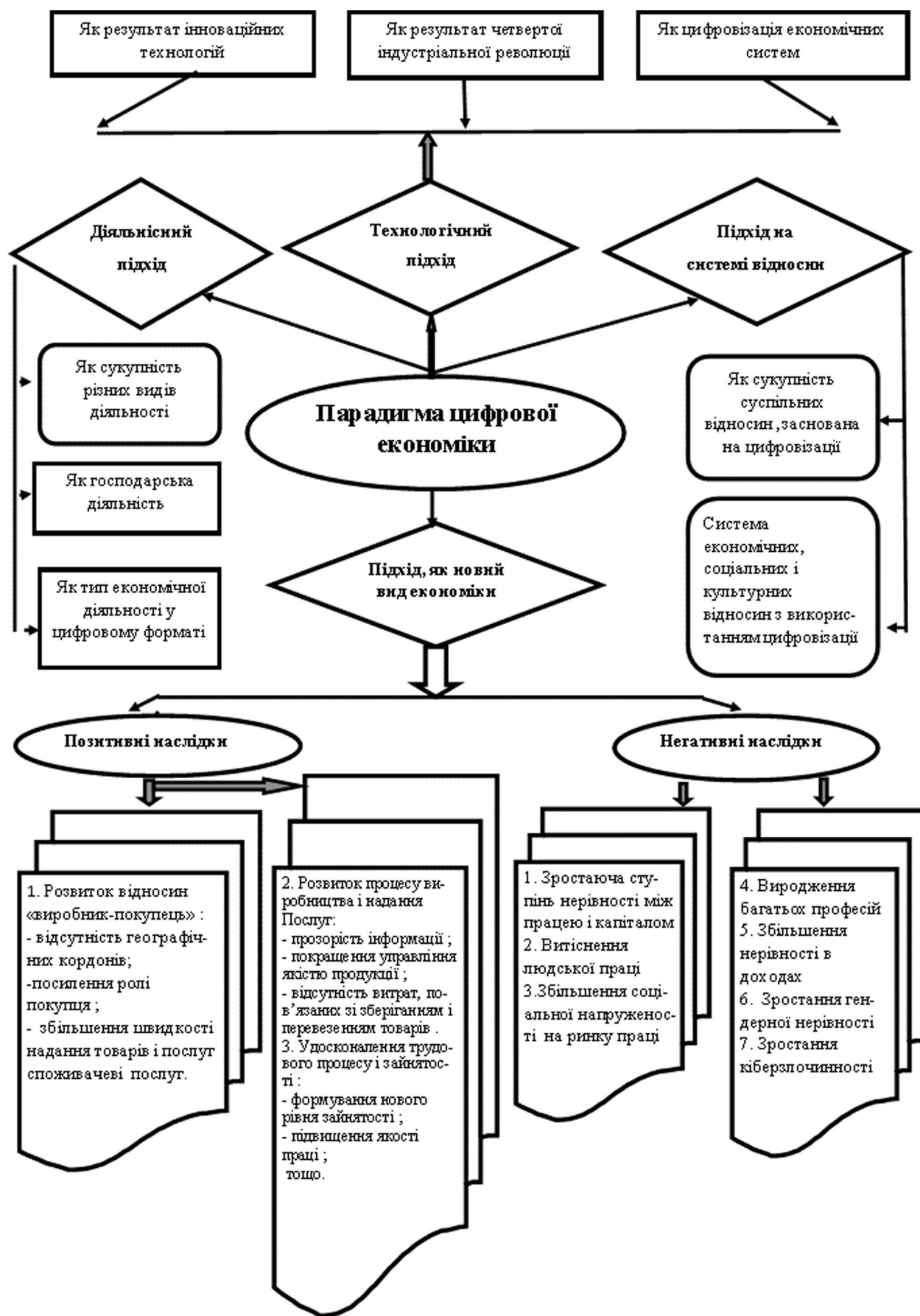


Рис. 1. Парадигма цифрової економіки

яких вже сьогодні впливають на традиційну економіку, трансформуючи її від економіки, що споживає ресурси, до економіки, що їх створює». Основною метою «Цифрового порядку денного України 2020» є розроблення траєкторії розвитку (цифрової стратегії) бізнесу на шляху цифрової трансформації економічних процесів в Україні у найбільш перспективних сферах через глобалізацію співпраці з країнами ЄС, залучення інвестицій, впровадження механізмів стимулювання для цифрових перетворень, здійснення інтелектуалізації людського капіталу, активізації розповсюдження цифровізації на всій території України, включаючи селища та невеликі міста тощо [17].

До третього підходу відносяться теорії, засновані на системі відносин. Так, згідно з однією з теорій [18], цифрова економіка розглядається як система відносин, заснованих на цифрових технологіях і може бути визначена як «сукупність суспільних відносин, що складаються під час використання електронних технологій, електронної інфраструктури і послуг, технологій аналізу великих обсягів даних і прогнозування з метою оптимізації виробництва, розподілу, обміну, споживання і підвищення рівня соціально-економічного розвитку держави».

Інші автори розглядають цифрову економіку як систему, в якості головного напрямку якої виступає певний вид економіки, а іншими елементами є цифрові технології. Зокрема, С. Веретюк, В. Пілінський [19, с. 52], Л. Кіт [20, с. 188] вважають, що цифрова економіка — це трансформація всіх сфер економіки завдяки перенесенню інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу з метою їх подальшого використання. На думку С. В. Коляденко «новітні зміни в економіці та суспільстві викликають адекватні зміни і в світовій економіці і на зміну сьогоднішнім економічним поняттям та категоріям приходять нові, які можна узагальнити як поява нової економіки в світі — цифрової зі своїми специфічними дефініціями, законами, моделями розвитку світу, розвитку економіки як науки, як галузі, що набирає нових обертів в історії» [21, с. 144].

Для з'ясування категоріальної наповненості змісту цифрової економіки важливо враховувати думку наукового зарубіжного співтовариства, які пропонують наступні її визначення:

1. «Глобальна мережа економічних і соціальних видів діяльності, які підтримуються завдяки таким платформам, як інтернет, а також мобільні і сенсорні мережі» (Уряд Австралії);

2. «Система економічних, соціальних і культурних відносин, заснованих на використанні цифрових інформаційно-комунікаційних технологій» (Всесвітній банк);

3. «Економіка, яка головним чином функціонує за рахунок цифрових технологій, особливо електронних транзакцій, здійснюваних з використанням інтернету» (Оксфордський словник);

4. «Ведення бізнесу на ринках, що спираються на інтернет і / або Всесвітнє павутиння» (BCS, Великобританія);

5. «Ринки на основі цифрових технологій, які полегшують торгівлю товарами і послугами за допомогою електронної комерції в Інтернеті» (ОЕСР);

6. «Економіка, здатна надавати високоякісну ІКТ-інфраструктуру і мобілізувати можливості ІКТ на благо споживачів, бізнесу і держави» (Дослідницький центр журналу «Economist» і компанія IBM);

7. «Виробництво цифрового обладнання, видавнича діяльність, медійне виробництво і програмування» (Уряд Великобританії).

Розглянуті вище основні характеристики надають нам можливість зробити наступний висновок про вплив цифрової економіки на інноваційний розвиток бізнесу: цифрова економіка — це не тільки широке впровадження сучасних технологій в усі сфери господарської діяльності. Перш за все, це зміна всього економічного укладу: створення єдиного цифрового ринку, поява нових виробників, де успіх залежить не від кількості працівників, а від використання інноваційних цифрових технологій і переведення бізнесу в онлайн-сферу, нових споживачів, які вільно володіють навичками роботи з інформаційним простором, робочих місць з нестандартними формами роботи і перехід від кількості виробленої продукції до постійного вдосконалення її якості.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Виходячи із проведеного аналізу поняття цифрової економіки, були зроблені наступні висновки. З одного боку, цифрову економіку можна розглядати як новий етап у збільшенні продуктивності праці господарського суб'єкту. Підвищення ефективності господарської діяльності організації відбувається за рахунок використання цифрових технологій. «Цифрова» економіка — ключовий двигун конкурентоспроможності, продуктивності, інновацій та, загалом, економічного зростання України в глобальному «цифро-економічному» середовищі» [2]. Цифрова інформація, методи і технології її обробки, цифрові ресурси є ключовими компонентами при виробництві, обміні, споживанні товарів і послуг. Тож цифрова економіка може трактуватися як перехід до нового типу економічних відносин, що торкається всіх галузей світового ринку, головний напрям якого становить стрімке зростання високих технологій. Взаємовідносини всіх учасників господарського процесу будуються тільки на використанні передових технічних засобів

і методів створення, зберігання, передачі, обробки та обліку інформації. Разом із тим цифрову економіку можна розглядати і як новий вид економіки, що складається з певного типу економіки (командної, ринкової тощо) із застосуванням цифрових технологій.

Підсумовуючи вищевикладене, на наш погляд, цифрову економіку доцільно визнати як новий вид економіки, яка охоплює систему соціально-економічних відносин, заснованих на широкому впровадженні та застосуванні у всіх сферах гос-

подарської діяльності цифрових інформаційно-комунікаційних технологій, базується на концепції інформатизації управління з метою інноваційного розвитку бізнесу, оптимізації виробництва, розподілу, обміну, споживання та підвищення рівня соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації. Перспективи подальших досліджень полягають у проведенні глибокого аналізу складових парадигми цифрової економіки, а саме: принципів, механізмів, інструментарію тощо.

Література

1. Воронкова В. Г. Нова парадигма філософії економіки XXI століття. Гуманітарний вісник ЗДІА, 2011. № 46. С. 19–32.
2. Проект. Цифрова адженда України — 2020 («Цифровий порядок денний» — 2020) Концептуальні засади 2016. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>
3. Белявцева В. В. Методологія управління інноваційним розвитком регіону. Монографія. Харків. «Друкарня Мадрид», 2017. С. 215.
4. Negroponte, N. (1995). Being Digital. Knopf. (Paperback edition, 1996, Vintage Books, ISBN 0-679-76290-6)
5. Mesenbourg. T.L. Measuring of the Digital Economy //The Netcentric Economy Symposium. University of Maryland, 2001.
6. Tapscott D. (1996) The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. New York, NY: McGraw-Hill
7. Устюжанина Е. В., Сигарев А. В., Шеин Р. А. Цифровая экономика как новая парадигма экономического развития // Экономический анализ: теория и практика, 2017. Т. 16. № 12. С. 2238–2253. URL: <https://doi.org/10.24891/ea>
8. Сударушкина И. В., Стефанова Н. А. Цифровая экономика // АНИ: экономика и управление, 2017. Т. 6. № 1(18). С. 182–184. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29024923>
9. Алетдинова А. С., Бабкин А. В. и др. Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы: монография / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2017. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29936527>
10. Г. Б. Соколова. Деякі аспекти розвитку цифрової економіки в Україні. Економічний вісник Донбасу № 1(51), 2018. С. 92–96.
11. Бухт Р., Хикс Р. (2018) Определение, концепция и измерение цифровой экономики // Вестник международных организаций. Т. 13. № 2. С. 143–172 (на русском и английском языках). DOI: 10.17323/1996-7845-2018-02-07.
12. Паньшин Б. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Наука и инновации, 2016. № 3 (157). Март. С. 17–19. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-osobennosti-i-tendentsii-razvitiya>
13. Рожкова Д. Ю. Цифровая платформенная экономика: определение и принципы функционирования // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. Кисловодский институт экономики и права (Кисловодск), 2017. № 10 (104). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30318536>
14. Малышев А. Е. Возможности внедрения новых цифровых технологий при проведении финансовых расчетов // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: Труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 г. / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2017. С. 169–173.
15. Семячков К. А. Цифровая экономика и ее роль в управлении современными социально-экономическими отношениями // Современные технологии управления. № 8 (80). URL: <http://sovman.ru/article/8001/>
16. Кунцман А. А. Трансформация внутренней и внешней среды бизнеса в условиях цифровой экономики. // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2016. № 11(93). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27339315>.
17. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: документ 67–2018-р., чинний, поточна редакція: прийняття від 17 січня 2018 року. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.

18. Зубарев А. Е. Цифровая экономика как форма проявления закономерностей развития новой экономики // Экономика и управление народным хозяйством. Вестн. ТОГУ, 2017, № 4(47). С. 177–184. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32463364>.
19. Веретюк С., Пілінський В. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. Фінансовий простір, 2017. № 3 (27). С. 51–58.
20. Kit L. Evoliutsiia merezhevoi ekonomiky. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2014. № 3. Т. 2. S. 187–194.
21. Коляденко С. Теоретичні аспекти цифрової економіки як науки. VII Міжнародна науково-методична конференція. Форум молодих економістів-кібернетиків — Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід» 21–22 жовтня 2016 р., м. Тернопіль. С. 142–144.

References

1. Voronkova VG The new paradigm of philosophy of economy of the 21st century. ZDIA Humanitarian Bulletin. 2011. № 46. P. 19–32.
2. The project. Digital Agenda of Ukraine 2020 (Digital Agenda 2020) Conceptual Framework 2016. URL: <https://uccu.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>
3. Belyavtseva VV Methodology for managing innovative development of the region. Monograph. Kharkiv. Madrid Printing House, 2017 P. 215.
4. Negroponte, N. (1995). Being Digital. Knopf. (Paperback edition, 1996, Vintage Books, ISBN 0-679-76290-6)
5. Mesenbourg. T.L. Measuring the Digital Economy // The Netcentric Economy Symposium. University of Maryland, 2001.
6. Tapscott D. (1996) The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. New York, NY: McGraw-Hill.
7. Ustyuzhanina EV, Sigarev AV, Shein RA Digital Economy as a New Paradigm for Economic Development // Economic Analysis: Theory and Practice. 2017. Т. 16. № 12. S. 2238–2253. URL: <https://doi.org/10.24891/ea>
8. Sudarushkina IV, Stefanova NA Digital Economics // ANI: Economics and Management. 2017. Т. 6. No. 1 (18). Pp. 182–184. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29024923>
9. Aletdinova AS, Babkin AV Digital transformation of economy and industry: problems and prospects: monograph / ed. Dr. Econ. of sciences, prof. A. V. Babkin. St. Petersburg: Polytech Publishing House. Univ., 2017. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29936527>
10. GB Sokolov. Some aspects of digital economy development in Ukraine. Donbass Economic Bulletin No. 1 (51), 2018. P. 92–96.
11. Bucht R., Hicks R. (2018) Definition, conception and measurement of the digital economy // Bulletin of international organizations. 13. № 2. P. 143–172 (in Russian and English). DOI: 10.17323 / 1996-7845-2018-02-07.
12. Panshin B. Digital economy: features and tendencies of development // Science and innovations. 2016. No. 3 (157). March. P. 17–19. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-osobennosti-i-tendentsii-razvitiya>
13. Rozhkova D. Yu. Digital platform economy: definition and principles of functioning // Management of economic systems: electronic scientific journal. Kislovodsk Institute of Economics and Law (Kislovodsk). 2017. No. 10 (104). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30318536>
14. Malyshev AE Possibilities of introduction of new digital technologies at carrying out of financial calculations // Innovative clusters in digital economy: theory and practice: Proceedings of scientific-practical conference with international participation May 17–22, 2017 / ed. Dr. Econ. of sciences, prof. AV Babkin. St. Petersburg: Polytech Publishing House. Univ., 2017, p. 169–173.
15. Semyachkov KA Digital Economy and its Role in the Management of Modern Socio-Economic Relations // Modern Management Technologies. No. 8 (80). [Electronic resource]. URL: <http://sovman.ru/article/8001/>
16. Kunzman A. A. Transformation of internal and external business environment in the digital economy // Management of economic systems: electronic scientific journal, 2016, № 11 (93). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27339315>
17. On approval of the Concept of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018–2020 and approval of the plan of measures for its implementation: document 67-2018-present, current, current version: adoption of January 17, 2018. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>

18. Zubarev AE Digital economy as a form of manifestation of patterns of development of a new economy // Economics and management of the national economy. Newsletter TOGU, 2017, No. 4 (47), P. 177–184. [Electronic resource]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32463364>.

19. Veretyuk C., Pilinsky V. Determination of priority directions of digital economy development in Ukraine. Financial space. 2017. No. 3 (27). S. 51–58.

20. Kit L. Evoliutsiia merezhevoi ekonomiky. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2014. № 3. T. 2. S. 187–194.

21. Kolyadenko S. Theoretical aspects of digital economy as a science. VII International Scientific and Methodological Conference Young Cybernetics Economists Forum — Modeling the Economy: Problems, Trends, Experience» October 21–22, 2016, Ternopil. P. 142–144.

Капленко Галина Вікторівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та публічного управління
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Капленко Галина Викторовна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики и публичного управления
Львовский национальный университет имени Ивана Франко*

Kaplenko Halyna

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor Department of Economics and Public Administration
Ivan Franko National University of Lviv*

ORCID: 0000-0003-1651-7904

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5420

ПРОБЛЕМА ПРОГНОЗУВАННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ В ЇЇ КОНЦЕПТУАЛЬНІЙ ПОСТАНОВЦІ

ПРОБЛЕМА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА В ЕЕ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ ПОСТАНОВКЕ

THE PROBLEM OF FORECASTING CONSUMER DEMAND IN ITS CONCEPTUAL FORMULATION

Анотація. Актуальність статті обумовлена відсутністю в пострадянській економічній літературі належної уваги до проблематики методології прогнозування споживчого попиту.

Мета статті – розглянути питання, пов'язані з концептуальною постановкою проблеми розробки прогнозів споживчого попиту. У процесі реалізації цієї мети використано системний та історичний підходи, методи аналізу та синтезу, експертні оцінки. Привернуто увагу до тієї обставини, що коли інформаційною основою прогнозування споживчого попиту є дані суспільного спостереження, використання ймовірісно-статистичних методів є неприйнятним. Установлено, що до найбільш важливих принципів розробки прогнозів споживчого попиту належать: 1) урахування специфіки об'єкта прогнозування; 2) системність останнього; 3) його неперервність; 4) багатоваріантність; 5) рентабельність; 6) верифікованість результатів. При цьому показано: 1) необґрунтованість виділяти як окремі принципи прогнозування споживчого попиту неостаточність його прогнозних оцінок, їх узгодження, а також урахування динамічності попиту; 2) неправомірність базувати синтез варіантів прогнозу попиту на відхиленнях тих варіантів від фактичних даних.

Охарактеризовано найважливіші аспекти логіки побудови прогнозів споживчого попиту та висвітлено питання про їх класифікацію. З'ясовано, що за критерієм побудови прогнозів споживчого попиту можна виділити такі основні методи його прогнозування: 1) евристичний, себто метод експертних оцінок; 2) нормативно-цільовий; 3) економіко-математичне моделювання; 4) компаративний; 5) нормативні розрахунки за допомогою середніх фактичних норм споживання; 6) морфологічний. При цьому вказано на перспективність удосконалення методичного інструментарію прогнозування споживчого попиту за рахунок створення його інструментів на стику різних методів.

Ключові слова: споживчий попит, прогнозування, принципи, методи.

Аннотация. Актуальность статьи обусловлена отсутствием в постсоветской экономической литературе должного внимания к проблематике методологии прогнозирования потребительского спроса.

Цель статьи – рассмотреть вопросы, связанные с концептуальной постановкой проблемы разработки прогнозов потребительского спроса. В процессе реализации этой цели использованы системный и исторический подходы, методы анализа и синтеза, экспертные оценки. Привлечено внимание к тому обстоятельству, когда информационной основой прогнозирования потребительского спроса используют данные общественного наблюдения, использование вероятностно-статистических методов являются неприемлемым. Установлено, что к наиболее важным принципам разработки прогнозов потребительского спроса относятся: 1) учет специфики объекта прогнозирования; 2) системность последнего; 3) его непрерывность; 4) многовариантность; 5) рентабельность; 6) проверяемость результатов. При этом показано: 1) необоснованность выделять как отдельные принципы прогнозирования потребительского спроса неокончателность его прогнозных оценок, их согласование, а также учет динамичности спроса; 2) неправомерность базировать синтез вариантов прогноза спроса на отклонениях тех вариантов от фактических данных.

Охарактеризованы важнейшие аспекты логики построения прогнозов потребительского спроса и освещены вопросы об их классификации. Установлено, что по критерию построения прогнозов потребительского спроса можно выделить следующие основные методы его прогнозирования: 1) эвристический, то есть метод экспертных оценок; 2) нормативно-целевой; 3) экономико-математическое моделирование; 4) компаративный; 5) нормативные расчеты при помощи средних фактических норм потребления; 6) морфологический. При этом указано на перспективность совершенствования методического инструментария прогнозирования потребительского спроса за счет создания его инструментов на стыке различных методов.

Ключевые слова: потребительский спрос, прогнозирование, принципы, методы.

Summary. The relevance of the article is due to the lack of due attention in the post-Soviet economic literature to the problems of the methodology of forecasting consumer demand.

The purpose of the article is to consider issues related to the conceptual formulation of the problem of developing consumer demand forecasts. In the process of achieving this goal systematic and historical approaches, methods of analysis and synthesis, expert assessments were used. Attention has been drawn to the fact that when the information base for consumer demand forecasting is public observation data, the use of probabilistic statistical methods is unacceptable. It is established that the most important principles for the development of consumer demand forecasts include: 1) considering the specifics of the forecasting object; 2) the systematic nature of the latter; 3) its continuity; 4) multivariate; 5) profitability; 6) verification of results. In this case it is shown: 1) the unreasonableness of allocating as a separate principle the forecasting of consumer demand, the uncertainty of its forecast estimates, their harmonization, and also taking into account the dynamics of demand; 2) wrongfulness to base the synthesis of demand forecast variants on deviations of those variants from the actual data.

The most important aspects of the logic of constructing consumer demand forecasts are described and the question of their classification is explained. It has been found out that the following basic methods of forecasting can be distinguished by the criterion for constructing consumer demand forecasts: 1) heuristic, that is, the method of expert assessments; 2) regulatory target; 3) economic and mathematical modelling; 4) comparative; 5) regulatory calculations using average actual consumption rates; 6) morphological. At this, it is pointed to the prospects for improvement of methodological tools of forecasting consumer demand by creating its instruments at the junction of various methods.

Key words: consumer demand, forecasting, principles, methods.

Постановка проблеми в загальному вигляді.

У 1960–1980-х роках представники української економічної науки активно досліджували проблематику методології прогнозування споживчого попиту. Так, ще на початку цього періоду в Українському науково-дослідному інституті торгівлі й громадського харчування було зроблено вагомий внесок у реалізацію ідеї використання економічного групування населення для прогнозування макроструктури попиту. Деяко пізніше до вирішення проблеми побудови прогнозів макропопиту, але вже на базі даних торгової статистики, звернувся Обчислювальний центр Держплану УРСР. В Українському філіалі Всесоюзного науково-дослідного інституту з вивчення

попиту населення на товари народного споживання й кон'юнктури торгівлі досить успішно розроблявся методичний апарат прогнозування попиту на окремі товарні групи, а у Львівському філіалі Центральної науково-дослідної лабораторії з вивчення попиту Центросоюзу було створено методичні рекомендації, які максимально можливою мірою враховували тодішні реалії практики прогнозування споживчого попиту в кооперативній торгівлі.

Доводиться, однак, констатувати, що в 1990-х роках інтерес до питань методології прогнозування споживчого попиту в середовищі українських науковців різко впав, хоча за умов переходу до ринкової економіки мало би бути навпаки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останнього десятиліття у вітчизняній економічній науці спостерігалось певне відродження інтересу українських економістів до методології прогнозування споживчого попиту, про що, зокрема, свідчать, праці [1–5]. Проте сьогодні в цій царині є чимало проблем, що потребують вирішення.

Мета даної роботи — привернути увагу до тих питань, які пов'язані з концептуальною постановкою проблеми прогнозування споживчого попиту.

Виклад основного матеріалу. Прогноз споживчого попиту — це кінцевий результат, підсумок його прогнозування, яке являє собою процес визначення майбутнього стану й розвитку цього соціально-економічного феномена. Як і будь-який інший прогноз, він має ймовірнісний характер. Та чи із цього автоматично випливає правомірність використання ймовірісно-статистичних методів для його побудови? На наш погляд, ключ до відповіді на це питання дає таке положення: «Грубою помилкою... є застосування поняття вибірки й пов'язаних із цим поняттям методів статистичної обробки даних у тих випадках, коли говорити про повторення сукупності з п спостережень за умов статистичної однорідності немає сенсу» [6, с. 100]. Отже, коли інформаційною основою прогнозування попиту служать дані суцільного спостереження, використання ймовірісно-статистичних методів є неприйнятним.

Забезпечення належної якості прогнозів споживчого попиту передбачає необхідність дотримання певних принципів. З-поміж них найбільш важливими є, як видається, такі: 1) урахування специфіки об'єкта прогнозування; 2) системність останнього; 3) його неперервність; 4) багатоваріантність; 5) верифікованість результатів (пор.: [7, с. 19–21; 8, с. 396; 9, с. 32]); 6) рентабельність.

Урахування специфіки об'єкта прогнозування означає всебічне вивчення його особливостей. Це дає змогу уникнути ситуацій, «коли використовуваний прогнозний апарат виявляється непридатним для даного об'єкта через притаманні йому специфічні властивості» [9, с. 32]. Належить сказати й про таке. Одна із специфічних рис попиту — його динамічність. З огляду на це видається, що виокремлювати принцип динамічного підходу до прогнозування споживчого попиту (пор.: [10, с. 21–22]) немає потреби.

Основні аспекти реалізації принципу системності в прогнозуванні споживчого попиту є такими.

По-перше, цей принцип передбачає розгляд методологічного інструментарію розробки прогнозів попиту як системи, для кожної підсистеми та кожного елемента якої визначено сферу найбільш ефективного використання.

По-друге, із нього випливає необхідність: а) узгодження прогнозів попиту, що мають різні періоди випередження; б) координації цих прогнозів в асортиментному й територіальному розрізі, а також у розрізі окремих соціальних груп; в) забезпечення погодженості прогнозів, про які йдеться, з іншими економічними прогнозами, а також із соціальними, демографічними, науково технічними та деякими іншими.

По-третє, слід урахувати, що «принцип системності, покладений в основу міждисциплінарних досліджень, надав процесам інтеграції й диференціації сучасного наукового знання не тільки більш глибокого та змістовного, а й більш цілеспрямованого характеру, визначивши тим самим нові різноманітні напрямки в його становленні й розвитку» [11]. Можливі такі варіанти міждисциплінарних досліджень: 1) інтеграція різних наукових дисциплін здійснюється в процесі постановки проблеми; 2) інтеграція відбувається на стадії синтезу наукових висновків, отриманих у результаті незалежних досліджень, здійснених у межах окремих наукових дисциплін; 3) інтеграція має місце на стадії аналізу й оцінки результатів наукового дослідження; 4) міждисциплінарна співпраця на всіх стадіях наукового дослідження, яка є найвищою формою реалізації комплексного підходу [12, с. 100–101].

Неперервність прогнозування споживчого попиту означає, по-перше, необхідність коректування прогнозів в міру надходження нової інформації про попит та його фактори, а по-друге, побудову цих прогнозів не лише перед ухваленням певних рішень (приміром, рішень щодо його регулювання), але й в процесі їх реалізації. Як бачимо, додержування принципу неперервності призводить до того, що прогнозна оцінка попиту не може розглядатися як остаточна. З огляду на це виникла пропозиція виокремлювати принцип неостаточної прогнозної оцінки споживчого попиту [7, с. 21]. Проте, на наш погляд, у цьому немає потреби, оскільки така оцінка є наслідком реалізації принципу неперервності.

Принцип багатоваріантності «означає, що допустима (і навіть бажана) побудова кількох варіантів прогнозу попиту» [7, с. 21]. Необхідність додержування цього принципу зумовлена, зокрема, тим, що можливі різні припущення щодо прогнозного фону, а також наявність різноманітних інструментів прогнозування попиту. У праці [7, с. 21] наявна орієнтація на вибір з-поміж таких варіантів найбільш прийнятний. Проте часто, мабуть, більш продуктивним є інший шлях, а саме їх синтез. Найбільшого поширення дістав такий підхід до синтезу варіантів прогнозу, який базується на використанні

середніх квадратичні похибок цих варіантів. Проте належить брати до уваги ту обставину, що прогнози споживчого попиту належать до кола так званих активних економічних прогнозів, себто таких, які «самі впливають на прийняття рішень, на економічну політику й народногосподарське планування...» [13, с. 19], через що «нелогічно зіставляти прогнозовані показники з реальними: їх збіг, наприклад, не був би доказом високої якості прогнозу» [13, с. 19]. Тому хотілося б привернути увагу до такої позиції авторів праці [1]: «Оскільки об'єднання варіантів прогнозу має сенс лише тоді, коли вони є більш чи менш рівноцінними, то для нього слід використувати середню арифметичну просту» [1, с. 2275].

Принцип верифікованості прогнозу передбачає оцінку його якості. Такі оцінки можуть бути апіорними та апостеріорними. Характеризуючи перші, С. Вишнев цілком слушно зазначає: «Апіорні оцінки, природно, обмежуються переважно методологічним, якісним аспектом...» [13, с. 94]. Утім, можливі й кількісні апіорні оцінки прогнозів споживчого попиту, зокрема в тих випадках, коли виконується зазначена вище умова використання ймовірно-статистичних методів в його економіко-математичному моделюванні. Що ж до апіорних оцінок якості прогнозів споживчого попиту, то, на нашу думку, вони мали б спиратися на ідею, що «ефективність активного прогнозу... визначається насамперед тим, наскільки він сприяє вибору найкращого рішення (точніше, вибору найкращої стратегії послідовних рішень)» [13, с. 109]. Цю ідею можна, зокрема, реалізувати за допомогою такої формули [13, с. 109]:

$$k = \alpha / q,$$

де α — показник використання активного прогнозу, який може мати одне із двох значень: нуль, якщо прогноз не був покладений в основу стратегії рішень R , і одиниця — у протилежному випадку [13, с. 109]; q — різниця між результатом (ефектом) найкращого рішення, ухваленого на базі ідеально точного (досконалого) прогнозу, і результатом найкращого рішення, ухваленого на базі фактично зробленого прогнозу [13, с. 108].

Принцип рентабельності прогнозування споживчого попиту вимагає перевищення економічного ефекту від використання прогнозової оцінки над затратами на її одержання [8, с. 396]. Тут видається незайвим сказати про те, що в літературі висунуто принцип оптимальності затрат на прогноз, «який полягає в природному бажанні зробити аналіз, та й здійснити прогноз із мінімальними затратами трудових і матеріальних ресурсів» [9, с. 32]. Проте, на наш погляд, це надто жорстка засада.

Розглянемо тепер найважливіші критерії класифікації прогнозів споживчого попиту. Ними є:

- 1) характер кінцевого результату прогнозування. Відповідно до цього критерію прогнози споживчого попиту поділяються: а) на якісні прогнози, покликані виявити загальні напрями динаміки попиту, перспективні тенденції розвитку його структури; б) на кількісні прогнози, призначення яких полягає в тому, щоб давати кількісні оцінки майбутнього попиту [7, с. 40–41];
- 2) тривалість інтервалу випередження прогнозу. За цією ознакою найчастіше розрізняють поточні прогнози — на період до одного року; короткострокові прогнози — на 1–2 роки; середньострокові — на 3–5 років; довгострокові — на 6–10 років;
- 3) ступінь деталізації асортименту товарів і послуг, за яким виділяють прогнози макро- і мікропопиту. Останні розробляються в розрізі деталізованої номенклатури товарів й послуг, тоді як перші є прогнозами загального обсягу споживчого попиту та його макроструктури;
- 4) тип прогнозних розрахунків. Відповідно до цієї ознаки розрізняються: а) цільові прогнози попиту, які одержують на основі встановлення певного цільового орієнтиру, зокрема раціональної або фізіологічної норми споживання, та визначення траєкторії майбутнього руху попиту, необхідної для досягнення цього орієнтиру; б) пошукові прогнози, які базуються на закономірностях розвитку попиту в минулому [7, с. 42–43];
- 5) склад інформаційної основи прогнозування. Якщо її становлять виключно фактичні значення попиту, то прогнози можна назвати ендегенними. Коли ж вона включає й дані про фактори формування попиту, його прогнози є екзогенними. (пор.: [14, с. 183]);
- 6) територіальний, залежно від якого виділяються прогнози попиту для країни в цілому, у розрізі населених пунктів, районів, областей тощо [7, с. 44–45].

Перш ніж перейти до обговорення методів прогнозування споживчого попиту, необхідно сказати про те, що саме слід розуміти під ними. Якщо відштовхуватися від визначень методів прогнозування, запропонованих Є. Четиркіним [15, с. 8] та В. Каспіним [16, с. 76], то методом прогнозування споживчого попиту належить уважати сукупність теоретичних і практичних дій, що дозволяють на основі аналізу властивих йому зовнішніх й внутрішніх зв'язків винести судження певної достовірності щодо його майбутнього стану й розвитку. Є підстави вважати, що приблизно такого ж трактування дотримувалася

автор праці [7], коли на основі вивчення проблеми класифікації методів розробки прогнозів споживчого попиту виділив, за критерієм особливостей здійснення прогнозів, такі групи: 1) методи, засновані на використанні експертних оцінок; 2) нормативні методи, що передбачають використання фізіологічних й раціональних норм споживання та призначені для розробки цільових прогнозів; 3) методи економіко-математичного моделювання [7, с. 55]. На наш погляд, дана класифікація не може бути визнана цілком задовільною через такі мотиви:

- 1) є товари (наприклад, запчастини до товарів тривалого вжитку), для прогнозування попиту на які найбільше підходять прогнозні розрахунки на основі поширення на майбутні періоди фактичних рівнів споживання цих товарів. Це дає підстави говорити про існування такого самостійного методу прогнозування споживчого попиту, як нормативні розрахунки попиту на основі середніх фактичних норм споживання [17, с. 185–187];
- 2) автор розглядуваної класифікації не має рації, коли заперечує доцільність виділення компаративного методу як самостійного методу прогнозування споживчого попиту [7, с. 55–56]. Свою точку зору він обґрунтовує думкою, що цей метод не розрахований на отримання точних кількісних оцінок майбутнього попиту й практично не може їх дати, бо повних аналогів для зіставлень вибрати неможливо [7, с. 56]. Проте «точних» прогнозних оцінок попиту не гарантує жодний метод його прогнозування;
- 3) попит на товари тривалого вжитку є неоднорідним, оскільки складається з первинного попиту, попиту на заміну й додаткового. Кожна із цих складових має прогнозуватися окремо, щоб прогноз попиту являв собою суму їх прогнозів. Прогнози, здійснені за такою логікою, є морфологічними, а тому правомірно виділити ще один самостійний метод прогнозування споживчого попиту — морфологічний.

Отже, маємо підстави говорити, що за критерієм особливостей здійснення прогнозів споживчого попиту маємо щонайменше шість його методів: 1) евристичний, себто метод експертних оцінок; 2) нормативно-цільовий; 3) економіко-математичне моделювання; 4) компаративний; 5) нормативні розрахунки за допомогою середніх фактичних норм споживання; 6) морфологічний. При цьому слід урахувати, що границі між цими методами є певною мірою умовними. Так, метод експертних оцінок може використовуватися для визначення фізіологічних і раціональних норм споживання та під час побудови прогностичних економіко-математичних

моделей, зокрема з метою формування каталогу форм зв'язку між змінними, з-поміж яких має вибиратися найбільш прийнятна, і для встановлення того, які факторні ознаки належить урахувати в процесі розробки прогнозів. Також експертні оцінки прогнозистів є єдиним інструментом вирішення проблеми визначення довжини базисного часового ряду попиту внаслідок неприйнятності використання із цією метою прийомів, в основі яких лежить ймовірнісно-статистичний підхід до моделювання економічної динаміки. За прогнозування споживчого попиту на основі компаративного й нормативно-цільового методу застосовується економіко-математичне моделювання. Інструментарій останнього потрібен й за визначення та використання середніх фактичних норм споживання, а також за передбаченого морфологічним прогнозуванням моделювання окремих складових попиту на товари тривалого вжитку тощо.

Нарешті, слід сказати про те, що створюється інструментарій оцінки майбутнього споживчого попиту на стику різних методів його прогнозування. Так, шляхом моделювання взаємодії факторів, що управляють процесом евристичного ендогенного прогнозування споживчого попиту, були створені його моделі [18], які можна назвати евристичними, тобто такими, в основі яких лежить «поєднання точних алгоритмічних методів з евристичними» [19, с. 396]. Поява цих моделей стала логічним наслідком тенденції, про яку в праці [20] сказано так: «Тепер зробити чисте зіставлення економетричних і експертних прогнозів практично неможливо, бо розвиток тих і інших ішов шляхом злиття й взаємопроникнення цих методів. Тому переважна більшість експертних прогнозів зараз будується з використанням... економетричних функцій як допоміжного інструментарію, а процедура прогнозування на макроекономічних моделях (а також на основі мікроекономічних. — Г.К.) дедалі ширше включає в себе проміжні ітерації, засновані на експертному обговоренні результатів попередніх варіантів прогнозів» [20, с. 98].

Концептуальна постановка проблеми прогнозування споживчого попиту вимагає формулювання позиції щодо вузлових аспектів логіки цього процесу: 1) визначення вихідного пункту розробки прогнозу попиту; 2) встановлення логічної послідовності дій в процесі прогнозування [7, с. 32].

Залежно від вихідного пункту прогнозування споживчого попиту можливі дві логічні схеми. Відповідно до однієї з них спочатку прогнозується попит на окремі товари або послуги, а прогноз макропопиту отримується шляхом сумування прогнозів мікропопиту [7, с. 33]. Інша схема, яку називають поетапною, передбачає, що «...спочатку будується прогноз

попиту на великі товарні групи, потім — на більш дрібні тощо аж до виділення окремого конкретного товару» [7, с. 33]. Аналогічною є поетапна схема прогнозування попиту на послуги. Саме поетапній схемі в літературі надається більша перевага, насамперед тому, що точність прогнозів в розрізі мікропопиту, як правило, нижча, ніж в розрізі макропопиту.

Проте за застосування поетапної схеми може виникати дисбаланс між прогнозом агрегованого попиту і сумою відповідних прогнозів мікропопиту. І доводиться констатувати, що досі відсутній достатньо обґрунтований спосіб усунення такого дисбалансу.

Що стосується другого із зазначених вище аспектів логіки прогнозування споживчого попиту, то з-поміж наявних у літературі поглядів на нього найбільш прийнятним видається запропонований у праці [7]. Згідно з ним процес одержання прогнозної оцінки попиту включає такі етапи: 1) вибір об'єкта та його характеристика; 2) збирання вихідної статистичної інформації та її оцінка; 3) аналіз характерних тенденцій розвитку попиту у взаємозв'язку з факторами, що його формують; 4) ви-

бір методу прогнозування й побудова економіко-математичної моделі; 5) здійснення прогнозного розрахунку; 6) оцінка результату прогнозування; 7) розробка конкретних рекомендацій за результатами прогнозування [7, с. 36]. На наш погляд, два етапи потребують уточнення. По-перше, не завжди є можливість реалізувати другий етап. Недарма в теорії прогностики розрізняють фактографічну й експертну інформацію про об'єкт прогнозування та його фон. По-друге, не всі методи прогнозування попиту пов'язані з побудовою економіко-математичних моделей. Заперечимо також проти твердження, що розробка конкретних рекомендацій за результатами прогнозування належить до його етапів.

Висновки.

1. Апостеріорні оцінки якості прогнозів споживчого попиту не можуть спиратися на їх зіставлення з фактичною інформацією про попит.

2. Перспективним напрямом удосконалення методичного інструментарію прогнозування споживчого попиту є створення його інструментів на стику різних методів.

Література

1. Задорожна А. В., Опельбаум Ю. Ш., Семчук Ж. В. Особливості різних класів економетричних моделей попиту на споживчі товари та умови їх застосування в бізнес-прогнозуванні // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. Дніпропетровськ, 2010. Вип. 265, т. 8. С. 2272–2276.
2. Андрейшина Н. Б. Концептуальний підхід щодо прогнозування попиту // Бізнес Інформ. 2013. № 6. С. 120–124.
3. Суворова А. О., Жуковська О. А. Оцінка попиту українських домогосподарств на агреговані групи продовольчих товарів // Актуальні проблеми економіки та управління: зб. наук. пр. молодих вчених. 2013. Вип. 7. URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/12485> (дата звернення: 30.11.2019).
4. Строценъ Л. П. Якісні методи прогнозування попиту // Галицький економічний вісник. 2018. Вип. 1 (54). С. 113–118.
5. Бозуленко О. Я., Бозуленко О. Ю. Сутність прогнозування попиту населення // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Сер.: Економіка і управління. 2018. Т. 29 (68), № 5. С. 34–38.
6. Тутубалин В. Н. Теория вероятностей: крат. курс и науч.-метод. замеч. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1972. 230 с.
7. Левин А. И. Прогнозирование спроса населения. М.: Экономика, 1977. 143, [1] с.
8. Рабочая книга по прогнозированию / редкол.: И. В. Бестужев-Лада (отв. ред.) [и др.]. М.: Мысль, 1982. 429, [3] с.
9. Светульников И. С., Светульников С. Г. Методы и модели социально-экономического прогнозирования: учеб. для акад. балавриата. В 2 т. Т. 1. Теория и методология прогнозирования. М.: Юрайт, 2014. 351, [1] с.
10. Гурьянов Т. И. Совершенствование оценки состояния и развития потребительского рынка: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Красноярск, 2014. 189 с.
11. Толпыкин В. Е. Системность как методологический принцип современной постнеклассической науки // Теория и практика общественного развития. 2011. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnost-kak-metodologicheskij-printcip-sovremennoy-postneklassicheskoy-nauki> (дата звернення: 30.11.2019).
12. Стефанов Н. Общественные науки и социальная технология: пер с болг. М.: Прогресс, 1970. 250, [2] с.
13. Вишнев С. М. Основы комплексного прогнозирования. М.: Наука, 1977. 286, [2] с.
14. Боярский А. Я. Теоретические исследования по статистике: сб. науч. тр. М.: Статистика, 1974. 303, [1] с.

15. Четыркин Е. М. Статистические методы прогнозирования. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Статистика, 1977. 199, [1] с.
16. Теория прогнозирования и принятия решений: учеб. пособие / С. А. Саркисян [и др.]. М.: Высш. шк., 1977. 351 с.
17. Столмов Л. Ф. Изучение и прогнозирование покупательского спроса: учеб. для кооп. ин-тов. М.: Экономика, 1972. 230, [2] с.
18. Беженарь Ф. Г., Опельбаум Ю. Ш., А. И. Федорчук. Эвристический алгоритм прогнозирования спроса в условиях АСУТ. Львов: ЛВЦНТИ, 1983. 4 с.
19. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь. Словарь современной экономической науки. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Дело, 2003. 519, [1] с.
20. Чижов Ю. А., Ермилов А. П. Эконометрическое прогнозирование капиталистической экономики. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1982. 177 с.

References

1. Zadorozhna A. V., Opeljbaum Ju. Sh., Semchuk Zh. V. Osoblyvosti riznykh klasiv ekonometrychnykh modelej popytu na spozhyvchi tovary ta umovy jikh zastosuvannja v biznes-proghnozuvanni // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky: zb. nauk. pr. Dnipropetrovsk, 2010. Vyp. 265, t. 8. S. 2272–2276.
2. Andrejshyna N. B. Konceptualnyj pidkhd shhodo proghnozuvannja popytu // Biznes Inform. 2013. № 6. S. 120–124.
3. Suvorova A. O., Zhukovsjska O. A. Ocinka popytu ukrajinsjkykh domoghospodarstv na aghrehhovani ghrupy prodovoljchykh tovariv // Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnja: zb. nauk. pr. molodykh vchenykh. 2013. Vyp. 7. URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/12485> (data zvernennja: 30.11.2019).
4. Strocenj L. P. Jakisni metody proghnozuvannja popytu // Ghalycjkyj ekonomichnyj visnyk. 2018. Vyp. 1 (54). S. 113–118.
5. Bozulenko O. Ja., Bozulenko O. Ju. Sutnistj proghnozuvannja popytu naselennja // Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadsjkogho. Ser.: Ekonomika i upravlinnja. 2018. T. 29 (68), № 5. S. 34–38.
6. Tutubalin V. N. Teoriya veroyatnostey: krat. kurs i nauch.-metod. zamech. M.: Izd-vo Mosk. un-ta, 1972. 230 s.
7. Levin A. I. Prognozirovanie sprosa naseleniya. M.: Ekonomika, 1977. 143, [1] s.
8. Rabochaya kniga po prognozirovaniyu / redkol.: I. V. Bestuzhev-Lada (otv. red.) [i dr.]. M.: Mysl, 1982. 429, [3] s.
9. Svetunkov I. S., Svetunkov S. G. Metody i modeli sotsialno-ekonomicheskogo prognozirovaniya: ucheb. dlya akad. balavriata. V 2 t. T. 1. Teoriya i metodologiya prognozirovaniya. M.: Yurayt, 2014. 351, [1] s.
10. Guryanov T. I. Sovershenstvovanie otsenki sostoyaniya i razvitiya potrebitelskogo rynka: dis. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05. Krasnoyarsk, 2014. 189 s.
11. Tolpykin V. Ye. Sistemnost kak metodologicheskij printsip sovremennoy postneklassicheskoy nauki // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. 2011. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnost-kak-metodologicheskij-princip-sovremennoy-postneklassicheskoy-nauki> (data zvernennya: 30.11.2019).
12. Stefanov N. Obshchestvennye nauki i sotsialnaya tekhnologiya: per s bolg. M.: Progress, 1970. 250, [2] s.
13. Vishnev S. M. Osnovy kompleksnogo prognozirovaniya. M.: Nauka, 1977. 286, [2] s.
14. Boyarskiy A. Ya. Teoreticheskie issledovaniya po statistike: sb. nauch. tr. M.: Statistika, 1974. 303, [1] s.
15. Chetyrkin Ye. M. Statisticheskie metody prognozirovaniya. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Статистика, 1977. 199, [1] с.
16. Теория прогнозирования и принятия решений: учеб. пособие / С. А. Саркисян [и др.]. М.: Высш. шк., 1977. 351 с.
17. Столмов Л. Ф. Изучение и прогнозирование покупательского спроса: учеб. для кооп. ин-тов. М.: Экономика, 1972. 230, [2] с.
18. Bezhenar F. G., Opelbaum Yu. Sh., A. I. Fedorchuk. Evristicheskiy algoritm prognozirovaniya sprosa v usloviyakh ASUT. Lvov: LvTsNTI, 1983. 4 s.
19. Lopatnikov L. I. Ekonomiko-matematicheskij slovar. Slovar sovremennoy ekonomicheskoy nauki. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Дело, 2003. 519, [1] с.
20. Chizhov Yu. A., Yermilov A. P. Ekonometricheskoe prognozirovanie kapitalisticheskoy ekonomiki. Novosibirsk: Nauka. Sib. otd-nie, 1982. 177 s.

Лойко Дар'я Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри теоретичної та прикладної економіки
Чернігівський національний технологічний університет*

Лойко Дарья Николаевна

*кандидат экономических наук, доцент,
докторант кафедры теоретической и прикладной экономики
Черниговский национальный технологический университет*

Loiko Daria

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Doctoral Student at the Department of Theoretical and Applied Economics
Chernihiv National University of Technology
ORCID: 0000-0002-2443-2719*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5352

ІННОВАЦІЙНІ РЕСУРСИ СПОЖИВЧОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

ИННОВАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

INNOVATIVE RESOURCES OF THE CONSUMER ECONOMY

Анотація. У статті розглянуто сутність та склад інноваційних ресурсів для національної економіки в цілому та для споживчого сектору економіки зокрема. Для споживчого сектору економіки уточнено склад виділених ресурсних складових інноваційного потенціалу: матеріальної, нематеріальної, трудової, маркетингової, інформаційної, фінансової. Проаналізовано динаміку показників інноваційної активності підприємств і зроблено висновок щодо уповільнення темпів інноваційної активності. Проаналізовано динаміку надходжень заявок на реєстрацію прав промислової власності як основи для створення інноваційного потенціалу національної економіки. Зроблено висновок, що динаміка загальної кількості поданих заявок на реєстрацію прав інтелектуальної власності має позитивну тенденцію до зростання (24,09%). Проте це зростання відбулося за рахунок значного зростання заявок на реєстрацію прав інтелектуальної власності на знаки для товарів і послуг за період 2014–2018 рр. на 41,68%. Кількість поданих заявок на винаходи за досліджуваний період скоротилось на 17,62%, на корисні моделі – 2,78%. Кількість виданих патентів на винаходи скоротилась на 25,91%, на корисні моделі – на 6,26%, на промислові зразки – на 6,78%. Зроблено висновок, що при зростанні загальної кількості заявок якісний склад структури змінився за рахунок зниження заявок на винаходи і корисні моделі. За даними статистики кількість наукових працівників знизилась з 2010 р по 2018 р. на 51,71%. Частка високотехнологічного експорту у загальному експорті України у 2018 р. склала 6,7%. Це є негативним чинником щодо формування інноваційного потенціалу країни в цілому. Враховуючи значну питому вагу споживчого сектору економіки у створенні ВВП, за даними 2018 р. 45,31%, можна спрогнозувати, що інновації саме у споживчому секторі економіки будуть найбільш ефективними рушіями економічного розвитку країни.

Ключові слова: Україна, економіка, інновації, ресурси, потенціал, споживчий сектор, перспективи розвитку.

Аннотация. В статье рассмотрены сущность и состав инновационных ресурсов для национальной экономики в целом и для потребительского сектора экономики в частности. Для потребительского сектора экономики уточнен состав выделенных ресурсных составляющих инновационного потенциала: материальной, нематериальной, трудовой, маркетинговой, информационной, финансовой. Проанализирована динамика показателей инновационной активности

предприятий и сделан вывод о замедлении темпов инновационной активности. Проанализирована динамика поступлений заявок на регистрацию прав промышленной собственности как основы для создания инновационного потенциала национальной экономики. Сделан вывод, что динамика общего количества поданных заявок на регистрацию прав интеллектуальной собственности имеет положительную тенденцию к росту (24,09%). Однако этот рост произошел за счет значительного роста заявок на регистрацию прав интеллектуальной собственности на знаки для товаров и услуг за период 2014–2018 гг. на 41,68%. Количество поданных заявок на изобретения за исследуемый период сократилось на 17,62%, на полезные модели – 2,78%. Количество выданных патентов на изобретения сократилось на 25,91%, на полезные модели – на 6,26%, на промышленные образцы – на 6,78%. Сделан вывод, что при росте общего количества заявок качественный состав структуры изменился за счет снижения заявок на изобретения и полезные модели. По данным статистики количество научных работников снизилось с 2010 г. по 2018 г. на 51,71%. Доля высокотехнологичного экспорта в общем экспорте Украины в 2018 составила 6,7%. Это является негативным фактором по формированию инновационного потенциала страны в целом. Учитывая значительный удельный вес потребительского сектора экономики в создании ВВП, по данным 2018 г. это 45,31%, можно спрогнозировать, что инновации именно в потребительском секторе экономики будут наиболее эффективными двигателями экономического развития страны.

Ключевые слова: Украина, экономика, инновации, ресурсы, потенциал, потребительский сектор, перспективы развития

Summary. The article deals with the nature and composition of innovative resources for the national economy as a whole and for the consumer sector of the economy in particular. For the consumer sector of the economy, the composition of the allocated resource components of the innovation potential is specified: material, intangible, labor, marketing, information, financial. The dynamics of the indicators of innovation activity of enterprises is analyzed and the conclusion is made regarding the slowdown of the pace of innovation activity. The dynamics of receipt of applications for registration of industrial property rights as a basis for creation of innovative potential of the national economy is analyzed. It is concluded that the dynamics of the total number of applications for registration of intellectual property rights has a positive upward trend (24.09%). However, this increase was due to a significant increase in applications for registration of intellectual property rights for trademarks for goods and services for the period 2014–2018 by 41.68%. The number of applications for inventions decreased by 17.62% for the period under review, and for utility models – by 2.78%. The number of patents granted for inventions decreased by 25.91%, utility models – 6.26%, industrial designs – 6.78%. It was concluded that as the total number of applications increased, the qualitative composition of the structure changed due to the reduction of applications for inventions and utility models. According to statistics, the number of researchers decreased from 2010 to 2018 by 51.71%. The share of high-tech exports in total exports of Ukraine in 2018 amounted to 6.7%. This is a negative factor in shaping the innovation potential of the country as a whole. Considering the significant share of the consumer sector of the economy in the creation of GDP, according to 2018 data of 45.31%, it can be predicted that innovations in the consumer sector of the economy will be the most effective drivers of economic development of the country.

Key words: Ukraine, economy, innovations, resources, potential, consumer sector, development prospects.

Постановка проблеми. Узагальнений досвід розвитку країн-лідерів надає можливість стверджувати, що успішний економічний розвиток країни пов'язаний із лідерством у дослідженнях і розробках, технологіях та інноваціях. У споживчому секторі економіки України створюється 45,31% ВВП, що надає можливість стверджувати щодо його вагомості в національній економіці. Розробка та впровадження інновацій у споживчому секторі економіки спряма би зростанню інноваційного потенціалу та підвищенню рівня інноваційності національної економіки в цілому. Для підвищення рівня інноваційності споживчого сектору економіки доцільно визначити інноваційні ресурси, за рахунок яких можна формувати та розвивати інноваційний потенціал.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад в дослідження актуальних питань, пов'язаних із інноваційними ресурсами українські вчені,

зокрема: Бровкова О. Г. [2], Водянка Л. Д. [7], Володін С. А. [10], Гладка Д. О. [4], Городецька Т. Б. [2], Гук О. В. [9], Дейнека О. С. [9], Єпіфанова І. Ю. [4], Крисанов Д. Ф. [7], Криша В. В. [8], Лексін Р. І. [9], Гурочкіна В. В. [6], Черба В. М. [8], Сисан О. В. [5], Хмизова О. В. [5], Федулова Л. І. [1], Янковець Т. М. [3] Чекамова О. І. [10] та інші. Аналіз публікацій показав, що питання пошуку інноваційних ресурсів для створення інновацій у споживчому секторі економіки є актуальним і потребує подальшого опрацювання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Дослідження питань складу інноваційних ресурсів для забезпечення інноваційного потенціалу споживчого сектору економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виникнення поняття «інноваційний потенціал» пов'язують із феноменом розвитку інноваційної діяльності на

початку ХХ ст. Поняття «інноваційний потенціал» більшість науковців трактує як приховані, або нереалізовані можливості реалізації інноваційної діяльності. Реалізація інноваційного потенціалу на будь-якому ієрархічному рівні (держави, регіону, підприємства, окремого підрозділу) передбачає залучення додаткових ресурсів. Із поняттям «інноваційний потенціал» тісно пов'язано поняття «інноваційні ресурси». Інноваційні ресурси забезпечують розвиток інноваційного потенціалу та представляють собою першу стадію процесу формування інноваційного потенціалу. У наукових дослідженнях різних авторів склад інноваційних ресурсів представлено по-різному (табл. 1).

За проведеним аналізом результатів наукових досліджень різних авторів щодо економічної сутності та складу інноваційних ресурсів можна зробити наступні висновки. Під інноваційними ресурсами розуміються ресурси, які сприяють реалізації інноваційного потенціалу будь-якого економічного

об'єкта. Автори наголошують, що при реалізації інноваційного потенціалу, потрібно звертати увагу не тільки на наявність інноваційних ресурсів, а і на якість їх використання. Наявність, якість та обсяги інноваційних ресурсів є важливою складовою у системі формування та реалізації інноваційного потенціалу.

Споживчий сектор економіки України характеризується певними особливостями. Він представлений споживачами різних товарів та послуг. Споживчий сектор економіки об'єднує як споживачів різних товарів і послуг так і їх виробників. Виробники споживчих товарів і послуг мають господарські зв'язки як із вітчизняними, так і із зарубіжними підприємствами, що надає можливість розвитку національної економіки за рахунок внутрішніх і зовнішніх господарських зав'язків. Багатоаспектність споживчого сектору економіки характеризується складом потреб кожного споживача окремо і суспільства в цілому, які він задовольняє, та складом

Таблиця 1

Узагальнення результатів наукових досліджень різних авторів щодо економічної сутності та складу інноваційних ресурсів

Автор	Сутність складових інноваційних ресурсів
Федулова Л.І.	До складу ресурсної компоненти входять чотири підсистеми: 1) матеріальні ресурси (сировина, матеріали, паливо, енергія, комплектуючі, виробничі площі, зв'язок, транспорт); 2) трудові ресурси (склад і компетентність керівництва, склад і кваліфікація спеціалістів, склад і кваліфікація робітників); 3) інформаційні ресурси (науково-технічні напрацювання, патенти, ноу-хау, науково-технічна інформація, економічна інформація, комерційна інформація); 4) фінансові ресурси (можливості фінансування інноваційної діяльності із власних коштів. Забезпечення обігових коштів на зарплату) [1, с. 22].
Городецька Т.Б., Бровкова О.Г.	Науково-технологічний заділ, людський капітал, інвестиційні ресурси, інформаційні ресурси [2, с. 29]
Янковець Т.М.	Маркетингові, конструктивно-технологічні, нематеріальні, виробничі, кадрові, економічні, фінансові, інформаційно-комунікативні [3, с. 171]
Єпіфанова І.Ю., Гладка Д.О.	Сукупність наявних інтелектуальних, технологічних, фінансово-економічних, науково-виробничих ресурсів з відповідним їх інфраструктурним забезпеченням [4, с. 357]
Хмизова О.В., Сисан О.В.	Матеріально-технічні, фінансові, організаційно-управлінські [5, С. 84]
Гурочкіна В.В.	підприємству необхідно не лише мати сукупність усіх матеріальних і нематеріальних активів, а і необхідні ефективні рішення, вміння, навички та в на решті — інтуїція [6, с. 52]
Крисанов Д.Ф., Водянка Л.Д.	Система ресурсного забезпечення: основні фонди, сировина, кадри, технології, система управління якістю [7, с. 88]
Черба В.М., Криша В.В.	Інтелектуальний потенціал України становить сукупність знань технологій і творчих ресурсів. Наголос на розпорощенні людських ресурсів за рахунок імміграції науково-технічної еліти країни до інших країн [8, с. 38]
Гук О.В., Дейнека О.С., Лексін Р.І.	Якщо розглядати складники загального потенціалу підприємства, то головними складниками ресурсів є фінансовий потенціал (фінансові ресурси) та кадровий потенціал (трудова ресурси) [9, с. 349]
Володін С.А., Чекамова О.І.	Використання системи засобів та ресурсів для реалізації й одержання економічної вигоди від використання інтелектуального продукту [10, с. 71]

Джерело: складено автором за даними [1–10]

Таблиця 2

Склад інноваційних ресурсів споживчого сектору економіки

Назва підсистеми	Сутнісний склад підсистеми
Матеріальні ресурси	Промислові зразки та окремі партії нових товарів для вивчення споживацького попиту на інновації, матеріальне забезпечення підприємств, які виробляють споживчі товари.
Нематеріальні ресурси	Права на об'єкти промислової власності, оформлені авторські права, зв'язок.
Трудові ресурси	Наукові кадри, співробітники підприємств, фірм та організацій, які приймають участь у розробці та (або) впровадженні інновацій, кваліфікаційний рівень співробітників підприємств та фірм споживчого сектору економіки, укомплектованість кадрами.
Маркетингові ресурси	Просування інновацій через рекламу у соціальних мережах, популяризація брендів та торгових марок, імідж підприємств, застосування різних видів реклами та акцій для популяризації та просування на споживацький ринок різних інновацій застосування різних видів реклами та акцій для популяризації та просування на споживацький ринок різних інновацій
Інформаційні ресурси	Соціальні опитування споживачів, виставки, комерційна інформація, комунікації, всі види інформації, які стосуються інновацій у споживчому секторі економіки.
Фінансові ресурси	Фінансування розробки та впровадження інновацій за рахунок різних джерел: бюджетних коштів, коштів венчурних фірм, власних коштів підприємств та розробників, інвестицій.

Джерело: складено автором

підприємств, установ і організацій різних видів діяльності, які забезпечують населення різними товарами та послугами. До споживчих товарів та послуг можна віднести наступне: забезпеченість населення продовольчими та непродовольчими товарами та послугами життєзабезпечення, а саме, медичними, освітніми, соціокультурними, правовими, банківськими, туристичними, консультативними та іншими видами послуг [11]. Інноваційний потенціал споживчого сектору економіки не є однорідним. Він складається із інноваційного потенціалу підприємств, які виробляють споживчі товари, та із інноваційних запитів і очікувань споживачів через формування нових потреб. Для споживчого сектору економіки потрібно уточнити сутнісний склад складових інноваційного потенціалу (табл. 2).

Для оцінки потенціалу споживчого сектору економіки доцільно проаналізувати рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств, так як інновації складають основу інноваційного потенціалу. Аналіз динаміки показників інноваційної активності промислових підприємств України, які виробляють різні товари, у тому числі і споживчі, за період 2013–2018 рр. (табл. 3) дозволяє зробити наступні висновки.

За досліджуваний період темпи приросту інноваційно активних підприємств були повільними, їх кількість зросла на 3,67%. Треба зауважити, що питома вага інноваційно активних підприємств не була високою і склала у 2018 р. тільки 14,1% від загальної кількості підприємств. Розвиток споживчого сектору економіки і національної економіки в цілому за

Таблиця 3

Динаміка показників інноваційної активності промислових підприємств України за 2013–2018 рр.

Назва показника	Роки						Відхилення даних 2018 р. від даних 2013 р., %
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок, осіб	155386	136123	122504	97912	94274	88128	- 43,28
Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	16,8	16,1	17,3	18,9	16,2	16,1	- 4,17
Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	13,6	12,1	15,2	16,6	14,3	14,1	3,67

Примітки: 1 — офіційні дані за 2014–2018 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя;

Джерело: складено автором за даними [12]

рахунок інноваційних чинників потребує зростання питомої ваги інноваційно активних підприємств. За останні десятиріччя споживчий сектор економіки характеризувався динамічною зміною уподобань споживачів, що викликало необхідність постійного оновлення споживчих товарів і послуг за рахунок перманентного впровадження інновацій. Споживчий сектор можна вважати рушієм інноваційного розвитку та індикатором соціально-економічної ефективності впровадження різних інновацій.

Інноваційними ресурсами споживчого сектору економіки можна вважати наступні:

- 1) попит споживачів на оновленні товари і послуги, які вже є у користуванні;
- 2) очікування споживачів щодо радикально нових товарів і послуг у споживчому секторі економіки;
- 3) інноваційну продукцію, яка пропонується підприємствами на споживчому ринку;
- 4) науково-технічний потенціал країни;
- 5) темпи нарощування інноваційного потенціалу за рахунок нових розробок.

За результатами рейтингового оцінювання країн за Глобальним індексом інновацій Україна у 2018 р. зайняла найвищу позицію за останні сім років, посівши 43 місце із 146 країн світу [14]. Серед сильних сторін країни фахівці відмічають високе 21 місце України у рейтингу за ефективністю вищої освіти та 27 місце за патентною активністю. За даними результатів проведеного аналізу динаміки надход-

ження заявок на об'єкти промислової власності за період 2014–2018 рр. можна зробити наступні висновки (табл. 4).

Динаміка загальної кількості поданих заявок на реєстрацію прав інтелектуальної власності має позитивну тенденцію до зростання (24,09%), проте це зростання відбулося за рахунок значного зростання заявок на реєстрацію прав інтелектуальної власності на знаки для товарів і послуг за період 2014–2018 рр. на 41,68%. Кількість поданих заявок на винаходи за досліджуваний період скоротилась на 17,62%, на корисні моделі — 2,78%. Кількість виданих патентів на винаходи скоротилась на 25,91%, на корисні моделі — на 6,26%, на промислові зразки — на 6,78%. Таким чином можна зробити висновок, що при зростанні загальної кількості заявок якісний склад структури змінився за рахунок зниження заявок на винаходи і корисні моделі. Це є негативним чинником щодо формування інноваційного потенціалу країни в цілому.

В Україні відбувається поступове розпорошення та деградація інноваційного потенціалу країни. Кількість працівників, задіяних у виконанні досліджень і наукових розробок знижується. За даними статистики кількість наукових працівників знизилась з 2010 р по 2018 р. на 51,71%, з них кількість докторів наук — на 41,18%, докторів філософії (кандидатів наук) — на 59,72%, дослідників — на 56,91%. Динаміка кількості підприємств, які впроваджували

Таблиця 4

Динаміка надходження заявок та видачі патентів на об'єкти промислової власності в Україні за період 2014–2018 рр.

Об'єкт промислової власності	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення даних 2018 р. від даних 2014 р., %
Подано заявок — усього	44146	47819	51559	53462	54784	24,09
У тому числі подано заявок на:						
винаходи	4813	4497	4095	4048	3965	- 17,62
корисні моделі	9384	8620	9557	9105	9123	- 2,78
промислові зразки	2664	2080	2302	2480	3042	14,19
знаки для товарів і послуг	27280	32621	35605	37817	38651	41,68
Зареєстровано та отримано охоронних документів — усього	29677	26098	31016	29673	29270	-1,37
У тому числі на:						
винаходи	3319	3014	2813	2590	2459	- 25,91
корисні моделі	9196	8153	9044	9442	8620	- 6,26
промислові зразки	2464	2521	2469	2390	2297	- 6,78
знаки для товарів і послуг	14698	12388	13618	15248	15877	8,02

Примітки: 1 — офіційні дані за 2014–2018 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя;

Джерело: складено автором за даними [14]

інновації, має також негативний характер. Кількість інноваційно активних підприємств у 2018 р. склала 16,4% від загальної кількості підприємств, проте у порівнянні із 2000 р. ця кількість знизилась на 8,89%. Аналіз структури експортно-імпорتنих операцій у 2018 р. дозволив зробити наступні висновки. Частка високотехнологічного експорту у загальному експорті України склала у 2018 р. 6,7%. Найбільшу питому вагу у експорті продукції у 2018 р. склали продукти рослинного походження (23,4%), мінеральні продукти (10,5%), недорогоцінні метали та вироби з них (22,2%), зокрема вироби з чорних металів (19,1%). Найбільшу питому вагу у імпорті продукції у 2018 р. складають наступні групи товарів: палива мінеральні, нафта і продукти її перегонки (20,2%), продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей (13,2%), машини, обладнання та механізми (21,4%). Таким чином, можна зробити висновок, що необхідно сприяти зміні структури експорту у бік збільшення обсягів високотехнологічної продукції, що потребує прискорених темпів нарощування інноваційного потенціалу [12]. За оцінками експертів рушієм інновацій в економічній економіці може стати аграрний сектор зважаючи на

те, що більшість промислових підприємств мають рівень зношеності основних фондів до 80%, а питома вага промисловості у створенні ВВП склала у 2018 р. 17,51% [14]. Враховуючи значну питому вагу споживчого сектору економіки у створенні ВВП, за даними 2018 р. 45,31%, можна спрогнозувати, що інновації саме у споживчому секторі економіки будуть найбільш ефективними рушіями економічного розвитку країни [15].

Висновки. Україна має можливості нарощування інноваційного потенціалу. І основою нарощування інноваційного потенціалу має стати людський капітал, знання, результати наукових досліджень та науково-дослідних робіт, стартапи, які стрімко набирають вагу та популярність серед молодих дослідників і студентів вищих навчальних закладів. Україна має потенціал у створенні потужних інноваційних кластерів та виходу на міжнародні ринки з інноваційною продукцією. На сучасному етапі для створення інноваційного потенціалу потрібна інституціональна та фінансова підтримка наукових досліджень на всіх ієрархічних рівнях економіки та створення сприятливих умов зростання кількості інноваційно активних підприємств.

Література

1. Федулова Л. І. Обґрунтування напрямів інноваційного розвитку підприємств хлібопекарної галузі: монографія. К.: НУХТ, 2009. 512 с.
2. Городецька Т. Б., Бровкова О. Г. Інноваційний потенціал промислових підприємств та напрями підвищення результативності його використання. Міжвузівський збірник «НАУКОВІ НОТАТКИ». 2014. Випуск № 47. Луцьк. С. 27–37.
3. Янковець Т. М. Інноваційні стратегії підприємства легкої промисловості як засіб реалізації його інноваційного потенціалу. Актуальні проблеми економіки. № 2(104). 2010. С. 167–174.
4. Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, складові та фактори впливу. Економіка і суспільство. Вип. 14. 2008. С. 354–360.
5. Хмизова О. В., Сисан О. В. Напрями розвитку інноваційного потенціалу підприємств. Наукова праця. Економіка. Вип. 273. Том 285. 2016. С. 83–88.
6. Гурочкіна В. В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту. ЕКОНОМІКА: реалії часу. № 5 (21). 2015. С. 51–57.
7. Крисанов Д. Ф., Водянка Л. Д. Інноваційний потенціал переробно-харчових підприємств: оцінювання та реалізація. Економіка і прогнозування. 2013. № 2. С. 84–105.
8. Черба В. М., Криша В. В. Інноваційний потенціал України. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 13. С. 37–42.
9. Гук О. В., Дейнека О. С., Лексін Р. І. Інноваційний потенціал як інструмент забезпечення інноваційного розвитку підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 14. 2016. С. 348–351.
10. Володін С. А., Чекамова О. І. Теоретичні засади формування і реалізації інноваційного потенціалу у розвитку економіки. Економіка АПК. № 5. 2017. С. 65–72.
11. Лойко Д. М. Характеристика споживчого сектору економіки як соціально-економічної системи. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 22. С. 43–47.
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Статистична інформація. URL: www.ukrstat.gov.ua.
13. Глобальний рейтинг інновацій: Україна за рік піднялась на 7 позицій. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/news/274027-globalniy-reyting-innovatsiy-ukrayina-za-rik-pidnyalas-na-7-pozitsiy>

14. Про схвалення Стратегії інноваційного розвитку України до 2030 року. Розпорядження КМУ від 10.07.2019 р. № 526-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-strategiyi-rozvitku-sferi-innovacijnoyi-diyalnosti-na-period-do-2030-roku>

15. Лойко Д.М. Аналіз сучасного стану споживчого сектору економіки України в умовах розвитку циркулярної економіки. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2019. Вип. 35. С. 30–34.

References

1. Fedulova, L.I. (2009), [Substantiation of directions of innovative development of the baking industry enterprises: monograph], Kyiv, NUKHT, Ukraine.

2. Gorodetska, T.B. and Brovkova, O.G. (2014), «Innovative potential of industrial enterprises and directions of increase of efficiency of its use». Intercollegiate collection «SCIENTIFIC NOTES», vol. 47, Lutsk, pp. 27–37.

3. Yankovets, T.M. (2010), «Innovative strategies of light industry as a means of realizing its innovation potential», Current problems of the economy, vol. 2 (104), pp.167–174.

4. Epifanova, I.Y. and Gladka, D.O. (2008), «Innovative potential of the enterprise: essence, components and factors of influence», Economy and society, vol. 14, pp. 354–360.

5. Khmizova, O.V. and Sisan, O.V. (2016), «Areas of development of innovative potential of enterprises», Scientific work. Economy, No. 273, vol. 285, pp. 83–88.

6. Gurochkin, V.V. (2015), «Innovative potential of the enterprise: essence and system of protection», ECONOMY: the realities of time. vol. 5 (21), pp. 51–57.

7. Krisanov, D.F. and Vodianka, L.D. «Innovative potential of food processing enterprises: evaluation and realization», Economics and forecasting, vol. 2, pp. 84–105.

8. Cherba, V.M. and Krisha, V.V. (2018), «Innovative potential of Ukraine», Investment: practice and experience, vol. 13, pp. 37–42.

9. Guk, O.V., Dayneka, O.S. and Lexin, R.I. (2016), «Innovative potential as a tool for providing innovative development of the enterprise», Global and national problems of economy, vol. 14, pp. 348–351.

10. Volodin, S.A. and Chekamova, O.I. (2017), «Theoretical principles of formation and realization of innovative potential in economic development», APK economy, vol. 5, pp. 65–72.

11. Loiko, D.M. (2018), «Characteristics of the consumer sector of the economy as a socio-economic system», Market infrastructure, vol. 22, pp. 43–47.

12. The official website of the State Statistics Service of Ukraine. Statistical information. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 27 October 2019).

13. Global Innovation Ranking: Ukraine has risen to 7 positions in the year (2019), URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/news/274027-globalniy-reyting-innovatsiy-ukrayina-za-rik-pidnyalas-na-7-pozitsiy>

14. On approval of the Innovative Development Strategy of Ukraine until 2030. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 10.07.2019 № 526-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-strategiyi-rozvitku-sferi-innovacijnoyi-diyalnosti-na-period-do-2030-roku>

15. Loiko, D.M. (2019), «Analysis of the current state of the consumer sector of the Ukrainian economy in the conditions of development of the circular economy», Scientific Bulletin of Kherson State University. Economic Sciences Series, vol. 35, pp. 30–34.

Белей Світлана Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

Белей Светлана Ивановна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры учета и налогообложения
Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича*

Belei Svitlana

*PhD, Associate professor
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
ORCID: 0000-0001-5483-2345*

Пентелейчук Думітру Тоадерович

*магістр
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

Пентелейчук Думитру Тоадерович

*магістр
Черновицкого национального университета имени Юрия Федьковича*

Penteleychuk Dumitru

*Master of the
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5314

**ФАНДРАЙЗИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД
РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ
ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

**ФАНДРАЙЗИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД
ПРОЕКТОВ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ
В УСЛОВИЯХ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ**

**FUNDRAISING AS AN INNOVATIVE APPROACH
TO RURAL DEVELOPMENT PROJECTS IN THE CONTEXT
OF DECENTRALIZATION**

Анотація. У статті розглянуто соціально-економічні особливості розвитку сільських територій, визначено їх проблеми. З'ясовано, що соціально-економічний розвиток сільських територій є важливою складовою економічної політики України. Розглянуто основні особливості фінансового забезпечення розвитку сільських територій. Проаналізовано значення для соціально-економічного розвитку сільських територій фандрайзингової діяльності.

У статті визначено, що фандрайзинг часто не використовується на повну потужність. Це пояснюється тим, що він є відносно новим видом діяльності, який ще не дістав широкого розповсюдження. Вище зазначене накладає відбиток та визначає напрямок наукового пошуку. Обґрунтовано, що питання, пов'язані з формуванням фінансово-економічного потенціалу сільських територій в контексті фандрайзингової діяльності є інноваційними. Охарактеризовано особливості фандрайзингової діяльності для територіальної громади.

Досліджено теоретико-методичні аспекти фандрайзингу як інноваційного інструменту формування фінансово-економічного потенціалу розвитку сільських територій в умовах реформування місцевого самоврядування за допомогою якого сільська територія може реалізувати значимі соціально-економічні проекти. Диференційовано чинники, які впливають на розвиток фандрайзингової діяльності. Досліджено на теоретичному рівні та визначено взаємозв'язок між розвитком сільських територій та фандрайзингом як інноваційним інструментом формування потенціалу розвитку сільських територій. З'ясовано економічну природу фандрайзингу як інструменту формування потенціалу розвитку сільських територій. Розроблено етапи фандрайзингової діяльності на сільській території. Висвітлено основні проблемні моменти, що можуть заважати розвитку фандрайзингу на сільських територіях.

Ключові слова: фандрайзинг, розвиток сільських територій, потенціал.

Аннотация. В статье рассмотрены социально-экономические особенности развития сельских территорий, определены их проблемы. Выяснено, что социально-экономическое развитие сельских территорий является важной составляющей экономической политики Украины. Рассмотрены особенности финансового обеспечения развития сельских территорий. Проанализировано значение для социально-экономического развития сельских территорий фандрайзинговой деятельности.

В статье определено, что фандрайзинг часто не используется на полную мощность. Это объясняется тем, что он является относительно новым видом деятельности, который еще не получил широкого распространения. Выше сказанное накладывает отпечаток и определяет направление научного поиска.

Обосновано, что вопросы, связанные с формированием финансово-экономического потенциала сельских территорий в контексте фандрайзинговой деятельности являются инновационными. Охарактеризованы особенности фандрайзинговой деятельности для территориальной общины.

Исследованы теоретико-методические аспекты фандрайзингу как инновационного инструмента формирования финансово-экономического потенциала развития сельских территорий в условиях реформирования местного самоуправления, посредством которого сельская территория может реализовать значимые социально-экономические проекты. Дифференцированно факторы, влияющие на развитие фандрайзинговой деятельности. Исследовано теоретически и определено взаимосвязь между развитием сельских территорий и фандрайзингом как инновационным инструментом формирования потенциала развития сельских территорий. Выяснено экономическую природу фандрайзингу как инструмента формирования потенциала развития сельских территорий. Разработаны этапы фандрайзинговой деятельности на сельской территории. Освещены основные проблемные моменты, которые могут мешать развитию фандрайзинга на сельских территориях.

Ключевые слова: фандрайзинг, развитие сельских территорий, потенциал.

Summary. The article considers the socio-economic characteristics of rural development, identifies their problems. It was found that the socio-economic development of rural areas is an important component of the economic policy of Ukraine. The features of financial support for rural development are considered. The significance of fundraising activities for the socio-economic development of rural areas is analyzed.

The article determines that fundraising is often not used at full capacity. This is due to the fact that it is a relatively new type of activity that has not yet received wide distribution. The foregoing leaves its mark and determines the direction of scientific research.

It is substantiated that issues related to the formation of the financial and economic potential of rural territories in the context of fundraising activities are innovative. The features of fundraising activities for the territorial community are characterized.

The theoretical and methodological aspects of fundraising as an innovative tool for forming the financial and economic potential of rural development in the context of local self-government reform through which rural areas can implement significant socio-economic projects are differentiated. Differentiated factors affecting the development of fundraising activities are studied. Theoretically investigated and defined the relationship between the developments of rural territories and fundraising as an innovative tool for building the development potential of rural territories. The economic nature of fundraising as a tool for forming the development potential of rural territories has been clarified. The stages of fundraising activities in rural areas have been developed. The key issues that may impede the development of fundraising in rural areas are highlighted.

Key words: fundraising, rural development, potential.

Постановка проблеми. Важливе значення для соціально-економічного розвитку країни мають сільські території. Питання підвищення ефективності формування та використання відтворювального потенціалу сільських територій знаходиться в полі зору як вітчизняних вчених-економістів, так і органів влади і управління. Однак суттєвого поступу в його вирішенні немає. Ситуація в сільській економіці України залишається достатньо складною і суперечливою. Сільські території віддзеркалюють суспільні процеси, що відбуваються у різних сферах життєдіяльності сучасного села. Подолання негативних проявів потребує перегляду існуючих підходів до вирішення проблем розвитку сільських територій на засадах чіткої ідентифікації необхідних інструментів для їх розвитку. Разом з тим перспективи розвитку сільських територій є. Перш за все у децентралізації публічної влади, що створить нові можливості для місцевого самоврядування. У цьому аспекті дуже актуальною є фандрайзингова діяльність, оскільки саме вона зорієнтована на пошук джерел фінансування програм і проектів соціально-економічного розвитку сільських територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід відмітити, що в останні роки почали активно досліджуватися проблеми пов'язані з фандрайзинговою діяльністю, опубліковано ряд праць, як вітчизняних так і зарубіжних вчених присвячених деяким аспектам. Зокрема варто акцентувати увагу що організаційні аспекти та функціональне забезпечення фандрайзингу у зарубіжних наукових студіях вивчали М. Альберт [3], М. Мескон [3], К. Камерон [4], Р. Кларк [5], М. Коган [5], К. Ерроу [5], М. Хаммер [5], Р. Хизрич [5], Т. Шафф [6] та ін. Вітчизняними науковцями питання фандрайзингу досліджувалося у працях А. Авраменко, [7], Г. Аксенова [7], А. Комаровського [8], В. Снігульської, А. Соколовой [10], О. Чернявської [10], та інших. Водночас, ученими недослідженими залишають питання щодо можливої впровадження та використання інструментарію фандрайзингу в діяльність сільських територіальних громад задля формуванням фінансово-економічного потенціалу для реалізації соціально-економічних проектів підвищення конкурентоспроможності території.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є аналіз теоретичних основ та практичних рекомендацій щодо використання фандрайзингу як інноваційного інструменту забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій в умовах децентралізації влади в Україні, а також визначення перспектив розвитку фандрайзингової діяльності.

Виклад основного матеріалу. Глобалізація світової економіки сприяє це не лише формування вільної

світової торгівлі, а й стрімкому розвитку продуктивних сил, зростанню мобільності робочої сили, для якої кордони не відіграватимуть суттєвої ролі. Ці аспекти посилюють щонайменше дві проблеми в економіці України: занепад регіонів з не диверсифікованою структурою виробництва та сільських територій. Негативні наслідки очевидні, оскільки значимість сільських територій є винятковою для розвитку правової соціально орієнтованої держави. Тому нагальною потребою є розробка дієвих проектів розвитку сільських територій в умовах децентралізації влади, сприяння розвитку перспективних, соціально-орієнтованих сфер сільської економіки.

Слід зазначити що кожна сільська територія має свої особливості, соціальну та економічну структуру, свій потенціал до розвитку тому організаційно-економічний механізм розвитку сільських територій повинен мати інноваційний характер, що виявляється в нових підходах до вирішення соціально-економічних проблем. В умовах децентралізації влади кожна сільська територія (об'єднана територіальна громада) отримує більше фінансово-економічних повноважень щодо визначення свого соціально-економічного розвитку. Тому кожна громада повинна розробити стратегію соціально-економічного розвитку сільської території й створити для сільського населення комфортне середовище для життя та праці, відшукати джерела фінансування за рахунок залучення як зовнішніх, так і внутрішніх джерел щоб забезпечити такий розвиток.

Слід наголосити, що на національному рівні головним програмно-цільовим актом, що забезпечує розвиток сільських територій є Державна цільова програма сталого розвитку сільських територій на період до 2020 р. [1]. Однак для забезпечення розвитку сільських територій за цією Програмою недостатнім є фінансуванням, оскільки у структурі видатків місцевих бюджетів видатки на соціально-економічний розвиток посідають одне з останніх місць.

За таких умов не забезпечується розв'язання проблем розвитку сільських територій. Тому стандартизовані програми та проекти втрачають свою актуальність, натомість підсилюється значимість гнучких, варіативних та унікальних за своїм змістом технологій і механізмів стимулювання розвитку сільських територій, адже кожна територіальна громада повинна забезпечити своє позиціонування, ефективно використання власного відтворювального потенціалу. До таких інноваційних технологій доцільно віднести проектний менеджмент, територіальний маркетинг, фандрайзинг та інші.

Ми погоджуємося з думкою С. Харчука, який зазначає що ключовими аспектами в розвитку

сільських територій повинні стати розвиток локального лідерства, «виращування» лідерів із сільського населення та інтеграція нових знань для сільських територій [9, с. 21]. Тобто повинні використовуватися інноваційні інструменти для забезпечення сільського розвитку так як на сьогодні інституційні одиниці державного сектору є неспроможними задовольнити суспільні потреби сільського населення. Одним із таких інструментів є фандрайзинг як інтегрована система заходів, яка забезпечує пошук та реалізацію засобів, необхідних для виконання суспільно значимих проектів на мікро-, макро- та мезорівнях.

Головна ідеєю стратегії розвитку сільських територій має стати посилення ролі місцевого самоуправління. Розвиток сільських територій має базуватися на політиці розвитку знизу вверх, а не навпаки, тобто необхідно активізувати саме потенціал сільського населення, і саме за рахунок системи фандрайзингу. У багатьох країнах світу для мобілізації фінансових коштів широко використовується комплексна система фандрайзингу. Він є процесом залучення коштів від зовнішніх донорів (фізичних і юридичних осіб) з метою реалізації певних проектів. До нього вдаються як юридичні, так і фізичні особи, зайняті практично у всіх секторах економіки, матеріальному і нематеріальному виробництві, в тому числі в соціальній сфері (соціальна допомога, наука, освіта, охорона здоров'я і т.д.). Відповідна практика має історію, яка налічує не одне десятиліття, і добре зарекомендувала себе.

Дефініція фандрайзинг англійського походження від словосполучення «fundraising» (fund (кошти, фонди) і raise (піднімати, збільшувати)), що означає залучення ресурсів, коштів. В українському перекладі зустрічаються такі варіанти, як «фандрайзинг», «фандрейзинг», «фендрейзинг». Таким чином є багато способів його вимови.

У науковій економічній літературі «фандрайзинг» тлумачиться по-різному. Вважаємо, що найбільш повно розкрито його сутність О. Чернявською та В. Лозовану. Так Чернявська О., та Соколова А., визнають що, «фандрайзинг є професійною діяльністю з залучення як фінансових так і інших ресурсів для реалізації проектів». Така діяльність на їх думку вимагає спеціальних знань та навичок фандрайзера для впливу на донора. [10, с. 12].

Слушною є думка Лозовану В., який пропонує дефініцію «фандрайзинг» розглядати у вузькому та широкому значенні. У вузькому розумінні «фандрайзинг є спеціально організованим процесом збору коштів для недержавних організацій чи для забезпечення соціальних програм» [11, с. 26]. У широкому розумінні «фандрайзинг є пошуком ресурсів (трудових, матеріальних, інформаційних,

фінансових та інших) для реалізації проектів та підтримки існування організації [11, с. 27].

Дослідження сутності дефініції «фандрайзинг» дозволяє сформулювати наступне визначення: фандрайзинг є особливим видом діяльності, яка пов'язана із залученням, акумуляцією та мобілізацією наявних та вільних ресурсів у суспільстві та реалізацією операцій, що супроводжують ці процеси з метою їх подальшого розміщення у значимих неприбуткових проектах й вимагає спеціальних знань та навичок фандрайзера, що можуть вплинути на прийняття позитивного рішення донора.

Виходячи зі змістового наповнення такого визначення, суб'єктами фандрайзингу на рівні сільської території можуть виступати освітні заклади (школи, дитячі садочки), заклади охорони здоров'я (лікарні, хоспіси), культури, релігійні об'єднання. Саме цей суб'єктний склад є найбільш соціально вразливим та ресурсопотребуючим.

Нині задля забезпечення соціально-економічного розвитку сільської території кожній об'єднаній територіальній громаді необхідно бути більше фінансово самостійною, розробляти власну програму фандрайзингової діяльності, залучати кошти благодійних фондів, донорів, спонсорів, а також бюджетні, мати змогу формувати дійсно дієві органи управління сільською територією. Найпоширенішим джерелом додаткових ресурсів соціально-значущих проектів є благодійні фонди. Ключовим механізмом фандрайзингу є ендаумент-фонд ((ендаумент) (від англ. «endowment» — внесок, дар, пожертвування)), цільовий фонд призначений для використання в некомерційних цілях.

Дослідження етапів проведення фандрайзингу, яке пропонується різними вченими, дало можливість нам розробити етапи фандрайзингової діяльності на сільській території подана на рис. 1.

Отже рішення про фандрайзингову діяльність не являється самоціллю, а зазвичай підпорядковується загальній стратегії та досягненням цілей сільських територій. Ефективність і якість фандрайзингової діяльності визначається застосуванням системного та ситуаційного підходів до обґрунтування й реалізації стратегії фандрайзингу. Системний підхід включає три основні етапи:

1. Дослідження ступеня організованості об'єкта як складної системи.
2. Дослідження особливостей внутрішнього й зовнішнього функціонування об'єкта.
3. Дослідження шляхів розвитку об'єкта, перспектив подальшого існування.

Найбільш перспективним у сучасному управлінні розвитком сільськими територіями є ситуаційний

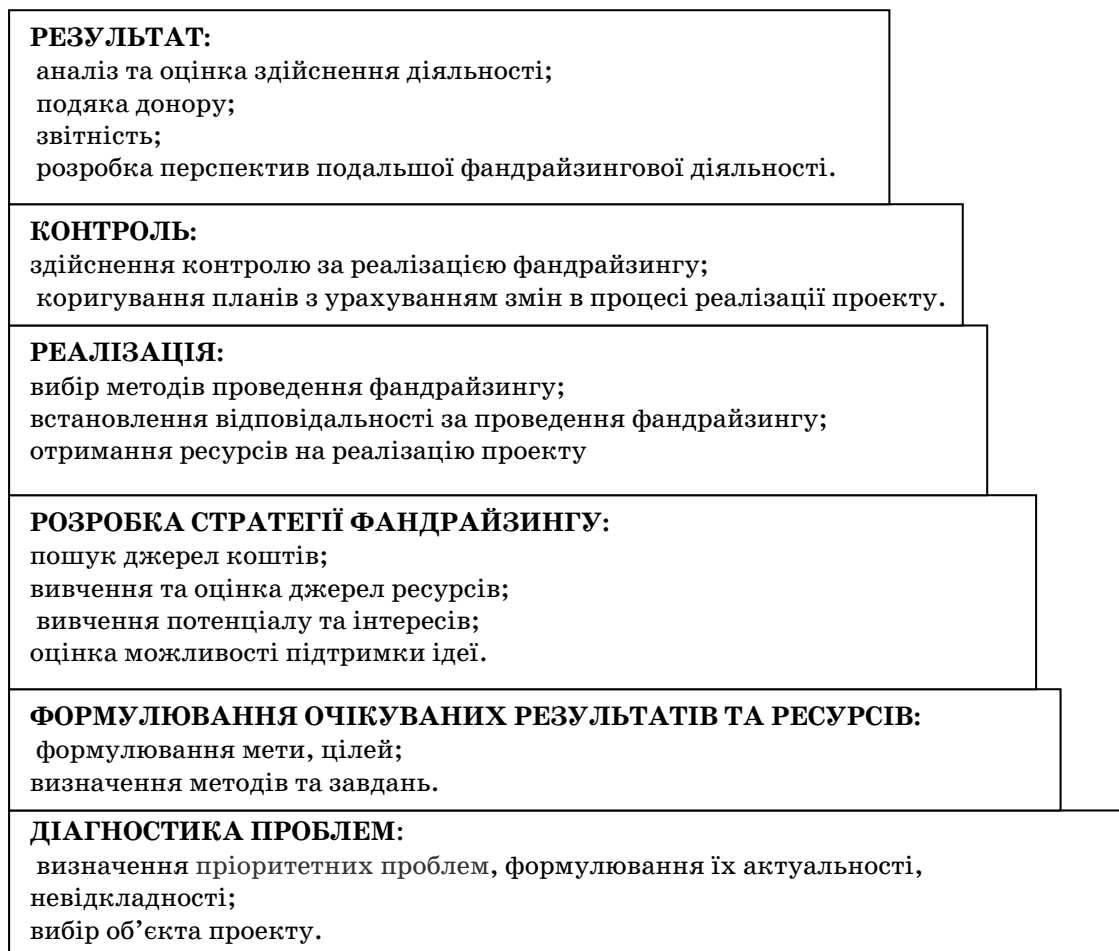


Рис. 1. Етапи фандрайзингової діяльності на сільській території

Джерело: власні дослідження

підхід. Він дозволяє виявити основні тенденції та впливи на динаміку розвитку сільських територій ситуації. Ситуаційний підхід дозволяє приймати рішення, ґрунтуючись на аналізі й розумінні ситуації, динаміки її зміни, а не виходячи з традиційного принципу спроб і помилок. Це робить підхід більш ефективним і дозволяє часто уникати значних втрат ресурсів та часу в фандрайзинговій діяльності. При цьому доцільно застосувати прийоми фандрайзингу, які дозволяють фокусувати роботу щодо визначення майбутніх донорів: «таблицю діапазону пожертв», «решітку пожертв» і «матрицю зв'язку» [12, с. 7].

Слід зазначити, що донорів доцільно шукати в різних напрямках, формуючи кілька джерел фінансування: вітчизняні та закордонні державні й міждержавні організації; комерційна сфера; некомерційна сфера (вітчизняні, закордонні та міжнародні благодійні фонди); приватні особи (місцеве населення). Ефективний фандрайзинг залежить від сталості розвитку сільської території, оскільки донор завжди звертає увагу на історію діяльності, на значимість проекту, на глибину вирішення проблеми.

Для цього сільські території мають інтегруватися в урбанізовану систему, а без цього фандрайзингова діяльність є неможливою.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

За результатами проведених досліджень можемо зробити наступні висновки:

- по-перше, для забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій перспективним є використання фандрайзингу, однак для цього необхідно здійснювати роз'яснювальну роботу щодо потенційних переваг та сприяти зростанню привабливості території;
- по-друге, важливим є розроблення алгоритму проведення оцінки ефективності проекту, який би був зрозумілим для всіх сторін фандрайзингової діяльності;
- по-третє, залучення донорів для реалізації значимих проектів розвитку сільських територій стримує ряд негативних чинників, найгострішими серед яких є: недосконалість та непослідовна політика держави, в якій переважають принципи залишкового виділення коштів на розвиток села,

недосконалі механізми використання бюджетних коштів, несприятливі умови для розвитку підприємницької діяльності на селі тощо;

Вище зазначене накладає відбиток та визначає напрямки наукового пошуку. В цьому сенсі окреслюються напрямки подальших досліджень, а саме

пов'язані з: плануванням фандрайзингової діяльності, реалізацією стратегії залучення ресурсів для розвитку сільських територій, формуванням бюджету проектів соціально-економічного розвитку та оцінкою фандрайзингової діяльності.

Література

1. Державна цільова програма сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року. URL: <http://www.minagro.gov.ua>. (дата звернення: 16.09.2019)
2. Концепція Державної цільової програми сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року. URL: www.minagro.gov.ua/page дата звернення: 16.09.2019).
3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1997. 704.
4. Уилкоккс Д., Аги У., Камерон Г., Олт Ф. Самое главное в PR. Санкт-Петербург «Питер» 2004. 560 с.
5. Грачев С. В. Исследовательские университеты. Мировой опыт и приоритеты развития. М.: МЧА, 2009. 160 с.
6. Шафф Терри. Путеводитель по фандрайзингу. Рабочая модель по привлечению спонсоров: пер. с англ. М., СПб.: Вершина, 2006. 249 с.
7. Авраменко А., Аксенов Г. Фандрайзинг: искусство добывать и отдавать деньги. К.: Планета людей, 2001. 124 с.
8. Комаровський О. В. Фандрейзинг у питаннях, відповідях та цитатах: навч. посіб. Луганськ, 2007. 54 с.
9. Харчук С. А. Соціально-економічний розвиток сільських територій: проблеми та шляхи вирішення. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 12. С. 20–23.
10. Чернявська О. В., Соколова А. М. Фандрайзинг. Навч. посіб. 2-е вид., з доопрац. та допов. К.: Алерта, 2015. 272 с.
11. Лозовану В. Фандрайзинг. Руководство для неправительственных организаций. Кишинев: Promo-LEX, 2011. 57 с.
12. Дуглас Александер Дж. Основные принципы фандрейзинга. Д.: Баланс Бизнес Букс, 2007. 240 с.

References

1. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2010), «State Target Program sustainable development of rural areas for the period 2020», available at: <http://www.minagro.gov.ua> (Accessed 15 May 2015). [in Ukrainian].
2. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2010), «The concept of the State Target Program sustainable development of rural areas for the period 2020», available at: <http://www.minagro.gov.ua> (Accessed 15 May 2015). [in Ukrainian].
3. Meskon M., Albert M., Hedouri F., (1997), Osnovy menedzhmentu [Management basics]. M.: Delo, 704 p. [In Russia].
4. Uilkoks D., Agi U., Kameron G., Olt F. (2004), Samoe glavnoe v PR. [The most important thing in PR.] Sankt-Peterburg «Piter». 560 p. [In Russia].
5. Grachev S. (2009), Issledovatel'skie universitety. Mirovoj opyt i priority razvitiya. [Research Universities. World experience and development priorities.] M.: MChA, 2009. 160 p. [In Russia].
6. Shaff Terri (2006), Putevoditel po fandrayzingu. Rabochaya model po privlecheniyu sponsorov. [Fundraising Guide. Working model for attracting sponsors] M., SPb.: Vershina, 249 p. [In Russia].
7. Avramenko A., Aksenov G., (2001), Fandrayzing: iskusstvo dobyvat i otdavat dengi. [Fundraising: the art of earning and giving money]. K.: Planeta lyudey. 2001. 124 p. [in Ukrainian].
8. Komarovs'kyj O., (2007), Fandrejzy'ng u py'tannyax, vidpovidyax ta cy'tatax [Fundraising in questions, answers and quotes]. Lugans'k. 54 p. [in Ukrainian].
9. Xarchuk S., (2015), Social'no-ekonomichny'j rozvy'tok sil's'ky'x tery'torij: problemy' ta shlyaxy' vy'rishennya. [Socio-economic development of rural areas: problems and solutions]. Investy'ciyi: prakty'ka ta dosvid. Vol. 12. P. 20–23. [in Ukrainian].
10. Chernyavs'ka O., Sokolova A., (2015), Fandrajzy'ng. [Fundraising.]. K.: Alerta, 272 p. [in Ukrainian].
11. Lozovanu V., (2015), Fandrayzing. Rukovodstvo dlya nepravitelstvennyh organizatsiy. [Fundraising. Guide for non-governmental organizations.]. Kishinev: Promo-LEX. 57 p. [In Moldova].
12. Duglas Aleksander Dj., (2007), Osnovnyie printsipy fandreyzinga. [Fundraising Fundamentals]. D.: Balans Bi-znes Buks, 240 p. [in Ukrainian].

Назаркевич Оксана Богданівна

кандидат економічних наук, науковий співробітник

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього

Національної академії наук України»

Назаркевич Оксана Богдановна

кандидат экономических наук, научный сотрудник

ГУ «Институт региональных исследований имени М.И. Долишнего

Национальной академии наук Украины»

Nazarkevych Oksana

PhD in Economics, Researcher of Department of Regional Economic Policy

M.I. Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine

ORCID: 0000-0003-2676-8301

Карп'як Марія Олександрівна

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього

Національної академії наук України»

Карпьяк Мария Александровна

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник

ГУ «Институт региональных исследований имени М.И. Долишнего

Национальной академии наук Украины»

Karpyak Maria

PhD in Economics, Researcher of Department of Regional Economic Policy

M.I. Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine

ORCID: 0000-0003-2892-4806

Попадинець Назарій Миколайович

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього

Національної академії наук України»

Попадинец Назарій Николаевич

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник

ГУ «Институт региональных исследований имени М.И. Долишнего

Национальной академии наук Украины»

Popadynets Nazariy

PhD in Economics, Researcher of Department of Regional Economic Policy

M.I. Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine

ORCID: 0000-0002-7556-6135

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5430

ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ¹

ИНКЛЮЗИВНОЕ РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБЩИНАХ

INCLUSIVE DEVELOPMENT OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN RURAL TERRITORIAL COMMUNITIES

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом Ф82/48585.

Анотація. У статті розкрито важливість інклюзивного розвитку малого підприємництва для формування спроможних об'єднаних територіальних громад. Особливого увагу зосереджено на напрямках ефективного використання потенціалу малого підприємництва в сільських територіальних громадах. Визначено динаміку кількості малих аграрних підприємств в Україні. Представлено динаміку рентабельності усіх малих підприємств України та малих аграрних підприємств за 2010–2018 роки. Обчислено рівняння регресії для рівня рентабельності малих аграрних підприємств та їх кількості. Обрана парна експоненціальна регресія. Оцінені її параметри методом найменших квадратів. Статистична значимість рівняння перевірена за допомогою коефіцієнта детермінації і критерію Фішера. Встановлено, що кількість малих аграрних підприємств в Україні лише на 6,13% залежить від їх рівня рентабельності. З'ясовано необхідність дослідження впливу природно-кліматичного, економічного, інституційного та соціального чинників на ефективність використання потенціалу малих підприємств в сільських територіальних громадах України. Висвітлено важливість підтримки молодіжного підприємництва у сільській місцевості. Наголошено, що активізація молоді в Україні через формування потужного інституту молодіжного підприємництва є важливим аспектом підвищення рівня національної безпеки, забезпечення сталого розвитку сільських територій й формування спроможних громад. Для ефективного використання потенціалу малого підприємництва в сільських територіальних громадах запропоновано покращення управлінських підходів до підтримки формування малих підприємств на місцевому рівні. Підкреслено важливість стимулювання органами місцевого самоврядування розвиток кооперативних структур через навчальну, правову, фінансову, технічну та інформаційно-консультаційну підтримку. Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом Ф82/48585.

Ключові слова: інклюзивний розвиток, малі підприємства, об'єднані територіальні громади, аграрне підприємництво.

Аннотация. В статье раскрыто важность инклюзивного развития малого предпринимательства для формирования способных объединенных территориальных общин. Особое внимание сосредоточено на направлениях эффективного использования потенциала малого предпринимательства в сельских территориальных общинах. Определена динамика количества малых аграрных предприятий в Украине. Представлена динамика рентабельности всех малых предприятий Украины и малых аграрных предприятий по 2010–2018 годы. Вычислено уравнение регрессии для уровня рентабельности малых аграрных предприятий и их количества. Выбранная парная экспоненциальная регрессия. Оценены ее параметры методом наименьших квадратов. Статистическая значимость уравнения проверена с помощью коэффициента детерминации и критерия Фишера. Установлено, что количество малых аграрных предприятий в Украине только на 6,13% зависит от их уровня рентабельности. Выяснено необходимость исследования влияния природно-климатического, экономического, институционального и социального факторов на эффективность использования потенциала малых предприятий в сельских территориальных общинах Украины. Освещены важность поддержки молодежного предпринимательства в сельской местности. Отмечено, что активизация молодежи в Украине через формирование мощного института молодежного предпринимательства является важным аспектом повышения уровня национальной безопасности, обеспечения устойчивого развития сельских территорий и формирование способных общин. Для эффективного использования потенциала малого предпринимательства в сельских территориальных общинах предложено улучшения управленческих подходов к поддержке формирования малых предприятий на местном уровне. Подчеркнута важность стимулирования органами местного самоуправления развитие кооперативных структур через учебную, правовую, финансовую, техническую и информационно-консультационную поддержку. Публикация содержит результаты исследований, проведенных по гранту Президента Украины по конкурсному проекту Ф82 / 48585.

Ключевые слова: инклюзивное развитие, малые предприятия, объединенные территориальные общины, аграрное предпринимательство.

Summary. The importance of inclusive small business development for the formation of profitable united territorial communities is revealed in the article. Particular attention is focused on the effective usage of small business potential in rural territorial communities. The dynamics of quantity of small agricultural enterprises in Ukraine has been determined. It is presented the dynamics of profitability of all activities of small enterprises of Ukraine and small agricultural enterprises from 2010 to 2018. The regression equation for the level of profitability of small agricultural enterprises and their quantity has been calculated. The pairwise exponential regression has been chosen. It has been estimated its least squares parameters. The statistical significance of the equation has been verified using the Fisher's determination coefficient and criterion. It has been discovered that the number of small agricultural enterprises in Ukraine is only 6.13% dependent on their level of profitability. It became clear that it is needed to investigate how natural-climatic, economic, institutional and social factors influence the efficiency of usage of the potential of small enterprises in rural territorial communities of Ukraine. The importance of supporting youth entrepreneurship in rural areas is highlighted. It is emphasized that the increase of Ukrainian youth activity by forming a powerful institute of youth entrepreneurship is an important aspect of improving the level of national security, ensuring the sustainable development

of rural territories and the formation of profitable communities. In order to use effectively the potential of small business in rural territorial communities, the improvements in management approaches to the support of formation of small businesses at the local level are suggested. The importance of stimulating the development of cooperative structures through educational, legal, financial, technical and information-consulting support is emphasized. The publication contains the results of studies conducted by President's of Ukraine grant for competitive projects Ф82 / 48585.

Key words: inclusive growth, small enterprises, united territorial communities, agricultural entrepreneurship.

Постановка проблеми. Модель інклюзивного розвитку економіки ставить за мету скорочення нерівності й бідності за рахунок активної участі в економічному житті різних груп населення та розвиток усіх територій й секторів економіки. Зростання рівня безробіття, бідності та міграції населення з сільських громад, що зумовлено різними соціальними, фінансовими та інфраструктурними обмеженнями, вимагають переорієнтації показників ефективності діяльності на показники інклюзивного зростання, що визначають якість життя населення. Розвиток малого підприємництва є головним чинником економічного зростання, соціального розвитку та екологічної безпеки сільських громад. Залучення органами місцевого самоврядування економічно неактивного населення до підприємницької діяльності є важливим чинником інклюзивного економічного зростання в сільських громадах України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальні проблеми розвитку малого підприємництва на сільських територіях досліджені у наукових працях таких вчених, як В. Бойка О. [1], Ковальчука [4], М. Маліка [5], О. Шпикуляка та інші. В рамках діяльності проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» В. Смаль провела аналітичне дослідження «Інклюзивний розвиток бізнесу: жіноче підприємництво» [2]. Водночас процес децентралізації та реформа місцевого самоврядування в Україні створюють умови для впровадження концептуальних положень інклюзивного розвитку, а відтак необхідність обґрунтування оптимальної моделі підвищення ділової активності у сільських громадах України.

Актуальність теми дослідження. З 2014 р. в Україні активно проводиться децентралізація владних та фінансових повноважень держави на користь місцевого самоврядування. Стратегічним завданням реформування територіальної організації влади є створення належних умов для проживання громадян. У цей час провідними міжнародними інституціями одним із пріоритетів стратегії економічного зростання «Європа-2020» (Europe 2020) визначено інклюзивне зростання. Інклюзивний розвиток передбачає активне включення усіх категорій населення у процеси політичних, економічних, соціальних

і екологічних змін. Відповідно пошук ефективних інструментів активізації різних груп населення до господарської діяльності у сільських громадах України є важливим напрямом дослідження.

Мета дослідження. Дослідити концептуальні положення моделі інклюзивного розвитку та визначити ефективні напрями підвищення підприємницької активності у сільських громадах України.

Виклад основного матеріалу. Мале підприємництво — найбільш мобільні до економічних змін суб'єкти господарювання, які забезпечують самозайнятість населення та створюють нові робочі місця. Підтримка розвитку малого підприємництва має бути одним із пріоритетних напрямів діяльності місцевих органів влади. У 2018 р. малі підприємства в Україні становили 95,4% від загальної кількості підприємств. Упродовж 2010–2018 рр. кількість малих підприємств в Україні зменшилася на 17867 одиниць або 5%. За видами економічної діяльності найбільш чисельними є малі аграрні підприємства, чисельність яких за досліджуваний період зросла на 970 одиниць (рис. 1).

Також у 2010–2018 рр. серед усіх малих підприємств рентабельність операційної та всієї діяльності була найвищою у малих аграрних підприємств. У 2014–2015 рр. рентабельність малих підприємств усіх видів економічної діяльності була збитковою і лише малі аграрні підприємства отримали позитивний результат — 9,8% і 32,4% відповідно (рис. 2). Для визначення залежності між рівнем рентабельності та кількістю малих аграрних підприємств побудуємо рівняння регресії.

Для обчислення рівняння регресії між рівнем рентабельності малих аграрних підприємств (Y) та їх кількістю (X) використаємо експоненційний вид рівняння, який має вигляд:

$$y = a + e^{bx} \quad (1)$$

Параметри рівняння регресії.

Вибіркове середнє:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} = \frac{402938}{9} = 44770.889 \quad (2)$$

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n} = \frac{24.675}{9} = 2.742 \quad (3)$$

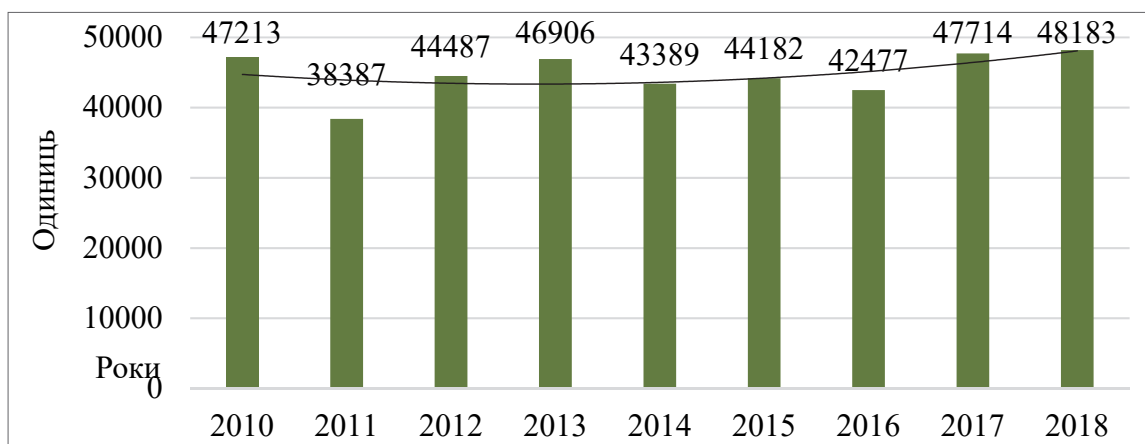


Рис. 1. Динаміка кількості малих аграрних підприємств в Україні за 2010–2018 рр., одиниць

Джерело: сформовано авторами на основі даних Державної служби статистики України [3]

Примітка: дані наведено без урахування результатів діяльності банків та бюджетних установ, за 2014–2018 роки без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

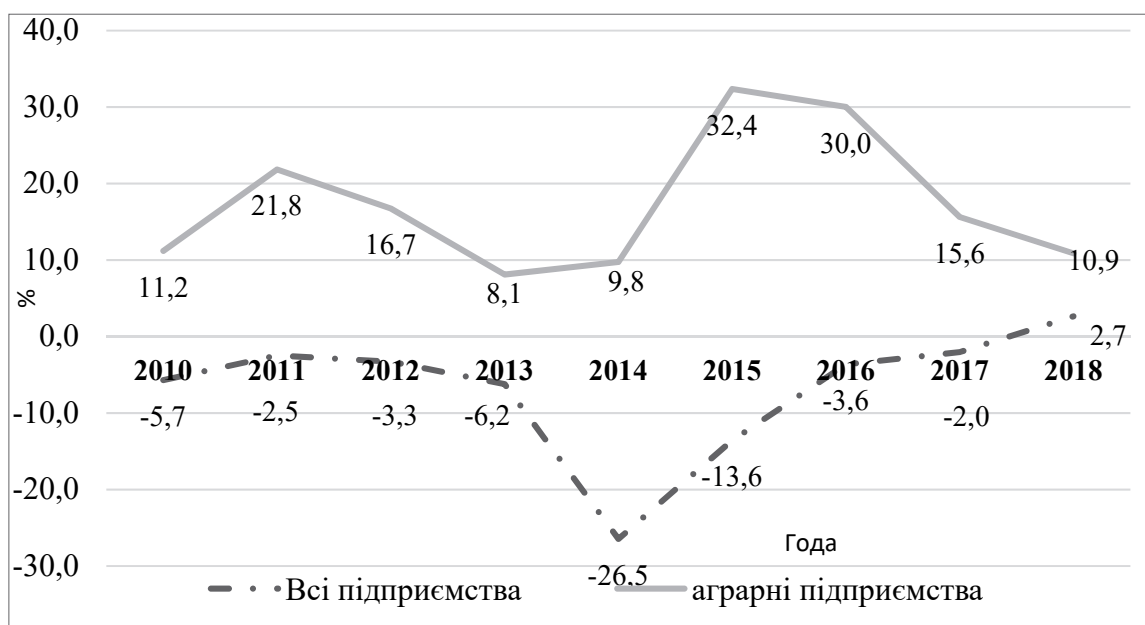


Рис. 2. Динаміка рентабельності усієї діяльності малих підприємств та малих аграрних підприємств в Україні у 2010–2018 рр., % [3]

Джерело: сформовано авторами на основі даних Державної служби статистики України [3]

Примітка: за 2014–2018 роки без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

$$\overline{xy} = \frac{\sum x_i y_i}{n} = \frac{1101488.48}{9} = 122387.609 \quad (4)$$

Вибіркові дисперсії:

$$S^2(x) = \frac{\sum x_i^2}{n} - \overline{x}^2 = \frac{18119072402}{9} - 44770.889^2 = 8797774.99 \quad (5)$$

$$S^2(y) = \frac{\sum y_i^2}{n} - \overline{y}^2 = \frac{69.07}{9} - 2.742^2 = 0.16 \quad (6)$$

Середньоквадратичне відхилення:

$$S(x) = \sqrt{S^2(x)} = \sqrt{8797774.99} = 2966.104 \quad (7)$$

$$S(y) = \sqrt{S^2(y)} = \sqrt{0.16} = 0.397$$

Коефіцієнт кореляції b можна знайти за формулою, не обчислюючи систему рівнянь безпосередньо:

$$b = \frac{\overline{xy} - \overline{x} \cdot \overline{y}}{S^2(x)} = \frac{122387.609 - 44770.889 \cdot 2.742}{8797774.99} = -4.1E-5 \quad (8)$$

$$a = \overline{y} - b \cdot \overline{x} = 2.742 - (-4.1E-5) \cdot 44770.889 = 4.5818$$

Коефіцієнт еластичності.

Середній коефіцієнт еластичності E показує, на скільки відсотків в середньому по сукупності зміниться результат Y від своєї середньої величини при зміні фактора X на 1% від свого середнього значення. Коефіцієнт еластичності визначаємо за формулою:

$$E = \frac{\partial y}{\partial x} \frac{x}{y} = \bar{x} \ln(b) \quad (9)$$

$$E = 44770.889(-4.1E-5) = -1.84$$

У нашому випадку коефіцієнт еластичності є більшим 1. Отже, при зміні X на 1%, Y зміниться більш ніж на 1%. Іншими словами — X істотно впливає на Y .

Індекс детермінації.

$$R^2 = 1 - \frac{\sum (y_i - y_x)^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2} \quad (10)$$

$$R^2 = 1 - \frac{353.79}{376.9} = 0.0613$$

Отже, у 6,13% випадків зміна X призводять до зміни Y . Іншими словами існує низька точність підбору рівняння регресії. Решта 93,87% змін Y пояснюються чинниками, які не враховані в моделі (а також помилками специфікації). Дані для оцінки якості параметрів регресії представлені у розрахунковій табл. 1.

Довірчий інтервал для коефіцієнтів рівняння регресії

Визначимо довірчі інтервали коефіцієнтів регресії, які з надійністю 95% будуть наступними:

$$(b - t_{\text{крим}} S_b; b + t_{\text{крим}} S_b) \\ (-4.1E-5 - 2.365 * 0.000799; \\ -4.1E-5 + 2.365 * 0.000799)$$

$$(-0.00193; 0.00185)$$

З імовірністю 95% можна стверджувати, що значення даного параметра перебуватиме в знайденому інтервалі.

$$(a - t_{\text{крим}} S_a; a + t_{\text{крим}} S_a) \\ (4.582 - 2.365 * 35.848; 4.582 + 2.365 * 35.848) \\ (-80.199; 89.362)$$

Так як точка 0 лежить всередині довірчого інтервалу, то інтервальна оцінка коефіцієнта a статистично незначуща.

F-статистика. Критерій Фішера.

Індекс детермінації R^2 використовується для перевірки значущості рівняння нелінійної регресії в цілому. Перевірка значущості моделі регресії проводиться за допомогою F-критерію Фішера:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum (y_i - y_x)^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2} = 1 - \frac{353.79}{376.9} = 0.06131 \quad (11)$$

Для оцінки статистичної значущості парної лінійної регресії проводиться за наступним алгоритмом висуваємо нульову гіпотезу про те, що рівняння в цілому статистично незначуще: $H_0: R^2 = 0$ на рівні значущості α та визначаємо фактичне значення F-критерію:

$$F = \frac{R^2}{1 - R^2} \frac{(n - m - 1)}{m}, \quad (12)$$

де m — число факторів в моделі

$$F = \frac{0.06131}{1 - 0.06131} \frac{(9 - 1 - 1)}{1} = 0.46$$

або за формулою:

$$F = \frac{\sum (y_x - \bar{y})^2}{\sum (y_i - y_x)^2} \frac{(n - m - 1)}{m} = \frac{23.11}{353.79} \frac{(9 - 1 - 1)}{1} = 0.457, \quad (13)$$

Таблиця 1

Регресійна модель зв'язків між кількістю малих аграрних підприємств (Y) та рівнем рентабельності (X) в Україні, 2010–2018 рр.

Роки	X (кількість малих аграрних підприємств, одн.)	Y (рівень рентабельності, %)	$Y(X)$	$(Y_i - Y_{\text{ср}})^2$	$(Y - Y(X))^2$
2010	47213	16.3	14.032	0.198	5.143
2011	38387	18	20.168	1.576	4.7
2012	44487	15.6	15.696	1.31	0.00916
2013	46906	8	14.21	76.465	38.568
2014	43389	8.9	16.42	61.535	56.554
2015	44182	29.5	15.894	162.704	185.131
2016	42477	24.7	17.047	63.291	58.562
2017	47714	16	13.746	0.554	5.08
2010	48183	13.7	13.484	9.269	0.0468
2011	402938	150.7	140.697	376.902	353.795

Джерело: розраховано авторами на основі даних Державної служби статистики України [3]

де $\sum (y_x - \bar{y})^2 = 376.9 - 353.79 = 23.11$,
де $m = 1$ для парної регресії.

Табличне значення критерію зі ступенями свободи $k_1 = 1$ і $k_2 = 7$ становить $F_{табл.} = 5,59$. Оскільки фактичне значення $F < F_{табл.}$, то коефіцієнт детермінації статистично значимий (знайдена оцінка рівняння регресії статистично ненадійна). Якщо фактичне значення F -критерію менше табличного, то немає підстави відхиляти нульову гіпотезу.

Отже, в результаті розрахунків отримано наступні показники якості рівняння регресії: коефіцієнт детермінації $r^2 = 0,06131$, а середній коефіцієнт еластичності $E = -1.84$. Встановлено, що лише 6,13% варіації рентабельності малих аграрних підприємств в Україні зумовлено варіацією їх кількості. Коефіцієнт залишкової детермінації $(1 - 0,06131) = 0,938$ вказує на те, що 94% варіацій зумовлено дією інших факторів.

Відсутність високого впливу рівня рентабельності малих підприємств на їх кількість показує необхідність використання інших показників для дослідження. Варто враховувати, що головним елементом у виробництві сільськогосподарської продукції виступає земля. Наявність у власності малих підприємств земельних ресурсів часто стимулює продовження діяльності попри отримані результати.

31 січня 2018 р. Кабінет Міністрів України ухвалив розпорядження про передачу земельних ділянок сільськогосподарського призначення державної власності у комунальну власність об'єднаних територіальних громад. Наявність в громад нових земельних ресурсів забезпечує збільшення місцевих бюджетів за рахунок податків за землю, орендної плати, від ведення підприємницької діяльності. Відповідно органи місцевого самоврядування при розпорядженні вільними земельними ділянками сільськогосподарського призначення особливу увагу повинні зосередити на підтримці тих соціальних груп, які недостатньо представлені серед підприємців або є вразливими на ринку праці: молодь, учасники бойових дій, жінки, люди з обмеженими можливостями, іммігранти, постраждалі від конфлікту, безробітні громадяни та інші. Адже інклюзивний розвиток підприємництва в сучасних умовах передбачає зростання кількості робочих місць, доступ різних груп населення до основних суспільних ресурсів, тобто надання можливості започаткування власну справу для всіх груп населення.

Одним із фундаментальних принципів інклюзії є взаємодія. Втілення мінімальних стандартів інклюзивного розвитку сільських громад неможливо без запровадження взаємодії та співпраці між підприємцями, державними й місцевими органами влади, соціальними партнерами, громадськими організаціями [4; с. 119]. Впровадження державно-приватного партнерства для розвитку малого підприємництва матиме для сільських громад не лише економічний, а й соціальний, екологічний та культурно-духовний ефект. Найбільш прогресивною в даному випадку буде кооперативна форма господарювання. Непоодиноким успішним досвід залучення органами місцевого самоврядування державних, кредитних та міжнародних організацій до розвитку обслуговуючої кооперації у сільських громадах практично демонструє важливість взаємодії. Тому для стимулювання розвитку малого підприємництва, що сприятиме соціальній та територіальній згуртованості громад, потрібно вирішити широкий спектр завдань, серед яких ключовими є такі:

- створення сприятливого середовища для розвитку молодіжного підприємництва;
- активізація зусиль органів місцевого самоврядування щодо підтримки соціально вразливі верстви населення у створенні та розвитку підприємницьких структур (найперше виділення земель сільськогосподарського призначення);
- забезпечення інформаційно-консультаційної підтримки суб'єктів господарювання через створення агенцій регіонального розвитку та місцевого дорадництва;
- вдосконалення державної та місцевої підтримки малого підприємництва в сільських громадах, зокрема правової, інформаційної, фінансово-кредитної, інфраструктурної;
- доступність кредитних ресурсів для малих форм господарювання в рамках розвитку інклюзивного підприємництва;
- стимулювання розвитку кооперативних структур у сільських громадах, використовуючи форму державно-приватного партнерства.

Отже, інклюзивний розвиток малого підприємництва має забезпечити формування спроможних сільських територіальних громад та сприяти підвищенню добробуту сільських жителів, зменшенню міграції населення та ефективнішому використанню природних ресурсів.

Література

1. Бойко В.В., Крупа В.Р. Механізми та інструменти управління розвитком суб'єктів малого підприємництва АПК. Агросвіт. 2019. № 20. С. 3–10. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.20.3.
2. Верлос Н.В. Інклюзивний розвиток бізнесу: жіноче підприємництво: аналітичне дослідження. К.: Федерація канадських муніципалітетів / Проект міжнародної технічної допомоги, 2018. 136 с.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Ковальчук О.Д. Агробізнес як складова інклюзивного розвитку сільських територій. Інноваційна економіка. 2017. № 3–4 (68). С. 118–123.
5. Малік М.Й., Забуранна Л.В. Розвиток сільських територій в умовах децентралізації влади. Економіка АПК. 2017. № 7. С. 5–14.

References

1. Bojko V. V., Krupa V. R. (2019). Mekhanizmy ta instrumenty upravlinnja rozvytkom sub'ektiv malogho pidpryjemnytva APK [Mechanisms and instruments of small business development management in the agroindustrial complex]. Aghrosvit. № 20. P. 3–10.
2. Verlos N. V. (2018). Inkljuzyvnyj rozvytok biznesu: zhinoche pidpryjemnytvo: analitychne doslidzhennja [Inclusive Business Development: Women's Entrepreneurship: An Analytic Research]. K.: Federacija kanadsjkykh municypalitetiv / Proekt mizhnarodnoji tekhnichnoji dopomoghy. 136 p.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Kovalchuk O. D. (2017). Aghrobiznes jak skladova inkljuzyvnogho rozvytku siljsjkykh terytorij [Agribusiness as a part of rural inclusive growth]. Innovacijna ekonomika. 2017. № 3–4 (68). P. 118–123.
5. Malik M. J., Zaburanna L. V. (2017). Rozvytok siljsjkykh terytorij v umovakh decentralizaciji vlady [Rural development in terms of decentralization the authority]. Ekonomika APK. № 7. P. 5–14.

Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом Ф82/48585.

Овсяннікова Наталія Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Овсянникова Наталья Владимировна

кандидат экономических наук, доцент

Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины

Ovsyannikova Natalya

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5368

ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ БІОЕКОНОМІКИ У ФОРМУВАННІ ПРІОРИТЕТІВ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ БИОЭКОНОМИКИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПРИОРИТЕТОВ СТРАТЕГИИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

USE OF THE BIOECONOMY CONCEPT IN PRIORITIZING REGIONAL DEVELOPMENT STRATEGY

Анотація. Статтю присвячено обґрунтуванню пріоритетів розвитку регіону як стійкої соціоекологоекономічної системи.

Концепція біоекономіки, яка одержала поширення в Європі та світі, розглядається у статті як спосіб досягнення стійкості соціоекологоекономічної системи. Біоекономіка формулює задачу забезпечення і підтримки поступального розвитку з урахуванням еколого-економічної доцільності експлуатації ресурсів екосистеми при виробництві та споживанні товарів і послуг. При оцінці загроз регіонального розвитку використані принципи біоекономіки. Зокрема, необхідність врахування обмежень, що накладаються характеристиками міської екосистеми при використанні невідновлюваних ресурсів та при їх заміщенні відновлюваними ресурсами. Специфікою міської екосистеми є високі антропогенні навантаження.

У роботі використані ідеї, описані в концепції оцінки життєвого циклу системи продукту. Трактування екоефективності як аспекту стійкості, що пов'язує екологічні характеристики системи продуктів в процесі життєвого циклу з цінністю системи продукту, дозволило розглянути регіон як продукуючу систему. Застосування принципів оцінки життєвого циклу до соціоекологоекономічної системи регіону дозволило не тільки виділити негативні ефекти притаманні конкретним стадіям виробництва і споживання благ, але й оцінювати їх як відправні точки, які задають вектор для трансформації економіки і інфраструктури регіону. В першу чергу, це стосується проблем управління виробничими і побутовими відходами. Метою подальших досліджень є вивчення життєвого циклу «неефективних» продуктів і виробництв для аналізу можливостей кластеризації видів діяльності і підприємств на основі повторного використання ресурсів і відходів.

Ключові слова: сталий розвиток, біоекономіка, концепція оцінки життєвого циклу системи продукту, управління відходами.

Аннотация. Статья посвящена выработке приоритетов развития региона как устойчивой социоекологоекономической системы.

Концепция биоэкономики, получившая распространение в Европе и мире, рассматривается как способ достижения устойчивости социоекологоекономической системы.

Биоэкономика формулирует задачу обеспечения и поддержания поступательного развития с учетом эколого-экономической целесообразности эксплуатации ресурсов экосистемы при производстве и потреблении благ и услуг. При оценке угроз регионального развития использованы принципы биоэкономики. Необходимо учитывать ограничения налагаемых характеристиками эксплуатируемой городской экосистемы при использовании не возобновляемых ресурсов, также при их замещении возобновляемыми ресурсами. Спецификой городской экосистемы являются высокие антропогенные нагрузки.

В работе использованы идеи, описанные в концепции оценки жизненного цикла системы продукта. Трактовка эко-эффективности как аспекта устойчивости связующего экологические характеристики системы продуктов в процессе жизненного цикла с ценностью системы продукта позволила рассмотреть регион как продуцирующую систему. Применение принципов оценки жизненного цикла к социоэкологоэкономической системе региона позволило не только выделить негативные эффекты присущие конкретным стадиям производства и потребления благ, но и оценивать их как отправные точки задающие вектор для трансформации экономики и инфраструктуры региона. В первую очередь это касается проблем управления производственными и бытовыми отходами. Целью дальнейших исследований является изучение жизненного цикла «неэффективных» продуктов и производств для анализа возможностей кластеризации видов деятельности и предприятий на основе повторного использования ресурсов и отходов.

Ключевые слова: устойчивое развитие, биоэкономика, концепция оценки жизненного цикла системы продукта, управление отходами.

Summary. This article focuses on the elaborating priorities of development of the region as a stable ecological and socio-economic systems.

The concept of bioeconomy has become widespread in Europe and around the world.

Bioeconomy as a means of achieving of achieving sustainability of ecological and socio-economic systems is considered in this article.

In accordance with the concept, the task of ensuring economic development of the region is formulated taking into account socio-ecological usefulness of exploiting ecosystem resources in the production and consumption of goods and services.

When assessing threats to regional development, the principles of bioeconomy are used.

The specificity of the urban ecosystem is in high anthropogenic load.

The work uses the methodological approaches set out in the concept life cycle assessment (from cradle to factory gate).

The interpretation of eco-efficiency as an aspect of sustainability, that links the environmental characteristics of a product system throughout its life cycle with the functional, economic and other benefits of the product system, has made it possible to consider the region as a production system.

The application of the life-cycle assessment principles to the region's ecological and socio-economic system of the region made it possible not only to highlight the negative effects inherent in specific stages of production and consumption of goods, but also to evaluate them as starting points for transforming the region's economy and infrastructure.

For the region, this is primarily due to the problem of waste management, including industrial, biological and household.

The purpose of further research is to study the life cycle of «inefficient» products and industries to analyze the possibilities of clustering activities and enterprises based on the reuse of resources and waste.

Key words: sustainable development, bioeconomy, the concept life cycle assessment (from cradle to factory gate), waste management.

Постановка проблеми. Застосування засад біо-економіки для вирішення прикладних задач регіону зумовлює її трактування в даній роботі як базис довгострокового планування, інструмент аналізу та оцінки передумов і факторів регіонального розвитку, визначення пріоритетів сталого розвитку в межах спеціалізації територій. Як частина стратегії сталого розвитку біоэкономика ґрунтується на впровадженні інновацій, формуванні ланцюжка створення вартості та спеціалізації регіону. Для визначення пріоритетів територіального розвитку варто відзначити, що біоэкономика носить міжга-

лузевий характер, визнаючи основним фактором економічного зростання — біотехнології [1]. Ефективне управління ресурсами та їх переробкою є також важливим напрямом біоэкономики [2]. Розуміючи ефективне управління як забезпечення виробництва та переробку сировини у замкненому контурі (від одержання та використання ресурсу до переробки відходів), підкреслюємо важливість принципу каскадування у ланцюжку біомаси та використання концепції «життєвого циклу продукту» для планування розвитку соціоекологоекономічних систем.

Застосування принципів біоекономіки в регіональному розвитку спирається на особливості регіону, враховуючи його соціоекологіоекономічні умови, зокрема:

- Територіальне зростання Київської агломерації.
- Зростання частки міського населення. Чисельність міського населення області з урахуванням м. Києва складає понад 4млн.осіб або 86% [3], зберігаючи тенденції внутрішньої міграції населення з селищ до міста.
- Збереження динаміки будівництва, зокрема житлового фонду. Генпланом-2025 тільки для м. Києва передбачено зростання на 38% житлового фонду; в шести найбільших містах і десяти найближчих районах Київської області житловий фонд має збільшитися в 2,6 рази.
- Відставання рівня розвитку інфраструктури життєзабезпечення (інженерної, комунальної тощо) від темпів розбудови агломерації.
- Основні напрями спеціалізації економічної та виробничої;
- Соціально-екологічні показники території.

Аналіз перерахованих факторів з позиції територіального розвитку на засадах біоекономіки дозво-

ляє класифікувати їх для визначення стратегічних пріоритетів (табл. 1).

Обґрунтування пріоритетів регіону потребує кількісних оцінок чинників для виявлення масштабів їх впливу та гостроти проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним підґрунтям роботи слугували доробки вітчизняних та зарубіжних дослідників, нормативно-правова база [6; 7; 17] України та Європейського союзу щодо впровадження концепції біоекономіки.

Основні теоретичні доробки покладені в основу даного дослідження стосувались розуміння теоретичних засад біоекономіки як міждисциплінарної концепції управління ефективністю використання [8; 9; 10; 13; 15] та переробки ресурсів у виробничо-збутовому ланцюгу з позицій аналізу життєвого циклу видів діяльності [11; 12; 14; 16].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою проведеного дослідження було визначення стратегічних пріоритетів розвитку регіону на засадах біоекономіки.

Виклад основного матеріалу. Спроба проранжувати потенціал та загрози соціально-економічного

Таблиця 1

Класифікація соціоекологіоекономічних факторів розвитку регіону

Сильні сторони	Слабкі сторони
Висока концентрація трудових та інтелектуальних ресурсів	Гострота соціально-економічних питань: зростання кількості відходів; високий рівень енергоспоживання; недостатність інфраструктури (вивозу та утилізації відходів, водо-, енергоспоживання); високий рівень антропогенного навантаження, який змінює середовище (біорізноманіття, забруднення ґрунту, води, повітря)
Кількість та швидкість появи нових підприємств сприятиме пошуку нових бізнес-моделей розвитку, зокрема на засадах біоекономіки, сприяє впровадженню нових технологічних підходів у виробництві, сприйняттю нових ідей в управлінні.	
Висока концентрація науково-освітнього потенціалу сприятиме впровадженню ідей біоекономіки в культуру споживання	
Можливості	Загрози
Використання зарубіжного досвіду: існуючих стандартів, бізнес-моделей, виробничо-технічних та управлінських інновацій в сфері біоекономіки для вирішення проблем регіону	Високі темпи зростання кількості міського населення в порівнянні з темпами зростання продуктивності сільського господарства для забезпечення продовольством зростаючої агломерації
	заміщення способів використання сільськогосподарських земель — вирощування технічних культур, під забудову житла тощо
	вичерпність природних ресурсів, зокрема зниження продуктивності сільськогосподарських земель

Джерело: складено автором

Таблиця 2

Утворення відходів за видами діяльності

Види діяльності	2004	2010	2013	2018
Сільське, лісове та рибне господарство	1,16%	1,97%	2,26%	1,69%
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	68,10%	82,23%	83,78%	85,56%
Переробна промисловість	25,14%	11,28%	9,15%	8,95%
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	3,64%	2,04%	2,10%	1,79%
Будівництво	0,10%	0,08%	0,17%	0,11%
Інші види економічної діяльності	1,87%	0,90%	0,65%	0,33%
Обсяг зібраних, отриманих відходів від домогосподарств	0,00%	1,51%	1,89%	1,57%

Джерело: складено автором за джерелом [4–5]

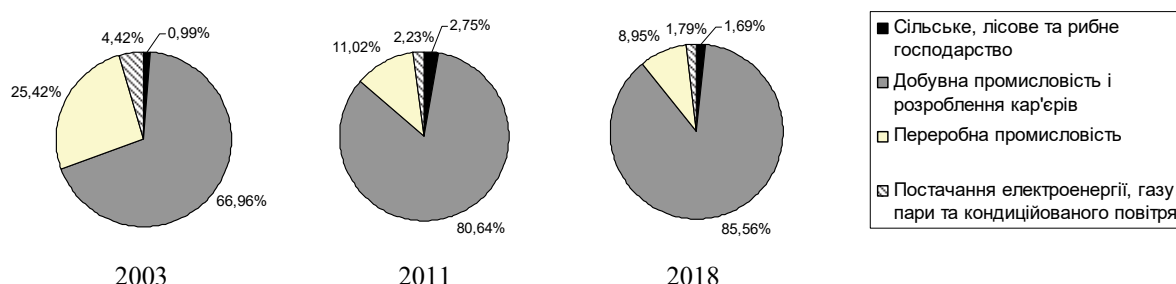


Рис. 1. Структура відходів за видами економічної діяльності, що утворюють найбільше екологічне навантаження

розвитку територій виокремила комплексну проблему управління відходами.

Обсяги відходів згенерованих економічною діяльністю для регіону і країни в цілому продовжують зростати. В двічі відзначено зростання кількості відходів у добувній промисловості та в тричі збільшення відходів у сільському господарстві, що відбувається на фоні збільшення обсягів та зміни структури випуску продукції.

Значну частку в структурі відходів становлять побутові відходи домогосподарств, за кількістю їх можна порівняти з відходами сільського господарства. Аналіз поводження з побутовими та подібними відходами підтвердив проблеми щодо зберігання та використання відходів.

Починаючи з 2015 року спалюється щорічно на 100 тис. т більше побутових відходів для отримання енергії, однак це становить лише 1,7% побутових відходів. При цьому щорічний вивіз сміття на організовані звалища виріс на 40%. За п'ять років кількість відходів в розрахунку на одну особу зросла на 12,2%, а за період з 2011 року — на 24%. В 2018году кожен житель згенерував 280,5 кг побутових відходів, з яких менше половини відправлено на організовані сміттєзвалища, тільки 0,14% було утилізовано [5].

Лише незначна частка відходів спрямовується на використання: у 2016році з метою отримання енергії спалено 0,3% утворених відходів (у т.ч. 40% деревинних відходів, 4,5% — відходів рослинного

походження; 3,6% — побутових відходів). Поступово частка побутових відходів, що використовують для отримання енергії збільшується, проте основним способом поводження з відходами залишається видалення на спеціально обладнанні звалища (щороку на звалища потрапляє понад 4000тис.т відходів).

Формування задач управління відходами має формулюватись у межах стратегічних цілей регіону, як складова розвитку економіки в цілому. В умовах концепції кругової біоекономіки основною метою є перехід від лінійної моделі до кругової економіки. Пріоритетним завданням в області управління відходами стає формування комплексного підходу щодо поводження з побутовими відходами та використанням виробничих відходів в межах соціоекологічної системи. Процес розробки та планування заходів комплексного системного управління відходами в межах стратегії розвитку регіону може бути формалізований деревом цілей (Табл. 4).

Критеріями регіонального управління виходячи з наведеного підходу до генерування та оцінки управлінських ініціатив є такі твердження:

- економічна та виробнича діяльність повинні бути засновані на використанні відновлюваних ресурсів;
- обсяги діяльності визначаються обсягами та швидкістю відновлення ресурсів;
- пріоритет розвитку технологій, які відповідають екологічним стандартам;

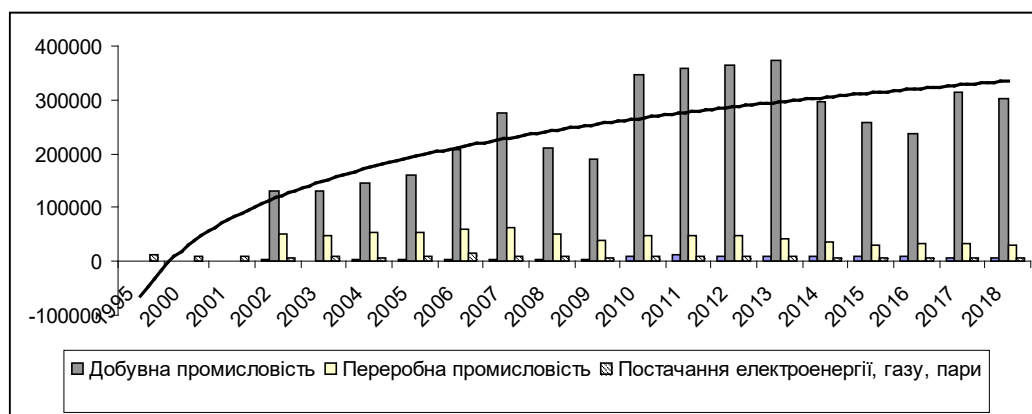
– оцінка проектів ґрунтується перш за все на екологічних оцінках його впливу (не екологічно — не робимо).

Ще одним нагальним завданням регіонального управління є управління енергомисткістю. Київ та Київська область належать до числа найбільших регіонів-споживачів електро- та теплової енергії зі зростаючою динамікою енергоспоживання. Основні

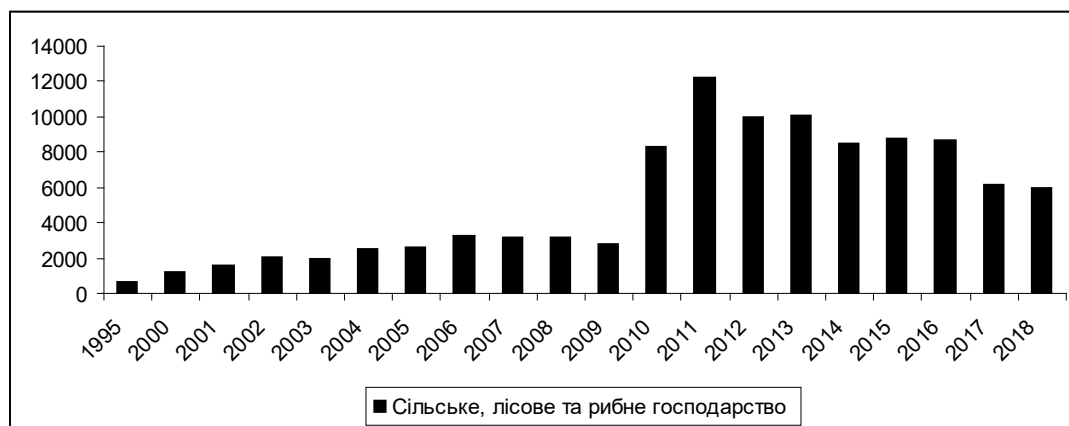
витрати енергії припадають на промисловість, причому енергоемність ВВП залишається на високому рівні. Забезпечення потреб в енергетичних ресурсах здійснюється на третину за рахунок імпорту енергії та 2/3 забезпечує власне виробництво. Основними джерелами енергетичних ресурсів залишається вугілля (до 30%), нафта та нафтопродукти (14%), природний газ (27,4%), атомна енергія (25%). Енергоспоживання



а) Обсяг утворених відходів від економічної діяльності на одиницю ВВП у постійних цінах, кг/1000 дол. США



б) Динаміка відходів у промисловому секторі, тис. т/рік



в) Динаміка відходів у сільському господарстві, тис. т/рік

Рис. 2. Динаміка відходів за видами економічної діяльності, що утворюють найбільше екологічне навантаження

Таблиця 3

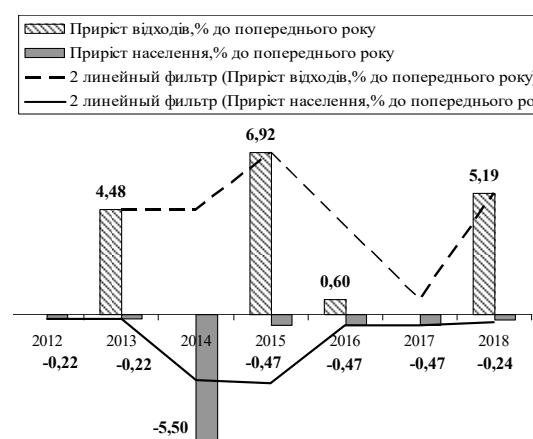
Збір, використання та утилізація побутових відходів (ППВ)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Зібрано ППВ, тис. т	10356,5	13878	14501	10748	11491,8	11562,6	11271,2	11857,2
Темп росту побутових відходів	-	134%	104,5%	74,1%	106,9%	100,6%	97,5%	105,2%
Видалено ППВ, тис. т	7030,0	9362,7	9504,4	5893,8	6233,0	6089,5	6469,0	7171,2
Темп росту вивезеного сміття, у% до попереднього року	-	133,18%	101,51%	62,01%	105,76%	97,70%	106,2%	110,8%
Видалено на спеціально обладнані звалища, тис. т	4321,5	5175,1	5178,5	3397,9	4194,3	4208,1	4417,5	4885,8
Темп росту звалищ, % до попереднього року	-	119,75%	100,07%	65,62%	123,44%	100,3%	104,9%	110,6%
Спалено ППВ з метою отримання енергії, тис. т	154,0	149,9	147,6	149,0	254,3	257,3	244,4	205,5
Темп росту відходів використаних на отримання енергії, у% до попереднього року	-	97,34%	98,47%	100,95%	170,67%	101,2%	94,99%	84,08%
Утилізовано ППВ, тис.т	74,5	57,4	9,4	3,8	4,0	6,5	16,5	16,7

Джерело: розраховано і складено автором за статистичними даними держкомстату України [5]



а) у порівнянні з 2011р.
(обсяг річних відходів зріс на 14%)



б) швидкість зростання відходів, у %
до попереднього року

Рис. 3. Динаміка зростання побутових відходів при скороченні чисельності населення

на основні відновлюваних джерел забезпечує лише 4,4% потреб, у тому числі: гідроенергетика — 0,9%, вітрова та сонячна енергія — 0,2%. З точки зору біоенергетики, найбільш перспективним джерелом є біопаливо та відходи, які подвоїли свій внесок до енергобалансу країни протягом останніх 10 років та забезпечують 3,4% енергетичних ресурсів. Сьогодні основним напрямом використання домогосподарствами енергетичних ресурсів біопалива є опалення приміщень. Переробка і використання відходів як енергетичних ресурсів підвищить ефективність використання виробничих ресурсів та сприятиме заміщенню непоновлюваних джерел енергетичних ресурсів.

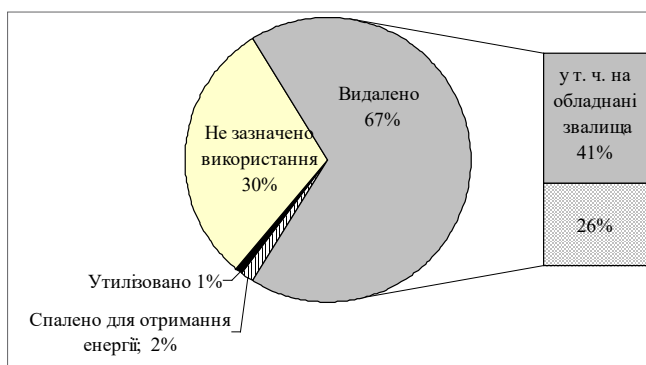


Рис. 4. Способи використання та утилізації побутових відходів

Таблиця 4

Дерево цілей для управління відходами соціоекологоекономічної системи

Цілі управління економікою регіону	Перехід від лінійної до кругової економіки						
Пріоритетна задача	Комплексне системне управління відходами: від утилізації до зростання продуктивності ресурсів						
Функції (види робіт для вирішення задачі)	Зниження обсягів відходів			Підвищення відсотка переробки відходів		Мінімізація викидів при утилізації відходів	
Методи	Зміна культури споживання та поведінки	Подовження життєвого циклу товарів		Оцінка життєвого циклу	Циклічна/каскадна переробка сировини та відходів		
Інструменти	Пропаганда	Заміщення асортименту одноразових товарів довгостроковими	Запровадження сервісних послуг для подовження термінів експлуатації товарів	Стандарти оцінки ЖЦ товару, підприємства, біопродуктів тощо	Виробничі інновації спрямовані на довгострокове використання, повторне і економічне використання сировини та відходів в сільському господарстві, будівництві, харчових підприємств.	Переробні кластери	Картографування і логістика відходів
Альтернативи	Проект «А»			Проект «Б»		Проект «В»	

Джерело: складено автором**Висновки і перспективи подальших досліджень.**

Враховуючи визначені вище стримуючі чинники регіонального розвитку актуальними вважаємо такі напрями для подальших досліджень.

Порівняння темпів зростання населення з динамікою негативних впливів результатів життєдіяльності на навколишнє середовище — накопичення відходів, динамікою енергоспоживання, забрудненням навколишнього середовища.

Складання продовольчого балансу регіону, оцінку внутрішнього потенціалу виробництва. Прогнозування рівня задоволення потреб регіону у продовольстві при заданих показниках зростання міської агломерації та існуючому рівні використання сільськогосподарських угідь. Аналіз і прогнозування ринку сільськогосподарської продукції — динаміка виробництва і споживання за видами продукції в порівнянні з експортом та імпортом; оцінка дефіциту внутрішнього ринку.

Аналіз відновлення сільськогосподарських угідь при їх використанні за умов збереження їх продуктивності у довгостроковому періоді.

Застосування концепції життєвого циклу до управління відходами. Групування відходів за галузями та стадіями виробництва для виявлення видів

діяльності з низькою ефективністю використання ресурсів (високим рівнем виробничих відходів). На наступному етапі — вивчення життєвого циклу «неефективних» продуктів та виробництв задля пошуку можливостей кластеризації видів діяльності і підприємств на основі повторного використання ресурсів та відходів.

Вивчення структури і потоків побутових відходів для опрацювання комплексного системного підходу до управління з метою підвищення ефективності їх використання як вторинної сировини та оптимізації кількості утилізованих відходів шляхом захоронення і спалювання в межах збереження екологічного балансу території.

Моделювання кількості відходів при зміні факторів, що їх визначають — структури економічної та виробничої діяльності в межах спеціалізації регіону, рівня споживання товарів та послуг.

Управління розвитком регіону на засадах біоекономіки передбачає ведення визначених напрямів сільського господарства в обсягах поновлення біосировини. Запровадження в ключових ресурсномістких областях науково-дослідних високотехнологічних сервісних центрів, навколо яких будуються виробничі кластери на засадах кругової

біоекономіки з метою подовження життєвого циклу продукції.

Для запровадження окреслених напрямів необхідно дослідити можливості галузей та підприємств, які можуть використовувати відходи як сировину;

вивчити підприємства, галузі, види діяльності, що можуть утворювати циклічний кластер; визначити цілі управління, функції та інструменти, що створюватимуть передумови та організаційно-економічний механізм трансформації економіки регіону.

Література

1. Mieczysław A. Bio-economy as a Concept of Development Strategies in the European Union // Journal of International Business Research and Marketing. URL: <http://dx.doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.24.3001>.
2. European Bioeconomy Stakeholders. Manifesto. URL: https://ec.europa.eu/research/bioeconomy/pdf/european_bioeconomy_stakeholders_manifesto.pdf
3. Чисельність наявного населення України / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_chnn2019.pdf
4. Поводження з побутовими та подібними відходами / URL: Ukrstat.gov.ua
5. Утворення відходів за видами економічної діяльності та в домогосподарствах / URL: Ukrstat.gov.ua
6. Національна стратегія управління відходами в Україні до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/820-2017-%D1%80?lang=uk>
7. Управління відходами та ресурсами: короткий опис Директив ЄС та графіку їх реалізації. URL: http://energy.esco.agency/wp-content/uploads/2019/03/2019-1_art58.pdf
8. Lewandowski I., Gaudet N., Lask J., Maier J., Tchouga B., Vargas R. Carpintero Bioeconomy. Shaping the Transition to a Sustainable, Biobased Economy. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-68152-8>
9. Knierim A., Laschewski L., Boyarintseva O. Inter- and Transdisciplinarity in Bioeconomy. PP. 39–72. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-68152-8_4
10. Giampietro M. On the Circular Bioeconomy and Decoupling: Implications for Sustainable Growth//Ecological Economics, Volume 162, August 2019, PP. 143–156. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921800918317178#bb0320>
11. From waste to resource productivity: Report of the Government Chief Scientific Adviser/ Walport Mark, Boyd Ian, Editor: Mark Peplow // Government Office for Science, London, 2017. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/667476/from-waste-to-resource-productivity-final-report.pdf
12. Food waste: A response to the policy challenge. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/643557/food-waste-policy-challenge-response_-_FINAL.pdf
13. Талавира М. П. Розвиток біоорієнтованої економіки на науковій основі // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. 2015. № 1–2. С. 225–229.
14. Продовольственные потери и пищевые отходы в контексте устойчивых продовольственных систем. Доклад Группы экспертов высокого уровня по вопросам продовольственной безопасности и питания Комитета по всемирной продовольственной безопасности, Рим. 2014 г. URL: <http://www.fao.org/3/a-i3901r.pdf>
15. Essel R., Carus M. Increasing resource efficiency by cascading use of biomass. URL: <https://www.rural21.com/english/news/detail/article/increasing-resource-efficiency-by-cascading-use-of-biomass-00001217/>
16. Biomass cascades. Increasing resource efficiency by cascading use of biomass — from theory to practice. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2017-06-13_texte_53-2017_bio-kaskaden_summary.pdf
17. Оцінювання життєвого циклу. Принципи та структура (ISO 14040:2006, IDT) Київ: Мінекономрозвитку України, 2014. V, 17 с.: (Екологічне управління) (Національний стандарт України).

References

1. Mieczysław A. Bio-economy as a Concept of Development Strategies in the European Union // Journal of International Business Research and Marketing. URL: <http://dx.doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.24.3001>.
2. European Bioeconomy Stakeholders. Manifesto. URL: https://ec.europa.eu/research/bioeconomy/pdf/european_bioeconomy_stakeholders_manifesto.pdf
3. Chyseljnistj najavnogho naselennja Ukrajiny / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_chnn2019.pdf

4. Povodzhennja z pobutovymy ta podobnymy vidkhodamy / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: Ukrstat.gov.ua
5. Utvorennja vidkhodiv za vydamy ekonomichnoji dijalnosti ta v domogospodarstvakh / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: Ukrstat.gov.ua
6. Nacionaljna strateghija upravlinnja vidkhodamy v Ukraini do 2030 roku. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/820-2017-%D1%80?lang=uk>
7. Upravlinnja vidkhodamy ta resursamy: korotkyj opys Dyrektyv JeS ta ghrafiku jikh realizaciji. URL: http://energy.esco.agency/wp-content/uploads/2019/03/2019-1_art58.pdf
8. Lewandowski I., Gaudet N., Lask J., Maier J., Tchouga B., Vargas R. Carpintero Bioeconomy. Shaping the Transition to a Sustainable, Biobased Economy. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-68152-8>
9. Knierim A., Laschewski L., Boyarintseva O. Inter- and Transdisciplinarity in Bioeconomy. Pages 39–72. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-68152-8_4
10. Giampietro M. On the Circular Bioeconomy and Decoupling: Implications for Sustainable Growth//Ecological Economics, Volume 162, August 2019, Pages 143–156. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921800918317178#bb0320>
11. From waste to resource productivity: Report of the Government Chief Scientific Adviser/ Walport Mark, Boyd Ian, Editor: Mark Peplow. // Government Office for Science, London, 2017. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/667476/from-waste-to-resource-productivity-final-report.pdf
12. Food waste: A response to the policy challenge. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/643557/food-waste-policy-challenge-response_-_FINAL.pdf
13. Talavryja M. P. Rozvytok bioorijentovanoji ekonomiky na naukovij osnovi//Naukovyj visnyk Uzhghorodskjogho universytetu. Serija: Ekonomika. 2015. № 1–2. S. 225–229.
14. Prodovolstvennye poteri i pishchevye otkhody v kontekste ustoychivyx prodovolstvennykh sistem. Doklad Grupy ekspertov vysokogo urovnya po voprosam prodovolstvennoy bezopasnosti i pitaniya Komiteta po vseмирnoy prodovolstvennoy bezopasnosti, Rim. 2014 g. URL: <http://www.fao.org/3/a-i3901r.pdf>
15. Essel R., Carus M. Increasing resource efficiency by cascading use of biomass. URL: <https://www.rural21.com/english/news/detail/article/increasing-resource-efficiency-by-cascading-use-of-biomass-00001217/>
16. Biomass cascades. Increasing resource efficiency by cascading use of biomass — from theory to practice. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2017-06-13_texte_53-2017_bio-kaskaden_summary.pdf
17. Ocinjuvannja zhyttjevogho cyklu. Pryncypy ta struktura (ISO 14040:2006, IDT) Kyjiv: Minekonomrozvytku Ukrainy, 2014. V, 17 s.: (Ekologichne upravlinnja) (Nacionalnyj standart Ukrainy).

Ларіна Тетяна Федорівна

*доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри агрологістики і управління ланцюгами постачань
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Ларина Татьяна Федоровна

*доктор экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой агрологистики и управления цепями поставок,
Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства имени Петра Василенко*

Larina Tetiana

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Agrologistics and Supply Chain Management
Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture
ORCID: 0000-0003-3149-8430*

Фурса Вікторія Анатоліївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри правового забезпечення господарської діяльності
Харківський національний університет внутрішніх справ*

Фурса Виктория Анатольевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры правового обеспечения хозяйственной деятельности
Харьковский национальный университет внутренних дел*

Fursa Viktoriya

*Candidate of Economic Sciences (PhD),
Associate Professor of Department of Legal Support of Economic Activity
Kharkiv National University of Internal Affairs
ORCID: 0000-0001-6325-0910*

Болотна Оксана Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та менеджменту ЗЕД
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*

Болотна Оксана Владимировна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры маркетинга и менеджмента ВЕД
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина*

Bolotna Oksana

*Candidate of Economic Sciences (PhD),
Associate Professor of Marketing and Management Code
V.N. Karazin Kharkiv National University
ORCID: 0000-0002-0585-0819*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5313

**ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ**

ПЛАНИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

PLANNING FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN THE GLOBALIZATION OF INTERNATIONAL ECONOMY

Анотация. Статтю присвячено дослідженню процесу планування зовнішньоекономічної діяльності в умовах переформатування міжнародної економіки як наслідку актуалізації тенденцій глобалізації. Розкрито чинники зростання значущості функції стратегічного планування для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Найбільш вагомі активності в рамках планування зовнішньоекономічної діяльності зведено у три блоки: виробничо-господарський; організаційно-економічний; комерційний. Приділено увагу аналізу процесу вибору зарубіжного партнера, а саме сформульовано чинники, розкрито сутність методики, перелічено джерела довідково-статистичної інформації. Перелік показників, що обираються для характеристики підприємства як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, залежить від мети, яку ставить перед собою фірма при виборі іноземного партнера. Систему планування деталізовано через функції встановлення мети, прогнозування, моделювання, програмування. У будь-якому випадку найбільш важливими факторами, якими необхідно керуватися, є репутація підприємства і його продукції, надійне фінансове становище і платоспроможність, достатній виробничий і науково-технічний потенціал.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, планування, глобалізація, стратегія, показники економічної діяльності.

Аннотация. Статья посвящена исследованию процесса планирования внешнеэкономической деятельности в условиях переформатирования международной экономики как следствие актуализации тенденций глобализации. Раскрыты факторы роста значимости функции стратегического планирования для субъектов внешнеэкономической деятельности. Наиболее весомые активности в рамках планирования внешнеэкономической деятельности сведены в три блока: производственно-хозяйственный; организационно-экономический; коммерческий. Уделено внимание анализу процесса выбора зарубежного партнера, а именно сформулированы факторы, раскрыта сущность методики, перечислены источники справочно-статистической информации. Перечень показателей, избираемых для характеристики предприятия как субъекта внешнеэкономической деятельности, зависит от цели, которую ставит перед собой компания при выборе иностранного партнера. Систему планирования детализировано через функции установления цели, прогнозирования, моделирования, программирования. Наиболее важными факторами, которыми необходимо руководствоваться, является репутация предприятия и его продукции, надежное финансовое положение и платежеспособность, достаточный производственный и научно-технический потенциал.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, планирование, глобализация, стратегия, показатели экономической деятельности.

Summary. The article is devoted to the study of the process of planning of foreign economic activity in the conditions of reformation of the international economy as a consequence of updating the tendencies of globalization. The factors of increasing importance of strategic planning function for the subjects of foreign economic activity are revealed, among them: supranational competition, increase of factors of market situation volatility, exchange rate fluctuations, political instability, specificity of doing business in the context of partner countries (especially administrative, customs and bureaucratic). The most important activities in the planning of foreign economic activity are summarized in three blocks: production and economic (the export strategy is determined; the import strategy and assortment of imported products are selected; relations with internal and external partners are established); organizational and economic (the choice of forms and methods of work in the foreign market is carried out, marketing support of foreign economic activity is organized); commercial (the mechanism of implementation of the export – import strategy and ancillary operations (transport, insurance, currency, financial and credit) is being developed). Attention was paid to the analysis of the process of choosing a foreign partner, namely, formulated factors, revealed the essence of the methodology, lists sources of reference and statistical information. The list of indicators chosen to characterize an enterprise as a subject of foreign economic activity depends on the purpose the firm sets for itself when choosing a foreign partner. The most

important factors to be managed are the reputation of the enterprise and its products, reliable financial position and solvency, sufficient production and scientific and technical potential. The planning system is detailed through the functions of goal setting, forecasting, modeling, programming.

Key words: foreign economic activity, planning, globalization, strategy, indicators of economic activity.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) розглядається нами як раціональний шлях вітчизняних підприємств до мети пом'якшення несприятливих умов функціонування, підвищення конкурентоспроможності. Слід зазначити, що формування зовнішньоекономічного сектору в Україні відбувається в умовах реформування міжнародної економіки як наслідку актуалізації тенденцій глобалізації. Посилюється тенденція до створення й подальшого розвитку інтегрованих економічних просторів. Сутність змін полягає в генерації на мега-економічному рівні багатополлярної системи суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за радикальної зміни центрів гео-економічного впливу і співвідношення сил між ними.

Прагнення до максимізації прибутку спонукає українські підприємства до виходу на міжнародний ринок. При цьому суб'єкти господарської діяльності стикаються з рядом чинників, що посилюють невизначеність, серед них: наднаціональна конкуренція, збільшення факторів мінливості ринкової кон'юнктури, коливання валютних курсів, політична нестабільність, специфічність ведення бізнесу в розрізі країн-партнерів (особливості адміністративного, митно-тарифного та бюрократичного характеру). За вище зазначених умов ефективність ЗЕД підприємства буде визначатися, в першу чергу, системою управління з акцентом на планування, що є однією з ключових функцій у такій системі. Своєчасне вивчення проблем, бачення перспективи надає змогу виявити можливі ризики і вжити необхідні заходи запобігання негативним, небажаним результатам; окреслити фактори, за яких можливе досягнення стратегічних цілей.

Україна за показниками ЗЕД займає далеко не лідируючі позиції у світі, хоча має великий експортний потенціал, і значну кількість конкурентоспроможних розробок у різних галузях економіки. Цей факт посилює запит на дослідження та аналіз інструментарію планування ЗЕД.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес планування зовнішньоекономічної діяльності в Україні в умовах зміни основних параметрів міжнародної економіки викликає зацікавленість у науковців, управлінців, економістів-практиків і потребує детального вивчення та аналізу. Теоретичні аспекти

планування досліджувалися наступними вченими: Бабець Є. [1], Ковтун Е. [2], Коваленко О. [3], Майданюк Т. [4], Іванова В. [5], Пшик-Ковальська О. [6].

Мета роботи: дослідження процесу планування зовнішньоекономічної діяльності в умовах реформування міжнародної економіки як наслідку актуалізації тенденцій глобалізації.

Основні результати дослідження. Українські підприємства — суб'єкти ЗЕД розширюють міжнародні зв'язки країни, включаючись у міжнародний поділ праці. При цьому, вони стикаються з однією з найголовніших проблем українських підприємств — низькою конкурентоспроможністю української продукції. Поряд з даним явищем вагомого значення для діяльності підприємств на міжнародному ринку набуває формування раціональної послідовності дій, тобто планування.

По своїй суті планування ЗЕД є різновидом планування як загальної функції управління підприємства, при цьому відбувається перенесення в площину міжнародного ринку, а тому генерується ряд специфічних ознак.

Підприємства, які діють на міжнародному ринку, потребують ефективної системи планування в значно більшій мірі, ніж ті, діяльність яких обмежується національним господарством. Даний факт обумовлено тим, що фірми, які здійснюють ЗЕД, стикаються з такими проблемами та перешкодами, як, зокрема, необхідність врахування майбутніх коливань валютних курсів, виробничо-збутової політики підприємств-конкурентів, відмінностей цін між країнами, міжнародної конкуренції та ряду інших факторів.

Результатом планування є розробка системи визначальних показників господарської діяльності в сферах закупівлі сировини, матеріалів і товарів; виробництва; збуту; управління розміром запасів; руху фінансових потоків; найму робочої сили тощо.

Планування ЗЕД — це процес визначення параметрів перспективного стану об'єкта управління (підприємства, що діє на міжнародному ринку) відповідно до поставлених цілей та формування програми дій з їх досягнення з урахуванням об'єктивних обмежень в можливостях залучення ресурсів.

Можливі цілі включення у ЗЕД:

– цілі експорту: розширення виробництва; збільшення прибутку за рахунок освоєння нових

ринків; отримання економії на масштабах виробництва; підвищення чи підтримка техніко-економічного рівня виробництва під впливом міжнародної конкуренції;

- цілі імпорту: розширення виробництва; збільшення прибутку за рахунок нових внутрішніх ринків; модернізація і розширення виробничого потенціалу.

У сфері ЗЕД планування розглядається в широкому та вузькому розумінні. У вузькому розумінні планування ЗЕД є послідовним процесом, завдяки реалізації якого встановлюються стратегічні, тактичні та оперативні цілі такої діяльності, формується та реалізується комплекс оптимальних, взаємопов'язаних заходів управлінського впливу. В широкому розумінні планування ЗЕД являє собою вид управлінської діяльності, спрямованої на визначення цілей та завдань з подальшим розробленням та здійсненням комплексу послідовних та взаємопов'язаних заходів (визначення методології, аналізування та прогнозування усіх вад та переваг, забезпечення необхідним обсягом ресурсів).

В ЗЕД планування здійснюється на основі аналізу наступних блоків:

- виробничо-господарський: визначається експортна стратегія; обирається імпортна стратегія та асортимент імпортової продукції; здійснюється налагодження зв'язків з внутрішніми та зовнішніми партнерами;
- організаційно-економічний: здійснюється вибір форм та методів роботи на зовнішньому ринку, організовується маркетинговий супровід ЗЕД;
- комерційний: розробляється механізм реалізації експортно-імпортової стратегії та допоміжних операцій (транспортних, страхових, валютних, фінансово-кредитних).

Зупинимо свою увагу на процесі вибору зарубіжного партнера. Він залежить від сукупності чинників, які відповідають меті виходу підприємства на зовнішні ринки. Серед них:

- вид зовнішньоекономічної угоди, що планується (експортна, імпортна, ліцензійна, компенсаційна, страхування, кредитування тощо);
- предмет угоди (купівля-продаж товару чи надання послуг);
- фінансово-економічні умови угоди (наявність авансового платежу, купівля в кредит тощо).

У міжнародній практиці з урахуванням загальноприйнятих методик оцінки потенційних партнерів виділяють характеристики, які важливо враховувати при організації ЗЕД.

1. Кількісні показники діяльності: масштаб операцій, ступінь платоспроможності кількості

зайнятих (в тому числі в НДДКР), частка продукції в загальному обсязі виробництва підприємства й галузі тощо.

2. Ділова репутація підприємства. Вона визнається добросовісністю у виконанні зобов'язань, досвідом ведення бізнесу, комунікативними характеристиками.

3. Досвід попередніх угод. За наявності рівних умов у потенційних партнерів перевага надається тому, хто добре зарекомендував себе при виконанні попередніх домовленостей.

4. Позиції підприємства у ланцюгу постачань: роль посередника, виробника продукції, споживача продукції.

Виділені характеристики слід враховувати при плануванні ЗЕД не лише при виборі потенційних партнерів з-за кордону, а й з метою формування розуміння алгоритму оцінки підприємства з боку інших суб'єктів.

Для предметного вивчення можливих підприємств-партнерів використовуються наступні джерела статистичної та довідкової інформації: довідники, що видаються інформаційно-довідковими агентствами, асоціаціями, торгово-промисловими палатами; річні звіти, каталоги, ювілейні та рекламні видання, проспекти підприємств; матеріали спеціалізованих інформаційних компаній; матеріали періодичної преси; довідники банків; статистичні публікації окремих країн і спеціалізованих органів ООН з економіки в цілому та окремих галузей зокрема.

Планування є початковою з-поміж решти функцій управління, оскільки прийняте на етапі планування рішення визначає характер та цілеспрямованість здійснення всіх інших функцій управління. При цьому планування виконує ряд функцій: встановлення мети, прогнозування, моделювання, програмування.

Функція встановлення мети передбачає всебічну якісну оцінку майбутнього стану системи, для якої вона розробляється й має давати закінчене та комплексне уявлення про майбутній стан системи.

Функція прогнозування полягає у передбаченні можливих змін на міжнародній арені, вибір на основі цього альтернативних планів, оцінка можливого стану підприємства при виборі підприємством тієї чи іншої ринкової стратегії.

Моделювання — це наукова теорія побудови і реалізації моделей, за допомогою яких досліджуються явища, які відбуваються в середині підприємства, що здійснює ЗЕД та явища на міжнародному ринку.

Програмування являє собою сукупність заходів, спрямованих на вирішення конкретної проблеми і жорстко пов'язують цільові завдання і параметри діяльності з їх досягнення.

Висновки. Планування ЗЕД — це вид управлінської діяльності та процес встановлення цілей на міжнародному ринку, які підприємство передбачає досягнути за встановлений період часу, а також способів досягнення таких цілей. В ЗЕД планування здійснюється після аналізу трьох основних блоків: виробничо-господарського, організаційно-економічного; комерційного. При цьому планування виконує ряд функцій: встановлення мети, прогнозу-

вання, моделювання, програмування. Вибір тих чи інших показників, що характеризують підприємство як суб'єкта ЗЕД, залежить від мети, яку ставить перед собою підприємство при виборі іноземного партнера. У будь-якому випадку найбільш важливими факторами, якими необхідно керуватися, є репутація підприємства і його продукції, надійне фінансове становище і платоспроможність, достатній виробничий і науково-технічний потенціал.

Література

1. Бабець Є.К. Управління зовнішньоекономічною діяльністю з позицій функцій менеджменту / Є.К. Бабець, В.І. Шалацький // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2010. Вип. 26.
2. Ковтун Е. Планування ЗЕД на підприємствах малого та середнього бізнесу / Е. Ковтун, Т. Малашевська. URL: http://conftiapv.at.ua/publ/konf_6_7_traven_2010/14_planuvannja_zed_na_pidpriemstvakh_malogo_ta_seredno-go_biznesu/1-1-0-18
3. Коваленко О.М. Особливості складання бізнес-плану зовнішньоекономічної діяльності. URL: <http://nauka-ua.ency.biz/?p=8301>
4. Майданюк Т.Г. Рівні планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств. URL: http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2011/Economics/2_87307.doc.htm.
5. Іванова В.В. Планування діяльності підприємства / В.В. Іванова. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 472 с.
6. Пшик-Ковальська О.О. Процес планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13913/1/68_468-472_Vis_727_Menegment.pdf

References

1. Babets' YE.K. Upravlinnya zovnishn'oekonomichnoyu diyal'nisty z pozytsiy funktsiy menedzhmentu / YE.K. Babets', V. I. Shalats'kyi // Naukovi pratsi KNTU. Ekonomichni nauky. 2010. Vyp. 26.
2. Kovtun E. Planuvannya ZED na pidpryyemstvakh maloho ta seredn'oho biznesu / E. Kovtun, T. Malashevs'ka. URL: http://conftiapv.at.ua/publ/konf_6_7_traven_2010/14_planuvannja_zed_na_pidpriemstvakh_malogo_ta_seredno-go_biznesu/1-1-0-18
3. Kovalenko O.M. Osoblyvosti skladannya biznes-planu zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti. URL: <http://nauka-ua.ency.biz/?p=8301>
4. Maydanyuk T.H. Rivni planuvannya zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstv. URL: http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2011/Economics/2_87307.doc.htm
5. Ivanova V. V. Planuvannya diyal'nosti pidpryyemstva / V. V. Ivanova K.: Tsentr navchal'noyi literatury, 2006. 472 s.
6. Pshyk-Koval's'ka O.O. Protses planuvannya zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstva. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13913/1/68_468-472_Vis_727_Menegment.pdf

Савчук Наталія Володимирівна

доктор економічних наук,

професор кафедри міжнародних фінансів

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Савчук Наталия Владимировна

доктор экономических наук,

профессор кафедры международных финансов

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

Savchuk Natalia

Doctor of Economics,

Professor of the Department of International Finance

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Чивіленко Лариса Анатоліївна

здобувач кафедри міжнародних фінансів

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Чивиленко Лариса Анатольевна

соискатель кафедры международных финансов

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

Chivilenko Larisa

Postgraduate of the Department of International Finance

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-9-5202

МОДИФІКАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ФІНАНСОВИХ КОМПАНІЙ

МОДИФИКАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ КОМПАНИЙ

MODIFICATIONS OF INNOVATIVE BUSINESS MODELS OF FINANCIAL COMPANIES

Анотація. У статті відзначено здатність до частих і успішних модифікацій інноваційних бізнес-моделей, що підвищує стійкість фінансових компаній до змін в їх середовищі і веде до конкурентноспроможності. Представлено основні сфери корпоративної диверсифікації та виділено конфігурації інноваційних бізнес-моделей: стартапи, трансформаційні, диверсифіковані. Розглянуто характерні риси інноваційної бізнес-моделі фінансової компанії. Розглянуто вісім необхідних елементів бізнес-моделі: позиціонування, розміщення/розподіл, процеси, продукт, фізичний досвід, просування/продаж/маркетинг, ціноутворення, люди.

Приведено приклади модифікованих бізнес-моделей фінансових компаній, які акумулюють ці 8 елементів. Приведено приклад системи адаптування операційної моделі до нових стратегій в універсальному комерційному банку, що належить до класу імітаційних програмних продуктів «Управління банком», який застосовується як для обробки рішень відповідно до стратегічного планування банківської діяльності, так і для підготовки спеціалістів організації й управління діяльністю комерційного банку. Такий підхід сприяє підвищенню ефективності стратегічного фінансового планування, у покращенні фінансових показників банку, підвищення його рейтингу. Здійснено послідовний аналіз модифікації бізнес-моделей.

Показано, що штучний інтелект, машинне навчання і великі дані стають центральними в рішеннях сучасних фінансових технологій, оскільки фірми шукають нові області фінансових інновацій.

Ключові слова: модифіковані бізнес-моделі, стартапи, трансформаційні бізнес-моделі, диверсифіковані бізнес-моделі, інновації, конкурентоспроможність.

Аннотація. В статье отмечено способность к частым и успешным модификациям инновационных бизнес-моделей, повышает устойчивость финансовых компаний к изменениям в их среде и ведет к конкурентоспособности. Представлены основные сферы корпоративной диверсификации и выделены конфигурации инновационных бизнес-моделей: стартапы, трансформационные, диверсифицированы. Рассмотрены характерные черты инновационной бизнес-модели финансовой компании. Рассмотрены восемь необходимых элементов бизнес-модели: позиционирование, размещение / распределение, процессы, продукт, физический опыт, продвижение / продажи / маркетинг, ценообразование, люди.

Приведены примеры модифицированных бизнес-моделей финансовых компаний, которые аккумулируют эти 8 элементов. Приведены пример системы адаптации операционной модели к новым стратегиям в универсальном коммерческом банке, принадлежащий к классу имитационных программных продуктов «Управление банком», который применяется как для отделки решений в соответствии с стратегического планирования банковской деятельности, так и для подготовки специалистов организации и управления деятельностью коммерческого банка. Такой подход способствует повышению эффективности стратегического финансового планирования, в улучшении финансовых показателей банка, повышение его рейтинга. Осуществлен последовательный анализ модификации бизнес-моделей. Показано, что искусственный интелект, машинное обучение и большие данные становятся центральными в решениях современных финансовых технологий, поскольку фирмы ищут новые области финансовых инноваций.

Ключевые слова: модифицированные бизнес-моделі, стартапы, трансформационные бизнес-моделі, диверсифицированные бизнес-моделі, инновации, конкурентоспособность.

Summary. The article points to the ability to make frequent and successful modifications to innovative business models, which increases the resilience of financial companies to changes in their environment and leads to competitiveness. The main areas of corporate diversification are presented and configurations of innovative business models are highlighted: start-ups, transformational, diversified. The characteristics of an innovative business model of a financial company are considered. Eight essential elements of the business model are considered: positioning, placement / distribution, processes, product, physical experience, promotion / sales / marketing, pricing, people.

Examples of modified business models of financial companies that accumulate these 8 elements are given. An example of an operating model adaptation system to new strategies in the universal commercial bank, which belongs to the class of bank management imitation software products, is used for both processing decisions in accordance with the strategic planning of banking activities, as well as for training specialists in the organization and management of commercial bank activities. This approach helps to increase the effectiveness of strategic financial planning, to improve the financial performance of the bank, to increase its rating. Consistent analysis of business model modification is performed. It has been shown that artificial intelligence, machine learning and big data are central to today's financial technology solutions as firms look for new areas of financial innovation.

Key words: modified business models, startups, transformational business models, diversified business models, innovations, competitiveness.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Бізнес-модель — аналітична одиниця, яка систематично визначає відправну точку для інновацій. Це означає, що компанії можуть змінювати частини своєї бізнес-моделі і створювати перевагу над конкурентами. Взагалі інновації пов'язані тільки з новими, інноваційними продуктами або технічними оновленнями [1, с. 1475]. Бізнес-модель інновацій є свідомою зміною існуючої бізнес-моделі або створення нової бізнес-моделі, яка краще задовольняє потреби клієнта, ніж існуючі. Від стартапу до тран-

снаціональних корпорацій, приватних і державних підприємств, хмарних та інших фінансових компаній використовуються інноваційні бізнес-моделі для різних цілей: планування бізнесу; залучення капіталу; оцінки бізнесу; прийняття рішення. Зміни в поведінці клієнтів, глобалізація та технологічні інновації в даний час створюють нові можливості для модифікації інноваційних бізнес-моделей [2, с. 101]. Інновації бізнес-моделі можуть бути розроблені навколо процесу збору, організації та узагальнення внутрішніх (вдосконалення асортименту товарів, рекомендацій щодо продуктів та рекламних зусиль) та зовнішніх

даних (спрощення процесу дослідження ринку та збільшення ймовірності виявлення незадоволеної потреби споживача) [3, с. 181].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відзначимо, що здатність до частих і успішних модифікацій інноваційних бізнес-моделей підвищує стійкість фінансових компаній до змін в їх середовищі і веде до конкурентоспроможності [1; 2]. Отже, основні сфери застосування цієї концепції були в корпоративної диверсифікації, а також в сфері венчурного бізнесу і запуску. Представимо основні визначення інноваційної бізнес-моделі в сучасній економічній літературі. Інноваційна бізнес-моделі — це заміна бізнес-моделі, які надають фінансові послуги користувачам, які раніше були недоступними [2]. Інноваційна бізнес-модель змінює одне або кілька вимірів бізнес-моделі так, що створюється і реалізується нова конфігурація елементів [5]. Інноваційна бізнес-модель може надати фінансовим компаніям вихід з гострої конкуренції, при якій легко унаслідуються інновації в продуктах і процесах [6]. М. W. Johnson, С. М. Christensen, Н. Kagermann у праці [9] зазначають що інноваційна бізнес-модель визначає структуру фінансового ланцюжка створення вартості, необхідної для створення і розподілу пропонованих і додаткових активів для підтримки позиції в ланцюжку. М. Geissdoerfer, N.M.P. Bocken, E. J. Hultink у науковій роботі [8] підкреслюють, що інновація бізнес-моделі — це ітеративна подорож виконання робіт паралельно з безперервним аналізом отриманих результатів, коригуванням попередніх етапів роботи і в кожній фазі розвитку проходження повторення циклу. Дослідники L. Massa, С. Tucci, А. Afuah у статті [7] доводять, що інноваційна бізнес-модель описує або процес переходу від однієї бізнес-моделі до іншої в діючих фінансових компаніях, або після злиття і поглинань, або створення абсолютно нових бізнес-моделей у стартапі. У науковій праці [12] S. Schaltegger, E. G. Hansen, F. Lüdeke-Freund зазначають, що інноваційна бізнес-модель змінює конфігурацію всієї бізнес-моделі або окремих її елементів, і є реакцією на можливості чи проблеми в середовищі фінансової компанії, або засобом диверсифікації та інновацій.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Показати шляхи модифікації старої моделі, яка ставить компанію в несприятливий конкурентне становище і повинна бути змінена. Визначити основні моменти модифікації фінансової компанії по мірі того, як фінансова компанія розвивається від початкової стадії до зрілості. Показати як нові технології, такі як штучний інтелект і машинне навчання, перетворюють бізнес-моделі галузі, пропонуючи

нову операційну систему, модель для досягнення стійкого зростання, а також привести рекомендації до виконання.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Можна виділити конфігурації інноваційних бізнес-моделей: стартапи, трансформаційні, диверсифіковані.

Розглянемо характерні риси інноваційної бізнес-моделі фінансової компанії [3].

1. У кожній працюючій фінансової компанії є бізнес-модель.

2. Бізнес-модель фінансової компанії повинна змінитися, щоб забезпечити її успіх і, в кінцевому підсумку, виживання.

3. Бізнес-модель слід розглядати як окрему нову аналітичну одиницю. Основна увага приділяється формуванню цінності для клієнта, а також контролюванню вартості компанії.

4. Інновація бізнес-моделі — це процес зміни бізнес-моделі, які, навіть незначні, приносять користь клієнтам і фінансовим компаніям.

5. Нові бізнес-моделі можуть бути спеціально створені. Інструменти візуалізації, такі як 4-мірна концепція, бізнес-модель Canvas або BMI Pattern Cards, підтримують цей процес.

6. Нові бізнес-моделі потребують розробки за принципами тестування прототипу проекту.

7. Інновації бізнес-моделі не обов'язково вимагають розробки абсолютно нових концепцій. За даними Університету Санкт-Галлена, 90 відсотків усіх інновацій бізнес-моделей фінансових компаній — це нові комбінації з частин «старих» або «інших» бізнес-моделей. Тому інновації зазвичай представляють собою поєднання вже існуючих ідей.

8. Інновація бізнес-моделі не обов'язково повинна бути пов'язана з новою технологією або новим продуктом. Однак інновації бізнес-моделі часто необхідні для отримання вигоди від радикальних інновацій в продуктах.

9. Фінансова компанія може керувати кількома бізнес-моделями одночасно. Аналогічним чином, кілька бізнес-моделей можуть бути успішними одночасно в фінансовій галузі.

10. Інноваційні бізнес-моделі можуть революціонізувати всю фінансову галузь.

Розглянемо вісім необхідних елементів бізнес-моделі [4; 5]: позиціонування, розміщення/розподіл, процеси, продукт, фізичний досвід, просування/продаж/маркетинг, ціноутворення, люди.

Приведемо приклади модифікованих бізнес-моделей фінансових компаній, які акумулюють ці 8 елементів [6].

1. З точки зору позиціонування розглянемо Simple Bank, заснований у 2009 році для надання основних банківських продуктів, таких як перевірка рахунків через мобільний телефон і Інтернет. Зосередивши увагу на таких атрибутах, як простота, мрії, легкість і краса, банк швидко ріс. Команда запустила свою бета-версію в 2012 році, і до кінця 2013 року банк обробляв в середньому близько 13 дебетових транзакцій в хвилину із загальним балансом клієнтів в 64 млн. дол. США [7].

2. Зі сторони розміщення розглянемо Common-Bond, компанію, яка надає фінансові послуги, яка була заснована в 2012 році для об'єднання студентів, які мали потребу у шкільному кредиті, і для випускників, бажаних вносити інвестиції. Компанія швидко привернула увагу інвесторів. На сьогоднішній день вони мають більше 1 млрд. дол. США в обігу [7].

3. У світі фінансових послуг Alibaba використовує процесний підхід для переосмислення кредитування малого бізнесу в Китаї. Їх платформа, свого роду e-Bay-meet-Amazon, пропонує майже мільярд продуктів і є одним з 20 найбільш відвідуваних веб-сайтів у світі. Торговці, які продають на платформі, іноді потребують фінансування, щоб виконувати замовлення. Так як Alibaba має в своєму розпорядженні дані про транзакції продавців, які продають на своїй платформі, вони можуть використовувати ці дані для швидкого і ефективного прийняття рішень по кредитах [8].

4. З точки зору товару розглянемо Transfer-Wise, фінансову компанію, засновану двома друзями, які розробили процес, який дозволяє людям в різних країнах переводити гроші безпосередньо на рахунки один одного, а не стикатися зі складними процесами банків і постійно змінюваними комісіями. Запущена в 2011 році, компанія має понад мільйон клієнтів, які відправляють понад 1 мільярд доларів в місяць [9].

5. У площині фізичного досвіду у секторі фінансових послуг Biocatch використовує портфель патентів, щоб допомогти фінансовим установам знизити рівень шахрайства, не тільки перевіряючи справжність клієнтів, але і постійно відстежувати їх взаємодію [10].

6. З огляду на просування, наприклад, завдяки придбання Fin-Tech стартапу e-Money Fidelity використовує передове програмне забезпечення для фінансового планування, яке значно покращує зв'язок між фахівцями з фінансового планування та їх клієнтами. Замість того, щоб сидіти з ручками і формами, планувальники можуть ділитися інтерактивними діаграмами, поновлюваними останніми даними про акції та фондах. Це дає можливість оріє-

нтуватися на клієнтів, доставляти персоналізовані повідомлення, проводити глибоку персоналізацію і змінювати можливості, які будуть визначати успіх [11; 12].

7. Зі сторони ціноутворення розглянемо організацію Stockpile, яка за допомогою подарункових карт, які можна знайти в місцевому продуктовому магазині, дозволяє вам купувати додаткові акції в таких компаніях, як Facebook, Activision, Apple, Amazon.com і Berkshire Hathaway.

8. Люди пов'язані з тим, як компанія залучає, утримує, організовує і стимулює працівників. Невелика команда, гнучкі структури, які взяли такі технологічні фірми, як Google і Zappos, проникають через IT-відділи великих фінансових установ в бізнес. ING, голландська банківська група є лідером цього руху в світі фінансових послуг. У 2015 році компанія розбила свої стандартні ієрархічні групи приблизно на 350 «загонів» з дев'яти чоловік, а потім згрупувала їх в 13 «племен». Такі «гнучкі» підходи до організації дозволили ING прискорити вихід на ринок, підвищити залученість співробітників і поліпшити продуктивність [11].

Приведемо приклад системи адаптування операційної моделі до нових стратегій в універсальному комерційному банку, що належить до класу імітаційних програмних продуктів «Управління банком», який застосовується як для обробки рішень відповідно до стратегічного планування банківської діяльності, так і для підготовки спеціалістів організації й управління діяльністю комерційного банку. Вона базується на потоковій моделі операційної діяльності банку і дає змогу порівнювати різні стратегії управління банківськими операціями (Рис. 1).

Такий підхід сприяє підвищенню ефективності стратегічного фінансового планування, у покращенні фінансових показників банку, підвищенні його рейтингу. Продовжуючи послідовний аналіз модифікації бізнес-моделей відмітимо, що штучний інтелект, машинне навчання і великі дані стають центральними в рішеннях сучасних фінансових технологій, оскільки фірми шукають нові області фінансових інновацій.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, бізнес-модель фінансової компанії спочатку визначає цільові групи клієнтів. Потім формулюються маркетингові стратегії, щоб охопити ці групи і переконати їх співпрацювати з компанією. Нові можливості отримання доходу часто з'являються, коли модель фінансової компанії виявляється успішною. Керівництво виявляє, що продукти або послуги, створені для однієї групи, можуть бути

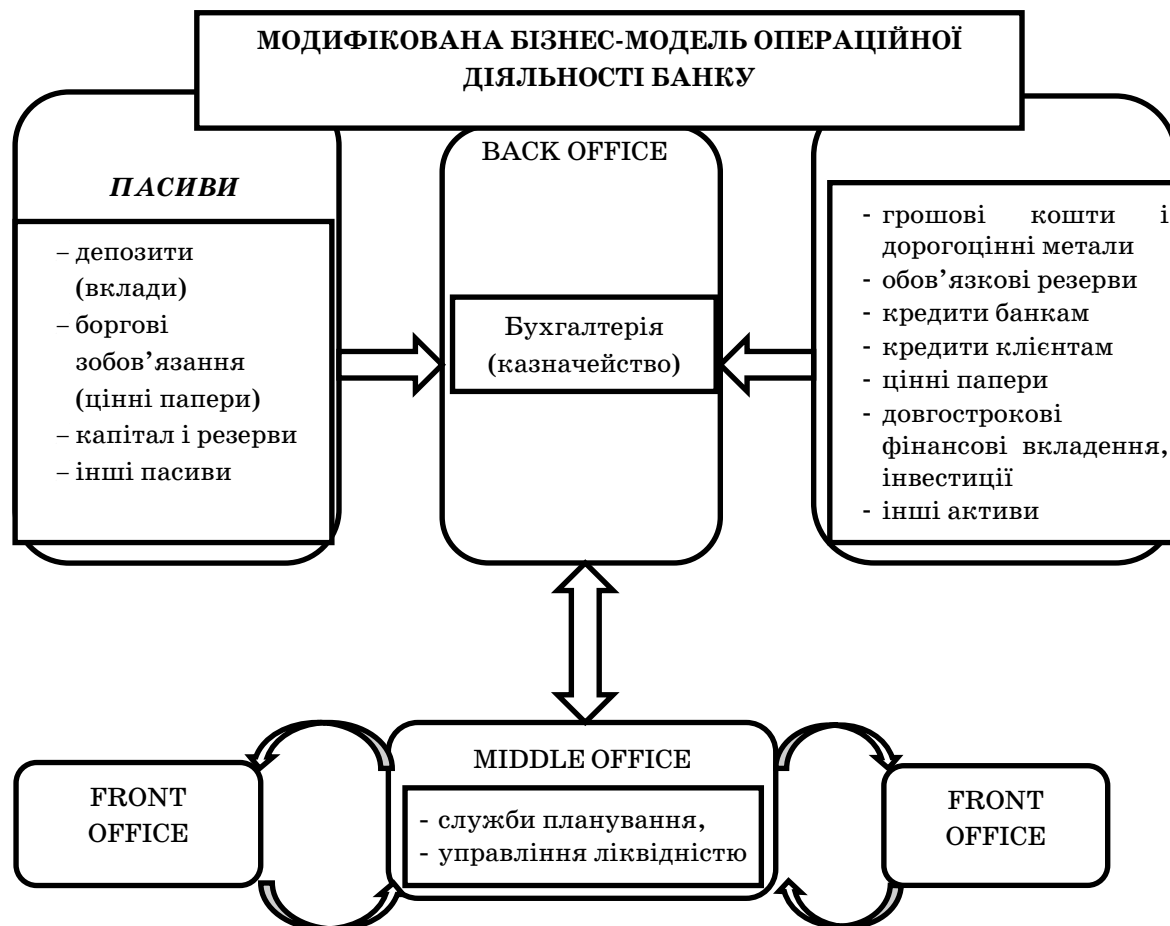


Рис. 1. Модифікована бізнес-модель операційної діяльності банку

Джерело: [12]

корисні і для інших груп. Так чином, бізнес-модель модифікується і розширюється, щоб включати нові ринки, які компанія має намір досягти.

Взагалі бізнес-модель розробляється, щоб допомогти фінансовій компанії створити конкурентну перевагу. Конкуренти відповідають, створюючи свої власні моделі для того, щоб створити свої власні переваги. Коли стара модель ставить компанію в несприятливий конкурентне становище, вона повинна бути змінена. Це може привести до радикальних змін, таких як питання додавання елементів в ціннісну пропозицію, щоб клієнти відчували, що вони отримують за свої гроші більше сервісу, ніж раніше. По мірі того, як фінансова компанія розвивається від початкової стадії до зрілості, бізнес-модель модифікується разом з нею. Нові технології, такі як

штучний інтелект і машинне навчання, перетворюють бізнес-модель галузі, пропонують нову операційну систему, модель для досягнення стійкого зростання, і рекомендувати шляхи до виконання. Компанії, що надають фінансові послуги, можуть бути зруйновані недовершеністю своїх бізнес-моделей, а також своєю залежністю від процесів поколінь, які роблять зміни повільними і дорогими.

Таким чином, інноваційна технологія є катализатором. Ті фінансові компанії, які постійно працюють над модифікацією своїх бізнес-моделей знайдуть нові можливості для зростання, прийнявши по-справжньому цілісний підхід до розуміння і обслуговування клієнтів, зниження ризиків, створення високо масштабованих і адаптивних платформ, а також використання можливостей екосистем.

Літєратура / References

1. Joyce, R. Paquin, Y. Pigneur. The triple layered business model canvas: a tool to design more sustainable business models. *J. Clean. Prod.*, 135 (2016), pp. 1474–1486.
2. Upward, P. Jones. An ontology for strongly sustainable business models defining an enterprise framework compatible with natural and social science. *Organ. Environ.*, 29 (2015), pp. 97–123.
3. D. J. Teece. Business models, business strategy and innovation. *Bus. Model*, 43 (2010), pp. 172–194.
4. Gubler, Z. J. (2010). Instruments, Institutions and the Modern Process of Financial Innovation. URL: <http://ssrn.com/abstract=1608409>. 4 (дата звернення 01.07.2019)
5. K. Girotra, S. Netessine. OM forum — business model innovation for sustainability *Manuf. Serv. Oper. Manag.*, 15 (2013), pp. 537–544.
6. L. Massa, C. Tucci, A. Afuah. A critical assessment of business model research. *Acad. Manag. Ann.*, 11 (2017), pp. 73–104.
7. Llewellyn, D. T. (2009). Financial Innovation and the Economics of Banking and the Financial System. In: L. Anderloni, D. T. Llewellyn, R. H. Schmidt, *Financial Innovation in Retail and Corporate Banking*. Cheltenham: Edward Elgar.
8. M. Geissdoerfer, N.M.P. Bocken, E. J. Hultink. Design thinking to enhance the sustainable business modelling process. *J. Clean. Prod.*, 135 (2016), pp. 1218–1232.
9. M. W. Johnson, C. M. Christensen, H. Kagermann. Reinventing your business model. (cover story). *Harv. Bus. Rev.*, 86 (2008), pp. 50–59.
10. N.M.P. Bocken, I. de Pauw, C. Bakker, B. van der Grinten. «Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, Taylor & Francis, 33 (5) (2016), pp. 308–320.
11. Pantalone, C. C., Welch, J. B. (1987). Innovative Financing. How New Financial Strategies Have Reshaped American Business. *Financial Executive*, Nr 4, 33–35.
12. S. Schaltegger, E. G. Hansen, F. Lüdeke-Freund. Business models for sustainability: origins, present research, and future avenues. *Organ. Environ.*, 29 (2016), pp. 3–10.

УДК 005.934:368.01/04(477)

Вергун Антоніна Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки
Київський національний університет технологій та дизайну*

Вергун Антонина Николаевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансов и финансово-экономической безопасности
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

Verhun Antonina

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Finance and Economic Security
Kyiv National University of Technologies and Design
ORCID: 0000-0002-2825-9511*

Мирна Оксана Сергіївна

*магістр зі спеціальності
фінанси, банківська справа та страхування
Київського національного університету технологій та дизайну*

Мирна Оксана Сергеевна

*магистр со специальности
финансы, банковское дело и страхование
Киевского национального университета технологий и дизайна*

Mirna Oksana

*Master's Degree in Specialty Finance, Banking and Insurance
Kyiv National University of Technologies and Design*

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5316

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ МЕХАНИЗМА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

THE ECONOMIC SUMMARY OF INSURANCE COMPANIES FINANCIAL SECURITY MECHANISM

Анотація. В умовах економічної невизначеності у багатьох страхових компаній виникають труднощі, пов'язані з відсутністю системи їх фінансової безпеки. В статті розкрито сутність фінансової безпеки страхових компаній, на їх роль і місце в фінансовій системі України. Авторами запропоновано під системою фінансової безпеки страхових компаній за внутрішньою будовою розуміти цілісну сукупність відносно відокремлених і, в той же час, взаємопов'язаних сфер і ланок, функціонування яких підпорядковується єдиній концепції, направлених на покращення характеристик фінансової безпеки страхових компаній на певному проміжку часу в умовах економічної невизначеності. Проаналізовано та систематизовано зовнішні та внутрішні фактори впливу на рівень фінансової безпеки страхових компаній. Виділено пріоритетні фінансові інтереси страхових організацій щодо забезпечення належного рівня фінансової безпеки.

Запропоновано механізм управління фінансовою безпекою, який ґрунтується на визначених принципах, методах та інструментах досягнення кінцевої мети діяльності підприємства, а саме – забезпечення фінансової безпеки в довгостроковій перспективі як основи його стійкого розвитку.

Встановлено, що реалізація механізму управління економічною безпекою страхової компанії здійснюється через багатифункціональний комплекс правових, інформаційно-аналітичних, фінансово-економічних, організаційно-управлінських і соціальних заходів, дія яких спрямована на протидію реальним та потенційним загрозам.

Ключові слова: фінансова безпека, безпека страхового ринку, механізм безпеки страхових компаній, фактори впливу на рівень безпеки.

Аннотация. В условиях экономической неопределенности во многих страховых компаний возникают трудности, связанные с отсутствием системы их финансовой безопасности. В статье раскрыта сущность финансовой безопасности страховых компаний, их роль и место в финансовой системе Украины. Авторами предложено под системой финансовой безопасности страховых компаний по внутреннему строению понимать целостную совокупность относительно обособленных и, в то же время, взаимосвязанных сфер и звеньев, функционирование которых подчиняется единой концепции, направленных на улучшение характеристик финансовой безопасности страховых компаний на определенном промежутке времени в условиях экономической неопределенности. Проанализированы и систематизированы внешние и внутренние факторы влияния на уровень финансовой безопасности страховых компаний. Выделены приоритетные финансовые интересы страховых организаций по обеспечению надлежащего уровня финансовой безопасности.

Предложен механизм управления финансовой безопасностью, основанный на определенных принципах, методах и инструментах достижения конечной цели деятельности предприятия, а именно – обеспечение финансовой безопасности в долгосрочной перспективе как основы его устойчивого развития.

Установлено, что реализация механизма управления экономической безопасностью страховой компании осуществляется через многофункциональный комплекс правовых, информационно-аналитических, финансово-экономических, организационно-управленческих и социальных мероприятий, действие которых направлено на противодействие реальным и потенциальным угрозам.

Ключевые слова: финансовая безопасность, безопасность страхового рынка, механизм безопасности страховых компаний, факторы влияния на уровень безопасности.

Summary. In the condition of economic uncertainty, many insurance companies have difficulties with their lack of financial security. The article describes the essence of financial security of insurance companies, their role and place in the financial system of Ukraine. The authors propose, under the internal financial structure of insurance companies, to understand in their entirety a set of relatively separate and, at the same time, interrelated spheres and units whose functioning is subordinated to a single concept aimed at improving the financial security characteristics of insurance companies over a period of time of economic uncertainty. Have been analyzed and systematized external and internal factors influencing the level of financial security of insurance companies. Priority financial interests of insurance organizations to ensure the proper level of financial security are highlighted. Priority financial interests of insurance organizations in ensuring the proper level of financial security are highlighted.

The mechanism of financial security management is proposed, which is based on certain principles, methods and instruments of achieving the ultimate goal of the enterprise activity, namely – ensuring financial security in the long run as a basis for its sustainable development.

It is established that the implementation of the mechanism of managing the economic security of an insurance company is carried out through a multifunctional complex of legal, information-analytical, financial-economic, organizational-managerial and social measures, the action of which is aimed at counteracting real and potential threats.

Key words: financial security, insurance market security, security mechanism of insurance companies, factors influencing the level of security.

Постановка проблеми. На етапі сучасного розвитку, що характеризується вченими як епоха глобалізації, питання фінансової безпеки страхового ринку не втратило своєї гостроти, а навпаки, ще більше актуалізувалося. Глобалізація фінансової сфери, що проявляється у розвитку міжнародних фінансових ринків, системи транснаціональних

страхових компаній, перестрахування, формуванні розгалуженої мережі глобальних комп'ютерних мереж, які забезпечують миттєві переміщення капіталів, створює можливість руйнування навіть стійких фінансових систем. Це надає необхідність на розробку концепцій фінансової та економічної безпеки, зокрема, безпеки страхового ринку в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань, пов'язаних з дослідженням фінансової безпеки як наукової категорії висвітлено в працях таких науковців як О. Амосов, І. Бланк [1], М. Єрмошенко [4], Є. Картузов, В. Мельник, Н. Ніколаєва, П. Пашко, І. Тарасенко [8], С. Юрій [2] та багато ін. Вагомий внесок у розвиток питань безпеки страхових компаній здійснили такі науковці як С. Ачкасова, О. Гладчук, І. Рекуненко, В. Смоляк, Н. Цимбаленко, С. Юдіна та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на значну кількість публікацій, їхнє наукове та практичне значення, низка питань стосовно розроблення проблеми забезпечення фінансової безпеки страхових організацій недостатньо досліджена, зокрема недостатньо розроблений механізм фінансової безпеки страхових організацій, що й зумовлює необхідність та актуальність дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є подальший розвиток теоретичних основ механізму забезпечення фінансової безпеки страхових компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. В процесі розвитку євроінтеграційних та глобалізаційних процесів, що супроводжуються посиленням конкурентної боротьби, зміною технологій виробництва, нововведеннями у податковому законодавстві, зміні процентних ставок і курсів валют має місце розширення спектру ризиків, що супроводжують діяльність підприємців і життя громадян, та посилення їх негативного впливу на економічні процеси.

В умовах сьогодення, яке характеризується високою мінливістю зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування суб'єктів господарювання, здійснення агресивної фінансової політики багатьма учасниками його фінансових відносин, актуальність формування системи фінансової безпеки страхового ринку загалом, та страхових компаній, як базової його ланки, зокрема, суттєво зростає [1].

Саме страхування створене забезпечувати передання ризику від страхувальника до страховика і тим самим підвищувати безпеку страхувальника-підприємця чи зберігати досягнутий рівень добробуту громадянина-страхувальника. Та з іншої сторони, страхова діяльність також зазнає негативного впливу зазначених подій, що знижує її гарантії спроможності відповідати за своїми зобов'язаннями та вимагає пошуку напрямів підвищення фінансової безпеки самого страховика, інакше страхування втрачає будь-який сенс. У зв'язку з цим, набуває актуальності питання про зміцнення фінансової безпеки (страхувальника і страховика) як однієї

з обов'язкових умов діяльності страхових компаній, що дозволяє їм функціонувати на ринку, та розробку заходів, спрямованих на підвищення їх фінансової безпеки.

Якщо відштовхуватись від практики попереднього десятиліття, то можна сказати, що однією з найбільш розповсюджених причин виникнення фінансової кризи і банкрутства ряду суб'єктів господарювання є саме відсутність ефективної системи їх фінансової безпеки.

М. Єрмошенко зазначає, що фінансова безпека є ґрунтовною складовою економічної безпеки держави, оскільки на фінансах базується будь-яка економіка, фінанси — кров економічної системи держави. Вчений обґрунтовує необхідність забезпечення і підтримки фінансової безпеки держави, тому що вона стосується не лише держави в цілому, а й усіх галузей національного господарства, приватних підприємців, усього суспільства [2].

Згідно Концепції фінансової безпеки України [3], фінансова безпека — складова економічної безпеки, яка характеризує стан захищеності життєво важливих (ключових) інтересів держави, регіонів, підприємницьких структур та громадян у фінансовій сфері від впливу широкого кола негативних чинників (загроз). Основними критеріями фінансової безпеки є достатність фінансових ресурсів, їх збалансованість та ліквідність, які уможливають нормальне існування та розвиток зазначених суб'єктів економічного життя.

В роботі С. Юрія [1] наведено такі підходи до визначення фінансової безпеки, які охоплюють як макрорівень, так і мікрорівень, зокрема:

- з позицій ресурсно-функціонального підходу, фінансова безпека — захищеність фінансових інтересів суб'єктів господарювання на усіх рівнях фінансових відносин; забезпеченість домашніх господарств, підприємств, організацій і установ, регіонів, галузей, секторів економіки держави фінансовими ресурсами, достатніми для задоволення їх потреб і виконання відповідних зобов'язань;
- з погляду статистики, фінансова безпека — такий стан фінансової, грошово-кредитної, валютної, банківської, бюджетної, податкової, інвестиційної, митно-тарифної і фондової систем, які характеризуються збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, здатністю попередити зовнішню фінансову експансію, забезпечити ефективне функціонування національної економічної системи і економічне зростання;
- у контексті нормативно-правового регламентування фінансова безпека передбачає створення

таких умов функціонування фінансової системи, за яких, по-перше, фактично відсутня можливість спрямовувати фінансові потоки в незакріплені законодавчими нормативними актами сфери їх використання і, по-друге, до мінімуму знижена можливість зловживання фінансовими ресурсами.

Отже, з позицій різностороннього підходу фінансова безпека — захищеність фінансових інтересів на усіх рівнях фінансових відносин; певний рівень незалежності, стабільності і стійкості фінансової системи країни в умовах впливу на неї зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих факторів, що складають загрозу фінансовій безпеці, а також здатність фінансової системи забезпечити ефективне функціонування сталого економічного зростання.

Сучасний стан світового страхового ринку пропонує зацікавитися не тільки страховою, але й фінансовою продукцією, яка, поряд із страховими послугами, включає також інші різновиди послуг фінансово-кредитного характеру. У зв'язку з цим, підвищується значимість інших зобов'язань страхових компаній, які не обмежуються відшкодуванням обумовлених у договорах страхування збитків. Таким чином, при оцінці фінансової безпеки страхової компанії необхідно враховувати не лише страхові, але й усі їх зовнішні зобов'язання.

Також відомо, що перші спроби щодо розтлумачення поняття «фінансова безпека страхової компанії» зроблені в роботі А. Єрмошенко. Зокрема, нею дано трактування сутності фінансової безпеки страхової компанії, як такого її фінансового стану, який характеризується збалансованістю системи фінансових показників, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, дозволяє своєчасно та в повному обсязі виконувати взяті на себе зобов'язання, а також забезпечує ефективний розвиток страхової компанії в поточному та наступних періодах.

Фінансові інтереси страхових компаній повинні інтегруватися у фінансові інтереси страхового ринку, що визначаються як важливі фінансові цінності та визначальні потреби учасників страхового процесу (страховиків, перестраховиків, страхових посередників, страхувальників) і держави, реалізація яких гарантує їх фінансову незалежність, добробут та самостійність у розробці фінансової політики і реалізації управлінських рішень, стійкість фінансового ринку та його розвиток у майбутньому[4].

В роботі І. Бланка зазначено, що фінансові інтереси окремого суб'єкта господарювання — це форма прояву його об'єктивних потреб у сфері фінансової діяльності, задоволення яких забезпечує реалізацію основних цілей фінансової діяльності на кожному з етапів його фінансового розвитку [1].

У зв'язку з необхідністю виконання не лише комерційної, але й соціальної функції страхування, головним фінансовим інтересом для страхової компанії, виступає максимізація ринкової вартості страховика з одночасним забезпеченням страхового захисту страхувальників.

Серед інших важливих (пріоритетних) фінансових інтересів страхових компаній слід виділити такі:

- забезпечення деякого мінімального рівня рентабельності власного капіталу та його зростання;
- достатність фінансових ресурсів для забезпечення розвитку страхової компанії;
- забезпечення фінансової стійкості та надійності страхової компанії;
- високий рівень інвестиційної активності страховика;
- зниження ризиків фінансової діяльності;
- забезпечення ліквідності та платоспроможності страхової компанії;
- забезпечення достатнього обсягу і ефективного співвідношення зібраних страхових премій та здійснених страхових виплат.

Забезпечення фінансової безпеки передбачає з'ясування і систематизацію явищ і подій, настання або здійснення яких прямо чи опосередковано впливає на фінансову діяльність страхової компанії та може становити для неї загрозу втрати чи зниження фінансової безпеки.

Також слід зазначити, що загрози фінансовій безпеці страхового ринку видозмінюються в залежності від стану та рівня розвитку фінансової системи і відрізняються характером та рівнем гостроти. Узагальнюючи різні позиції щодо загроз фінансовій безпеці, а також аналізуючи норми вітчизняного законодавства у цій сфері, за джерелами потенційних і наявних загроз, їх можна поділити на внутрішні та зовнішні.

Наявність зовнішніх загроз слід пов'язувати з організаційно-правовою, адміністративною та інституційною незавершеністю реформування страхової сфери, обмеженістю доступу до вітчизняних та світових фінансових ринків та політичною нестабільністю держави.

Загрози фінансовим інтересам страхових компаній, на всіх етапах його розвитку є об'єктивним, постійно діючим фактором, і тому вимагають уваги зі сторони їх керівництва.

Серед факторів, які чинять вплив на фінансову безпеку страхових компаній виділяють внутрішні та зовнішні, які систематизовано та наведено у табл. 1.

Отже, стабільний та ефективний розвиток страхових компаній можливий за умови діагностики безпечного середовища, постійного моніторингу

ймовірних ризиків, функціонування динамічної системи управління економічною безпекою.

Загалом фінансова безпека страхового ринку визначається обсягами та часткою страхових премій у ВВП, обсягами та рівнем виплат, величиною активів, сплачених статутних фондів, страхових резервів страховиків, напрямками розміщення капіталу, обсягами та рівнем перестраховування.

Внутрішня фінансова безпека страхової компанії залежить від рівня управління, наявності системи та стратегії фінансової безпеки, достатності капіталу, рівня професійної кваліфікації персоналу.

В умовах інтеграції України у світовий фінансовий простір, посилюється вплив міжнародних чинників на фінансову безпеку страхових компаній, що показали наслідки світової фінансової кризи [6].

Загрози виникають, у випадку, суттєвого негативного впливу факторів фінансової безпеки страхових компаній під якими розуміють наявні та потенційно можливі явища і чинники, що створюють суттєву небезпеку фінансовим інтересам страховиків, страхових посередників, страхувальників та державі.

У сучасних умовах невизначеності актуальними є питання розроблення механізму управління фінансовою безпекою, дія якого спрямована на протидію

кризовим явищам, забезпечення фінансової стійкості, формування системи управління фінансовою безпекою страхової компанії.

Формалізація механізму управління фінансовою безпекою страхових компаній передбачає визначення напрямів взаємодії основних елементів та характеристики їх основних управлінських функцій (рис. 1).

Формування механізму управління фінансовою безпекою ґрунтується на визначенні принципів, методів та інструментів досягнення кінцевої цілі діяльності підприємства — забезпечення фінансової безпеки в довгостроковій перспективі як основи його стійкого розвитку.

Механізм управління фінансовою безпекою підприємства призначений:

- 1) забезпечити фінансову стійкість, платоспроможність, ліквідність та достатню фінансову незалежність підприємства у довгостроковому періоді;
- 2) забезпечити оптимальне залучення та ефективне використання фінансових ресурсів підприємства;
- 3) ідентифікувати зовнішні і внутрішні небезпеки та загрози фінансовому стану підприємства та розробляти заходи для їх вчасного усунення;
- 4) самостійно розробляти та впроваджувати стратегію фінансової безпеки;

Таблиця 1

Зовнішні та внутрішні фактори, які чинять вплив на фінансову безпеку страхових компаній

Внутрішні фактори	Зовнішні фактори
рівень фінансової незалежності	загальний стан економіки та умови господарювання
обсяги зовнішнього та внутрішнього перестраховування;	рівень розвитку фінансового ринку, загалом, та страхового, зокрема наявність інвесторів
можливості додаткового залучення фінансових ресурсів;	соціальний стан споживачів страхових послуг і платоспроможний попит на них
структура страхових послуг	міра відкритості внутрішнього страхового ринку
конкурентоспроможність страхової компанії на ринку страхування	розмаїття фінансових інструментів для здійснення інвестиційної діяльності страховиком
наявність ефективної тарифної стратегії	обсяг і вартість залучення капіталу, залежність від конкретного джерела фінансування
впровадження нових видів страхових послуг та підвищення їх якості	податкова політика законодавчої та виконавчої влади у страховому бізнесі
структура капіталу	гарантованість розміщення конкретних фінансових інструментів
ефективність страхових операцій	наявність інформації про об'єкти інвестування
активність інвестиційної діяльності страхової компанії	рівень законодавчого забезпечення функціонування страхової сфери
	концентрація інтелектуальних ресурсів, задіяних у розвитку страхового ринку
	соціально-економічна стабільність
	політичний клімат у країні
	ступінь ризиків ринкових коливань
	схильність населення до страхових операцій

Джерело: побудовано авторами на основі [5; 8]

- 5) забезпечувати достатню фінансову незалежність підприємства;
- 6) забезпечувати достатню гнучкість при ухваленні фінансових рішень;
- 7) забезпечувати захищеність фінансових інтересів власників підприємства [8].

Ефективність механізму управління економічною безпекою страхової компанії значною мі-

рою залежить від виконання комплексу заходів організаційно-управлінського характеру. Заходи такого плану передбачають проведення організаційної роботи, пов'язаної з моніторингом та діагностикою загроз, діями щодо їх нейтралізації, мінімізації чи ліквідації.

Ефективність механізму управління економічною безпекою страхової компанії значною мі-



Рис. 1. Механізм управління фінансовою безпекою страхової компанії

рою залежить від виконання комплексу заходів організаційно-управлінського характеру. Заходи такого плану передбачають проведення організаційної роботи, пов'язаної з моніторингом та діагностикою загроз, діями щодо їх нейтралізації, мінімізації чи ліквідації.

З вище означеного можна зробити висновок, що механізм управління фінансовою безпекою повинен мати наступні характеристики: за характером інтересів і завдань він є організаційно-економічним; за рівнем функціонування — реалізується на рівні підприємства; за способом реалізації є інструментом забезпечення високого рівня фінансової безпеки в довгостроковій перспективі; має ознаки системності та синергичності взаємодії всіх елементів.

Виконання функцій такого змісту покладено на суб'єктів безпеки, тобто страховиків. Водночас суб'єкти управління економічною безпекою здійснюють низку заходів загально-організаційного характеру, зокрема:

- своєчасно виконують рішення, ухвалені органами вищої юрисдикції;
- розробляють нормативно-методичне, матеріально-технічне забезпечення в межах власної компетенції;
- узагальнюють практику застосування вітчизняного законодавства з питань безпеки;
- розробляють пропозиції щодо вдосконалення чинного законодавства в галузі безпеки [7].

Окрім того, організаційно-управлінські дії включають заходи з проведення контролю за рівнем фінансової безпеки, ухвалення рішень щодо застосу-

вання відповідного інструментарію, організацію навчання та підготовки фахівців з питань безпеки.

Отже, реалізація механізму управління економічною безпекою страхової компанії здійснюється через багатофункціональний комплекс правових, інформаційно-аналітичних, фінансово-економічних, організаційно-управлінських і соціальних заходів, дія яких спрямована на протидію реальним та потенційним загрозам.

Висновки. Страхові компанії функціонують в умовах високого рівня фінансових ризиків та невизначеності, мінливості факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, що зумовлює необхідність забезпечення їх фінансової безпеки. Зазначено, що фінансова безпека страхових компаній є складовою фінансової безпеки страхового ринку, яка, в свою чергу, певною мірою визначає фінансову безпеку держави.

Системне дослідження підтвердило, що на сьогоднішній день відсутній єдиний підхід до трактування суті фінансової безпеки страхових компаній. Недостатня наукова обґрунтованість існуючих підходів до визначення фінансової безпеки страхових компаній дозволила сформулювати авторський підхід до трактування її сутності. Запропоновано під фінансовою безпекою страхової компанії розуміти економічні відносини щодо досягнення та підтримки таких умов її функціонування в стратегічній перспективі, при яких вона здатна виконувати свої зобов'язання, забезпечує себе та страхувальників певним рівнем захисту від внутрішніх і зовнішніх загроз, характеризується здатністю до зростання ринкової вартості в умовах економічної невизначеності.

Література

1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. 784 с.
2. Юрій С. І. Бюджетна система України: навчальний посібник / С. І. Юрій, Й. М. Бескид. К.: НІОС, 2000. — 400 с.
3. Про схвалення Концепції забезпечення національної безпеки у фінансовій сфері. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/569-2012-%D1%80>
4. Єрмошенко А. М. Визначення поняття фінансової безпеки страховика та її категорії / А. М. Єрмошенко // Актуальні проблеми економіки. 2004. № 4 (34). С. 46–52.
5. Шірінян Л. В. Фінансова стійкість страхових компаній та шляхи її забезпечення: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / Л. В. Шірінян; Харківський національний університет. Харків, 2007. 22 с.
6. Ревак О. І. Структура та функціональне призначення механізму управління економічною безпекою страхових компаній / О. І. Ревак, Л. В. Омельчук // Науковий вісник ЛДУВС. 2017. № 1. С. 128–137.
7. Гринчишин Я. М. Стан та перспективи розвитку страхового ринку України / Я. М. Гринчишин, А. В. Проклюк // Молодий вчений. 2017. № 3 (43). 622–626 с.
8. Вергун А. М. Особливості управління фінансово-економічною безпекою підприємства / А. М. Вергун, Т. М. Нефедова, І. О. Тарасенко // Міжнародний науковий журнал. 2015. № 2. URL: <http://www.inter-nauka.com/ua/issues/2015/2/130>

References

1. Blank Y. A. Upravlenye fyansovoy bezopasnostjju predpryjatija / Y. A. Blank. K.: Əljgha, Nyka–Centr, 2004. 784 s.
2. Jurij S. I. Bjudzhetna systema Ukrajinj: navchaljnijposibnyk / S. I. Jurij, J. M. Beskyd. K.: NIOS, 2000. 400 s.
3. Pro skhvalennja Konceptij i zabezpečennja nacionaljnoji bezpeky u finansovij sfer. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/569-2012-%D1%80>
4. Jermoshenko A. M. Vyznachennja ponjattja finansovoji bezpeky strakhovykataji jikateghoriji / A. M. Jermoshenko // Aktualjn iproblemy ekonomiky. 2004. № 4 (34). S. 46–52.
5. Shirinjan L. V. Finansova stijkist j strakhovykh kompanij ta shljakhy jiji zabezpečennja: avtoref. dys. na zdobuttja nauk. Stupenja kand. ek. nauk: spec. 08.00.08 «Ghroshi, finansy i kredyt» / L. V. Shirinjan; Kharkivsjkyj nacionaljnij universytet. Kharkiv, 2007. 22 s.
6. Revak O. I. Struktura ta funkcionaljne pryznachennja mekhanizmu upravlinnja ekonomichnoju bezpekoju strakhovy khkompanij / O. I. Revak, L. V. Omeljchuk // Naukovyj visnyk LDUVS. 2017. № 1. S. 128–137.
7. Ghrynychshyn Ja. M. Stan ta perspektyvy rozvytku strakhovogho rynku Ukrajinj / Ja. M. Ghrynychshyn, A. V. Prokopjuk // Molodyjv chenyj. 2017. — № 3 (43). 622–626 s.
8. Verhun A. M. Osoblyvosti upravlinnja finansovo-ekonomichnoju bezpekoju pidpryjemstva / A. M. Verghun, T. M. Nefedova, I. O. Tarasenko // Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal. 2015. № 2. URL: <http://www.inter-nauka.com/ua/issues/2015/2/130>

Козлов Вадим Петрович

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри фінансів і банківської справи

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Козлов Вадим Петрович

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры финансов и банковского дела

Донецкий национальный университет имени Василия Стуса

Kozlov Vadym

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor, Department of Finance and Banking

Vasyl' Stus Donetsk National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2019-11-5418

БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

БАНКОВСКИЕ ИННОВАЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ИХ РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ

BANKING AND INNOVATION DEVELOPMENT FEATURES IN UKRAINE

Анотація. Стаття присвячена проблемі забезпечення розвитку банківських інновацій в Україні, так як у випадку відставання від банків розвинених країн вітчизняна банківська система зіткнеться із серйозними труднощами при формуванні ресурсів, обслуговуванні клієнтів та при проведенні операцій кредитування. Результатом банківських інновацій є нові банківські послуги (продукти), які більш якісні і мають більш привабливі споживчі властивості. Розвиток банківських інновацій пов'язаний також з тим, що у банків з'являються конкуренти (технологічні компанії, соціальні мережі, онлайн-роздріб, ритейл), які розвивають власні фінансові сервіси. Інновації в банківській сфері пов'язані з фінансовою технологією FinTech, яка дозволяє оптимізувати фінансові послуги та банківську справу, а також дозволяє споживачам отримувати послуги за альтернативними варіантами. В останні роки у всьому світі зростають інвестиції в фінансові технології, зростає кількість фінтех-компаній. Банки вимушені конкурувати з фінтехнологічними компаніями у сфері платежів, на ринку кредитування. Банки досить активно розвивають інноваційні технології у своїй діяльності, що підтверджує приклад інтернет-банкінгу. У сфері кредитування співпраця банків і фінтех-компаній заснована на розвитку електронних кредитних платформ. Криптовалюти досить обмежено використовуються в діяльності українських банків, так як необхідно вирішити технологічні проблеми обігу криптовалют та проблеми державного регулювання цієї сфери. Розвиток технології Big Data та машинного навчання дозволить оперативно аналізувати великі об'єми даних, які поступають в банки і на їх основі підвищувати якість обслуговування клієнтів і рівень ефективності діяльності банків. Конкуренцію банкам на українському банківському ринку складають небанківські платіжні системи, які здійснюють переказ коштів; мікрофінансові організації, які надають онлайн-кредити; сервіси з продажу криптовалют. Проведене дослідження показало, що розвиток банківських інновацій в Україні буде пов'язаний з інтеграцією традиційної та фінтех-орієнтованої моделей діяльності.

Ключові слова: інновації, FinTech, електронний банкінг, блокчейн, електронні кредитні платформи.

Аннотация. Статья посвящена проблеме обеспечения развития банковских инноваций в Украине, так как в случае отставания от банков развитых стран отечественная банковская система столкнется с серьезными трудностями при формировании ресурсов, обслуживании клиентов и при проведении операций кредитования. Результатом банковских инно-

вацій являються нові банківські послуги (продукти), які відрізняються більш високим якістю і мають більш привабливі споживчі властивості. Розвиток банківських інновацій пов'язаний також з тим, що у банків з'являються конкуренти (технологічні компанії, соціальні мережі, онлайн-розниця, ритейл), які розвивають власні фінансові послуги. Інновації в банківській сфері пов'язані з фінансовою технологією FinTech, яка дозволяє оптимізувати фінансові послуги і банківське діло, а також дозволяє споживачам отримувати послуги по альтернативним варіантам. В останні роки по всьому світу ростуть інвестиції в фінансові технології, зростає кількість Фінтех-компаній. Банки змушені конкурувати з цими компаніями в сфері платежів, на ринку кредитування. Банки достатньо активно розвивають інноваційні технології в своїй діяльності, що підтверджує практика впровадження інтернет-банкінгу. В сфері кредитування співпраця банків і Фінтех-компаній ґрунтується на розвитку електронних кредитних платформ. Криптовалюта достатньо обмежено використовується в діяльності українських банків, так як необхідно вирішити технологічні проблеми обігу криптовалюти і проблеми державного регулювання цієї сфери. Розвиток технологій Big Data і машинного навчання дозволить оперативно аналізувати великі обсяги даних, які надходять в банки і на їх основі підвищувати якість обслуговування клієнтів і рівень ефективності діяльності банків. Конкуренцію банкам на українському банківському ринку становлять небанківські платіжні системи, які здійснюють переказ грошей; мікрофінансові організації, які надають онлайн-кредити; послуги по продажі криптовалюти. Проведене дослідження показало, що розвиток банківських інновацій в Україні буде пов'язаний з інтеграцією традиційної і Фінтех-орієнтованої моделей діяльності.

Ключові слова: інновації, FinTech, електронний банкінг, блокчейн, електронні кредитні платформи.

Summary. The article is devoted to the problem of ensuring the development of banking innovations in Ukraine since in the event of lagging behind the banks of developed countries the domestic banking system will encounter serious difficulties in generating resources, servicing customers and conducting lending operations. The result of banking innovations is new banking services (products) that are of higher quality and have more attractive consumer features. The development of banking innovations is also associated with the fact that banks have competitors (technology companies, social networking websites, online retails, retails) that develop their own financial services.

Innovations in the banking sector are associated with FinTech financial technology which allows optimizing financial services, banking service as well as allows consumers to receive services alternatively. In recent years, investments in financial technologies have been growing all over the world and a number of Fintech companies is growing as well. Banks are forced to compete with these companies in the field of payments and in the lending market. Banks are reported to be quite actively developing innovative technologies in their activities by the practice of introducing Internet banking. In the field of lending the cooperation between banks and Fintech companies is based on the development of electronic credit platforms.

Cryptocurrency is used to a limited extent in the activities of Ukrainian banks, since it is necessary to solve technological problems of cryptocurrency circulation and some problems of state regulation in this sphere. The development of Big Data technology and machine learning will allow us to quickly analyze large amounts of data processed by banks and, eventually, it is going to improve the quality of customer service and the level of efficiency of banks. Non-bank payment systems that transfer funds, microfinance organizations that provide online loans, cryptocurrency sales services compete with banks in the Ukrainian banking market. The study has shown that the development of banking innovations in Ukraine are to be associated with the integration of traditional and Fintech-oriented business models.

Key words: innovation, FinTech, electronic banking, blockchain, electronic credit platforms.

Постановка проблеми. Запровадження інновацій банківської системи набуває, в наш час, особливої значущості у зв'язку з об'єктивною необхідністю залучення інвестиційних ресурсів та інноваційних програм і проєктів, орієнтованих на пріоритетні напрями розвитку української економіки. Сьогодні в діяльності вітчизняних банків спостерігається небезпечна тенденція — зростає відставання від банківських установ розвинених країн у сфері управління інноваційними процесами. Якщо цей розрив збільшуватиметься і далі, вітчизняна банківська система зіткнеться із серйозними

труднощами, пов'язаними з відтоком капіталу, втратою клієнтів та зменшенням обсягу активів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи впровадження інновацій банківської системи досліджувалися у роботах В. Базилевича, О. Василика, Н. Кузнецової, А. Мороза, М. Савлука, В. Федосова, В. Беляєва та ін. Проте, подальшого дослідження потребують питання якісного розвитку, оперативного впровадження та ефективного використання інноваційних послуг у банківських установах України, оскільки вони стануть запорукою становлення сучасної фінансово — кредитної системи країни.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення особливостей і тенденцій розвитку банківських інновацій в Україні.

Виклад основного матеріалу. Банківська система України зараз знаходиться на етапі розвитку та впровадження в свою діяльність банківських інновацій. За умови дотримання наряду інноваційного розвитку українські банківські установи отримують можливість стати конкурентоспроможними на міжнародному ринку банківських послуг, значно покращити якість та швидкість їх надання та диференціювати операції та послуги відповідно до потреб клієнта, що матиме тільки позитивний вплив на банківську систему.

Поняття «інновації» (нововведення) сучасна економічна наука трактує як «кінцевий результат інноваційної діяльності, що знайшов втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впроваджене на ринку, нового чи вдосконаленого технологічного процесу, який використовувався у практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг» [1]. В результаті впровадження банківських інновацій створюються банківські послуги (продукти), що мають більш привабливі споживчі властивості, в порівнянні з пропонованими раніше, або якісно нові послуги (продукти), здатні задовольнити невраховані раніше потреби потенційного покупця, або використовується більш досконала технологія створення банківської послуги (продукту).

Необхідність розвитку банківських інновацій пов'язана також з тим, що змінюється ситуація на ринку банківських послуг і головними конкурентами банків становляться технологічні компанії, соціальні мережі, онлайн-роздріб, ритейл, ресторатори, які розвивають власні фінансові сервіси.

Інновації в банківській сфері пов'язані з фінансовою технологією FinTech, що означає інноваційні рішення в цифрових технологіях, які спрямовані на оптимізацію фінансових послуг та банківської справи. Технології FinTech дозволяють споживачам отримувати послуги за альтернативними традиційним варіантами. Це стосується платежів, кредитів та управління особистими коштами. Передові інновації, такі як криптовалюти, фінансові P2P-платформи (в рамках яких виділяються специфічні фінансові продукти, які спрощують взаємодію між інвесторами та споживачами фінансових послуг — краудфандінг, краудінвестинг, краудлендінг і т.д.), платіжні системи, робоконсалтинг і робоінвестування, інтернет банкінг, пропонують нові способи ведення бізнесу у фінансовій галузі.

Як свідчать дані аналізу, проведеного компанією Fortunity, значна кількість діючих фінансових

установ світу (88%) вважає, що частина їх бізнесу в найближчі п'ять років буде втрачена внаслідок розширення діяльності фінтехнологічних компаній. У наступні три-п'ять років 77% діючих фінансових установ планують більше приділяти уваги розвитку внутрішніх інновацій з метою утримання клієнтів. Передові технології, такі як штучний інтелект та блокчейн, можуть запобігти переходу їхніх клієнтів до нових конкурентів.

Інвестиції в фінансові технології зростають: з 1,8 млрд. дол. у 2010 р. до 111,8 млрд. дол. у 2018 р. Центри FinTech розростаються по всьому світу і допомагають появі нових ринків збуту. У глобальному масштабі кількість фінтех-компаній зросла до 1463 з 2745 унікальними інвесторами.

Значними темпами зростають об'єми інвестування корпоративного венчурного капіталу — з 11,6 млрд. дол. у 2016 р. до 23,1 млрд. дол. у 2018 р. Все більше фінансових корпорацій інвестують у компанії з фінансовими технологіями, розуміючи, що інновації необхідні для того, щоб залишатися на плаву. Інтерес до інвестицій та партнерств зростає, все більше та більше фінтех-компаній надають послуги B2B (Business to business) діючим фінансовим компаніям [2].

У 2018 р. китайський платіжний сервіс Ant Financial привернув найбільший обсяг інвестицій в історії, зібравши 14 млрд. дол. Це був рекорд не тільки для FinTech, а і для історії інвестицій в цілому. З цієї суми 10 млрд. дол. надійшло в доларах, а решта інвестицій була номінована в китайському юані.

Також розширюються послуги електронного банкінгу — у 2018 р. частка людей, що користуються виключно цифровими каналами для своїх фінансових потреб зросла до 46%. Платіжні системи FinTech виконують дві основні функції: вони зберігають та передають платіжну інформацію. Споживачі використовують ці системи для оплати товарів і послуг безпосередньо, а також для здійснення однорангових переказів коштів за допомогою своїх мобільних пристроїв.

Розвиток технологій машинного навчання та нейромереж (чатботи) дозволить банкам заощадити 7,3 млрд. дол. до 2023 р. Виявляється, що багато клієнтів вважають за краще спілкуватися з автоматизованими операторами обслуговування клієнтів (роботами), а банки цінують той факт, що роботи не потребують зарплати та перерви.

Банки вимушені конкурувати з фінтехнологічними компаніями і на ринку кредитування. Сума позик в цифровому кредитуванні, виданих у 2017 р. становила 41,1 млрд. дол. Існує три основні типи цифрових позик: особисті позики, бізнес-позики та

позики, орієнтовані на студентів. Більшість компаній на початку зосереджуються на одному виді позики, але згодом, щоб не відставати від ринку, створюють гібридні позики. Прогнозується, що до 2022 р. сума позик в цифровому кредитуванні складе 73,7 млрд. дол., з яких 35,6 млрд. дол. — особисті позики, 13,6 млрд. дол. — з кредити для малого та середнього бізнесу, та 24,5 млрд. дол. — з рефінансування студентського боргу [3].

На сьогоднішній день в Україні комерційні банки активно розвивають інноваційні послуги. Найбільш активно інноваційні послуги впроваджують такі банки, як АТ «Ощадбанк», АТ КБ «ПриватБанк», АТ «УКРСИББАНК».

У 2017 р. вийшов на ринок перший віртуальний банк «без відділень» — Monobank. Цей банк надає своїм клієнтам послуги споживчого кредитування, здійснює перекази між фізичними особами, проводить комунальні платежі, проводить операції поповнення мобільного рахунку, оплати штрафів, податків, єдиного соціального внеску, онлайн-ігор та інші види платежів.

В основному банки розвивають електронний банкінг, що дозволяє переводити взаємодію з клієнтами в цифровий формат. Це знижує витрати банків (оскільки усувається необхідність в інвестиціях в широку філіальну мережу) і збільшує доступність банківських послуг для споживачів (так як ці послуги можуть надаватися цілодобово в режимі 24/7 дистанційно).

Розвиток електронних кредитних платформ, які працюють в режимах «P2P — кредитування» («person-to-person»), «P2B — кредитування» (person-to-business) та МФО (мікрофінансової організації) призводить до того, що банки вимушені брати участь у просуванні цього напрямку розвитку фінансових технологій. До переваг, що при цьому отримують банки, можна віднести зменшення ризику ліквідності, так як для кредитування використовуються кошти, які не відносяться ні до власних коштів банку, ні до залучених пасивів, зменшення ризику неповернення кредиту; збільшення додаткового доходу у вигляді комісій; отримання доступу до додаткової бази клієнтів і можливість продавати їм додаткові послуги. Однак на основі електронних кредитних платформ важко надавати складні банківські продукти, такі, наприклад, як іпотечний кредит. Тільки в сфері короткострокового кредитування такі платформи працюють ефективно. До проблем, які стримують розширення участі банків в роботі електронних кредитних платформ, відноситься також відсутність законодавчого регулювання цієї діяльності в Україні, що призводить до виникнення ризиків для позичальників та кредиторів.

До переваг та нових можливостей використання криптовалют в банківській діяльності можна віднести: оптимізацію діяльності банків; зниження витрат; зростання рівня інформаційної безпеки. Однак широке впровадження технології блокчейн в українських банках поки неможливе, оскільки вона не достатньо вивчена [4].

Впровадження машинного навчання і технології Big Data в банківську сферу дозволить банкам оперативно вирішувати наступні завдання: скоординувати велику кількість напрямків і запропонувати клієнту конкретний продукт; впровадити крос-продажі, що дозволить спілкуватися з клієнтом в режимі реального часу; управляти залишками на рахунках; попереджати шахрайства; управляти ризиками — збір інформації про фінансову діяльність клієнта дозволяє більш адекватно оцінити його ризики і приймати більш обґрунтовані рішення щодо вибору моделі співпраці з ним [5].

Технології Big Data, машинне навчання дозволяють підвищити ефективність обробки і зберігання великих масивів інформації, тому банки будуть збільшувати інвестиції в розвиток систем зберігання, управління і захисту інформації, а також в обладнання, комунікації, персонал.

На українському банківському ринку з'являються нові суб'єкти, які не є банками, проте виконують «традиційні» банківські функції. Такі небанківські платіжні системи, як «Globalmoney», «City24», «Укркарт», здійснюють переказ коштів. Мікрофінансові організації — moneyveo.ua, moneyboom.com.ua, online-groshi.com надають онлайн-кредити. Сервіси P2P-кредитування: «Позичайко», finhub.ua, taplend.com надають послуги кредитування. Розвиваються також сервіси з продажу криптовалют: онлайн-обмінні пункти, зокрема, «Биткоин24», що працює за допомогою «Приват 24», онлайн біржі kuna.io та btc.trade.ua.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Як показує проведене дослідження, повної трансформації фінансової галузі не відбудеться. Традиційні банки збережуть своє значення, у фінтехструктур також буде своя сфера діяльності, а подальші тенденції розвитку банківських інновацій в Україні будуть пов'язані з інтеграцією традиційної та фінтех-орієнтованої моделей діяльності. Подальшого дослідження потребують напрямки та методи такої інтеграції. При цьому важливою проблемою є законодавче регулювання FinTech. Поки воно є недосконалим і призводить до небажаних ризиків для банків та інших учасників фінансової діяльності.

Література

1. Вікулов В. С. Типологія банківських інновацій. Фінансовий менеджмент. 2016. № 6. С. 75–83.
2. These Fintech Statistics Show an Industry on the Rise. <https://fortunly.com/statistics/fintech-statistics/>. (дата звернення: 25.11.2019).
3. PwC report «Blurred lines» How FinTech is shaping Financial Services/ 2016. http://www.pwc.com/il/en/home/asgets/pwc_fintech_global.report.pdf. (дата звернення: 25.11.2019).
4. Гладких Д. М. Ризики та можливості банківської системи України в умовах розвитку інформаційної економіки // НІСД. Аналітична записка. Серія «Економіка». 2019. № 4. https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-09/ANALIT%20GLADKYH%20ECONOMICS%20%23%204%202019_0.pdf. (дата звернення: 25.11.2019).
5. Лукинов О. В., Лукинова Н. А. Развитие каналов кредитования в условиях перехода к цифровой экономике: моделирование спроса // Финансы: теория и практика. М. 2018. Том 2. № 5. С. 76–90.

References

1. Vikulov V. S. Typologija bankivs'kix innovacij. Finansovyj menedžment. 2016. # 6. S. 75–83.
2. These Fintech Statistics Show an Industry on the Rise. <https://fortunly.com/statistics/fintech-statistics/>. (data zvernennja: 25.11.2019).
3. PwC report «Blurred lines» How FinTech is shaping Financial Services/ 2016. http://www.pwc.com/il/en/home/asgets/pwc_fintech_global.report.pdf. (data zvernennja: 25.11.2019).
4. Hladkyx D. M. Ryzyky ta možlyvosti bankivs'koji systemy Ukrainy v umovax rozvytku informacijnoji ekonomiky. NISD. Analityčna zapyska. Serija «Ekonomika». 2019. #4. https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-09/ANALIT%20GLADKYH%20ECONOMICS%20%23%204%202019_0.pdf. (data zvernennja: 25.11.2019).
5. Lukynov O. V., Lukynova N. A. Razvytye kanalov kredytovanyja v uslovijax perexoda k cyfrovoy ekonomyke: modelyrovanye sprosa. Fynansy: teoryja y praktyka. M. 2018. Tom 2. #5. S. 76–90.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

№ 11 (31)

Головний редактор — Камінська Т. Г.

Київ 2019

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 19.12.2019. Формат 60×84/8

Папір офсетний. Гарнітура SchoolBookAS. Друк офсетний.

Умовно-друкованих аркушів 19,3. 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.