

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

ISSN 2520-2294 (print)
ISSN 2709-5444 (online)



№ 1 (45) / 2021
1 том



**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*

№ 1 (45)

1 том

Київ 2021

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 до Переліку наукових фахових видань МОН України (категорія «Б»)

Наказ МОН України № 1643 від 28.12.2019

Спеціальності:

051 Економіка

071 Облік і оподаткування

072 Фінанси, банківська справа та страхування

073 Менеджмент

075 Маркетинг

076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

241 Готельно-ресторанна справа

281 Публічне управління та адміністрування

292 Міжнародні економічні відносини

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, 2021

© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».
Серія: «Економічні науки», 2021

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)

Безверхий Костянтин Вікторович — кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку та оподаткування Національної академії статистики, обліку та аудиту (Київ, Україна)

Белялов Талят Енверович — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та туризму Київського національного університету технологій та дизайну (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)

Красноручський 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, професор, професор кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій Закладу вищої освіти «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)

№ 1 (45)
1 Т.

2021
січень

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

ЗМІСТ

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

- Костинець Валерія Володимирівна**
ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ВИКЛИКУ
ПОШИРЕННЯ COVID-19 9
- Кулик Андрій Михайлович, Бриндзя Зіновій Федорович, Сп'як Галина Іванівна**
РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ОПТИМІЗАЦІЇ
ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ 14

ЕКОНОМІКА

- Kulova Ivelina**
CONTEMPORARY TRENDS IN GLOBAL BUSINESS — ENGINES FOR INTERNATIONAL E-SALES ... 29
- Kulova Ivelina**
RESEARCH ON PROJECT AND PRODUCT MANAGEMENT IN TECHNOLOGY INDUSTRY
IN THE DIGITAL ERA..... 33
- Павлов Костянтин Володимирович, Павлова Олена Миколаївна, Романюк Роман В'ячеславович**
FEATURES OF DEVELOPMENT AND PROSPECTS OF TRANSFORMATION
OF THE ELECTRICITY INDUSTRY OF THE REGION 37
- Белей Світлана Іванівна**
ФАНДРАЙЗИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ — ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ
В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ 44
- Бескупська Олена Володимирівна**
ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ У 2020 РОЦІ 51
- Варналій Захарій Степанович, Мацур Сергій Миколайович**
КОРИГУВАННЯ ПАРАМЕТРІВ ЗІСТАВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ТРАНСФЕРТНОГО
ЦІНОУТВОРЕННЯ 57
- Іщук Ярослава Володимирівна**
ВИДАВНИЧА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ СЕКТОРІВ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ:
ПІДХОДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕНЬ 65

Кисіль Яна Олександрівна, Медведкова Наталія Сергіївна
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ В УКРАЇНІ 71

Ковальова Вікторія Іванівна, Глебова Наталія Володимирівна, Федосова Карина Дмитрівна
АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ
ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ УКРАЇНИ 77

Кожухівська Раїса Борисівна, Саковська Олена Миколаївна
МОДЕЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА
ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ПОКАЗНИКІВ КАДАСТРОВОЇ ОЦІНКИ ЗЕМЕЛЬ 85

Пилипенко Вячеслав Валентинович, Литовка Ірина Сергіївна
ОЦІНКА ЖИТТЄЗДАТНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА 93

Цимбал Людмила Іванівна
ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА ТА ОФШОРИЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 99

МАРКЕТИНГ

Zaika Svitlana, Kuskova Svitlana, Zaika Olena
INTELLECTUAL CAPITAL: ESSENCE AND STRUCTURAL COMPONENTS 105

Коноваленко Анастасія Сергіївна
СОЦІОМЕТРИЧНА ОЦІНКА ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ 111

CONTENTS

HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

- Kostynets Valeriia**
CHALLENGES AND OPPORTUNITIES ON THE HOSPITALITY INDUSTRY IN
THE COLLECTING'S CONDITIONS THE SPREAD OF COVID-19..... 9
- Kulyk Andrii, Bryindzia Zinoviy, Spyak Halyna**
DEVELOPMENT OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN THE CONTEXT
OF OPTIMIZATION OF LOGISTICS PROCESSES 14

ECONOMY

- Kulova Ivelina**
CONTEMPORARY TRENDS IN GLOBAL BUSINESS — ENGINES FOR INTERNATIONAL E-SALES... 29
- Kulova Ivelina**
RESEARCH ON PROJECT AND PRODUCT MANAGEMENT IN TECHNOLOGY INDUSTRY
IN THE DIGITAL ERA..... 33
- Pavlov Kostiantyn, Pavlova Olena, Romanyuk Roman**
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТРАНСФОРМАЦИИ
ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА..... 37
- Belei Svitlana**
FUNDRAISING ACTIVITY — INNOVATIVE TOOL FOR FORMATION OF FINANCIAL AND
ECONOMIC POTENTIAL OF DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES IN CONDITIONS
OF DECENTRALIZATION..... 44
- Beskupska Olena**
GLOBAL CHALLENGES FOR OIL AND FAT INDUSTRY OF UKRAINE IN 2020 51
- Varnalii Zakharii, Matsur Serhii**
ADJUSTING THE COMPARABILITY PARAMETERS OF TRANSACTIONS FOR TRANSFER
PRICING PURPOSES 57
- Ischuk Yaroslava**
PUBLISHING ACTIVITIES AS ONE OF THE CREATIVE ECONOMY SECTOR:
APPROACHES AND RESEARCH PERSPECTIVES..... 65
- Kysil Yana, Miedviedkova Nataliia**
PROBLEM ASPECTS OF FINANCIAL SUPPORT OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS
IN UKRAINE..... 71

Kovalova Viktoriia, Glibova Nataliia, Fedosova Karina ANALYSIS THE INNOVATIVE ACTIVITIES OF PHARMACEUTICAL ENTERPRISES ON THE MARKET OF UKRAINE	77
Kozhukhivska Raisa, Sakovska Olena ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES MODELING IN THE HOSPITALITY INDUSTRY BASED ON THE USE OF LAND CADASTRAL VALUATION INDICATORS	85
Pylypenko Viacheslav, Lytovka Iryna EVALUATION VIABILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES	93
Tsymbal Lyudmyla SHADOW ECONOMY AND OFFSHORE ECONOMIC ACTIVITY	99

MARKETING

Zaika Svitlana, Kuskova Svitlana, Zaika Olena INTELLECTUAL CAPITAL: ESSENCE AND STRUCTURAL COMPONENTS.....	105
Konovalenko Anastasiia SOCIOMETRIC ASSESSMENT OF INTERACTION OF MARKETING MECHANISM ENTITIES	111

Костинець Валерія Володимирівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та сфери обслуговування

Київський національний університет технологій та дизайну

Костинец Валерия Владимировна

кандидат экономических наук,

доцент кафедры экономики и сферы обслуживания

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Kostynets Valeriia

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor at the Department of Economics and Services

Kyiv National University of Technologies and Design

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6858

**ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ВИКЛИКУ
ПОШИРЕННЯ COVID-19**

**ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ВЫЗОВА
РАСПРОСТРАНЕНИЯ COVID-19**

**CHALLENGES AND OPPORTUNITIES ON
THE HOSPITALITY INDUSTRY IN THE COLLECTING'S
CONDITIONS THE SPREAD OF COVID-19**

Анотація. Статтю присвячено дослідженню основних можливостей індустрії гостинності як складової ринку туристичних послуг в умовах виклику поширення коронавірусної інфекції та з урахуванням існуючих тенденцій, що, відповідно, склалися в економічному середовищі. Автором розглянуті особливості проблем функціонування підприємств індустрії гостинності в існуючих умовах невизначеності ринку, пов'язаної з наслідками протидії поширенню коронавірусної інфекції у світі. У статті відзначена особливість формування нового портрета споживача готельних послуг із врахуванням сучасних вимог до забезпечення безпеки перебування в закладі розміщення. В поданому дослідженні визначено можливості та перспективи розвитку і впровадження цифрових технологій в індустрії гостинності. Проведено аналіз світового досвіду функціонування провідних готельних мереж в умовах коронакризи та встановлено, що пандемія сприяє активному використанню передових інформаційно-комунікаційних технологій. В статті відзначено, що автоматизація процесів обслуговування з метою забезпечення санітарних норм безпеки за допомогою технологій штучного інтелекту, інтегровані гостьові додатки та безконтактне обслуговування стали безумовними трендами минулого року, які набудуть нових форм та розвитку і цього року. З метою висвітлення практичного використання існуючих нині цифрових можливостей розвитку, автором проведено аналіз світового досвіду окремих готелів та готельних ланцюгів в питанні особливостей залучення клієнтів та обслуговування гостей. Зокрема, висвітлено досвід «A-One Hotels Group» (Таїланд), «Park Lane Hong Kong» (Гонконг), «Fairmont Singapore» (Сінгапур), «Novotel Sydney Brighton Beach» (Австралія), «Bijou Hotel & Resort» (Швейцарія), «Palladium Hotel Group» (Іспанія) тощо. На основі проведеного аналізу, автором були визначені три ключові тренди, які відкривають нові можливості для індустрії гостинності у 2021 році, а саме: автоматизація послуг за допомогою штучного

інтелекту (що дозволить вивільнити персонал готелю для роботи над іншими завданнями, усунути мовні бар'єри в обслуговуванні), безконтактне обслуговування (що дозволить гостям залишатися в безпеці, зводячи до мінімуму контакт з персоналом), хмарні рішення (які будуть особливо затребувані для екоготелів, глемпінгів та замських будинків, які наразі активно популяризуються).

Ключові слова: індустрія гостинності, інформаційно-комунікаційні технології, COVID-19, готельний бізнес.

Аннотация. Стаття посвящена исследованию основных возможностей индустрии гостеприимства как составляющей рынка туристических услуг в условиях вызова распространения коронавирусной инфекции и с учетом существующих тенденций, соответственно, сложившихся в экономической среде. Автором рассмотрены особенности проблем функционирования предприятий индустрии гостеприимства в существующих условиях неопределенности рынка, связанной с последствиями противодействия распространению коронавирусной инфекции в мире. В статье отмечена особенность формирования нового портрета потребителя гостиничных услуг с учетом современных требований к обеспечению безопасности пребывания в заведении размещения. В представленном исследовании определены возможности и перспективы развития и внедрения цифровых технологий в индустрии гостеприимства. Проведен анализ мирового опыта функционирования ведущих гостиничных сетей в условиях коронакризиса и установлено, что пандемия способствует активному использованию передовых информационно-коммуникационных технологий. В статье отмечено, что автоматизация процессов обслуживания с целью обеспечения санитарных норм безопасности с помощью технологий искусственного интеллекта, интегрированные гостевые приложения и бесконтактное обслуживание стали безусловными трендами прошлого года, которые приобретут новые формы и развитие и в этом году. С целью освещения практического использования существующих ныне цифровых возможностей развития, автором проведен анализ мирового опыта отдельных гостиниц и гостиничных цепей в вопросе особенностей привлечения клиентов и обслуживания гостей. В частности, исследован опыт «A-One Hotels Group» (Таиланд), «Park Lane Hong Kong» (Гонконг), «Fairmont Singapore» (Сингапур), «Novotel Sydney Brighton Beach» (Австралия), «Bijou Hotel & Resort» (Швейцария), «Palladium Hotel Group» (Испания) и др. На основе проведенного анализа, автором были определены три ключевых тренда, которые открывают новые возможности для индустрии гостеприимства в 2021 году, а именно: автоматизация услуг с помощью искусственного интеллекта (что позволит высвободить персонал отеля для работы над другими задачами, устранить языковые барьеры в обслуживании), бесконтактное обслуживание (что позволит гостям оставаться в безопасности, сведя к минимуму контакт с персоналом), облачные решения (которые будут особенно востребованы для экоотелей, глемпингов и загородных домов, которые сейчас активно популяризуются).

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, информационно-коммуникационные технологии, COVID-19, гостиничный бизнес.

Summary. The article is devoted to the study of the main opportunities of the hospitality industry as a component of the tourist services market in the face of the challenge of the spread of coronavirus infection and taking into account the existing trends, respectively, prevailing in the economic environment. The author examines the features of the problems of the functioning of enterprises in the hospitality industry in the current conditions of market uncertainty associated with the consequences of countering the spread of coronavirus infection in the world. The article notes the peculiarity of the formation of a new portrait of a consumer of hotel services, taking into account modern requirements for ensuring the safety of stay in an accommodation establishment. The presented study identifies the opportunities and prospects for the development and implementation of digital technologies in the hospitality industry. The analysis of the world experience of the functioning of the leading hotel chains in the conditions of the coronavirus crisis was carried out and it was found that the pandemic contributes to the active use of advanced information and communication technologies. The article notes that automation of service processes in order to ensure sanitary safety standards using artificial intelligence technologies, integrated guest applications and contactless service have become unconditional trends of the past year, which will take on new forms and development this year. In order to highlight the practical use of existing digital development opportunities, the author analyzed the world experience of individual hotels and hotel chains in terms of attracting customers and serving guests. In particular, the experience of «A-One Hotels Group» (Thailand), «Park Lane Hong Kong» (Hong Kong), «Fairmont Singapore» (Singapore), «Novotel Sydney Brighton Beach» (Australia), «Bijou Hotel & Resort» (Switzerland), «Palladium Hotel Group» (Spain), etc. Based on the analysis, the author identified three key trends that open up new opportunities for the hospitality industry in 2021, namely: service automation using artificial intelligence (which will allow free up hotel staff to work on other tasks, eliminate language barriers in service), contactless service (which will allow guests to stay safe, minimizing contact with the staff), cloud solutions (which will be especially in demand for eco-hotels, glamping sites and country houses that are now actively popularized).

Key words: hospitality industry, information and communication technology, COVID-19, hotel business.

Постановка проблеми. Протягом всієї історії людства надзвичайні ситуації та стихійні лиха відігравали важливу роль у розвитку суспільства. Зокрема, поширення тієї чи іншої хвороби та появи пандемій сприяли формуванню систем охорони здоров'я, війни і територіальні конфлікти прискорювали технічний прогрес, а глобальні фінансові кризи стимулювали зростання інноваційних компаній. Поточна ситуація, викликана поширенням COVID-19, також дає можливість внести корективи в сучасні глобальні економічні моделі, в тому числі переосмислити, як буде виглядати індустрія гостинності та туристичний сектор в цілому в найближчій перспективі. Поширення пандемії COVID-19 продемонструвало гравцям ринку туристичних послуг та індустрії гостинності, що готельний продукт — це вже не просто тариф за номер. Готельна послуга повинна викликати довіру і гарантувати безпеку кожному споживачу. Важливо переглянути колишні процеси, споживчий попит і визначити нові категорії клієнтів і нові сервіси. Фактично сьогодні індустрії гостинності потрібно сформувати новий портрет гостя, оцінити його потреби і зрозуміти, які сервіси йому необхідні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі дослідження питання особливостей впливу та наслідків поширення COVID-19 на індустрію гостинності як в межах України, так і на світовій арені нами було проведено аналіз різних наукових праць та досліджень з визначеної тематики. Так, висвітленню сучасного стану індустрії гостинності, а також перспектив її відновлення в нинішніх умовах господарювання присвячено деякі наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема С. Буторова [1], Н. Бакар [4], Е. Шумакової [2], В. Уолкер [5] та деяких інших. Попри це, питання використання існуючої коронакризи як можливості для вдосконалення індустрії гостинності на світовому рівні залишається відкритим, враховуючи динамічне мінливе середовище.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є визначення проблем та можливостей індустрії гостинності в умовах поширення COVID-19 на прикладі існуючого світового досвіду.

Виклад основного матеріалу. Індустрія гостинності як складова туристичної галузі, безумовно, є найбільш постраждалою від пандемії COVID-19 у бізнесовому середовищі. В більшості країн Європи, Азії, Африки та Американського континенту урядами були віддані прямі розпорядження про закриття готелів на час весняного локдауну. В інших країнах, де не були запроваджені прямі заборони стосовно діяльності готельної сфери, відбулося природне падіння попиту на послуги розміщення у зв'язку

з відміною ділових та туристичних подорожей, суттєвим скороченням авіасполучення.

Водночас ситуація «глобального карантину», пов'язана з пандемією COVID-19, прискорила розвиток і впровадження цифрових технологій практично у всіх сферах людської діяльності [3, с. 52]. Набула загального поширення модель віддаленої роботи, а також віртуальних зустрічей, онлайн-відвідування музеїв і театрів, дистанційного навчання тощо.

Із частковим пом'якшенням обмежень в літній період, який завжди був традиційно «високим сезоном» для туристичної галузі, представники готельного бізнесу, які раніше часто навіть не розглядали можливість управління своїми об'єктами на відстані, під час пандемії усвідомили, що технологічні рішення, які дозволяють співробітникам отримати віддалений доступ до ресурсів, необхідних для роботи, мають вирішальне значення для підтримки функціонування в умовах соціального дистанціювання [2, с.105]. Наразі проведені автором опитування власників готельного бізнесу показують, що пандемія сприяла активному використанню передових інформаційно-комунікаційних технологій. Так, хмарні PMS-системи дозволяють управляти бізнес-процесами у дистанційному режимі на відміну від старих локальних систем. Автоматизація процесів обслуговування за допомогою технологій штучного інтелекту, інтегровані гостьові додатки та безконтактне обслуговування стали реальністю в літньому сезоні 2020 р. Водночас інноваційні рішення в питанні дотримання санітарних норм безпеки стали практично ключовими для залучення клієнтів різноманітними готельними мережами. Так, тайландська «A-One Hotels Group» застосувала нову тактику для залучення замовлень, запропонувавши в готелях Бангкока туристичні пакети концепції FB за ціною на 20% нижче стандартного тарифу BB. Доставка харчування здійснюється в кожен номер окремо, а спеціальна бригада забезпечує щоденне прибирання і дезінфекцію всіх приміщень. При цьому гості два рази на день проходять температурний скринінг. Аналогічні пакети одними з перших почали пропонувати і деякі елітні готелі Гонконгу та Сінгапуру (зокрема, «Park Lane Hong Kong» і «Fairmont Singapore»). В Австралії «Novotel Sydney Brighton Beach», що входить до «Accor Hotels Group», пропонує знижку в розмірі 40% від кращої доступної ціни при бронюванні на 14 ночей і більше. Пропозиція передбачає також апгрейд номеру, комплексне обслуговування, безкоштовний швидкісний wi-fi та паркінг [5].

У Швейцарії «Bijou Hotel & Resort» наразі позиціонує себе як «ідеальне місце для самоізоляції»,

включивши в пакетну ціну на 14 або 28 ночей тест на COVID-19. Check-in в готелі проходить без участі персоналу. На сайті мережі підкреслюється, що всі готелі знаходяться недалеко від лікарень, завдяки чому гості можуть відчувати себе в безпеці. Доступні до замовлення також послуги особистого кухара: їжу доставляють з дотриманням гігієни та під контролем медперсоналу. Крім того, готелі мережі запрошують всіх медичних працівників, які потребують відпочинку, зупинитися в «Bijou Hotel & Resort» безкоштовно [5]. Така стратегія може принести компанії великі вигоди в майбутньому, оскільки практика показує, що саме маркетинг, заснований на взаєминах, може стати головним інструментом для розвитку підприємств індустрії гостинності.

Іспанська мережа готелів «Palladium Hotel Group» в розпал пандемії запустила англомовний канал про подорожі, а група готелів «Mandarin Oriental» запустила онлайн-продаж подарункових карт, якими можна буде скористатися в будь-якому з 33 готелів по всьому світу в будь-який час з моменту відкриття кордонів [5]. В цілому, мережеві готелі зараз широко використовують ваучери: так, «Marriott» продає електронні подарункові картки зі знижкою 20%, а багато готелів цієї мережі в Індонезії пропонують придбати дві ночі за ціною однієї.

В свою чергу, у вітчизняному секторі індустрії гостинності компанія DEOL Partners має намір відкрити нові будиночки та альтанки в комплексі «Два Бобри», розташованому під Києвом, наголошуючи на тому, що будь-яка криза дає можливість переглянути цінності, поглянути на досягнення зі сторони, навчитися чомусь новому, що дасть поштовх для реалізації і зростання майбутніх проектів.

У комплексі готелів «Favor Park» і «Favor Sport» готують серію власних авторських заходів із врахуванням норм соціального дистанціювання. А компанія «Ribas Hotels Group», користуючись нагодою, проводить у всіх готелях дрібний ремонт, який складно було виконати в постійно працюючому об'єкті, проводить профілактику обладнання відповідно до санітарних норм.

Сьогодні вітчизняний готельний бізнес, хоча і з великими труднощами, але знову повертається до нормального режиму функціонування. Очевидно, що готельна галузь вже зараз знаходиться на етапі поступового відновлення, однак терміни повернен-

ня до докризового рівня завантаження і прибутку викликають певні різночитання у експертів.

Проведений аналіз свідчить про те, що навіть в існуючі наразі часи часткових обмежень на подорожі і певний застій в індустрії гостинності готельні компанії використовують потенціал поточної ситуації, адаптуючись до мінливості ділового середовища, створюючи і надаючи нові пакети для нових типів клієнтів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Підводячи підсумки проведеному дослідженню, визначимо три ключові тренди, які відкривають нові можливості для індустрії гостинності у 2021 році.

По-перше, автоматизація послуг за допомогою штучного інтелекту. Завдяки досягненням в області штучного інтелекту, готелі шукають нові способи взаємодії з гостями в цифровому форматі, вивільняючи персонал готелю для роботи над іншими завданнями. Це також покращує враження від подорожі, оскільки мовний бар'єр може бути усунений, забезпечуючи чітке спілкування з мандрівниками, звідки б вони не приїхали.

По-друге, безконтактне обслуговування. Пандемія змусила переглянути те, як гості можуть використовувати ті чи інші зручності в готелі: від датчиків руху, які вмикають світло, до голосового управління приладами — дали готелям інструментарій, що дозволяє зв'язати ці нові технології з їх інтегрованими гостьовими додатками. Навіть існуючі функції, такі як цифрові ключі від номерів, які дозволяють гостям відкривати двері за допомогою своїх телефонів, викликають новий інтерес. Зменшення контакту з часто використовуваними інтерфейсами дозволяє гостям залишатися в безпеці, а обслуговуючий персонал швидше дезінфікувати і готувати номери.

По-третє, хмарні рішення. Популярність заміського перебування в період віддаленої роботи продовжить рости, а, отже, буде з'являтися все більше малих засобів розміщення — екоготелів, глемпінгів, замських будинків, що не мають великої кількості персоналу і знаходяться далеко від міської інфраструктури. Відповідно, їм теж потрібні інструменти для автоматизації щоденних завдань. При цьому затребувані будуть саме хмарні сервіси, а не локальні системи управління, які треба встановлювати на комп'ютер і оновлювати вручну.

Література

1. Буторов С. А. Пандемия COVID-19 и её влияние на мировую туристическую индустрию // Вестник МГУКИ. 2020. № 2 (94). С. 116–125.
2. Шумакова Е. В. Проблемы гостиничного бизнеса в условиях пандемии (коронавируса) // Экономика. Серия: Экономика и Право. 2020. № 6. С. 103–106.
3. Юванен Е. И., Сандрина В. Е. Инновационные технологии как фактор повышения качества организации обслуживания в гостинично-ресторанном бизнесе // Sciences of Europe. 2017. № 13 (13). С. 51–54.
4. Bakar N. A., Rosbi S. Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry // International Journal of Advanced Engineering Research and Science. 2020. № 7 (4). PP. 189–193.
5. Walker V. M. Need to self-isolate? These hotels are offering «quarantine packages». URL: <https://thepointsguy.com/news/hotel-quarantine-packages-coronavirus/> (дата звернення: 20.12.2020)

References

1. Butorov S. A. (2020) Pandemiya COVID-19 i ee vliyanie na mirovuyu turisticheskuyu industriyu [The COVID-19 pandemic and impact on the world tourist industry]. Vestnik MGUKI, no. 2 (94), pp.116–125.
2. Shumakova Ye.V. (2020) Problemy gostinichnogo biznesa v usloviyakh pandemii (koronavirusa) [Hospitality challenges in a pandemic (coronavirus)] Ekonomika. Seriya: Ekonomika i Pravo, no. 6, pp. 103–106.
3. Yuvaneni Ye.I., Sandrina V. Ye. (2017) Innovatsionnye tekhnologii kak faktor povysheniya kachestva organizatsii obsluzhivaniya v gostinichno-restorannom biznese [Innovative technologies as a factor in improving the quality of service organization in the hotel and restaurant business]. Sciences of Europe, no. 13 (13), pp. 51–54.
4. Bakar N. A., Rosbi S. (2020) Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. International Journal of Advanced Engineering Research and Science, no. 7 (4), pp.189–193.
5. Walker V. M. Need to self-isolate? These hotels are offering «quarantine packages». Available at: <https://thepointsguy.com/news/hotel-quarantine-packages-coronavirus/> (accessed: 20.12.2020).

Кулик Андрій Михайлович

кандидат економічних наук, викладач

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

Кулык Андрей Михайлович

кандидат экономических наук, преподаватель

Галицкий колледж имени Вячеслава Черновола

Kulyk Andrii

Candidate of Economic Sciences, Lecturer

Galician College of Vyacheslav Chernovol

Бриндзя Зіновій Федорович

доктор економічних наук, викладач

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

Брындзя Зиновий Федорович

доктор экономических наук, преподаватель

Галицкий колледж имени Вячеслава Черновола

Bryindzia Zinovi

Doctor of Economics, Lecturer

Galician College of Vyacheslav Chernovol

Спьяк Галина Іванівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри підприємництва і торгівлі

Західноукраїнський національний університет

Спьяк Галина Ивановна

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры предпринимательства и торговли

Западноукраинский национальный университет

Spyak Halyna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Associate Professor Department of Entrepreneurship and Trade

West Ukrainian National University

ORCID: 0000-0003-0758-0821

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6867

**РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
В КОНТЕКСТІ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ**

**РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
В КОНТЕКСТЕ ОПТИМИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ**

**DEVELOPMENT OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS
IN THE CONTEXT OF OPTIMIZATION OF LOGISTICS PROCESSES**

Анотація. Мета. Метою дослідження є ідентифікація сучасних особливостей логістичної системи суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, як вагомих учасників процесу надання туристичних послуг, розробка пропозицій щодо вихідних показників, котрі слід врахувати при її формуванні, формування уніфікованої схеми логістичних процесів та взаємозв'язків їх учасників, що дозволить активізувати потенціал суб'єктів господарювання і забезпечить стабільний розвиток у стратегічній перспективі.

Методика дослідження. У процесі дослідження автором використовувались емпіричні та статистичні методи дослідження, що дозволило обґрунтувати доцільність використання низки статистичних та інших показників при формуванні логістичної системи суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, уможливило вибір її елементів та формування пропозицій щодо напрямів діяльності з надання послуг в сфері готельно-ресторанного бізнесу.

Результати. У процесі наукового дослідження запропоновано проводити аналіз статистичних даних розвитку готельно-ресторанного бізнесу в розрізі регіонів і за більшим спектром показників, оскільки представлені економічні показники не дозволяють адекватно оцінити можливості та визначити проблеми вагомих складових забезпечення діяльності суб'єктів господарювання відповідно до логістичних цілей. Проведено рейтингування регіонів з метою встановлення рівня зацікавленості туристів, що дозволить визначити зони розвитку логістичних процесів управління, дасть змогу визначити напрямки розвитку готельно-ресторанного комплексу та його ефективність в довгостроковій перспективі. Результатом наукового пошуку стало розроблення логістичної системи управління розвитком готельно-ресторанного комплексу у конкурентному середовищі, з орієнтацією на регіональні ресурси та стратегію розвитку регіону, що активізує потенціал суб'єктів господарювання з метою розвитку даного бізнесу.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробленні схеми логістичної системи управління розвитком готельно-ресторанного комплексу, яка базується на певних елементах (клієнтській базі, внутрішніх логістичних процесах та логістичній стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу), що дозволить оптимізувати виробничо-господарську діяльність та розробити різні напрямки розвитку бізнесу у довгостроковій перспективі.

Практична значущість результатів дослідження полягає в удосконаленні організаційно-методичних засад оцінки наявних досягнень в сфері туризму для їх врахування при плануванні розвитку та удосконаленні управління готельно-ресторанним бізнесом на основі логістичних засад, ідентифікації шляхів оптимізації комплексу послуг, орієнтуючись на існуючі потреби користувачів, ресурсний потенціал та наявні можливості. Також обґрунтовано доцільність використання програмного продукту з метою автоматизації процесів, що дозволить ефективно управляти діяльністю та розробляти стратегію розвитку на перспективу. Обґрунтовано перелік заходів щодо удосконалення послуг готельно-ресторанного бізнесу, впровадження яких дозволить розширити клієнтську базу та збільшити прибутковість його суб'єктів.

Ключові слова: туризм, готельно-ресторанний комплекс, статистичні показники, оптимізація, логістична система, управління, готельно-ресторанні послуги, автоматизовані системи, логістичні процеси.

Аннотация. Цель. Целью исследования является идентификация современных особенностей логистической системы субъектов гостиннично-ресторанного бизнеса, как весомых участников процесса предоставления туристических услуг, разработка предложений по исходным показателям, которые следует учесть при формировании унифицированной схемы логистических процессов и взаимосвязей ее участников, что позволит активизировать потенциал субъектов хозяйствования и обеспечит их стабильное развитие в стратегической перспективе.

Методика исследования. В процессе исследования автором использовались эмпирические и статистические методы исследования, что позволило обосновать целесообразность использования ряда статистических и других показателей при формировании логистической системы субъектов гостиннично-ресторанного бизнеса, а также осуществить выбор ее элементов и разработать предложения, касающиеся направлений деятельности по предоставлению услуг в сфере гостиннично-ресторанного бизнеса.

Результаты. В процессе научного исследования предложено проводить анализ статистических данных развития гостиннично-ресторанного бизнеса в разрезе регионов и по большему спектру показателей, поскольку представленные экономические показатели не позволяют адекватно оценить возможности и определить проблемы весомых составляющих обеспечения деятельности субъектов хозяйствования в соответствии с логистическими целями. Проведено ранжирование регионов по уровню заинтересованности туристов, что позволит определить зоны развития логистических процессов управления, направления развития гостиннично-ресторанного комплекса и его эффективность в долгосрочной перспективе. Результатом научного поиска стала разработка логистической системы управления развитием гостиннично-ресторанного комплекса в конкурентной среде, ориентированная на региональные ресурсы и стратегии развития и позволяющая активизировать потенциал предприятия с целью развития данного бизнеса.

Научная новизна исследования заключается в разработке схемы логистической системы управления развитием гостиннично-ресторанного комплекса, базирующейся на определенных элементах (клиентской базе, внутренних ло-

гистических процессах и логистической стратегии развития гостиннично-ресторанного бизнеса), что позволит оптимизировать производственно-хозяйственную деятельность и разработать различные направления развития бизнеса в долгосрочной перспективе.

Практическая значимость результатов исследования заключается в совершенствовании организационно-методических основ оценки имеющихся достижений в сфере туризма для их учета при планировании развития и совершенствовании управления гостиннично-ресторанным бизнесом на основе логистических принципов, идентификации путей оптимизации комплекса услуг ориентируясь на существующие потребности пользователей, ресурсный потенциал и имеющиеся возможности. Также обоснована целесообразность использования программного продукта с целью автоматизации процессов, что позволит эффективно управлять деятельностью и разрабатывать стратегию развития на перспективу. Обоснованно перечень мероприятий по совершенствованию услуг гостиннично-ресторанного бизнеса, внедрение которых позволит расширить клиентскую базу и увеличить прибыльность его субъектов.

Ключевые слова: туризм, гостиннично-ресторанный комплекс, статистические показатели, оптимизация, логистическая система, управление, гостиннично-ресторанные услуги, автоматизированные системы, логистические процессы.

Summary. Goal. The aim of the study is to identify the modern features of the logistics system of the subjects of the hotel and restaurant business, as significant participants in the process of providing tourism services, to develop offers for the initial indicators that should be taken into account when forming a unified scheme of logistics processes and the interconnections of its participants, which will activate the potential of business entities and provide their stable development in a strategic perspective.

Research methodology. In the process of research, the author used empirical and statistical research methods, which made it possible to substantiate the advisability of using a number of statistical and other indicators in the formation of the logistics system of the subjects of the hotel and restaurant business and its development, as well as to select its elements and develop proposals for the development of activities for the provision of services in the field of tourism.

Results. In the process of scientific research, it was proposed to analyze statistical data on the development of the hotel and restaurant business in the context of regions and for a wider range of indicators, since the presented economic indicators do not adequately assess the possibilities and determine the problems of significant components of ensuring the activities of business entities in accordance with logistic goals. The ranking of the regions by the level of interest of tourists has been carried out, which will allow to determine the development zones of logistics management processes, to determine the directions of development of the hotel and restaurant complex and its effectiveness in the long term. The result of the scientific research was the development of a scheme for a logistics management system for the development of a hotel and restaurant complex in a competitive environment, focused on regional resources and development strategies and allowing to activate the potential of the enterprise in order to develop this business.

The scientific novelty of the research lies in the development of a scheme for a logistics management system for the development of a hotel and restaurant complex, based on certain elements (customer base, internal logistics processes and a logistics strategy for the development of a hotel and restaurant business), which will optimize production and economic activities and develop various areas of business development in the long run.

The practical significance of the research results lies in improving the organizational and methodological foundations for assessing the existing achievements in the field of tourism in order to take them into account when planning the development and improving the management of the hotel and restaurant business on the basis of logistics principles, identifying ways to optimize the range of services, focusing on the existing needs of users, resource potential and the available opportunities, as well as the rationale for the use of a software product for the purpose of automating processes that allow you to effectively manage activities and develop development strategies for the future. The list of measures to improve the services of the hotel and restaurant business has been substantiated, the introduction of which will expand the client base and increase the profitability of its subjects.

Key words: tourism, hotel and restaurant complex, statistical indicators, optimization, logistics system, management, hotel and restaurant services, automated systems, logistics processes.

Постановка проблеми. В сучасних кризових умовах, що пов'язані з епідемією коронавірусу, суттєвому негативному впливу піддалися такі найбільш вразливі до явищ обмеження пересування галузі як туризм і галузі, котрі займаються його обслуговуванням. Експерти в галузі економіки зазначають, що цілком обґрунтованим є зростання

актуальності досліджень, пов'язаних з пошуком можливих шляхів активації туризму, в тому числі й готельно ресторанного бізнесу. Останній займає немаловажну роль і в сучасних умовах все більше застосовує ефективний (хоч і не надто традиційний та поширений) шлях підвищення конкурентоздатності підприємницької діяльності.

Однак справедливо буде зазначити, що в Україні проблематиці використання інноваційних і абсолютно не традиційних конкурентних переваг, як от тури з дотриманням усіх карантинних правил і ін., приділяється недостатньо уваги. Зважаючи на динамізм розвитку туристичних послуг в останні роки та їх різноманіття (від зеленого та екстрим туризму до класичних туристичних маршрутів) в стабільних умовах його організація вже набула досить високого якісного рівня. Більше того, належно налагоджений логістичний механізм дозволяв отримувати хороші позитивні результати діяльності. Однак у зв'язку з карантинними заходами відбувся суттєвий обвал обсягів і результатів діяльності в сфері туризму. Зокрема, в цілому, втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд. дол. США [1, с. 14].

В таких умовах суттєво зростає потреба в пошуку легальних шляхів подолання карантинних обмежень і розвитку нових видів послуг, здатних приносити підприємницький дохід для виживання бізнесу. Надзвичайно вагому роль в цьому контексті мають належним чином налагоджені логістичні рішення та організація логістичної діяльності суб'єкта господарювання загалом.

Проблемність впровадження інновацій у логістичну систему пов'язана з потребою теоретичного обґрунтування нових її елементів і розробкою практичних рекомендацій щодо напрямів і можливостей удосконалення структури, прийомів логістики та механізму її функціонування загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику туризму та його розвитку досить широко репрезентовано в наукових дослідженнях сучасних вчених. Питання, які є складовою пошукувань з напряду «Туризм», але є більш вузького спеціалізованого змісту, зокрема в сфері логістики, займалися такі вчені як Михайліченко Г. І., Смирнов І. Г., Чайка Т. Ю., Яценко В. М. та інші.

Розглядаючи туризм як індустрію, науковці виокремлюють у її складі підгалузі, які забезпечують комплексне надання туристичної послуги у вигляді туристичного продукту, котрий в Законі України «Про туризм» ідентифікується як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [8].

Таке узагальнене розуміння не повною мірою розкриває специфіку туризму як галузі економіч-

ної діяльності й не надає якісної ідентифікаційної конкретики для сутнісного розуміння складових туристичної індустрії.

Більш інформаційним з точки зору пояснення сутності понять і складових сфери туризму можна вважати проект Закону України «Про туризм», у якому надається значно більше пояснень термінів. Зокрема, розглядається галузь туризму (туристична галузь), під котрою запропоновано розуміти «галузь економіки держави, що включає туризм як елемент соціально-економічної галузі, до якої входять призначені для організації дозвілля і з метою туризму індустрія всіх видів перевезення туристів та їхнього багажу, індустрія гостинності — розміщення та харчування туристів, індустрія послуг розваг та інших послуг (санаторно-курортних, освітніх тощо), індустрія туристично-екскурсійних та музейних послуг, посередницьких та окремих послуг туроператорів і турагентів, а також індустрія туристичних послуг і робіт, що сприяють їх споживанню, продаж товарів туристичного асортименту та сувенірів» [9].

Цим же проектом Закону, ст. 1 пропонується розглядати «туристичні послуги, як типові послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, санаторно-курортного обслуговування, а також послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів; нетипові послуги суб'єктів туристичної діяльності з організації проведення та обслуговування професійно-ділових, розважальних, благодійних та корпоративних заходів, а також їх матеріально-технічного забезпечення» [9].

Надання туристичних послуг, як бачимо, охоплює різні види діяльності, однак найбільш вагомими з точки зору витрат, є, на наш погляд, послуги, що здійснює сфера готельно-ресторанного бізнесу. Варто зауважити, що власне логістиці в сфері готельно-ресторанного бізнесу в науковій літературі приділено менше уваги. Але, натомість вона досить активно досліджується щодо туризму загалом.

Так, Смирнов І. Г. цілком справедливо відзначає, що «застосування логістичних засад в діяльності туристичних підприємств дозволяє значно підвищити прибутковість туристичного бізнесу за рахунок скорочення витрат та підвищення рівня логістичної координації всіх операцій з обслуговування туристів». При цьому логістику туризму цей автор ідентифікує як «новітній науково-практичний напрямок, який досліджує логістичні особливості туристичної галузі, зокрема прикладає логістичні засади до її геопросторової організації та управління» [10].

Варто зауважити, що в науковій думці побутують різні варіанти означення поняття «логістика туризму». Ми пов'язуємо це з наявністю низки складових цієї галузі, які забезпечують надання комплексних туристичних послуг. В їх складі і транспортні організації, і готелі, і ресторани, і інші місця розташування та харчування й багато інших важливих галузей, що забезпечують організацію й надання послуг у сфері туризму.

Тісно пов'язаним з логістикою (але не взаємозамінним) слід вважати означення поняття «просування туристичного продукту», котре подається в законі України «Про туризм» (ст. 1): просування туристичного продукту — комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо) [8].

Повертаючись до тези про найбільш витратноємні складові туризму й акцентуючи увагу на логістиці в сфері готельно-ресторанного бізнесу, слід погодитися з думкою Чайки Т. Ю. про те, що логістика в цій сфері має низку особливостей. З їх урахуванням вчена ідентифікує «логістику готельно-ресторанного бізнесу як науку про управління виникаючими в готельно-ресторанному бізнесі матеріальними і сервісними потоками, а також супутніми їм потоками інформаційними і фінансовими» [17, с. 282].

Це визначення повною мірою корелює з узагальненням поняття, здійсненим Михайліченко Г. І., яка вважає, що «логістика в туризмі — це управління продуктовими потоками туристичних підприємств, що включає раціональну організацію формування, збуту та організації споживання туристичного продукту і супроводження цих процесів проходженням інформаційних потоків. Враховуючи специфіку просування в каналах товароруку та організацію споживання продукту, логістика в туризмі виконує ряд функцій та поділяється на види: інформаційна логістика на вхідному потоці; виробнича логістика, що включає безпосереднє формування та створення туристичного продукту; збутова логістика, яка охоплює розподіл, просування та визначення каналів реалізації готової продукції, та інформаційна логістика на вихідному потоці» [6, с. 4–5].

Не вдаючись до більш детального дослідження визначення поняття логістика, зауважимо, що її можна вважати одним з вагомих чинників підвищення результативності діяльності суб'єктів туризму. І попри достатню репрезентативність наукових пошукувань за цим напрямом, невирішеними залишаються багато проблемних питань, зокрема

пов'язаних зі структурою, підходами до реалізації, а також можливостями удосконалення наявних систем логістики.

З огляду на це, проблематика дослідження питань теорії та практики логістики особливо актуалізувалася в сучасних умовах, оскільки може забезпечити суб'єктам господарювання низку конкурентних переваг і сприятиме їх виживанню в умовах коронавірусних обмежень.

Формулювання цілей дослідження. Метою дослідження є ідентифікація сучасних особливостей логістичної системи суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, як вагомих учасників процесу надання туристичних послуг, розробка пропозицій щодо вихідних показників, котрі слід врахувати при її формуванні, формування уніфікованої схеми логістичних процесів та взаємозв'язків їх учасників, що дозволить активізувати потенціал суб'єктів господарювання і забезпечить стабільний розвиток у стратегічній перспективі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм в Україні в останні десятиліття набув ознак галузі, яка системо й динамічно розвивається. Цьому сприяли не лише наявні ресурсні засади (природно-ландшафтні, історичні, оздоровчі, відпочинкові та інші), а й низка державницьких кроків, спрямованих на розвиток туристичної діяльності. Галузь туризму — це комплекс взаємопов'язаних між собою сфер діяльності, які забезпечують задоволення моральних (духовних) і фізичних (в т. ч. оздоровчих і інших) потреб людини, які вона реалізує у вільний від роботи й виконання інших обов'язків час (зазвичай в період відпусток, перебування на заслуженому відпочинку тощо).

В Україні реалізація таких завдань на державному рівні стимулюється завдяки виконанню завдань, що передбачені Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [11]. Цією Стратегією, зокрема, передбачено збільшення обсягів надання туристичних послуг (за відповідними показниками), які встановлені виходячи з тих, що були досягнуті у 2015 році (табл. 1).

Передбачені в Стратегії розвитку туризму показники вимагають суттєвого коригування, яке пов'язане з низкою причин. Для побудови ефективного логістичного механізму та його практичного використання в цілях підвищення результативності діяльності суб'єктів туризму, в тому числі готельно-ресторанного бізнесу, важливо мати максимально об'єктивні дані, які можуть служити основою розробки напрямів діяльності, затребуваних споживачами. Наприклад, кількість іноземних туристів, які приїжджають в Україну — це показник, котрий має

Таблиця 1

Прогнозні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні

Найменування показника розвитку	За роками			
	2015*	2019	2022	2026
1. Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази
2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази (коефіцієнт до 2019 р. 3:1,5=2)	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:1,5=3,3)
3. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:2=2,5)	збільшення у 10 разів (коефіцієнт до 2019 р. 10:2=5)
4. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:2=2,5)	збільшення у 10 разів (коефіцієнт до 2019 р. 10:2=5)
5. Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази (коефіцієнт до 2019 р. 3:1,5=2)	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:1,5=3,3)
6. Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази (коефіцієнт до 2019 р. 3:2=1,5)	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:2=2,5)
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази (коефіцієнт до 2019 р. 2:1,5=1,3)	збільшення у 2,5 рази (коефіцієнт до 2019 р. 2,5:1,5=1,7)

Примітки: * — взято за базу прогнозу; джерело [11]; коефіцієнти обчислено самостійно для побудови уточненого прогнозу

суттєвий вплив на таку ланку логістичного ланцюга, як збут послуг з розміщення. Він повинен використовуватися для обґрунтування обсягів номерного фонду готелів і інших місць розташування. Суттєвих проблем з отриманням даних про кількість іноземних туристів наразі немає. По-перше він репрезентований у статистичних щорічниках, а по-друге, його можна отримати з даних прикордонної служби. Однак більш вагомими з позиції корисності є такі дані в розрізі регіонів України, оскільки їх наявність уможливило більш обґрунтований підхід до планування потреби в місцях розташування. Виходячи з показників, опублікованих в аналітичних матеріалах, нами уточнено дані на стратегічну перспективу з урахуванням співвідношень, що передбачені в Стратегії розвитку туризму в Україні (табл. 2).

Проведені дослідження, пов'язані з пошуком необхідних даних, дозволяють зауважити, що на перший погляд, маємо парадоксальну ситуацію, адже незважаючи на усі карантинні обмеження, туристична галузь продовжує показувати позитивну динаміку показників. Однак, по-перше, за основу обчислень взято 2019 рік, коли таких обмежень ще не було, а по-друге в Україні відбулася низка нормативних змін, котрі мали суттєвий вплив на туристичну галузь. Зокрема, було гармонізовано 18 національних стандартів у галузі туризму та курортів, а також змінено ставки туристичного збору.

Вони розпочали використовуватися, починаючи з 2019 року. Особливістю нових ставок є те, що вони встановлені не у відсотках до вартості номеру, як це було до 2019 року, а у відсотках від мінімальної зарплати. При цьому передбачені деякі відмінності в ставках для туристів з України (0,5%) та для туристів з інших країн (до 5%). Окрім цього, право визначати розміри ставок для конкретного населеного пункту покладено на органи місцевого самоврядування (сільські, селищні, міські ради, а зараз ради об'єднаних територіальних громад).

У 2019 році туристичний збір не може перевищувати 20,86 грн за добу розміщення для українських туристів та 208,65 грн (близько 6,5 євро) для іноземних туристів [16]. З огляду на це, можна стверджувати, що частково надходження до місцевих бюджетів і їх зростання пов'язане зі зміною вимог Податкового кодексу. Звичайно усі чинники врахувати в процесі вироблення системи логістики неможливо, однак чим точнішими будуть вихідні показники, тим кращою та ефективнішою буде її організація.

До прикладу, в процесі пошуку даних, в тому числі статистичних, які характеризують туризм в Україні, стикаємося з проблемою відсутності необхідних показників. Це пов'язано з тим, що фактично, за великим винятком, в Україні на належному рівні не готуються статистичні дані потрібного формату. Зокрема, ми вважаємо, що є потреба більшої деталізації

Таблиця 2

Уточнені прогнозні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні

Найменування показника розвитку	За роками			
	2015	2019	2022*	2026*
1. Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	11,8 (зменшення на 9 відсотків (0,91)) (1)	23,6	38,94
2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	4,66 (зменшення на 31 відсоток (0,69)) (2)	11,65	23,3
3. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	115,8 (збільшення у 3 рази) (3)	289,5	579
4. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	4,389 (збільшення у 2,6 разів) (4)	10,97	21,9
5. Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	440 (зростання кількості робочих місць — у 5 разів) (5)	880	1452
6. Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	449,6 (збільшення у 1,26 раза) (6)	674,4	1124
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	163,2 (збільшення в 1,3 раза) (7)	212,2	277,4

Примітки: (1) — офіційні статистичні дані на момент публікації статті відсутні. Обсяг встановлено з урахуванням [12] з поправкою на дані за рік, оскільки наявна інформація лише за півріччя. Для встановлення орієнтовних даних за рік використано просте подвоєння показника за півріччя; (2) — джерело [3]; (3) — за основу обчислення показника використано [3; 7; 13]. Обчислено аналогічно до (2); (4) — основа обчислення показника [5], методика та ж сама; (5) — джерело [13]; (6) — джерело [15]; 7 — офіційні дані відсутні, за показник взято авторське припущення; * — обчислено з урахуванням фактично досягнутих у 2019 році показників

результатів діяльності суб'єктів туристичної галузі, в тому числі в розрізі найбільш вагомих її складових таких як готельно-ресторанний бізнес.

Повертаючись до обчислень, здійснених нами з метою уточнення показників державної Стратегії розвитку туризму в Україні, варто зазначити, що з позиції логістичних запитів вони можуть прислужитися для таких цілей як формування фінансової та трудової складової логістичного ланцюга, а також вирішення питання матеріального забезпечення. Взаємозв'язок між ними та репрезентованими показниками полягає у тому, що останні уможливають ідентифікацію складових елементів логістики та навіть дозволяють спрогнозувати обсяги необхідних послуг, їх структуру й якісні параметри. Якщо взяти офіційні статистичні дані про показники в сфері туризму в розрізі таких видів як внутрішній та зовнішній, то можемо побачити, що в їх складі недостатньо репрезентовані види туристичних послуг, які надавалися. А це важливо з точки зору логістики. Більше того, в останні роки, зокрема у 2020 році, частка туризму суттєво знизилася і у ВВП країни (до 5,3%), а вона і так у 10 разів нижча від середньої в світі. При цьому і науковці й практики визнають, що в Україні є достатньо високий ресурсний потенціал для розвитку цієї галузі та її підгалузей.

Однак на тлі слабого інтересу до розвитку логістичних прийомів і удосконалення механізму логістики загалом — це цілком прогнозований та об'єктивний результат. Як свідчать наші статистичні збірники основними показниками, які у них

висвітлюються щодо туризму є кількість суб'єктів туристичної діяльності, їх витрати, обсяги реалізованих послуг, кількість туристів (залежно від мети поїздки і видів туризму), кількість виїзних і в'їзних туристів, показники роботи суб'єктів туристичної діяльності за регіонами тощо.

Причому якраз саме дані за регіонами є, на наш погляд, найбільш інформаційними для логістичних цілей. Вони можуть безпосередньо використовуватися для формування ланцюгів поставок ресурсів (для готельно-ресторанного бізнесу) з урахуванням оптимальних обсягів. Однак щодо більшості інших показників слід зазначити, що таке їх розмежування в статистиці несе в собі загрозу недооцінки й неналежного ставлення до надзвичайно вагомих складових забезпечення діяльності суб'єктів господарювання та їх використання для логістичних і інших цілей (в тому числі планування й прогнозування).

Окрім цього саме застосування наукових підходів і активізація їх використання в сучасних умовах сприятимуть досягненню конкурентних переваг в галузі туризму та його підгалузях, зокрема готельно-ресторанному бізнесі. Адже на сьогодні пріоритетною моделлю розвитку економічної системи є не статична, пов'язана з забезпеченістю матеріальними і трудовими ресурсами, а динамічна, основою якої є знання, інновації та інформація. Це означає посилення ролі наукових розробок і обґрунтувань як каталізаторів науково-технічного прогресу, а також ефективного інструмента вирішення багатьох економічних задач в сфері туризму.

В цьому контексті слід визнати, що в сучасних умовах практично відсутній як інтерес, так і дослідження, які б були присвячені плануванню на рівні держави. Перехід від планової до ринкової економіки змістив цю важливу функцію управління до рівня суб'єктів господарювання, або максимум до рівня областей. Попри наявність ринкових механізмів, що визначають попит і пропозицію, на наш погляд, варто було б мати науково обґрунтовані орієнтири доцільності розвитку того чи іншого виду туристичного бізнесу в регіональному розрізі. Вони б виступали інформаційним джерелом для потенційних інвесторів, а з точки зору об'єкта нашого дослідження належали б до інформаційної логістики.

Для чіткої ідентифікації потреби в показниках, що можуть служити основою формування ефективної логістичної системи доцільно, перш за все, визначитися з основними вимогами до неї та запитами системи управління. До прикладу, статистичні дані щодо кількості туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами за видами туризму (табл. 3) за умови деталізації в регіональному розрізі могли б бути використані для цілей встановлення

оптимальних кількостей місць розташування та інших складових туризму.

Найбільш інформаційними в цьому випадку є показники кількості в'їзних (іноземних) та внутрішніх туристів. Але, як свідчить визначення структури туристів за вищенаведеними статистичними даними (табл. 4), в діяльності туроператорів і турагентів найбільшу частку мають виїзні туристи. Тобто більшою мірою ці суб'єкти господарювання займаються виїзним туризмом, що практично майже не передбачає розташування й харчування в Україні (за винятком турів, котрі включають трансфер територією країни і тимчасове перебування в готелях та харчування).

В такому разі є потреба в активізації виїзного та внутрішнього туризму, що сприятиме зростанню обсягів послуг з розташування й харчування. До каденції логістики при цьому має бути включено пошук шляхів забезпечення зростання кількості в'їзних і внутрішніх туристів, котрі активно користуються готельно-ресторанними та іншими послугами, що належать до сфери туризму. На наш погляд, це можуть бути нові послуги (через розширення їх переліку), попит щодо яких можна виявляти анкетуванням туристів, або

Таблиця 3

Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, за видами туризму, осіб

Роки	Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2014	2425089	17070	2085273	322746
2015	2019576	15159	1647390	357027
2016	2549606	35071	2060974	453561
2017	2806426	39605	2289854	476967
2018	4557447	75945	4024703	456799
2019	6132097	86840	5524866	520391

Примітки: без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях; джерело [2]

Таблиця 4

Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, за видами туризму

Роки	Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, усього, осіб	У тому числі у процентах		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2014	2425089 (100%)	0,7	86,0	13,3
2015	2019576 (100%)	0,7	81,6	17,7
2016	2549606 (100%)	1,4	80,8	17,8
2017	2806426 (100%)	1,4	81,6	17,0
2018	4557447 (100%)	1,7	88,3	10,0
2019	6132097 (100%)	1,4	90,1	8,5

Примітки: без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях; джерело [2]

застосування більш дієвих фінансово-стимулювальних важелів просування уже наявних послуг (різні знижки на тури, в т.ч., зокрема за залучення до них більшої кількості учасників). Щодо останніх, то в Україні вони вже набули певного поширення.

Разом з тим можна також використати і позитивний зарубіжний досвід. Наприклад, у Німеччині та в інших європейських країнах застосовують знижки на відвідування музеїв та інших екскурсійних місць, якщо зібрати групу більшу, ніж певна встановлена кількість осіб (для екскурсій на завод «Фольксваген» у м. Дрездені у свій час ця кількість складала 15 чол., тоді квитки продавались щонайменше на 30 відсотків дешевше), або ж знижки на квитки для сімейного відвідування (котрі можна спостерігати в Англії).

Збирання й узагальнення інформації, яка може бути використана в процесі діяльності та має вплив на логістичний механізм і його складові, абсолютно нестандартизований процес ні з позиції методів збору, ні з позиції показників. Тому дослідження такого напрямку є актуальні, а в світлі стандартизації в сфері туризму (яка хоч і застосовується зазвичай щодо якості туристичних послуг), можуть бути переведені і в русло формування відповідних нормативно-правових документів.

У нашому дослідженні ми прагнемо окреслити окремі цікаві й корисні моменти і показники, які, на наш погляд, можуть бути застосовані як самими суб'єктами господарювання, так і регіональними (місцевими) органами влади для покращення планування розвитку туризму та його організації. Зокрема, повертаючись до вище наведених показників, зауважимо, що варто було б мати ще й показники, що характеризують час перебування туристів (зокрема в розрізі до 5 діб, від 5 до 10 діб, понад 10 діб) та динаміку їх кількості (в розрізі певних періодів — місяці, квартали). Така інформація важлива для встановлення можливих обсягів діяльності суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Практика функціонування низки суб'єктів, головню готелів (але ресторанний бізнес у цьому випадку також часто застосовує подібні дані), використовує показники відвідуваності в такому розрізі для потреб прийняття рішень, зокрема, щодо оновлення матеріально-технічної бази, проведення ремонтів тощо. Це реалізується за принципом — найнижча зайнятість — найкращий час для оновлення чи ремонту. Особливо показово це простежується в готелях, розташованих на гірськолижних базах з природнім покриттям: у міжсезоння такі готелі практично не зайняті, що дозволяє їх власникам і менеджменту займатися господарськими питаннями. З практичної точки зору також важливо при формуванні ло-

гістичного ланцюга та системи логістики суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу мати інформацію про те, чим цікавляться туристи, відвідуючи регіон, у якому вони знаходяться.

На наш погляд існує два можливих варіанти отримання такої інформації для її врахування при плануванні й прогнозуванні діяльності такими підприємствами. Перший, це самостійне дослідження, знову ж таки через пропонування заповнення відповідної короткої анкети. Недоліком такого підходу є суб'єктивність, що пов'язана з тим, що більшість відвідувачів-туристів зазвичай ігнорують такі пропозиції. Готелям вирішити цю проблему дещо легше, адже при реєстрації зазвичай вказується мета візиту. Однак така інформація не повною мірою характеризує всі інтереси відвідувача.

Загалом з точки зору готелю чи ресторану, кафе і інших суб'єктів цієї сфери дані про інтереси відвідувачів щодо їх перебування та місць відвідувань не надто інформативні з точки зору їх власної діяльності. Можна стверджувати навіть, що для них така інформація практично не потрібна. Однак, співпрацюючи з туроператорами й турагентами для власної ж вигоди, вони можуть збирати її для цілей своїх партнерів і, таким чином, в подальшому збільшувати обсяги своєї діяльності.

На регіональному рівні для застосування з метою удосконалення логістики позитивно слід оцінити збирання інформації про місця, якими найбільше цікавляться відвідувачі, а також рівень інтересу до регіону загалом. Такий показник можна встановити з наявних статистичних даних, що репрезентуються як «Розподіл в'їзних (іноземних) туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами за метою поїздки у ___ році за регіонами». Рівень інтересу доцільно розраховувати або у відсотках (відсоток за рівнем відвідуваності), або у вигляді коефіцієнтів (табл. 5).

Просте рейтингування регіонів за відсотком відвідуваності, а також середній показник за 2 роки засвідчує, що найбільш відвідуваним є м. Київ, на другому місці перебуває Львівська, на третьому — Івано-Франківська, на четвертому — Одеська та Дніпропетровська області і т.д. Відповідно до цього можна зробити висновок, що саме в найбільш рейтингових за рівнем відвідуваності туристами областях є потреба розвивати готельно-ресторанний бізнес більш інтенсивно, ніж в інших регіонах України. Проведення рейтингування регіонів за рівнем зацікавленості туристів їх відвідуванням, здійснене окремо за 2017 та 2019 роки, та визначення середнього показника, засвідчують приблизно однакові результати. Це вказує на деяку постійність інтересу туристів до того чи іншого регіону. Тому для скорочення часу

дослідження можна використовувати вихідні розрахункові показники лише за один рік (звітний).

Досліджуючи проблематику розвитку логістики й шукаючи потрібні показники, можемо стверджувати, що є багато альтернативних підходів до ідентифікації рівня зацікавленості туристів регіонами. У репрезентованому вище є певний рівень похибки, оскільки за основу взято лише іноземних туристів. Однак можна також скористатися вже готовими результатами досліджень, зокрема статистикою найбільшого туристичного порталу України UA.igotoworld.com за 2019 рік. Там подано дані за областями й пам'ятками, якими найбільше цікавляться туристи (ймовірно при цьому враховано і іноземних, і українських туристів, адже дані дещо відрізняються від отриманих нами результатів). В регіональному розрізі рівень інтересу показаний на рис. 1.

Як бачимо з цих даних, в групу регіонів, що викликають найбільший інтерес з боку туристів (як і в попередньому випадку) потрапили Одеська, Львівська, Київська, Дніпропетровська області. Окрім цього в п'ятірку лідерів увійшла Закарпатська область, яка за нашими даними, розрахованими вище займає аж 10 місце. Слід зауважити, що у будь-якому разі в таких розрахунках є момент суб'єктивності, але їхнє здійснення надзвичайно важливе з точки розу планування та прогнозування розвитку туристичної діяльності та відповідних супутніх послуг. Узагальнюючи, слід зазначити, що для ідентифікації перспектив у сфері готельно-ресторанного бізнесу необхідно максимально враховувати усі впливові складові. Таку інформацію можна відповідним чином формалізувати. Не вдаючись до більш детального виявлення більшої кількості чинників та їх оцінки,

Таблиця 5

Показник рівня відвідуваності регіонів України у 2019 році

	Кількість в'їзних (іноземних) туристів, усього		Відсоток за рівнем відвідуваності			Рейтинг		
	2017	2019	2017	2019	Середній	2017	2019	Середній
Україна	2806426	83703	100	100	100	-	-	-
Вінницька	38634	—	1,4	0	0,7	7	12	7
Волинська	17047	474	0,7	0,6	0,7	10	2	7
Дніпропетровська	75526	—	2,7	0	1,4	3	12	4
Донецька	9231	8	0,3	0	0,2	14	11	11
Житомирська	9516	—	0,3	0	0,2	14	12	11
Закарпатська	14652	114	0,5	0,1	0,3	12	9	10
Запорізька	47675	182	1,7	0,2	1,0	6	7	6
Івано-Франківська	73309	2293	2,6	2,7	2,7	4	4	3
Київська	36983	—	1,3	0	0,7	8	12	7
Кіровоградська	8436	—	0,3	0	0,2	14	12	11
Луганська	2825	—	0,1	0	0,1	15	12	12
Львівська	175150	5435	6,2	6,5	6,4	2	3	2
Миколаївська	11805	—	0,4	0	0,2	13	12	11
Одеська	72302	821	2,6	1,0	1,4	4	5	4
Полтавська	19032	—	0,7	0	0,4	10	12	9
Рівненська	11168	—	0,4	0	0,2	13	12	11
Сумська	11185	—	0,4	0	0,2	13	12	11
Тернопільська	9558	—	0,3	0	0,2	14	12	11
Харківська	51929	223	1,9	0,3	1,1	5	6	5
Херсонська	20278	—	0,7	0	0,4	10	12	9
Хмельницька	26829	—	0,9	0	0,5	9	12	8
Черкаська	20953	20	0,7	0	0,4	10	10	9
Чернівецька	20341	179	0,7	0,2	0,4	10	8	9
Чернігівська	15974	—	0,6	0	0,3	11	12	10
м. Київ	2006088	73954	71,6	88,3	79,9	1	1	1

Джерело: розраховано на основі [15]

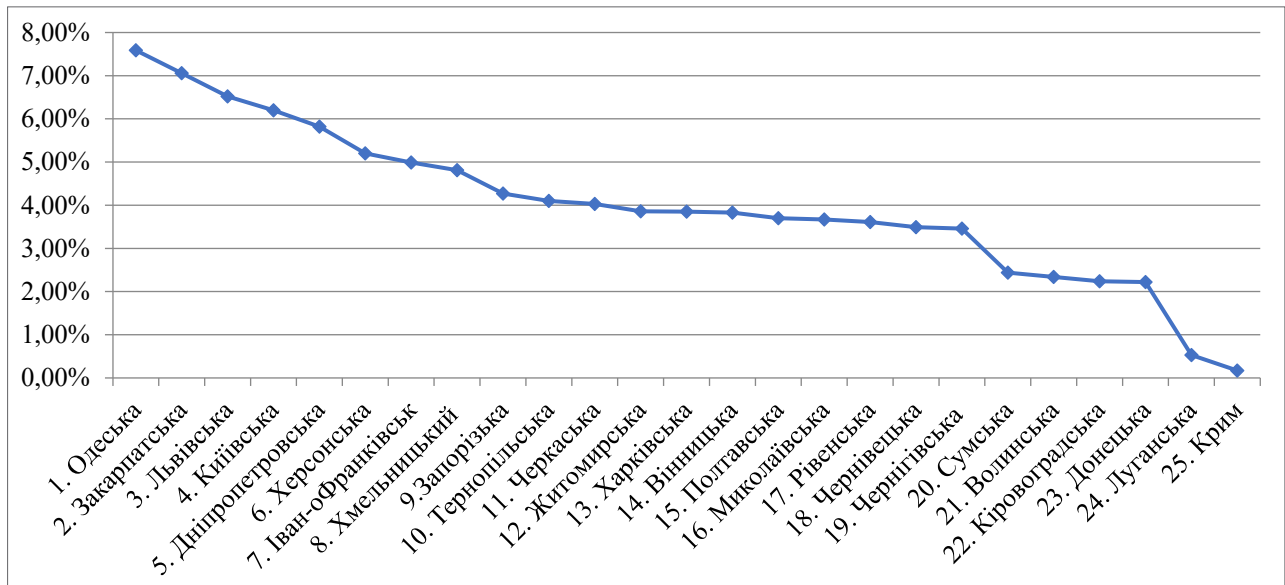


Рис. 1. Статистика в розрізі областей (регіонів), якими найбільше цікавились туристи

Джерело: сформовано на основі [14]

зазначимо, що навіть з уже проведеного короткого дослідження показників можна без обґрунтування конкретних стратегій для тих чи інших регіонів або суб'єктів господарювання, побудувати узагальнену схему логістичної стратегії управління розвитком готельно-ресторанного комплексу (рис. 2).

Щодо цієї схеми вважаємо за доцільне також надати окремі більш детальні описи. Зокрема, логістичними посередниками виступають туроператори, турагенти, а також системи бронювання (в т.ч міжнародні).

Структура логістичної системи передбачає систему блоків, які дозволяють організувати виробничо-господарську діяльність готельно-ресторанного комплексу. Система закупівель включає в себе такі напрямки роботи — продовольче забезпечення, енергетичне забезпечення, матеріально-технічне забезпечення. Виробнича система передбачає наявність наступних елементів: виробничі цехи, заготівельні цехи, спеціалізовані цехи. Система збуту та споживання включає торговельні зали, кейтеринг, роздавальні, тераси, філіали тощо. Логістична стратегія готельно-ресторанного комплексу повинна мати сформовану систему заходів щодо швидкого реагування на кризові процеси, що можуть виникнути в процесі фінансово-господарської діяльності. Її метою є розроблення та впровадження ефективного логістичного плану, спрямованого на отримання прибутку.

Внутрішні процеси логістичної системи готельно-ресторанного комплексу передбачають формування елементів внутрішнього середовища й включають чотири підсистеми: бронювання та просування послуг, логістична інфраструктура готельно-ресторанного

комплексу, розподіл логістичної інформації та опрацювання вхідної інформації.

Логістичні системи готельно-ресторанного комплексу визначають рівень управління логістичними процесами, що об'єднують усі логістичні підсистеми: постачання, виробництво, транспортування, розподіл тощо. Жорстка конкуренція на ринку готельно-ресторанних послуг вимагає якісного контролю за фінансово-господарською діяльністю та формування привабливої атмосфери закладів. Вирішення поставленого завдання вбачаємо в автоматизації процесів діяльності, що дозволить ефективно здійснювати облік фінансово-господарських процесів суб'єкта господарювання та формувати клієнтську систему для уможливлення проведення заходів різного типу з метою залучення нових клієнтів. Ефективним кроком у розвитку готельно-ресторанного комплексу може стати створення дисконтного клубу, що дозволить формувати знижки для постійних клієнтів, проводити розіграшів перед святковими днями та у дні народження клієнтів, залучати нових клієнтів, реалізовувати дисконт в межах мережі готельно-ресторанних комплексів, створити додатковий рекламний простір послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Діяльність готельно-ресторанного комплексу є специфічною, що вимагає автоматизації фінансово-господарських процесів з врахуванням сервісних, матеріальних та фінансових потоків, орієнтуючись на інтегровані інформаційні системи. Такі системи дозволяють ефективно управляти діяльністю готельно-ресторанних комплексів та розробляти стратегію розвитку на перспективу (табл. 6).

В умовах введення обмежень, що пов'язані з коронавірусом, проблеми готельно-ресторанного бізнесу особливо загострюються. Тому окрім встановлення дійсної потреби в таких послугах, є необхідність розвивати цей бізнес в нових умовах. Для цього слід продукувати нові напрями надання послуг і їх нові види (в т.ч. з метою більш продуктивного заохочення туристів). Основні рекомендації щодо удосконалення послуг готельно-ресторанного комплексу в цих умовах такі:

- 1) обслуговування клієнтів роботами та іншими доступними технічними пристроями (наприклад, в процесі доставки їжі до місця призначення);
- 2) створення іменних карточок постійним клієнтам готельно-ресторанних закладів;

- 3) використання нових методик в організації готельно-ресторанних послуг;
- 4) організація боксів для автомобілів та наявність автомайстерні, що дозволить оперативно виправити несправності;
- 5) створення конференц-залів та залів переговорів для клієнтів, що прибули в місто з метою бізнесу;
- 6) відкриття салонів краси та спортзалів з метою надання клієнтам готельно-ресторанного комплексу відповідних послуг і задоволення попиту користувачів;
- 7) використання погодинної та подової оплати при наданні послуг, встановлення послуг, що входять у вартість ціни номера у готелі;



Рис. 2. Логістична система управління розвитком готельно-ресторанного комплексу

Джерело: розроблено автором самостійно; (1) — складова, котра передбачає пошук різних даних, які можуть вказувати на потребу в розвитку чи згортанні обсягів діяльності (вище розглянуто окремі з них). Окрім цього в цьому блоці такі дані мають бути опрацьовані й представлені у вигляді, необхідному для прийняття рішень (тобто вони мають бути опрацьовані відповідним чином і після цього матимуть назву «опрацьовані дані»). На їх підставі приймаються відповідні управлінські рішення; (2) — блок, який передбачає реалізацію управлінських рішень, прийнятих на основі використання опрацьованих даних, і котрі стосуються питань логістики

Таблиця 6

Автоматизовані системи готельно-ресторанних комплексів України

№	Програмний продукт	Характеристика	Переваги/Недоліки
1	«1С»	Призначений для автоматизації ведення бухгалтерського та податкового обліку на підприємствах різних галузей, а також для формування стандартної бухгалтерської, статистичної та податкової звітності.	Переваги: – можливість модифікувати до власних потреб та бажань ведення бухгалтерського обліку на підприємствах готельно-ресторанного комплексу; Недоліки: – програма написана на одній технічній платформі, яка потребує уточнення та доопрацювання у кінцевого користувача.
2	«Фуршет»	Призначений для автоматизації роботи будь-яких закладів ресторанного господарства, починаючи від невеликих кафе до великих ресторанів та включає три програми: «Менеджер» — автоматизує калькуляцію страв і здійснює розрахунок їх цін; «Офіціант» — за допомогою цієї програми формуються замовлення та пишуться рахунки; «Звіти» — програма автоматизує одержання звітів і аналіз роботи закладу.	Перевага: – орієнтується на використання недорогої комп'ютерної техніки; – можливість обліку підрозділів одного закладу за різними формами оподаткування; – можливість складання комплексної страви (що складається з інгредієнтів і готових страв-напівфабрикатів); – здатність ведення баз даних кількох закладів; – можливість швидкого і коректного налаштування програми під специфічні вимоги користувача.
3	«1С-Рарус», «1С-Рарус: Керування рестораном (бек-офіс)»	Призначений для автоматизації бізнес-процесів керування й оперативного обліку в ресторанному господарстві з різною організаційною структурою.	Переваги: – можливість вести бухгалтерський і податковий облік господарських операцій в ресторанному господарстві.

Джерело: узагальнено на основі критичної оцінки основних чинних систем

8) розроблення власної системи послуг та товарів, притаманних конкретному закладу (індивідуалізм і відсутність аналогів послуг).

Загалом, ми погоджуємося з думкою фахівців у галузі туризму про те, що «для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку необхідно здійснювати діяльність щодо надання товарам нових якостей і властивостей, які їх вигідно вирізняють. Тому важливим є визначення передумов формування конкурентних переваг галузі туризму» [18]. Викладені вище рекомендації сприятимуть виконанню цього завдання, однак варто також більш продуктивно працювати над досягненням загальної цілі, поданої в Стратегії розвитку туризму в Україні, а саме: «створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі» [11].

Висновки та перспективи подальших досліджень. В дослідженні визначено можливості одержання істотних конкурентних переваг завдяки здійсненню аналітичної оцінки вихідних умов розвитку готельно-ресторанного бізнесу як важливої складової туристичної галузі України та формуванні на цій основі не лише альтернативних напрямів діяльності,

а й застосування логістичного інструментарію для реалізації інновацій. В подальших дослідженнях доцільно обґрунтувати один з найвпливовіших інструментів ефективного використання логістики для досягнення позитивних результатів діяльності, зокрема удосконалення методологічних, організаційних та прикладних положень її реалізації в умовах формування засад підвищення рівня інформаційного забезпечення управління, зокрема створення єдиної інформаційної системи готельно-ресторанного бізнесу як складової туризму.

Рекомендації, які вироблені та репрезентовані в дослідженні, дозволяють певною мірою вирішити проблеми встановлення чіткого механізму взаємодії суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу між собою для узгодження своїх дій і забезпечення на цій основі зростання результативності та ефективності надання послуг. В подальшому дослідження доцільно здійснювати в напрямку формалізації усіх чинників, які мають максимальний вплив на розвиток діяльності в туризмі загалом, в тому числі на готельно-ресторанний бізнес, а також побудови відповідного функціоналу залежності, що уможливить виключення в процесі дослідження менш вагомих чинників і акцентування уваги на тих, що мають максимальний вплив.

Література

1. Денков Д., Каракуц А., Щедрін Ю. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України. Київ: громадська організація «Центр прикладних досліджень». 2020. 56 с.
2. Економічна статистика. Економічна діяльність. Туризм // Державна служба статистики України (офіційний сайт). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
3. Загальний дохід українських туроператорів і турагентів у 2019 році становить 32,6 млрд. грн, послугами скористалися 6,1 млн. осіб // Interfax–Україна. 17.07.2020 р. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/675392.html>
4. Зубар Н. М., Григора М. Ю. Логістика у ресторанному господарстві: навч. посіб. Київ: Цент учбової літератури, 2010. 312 с.
5. Інформація щодо фінансово-економічних показників сфери туризму та курортів за 2017–2019 роки // Дані Державної фіскальної служби України. URL: <http://me.gov.ua/Documents/Download?id=69649f4e-20e2-4d4c-923a-6c54d3b9386d>
6. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.02. КНТЕУ. Київ, 2001. 18 с.
7. Назбирали: Надходження від туризму зросли на понад 70% // Investory News. 6.08.2019 р. URL: <https://investory.news/nazbirali-nadhodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-ponad-70>
8. Про туризм: Закон України від 25.09.1995 р. № 324/95-ВР в редакції від 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
9. Про туризм: проект Закону України від 24.02.2014 р. № 4224. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JG39C00A?an=3>
10. Смирнов І. Г. Логістика туризму: комплексний підхід // Наука и образование без границ — 2007: матеріали конференції. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/smyrnov3.htm
11. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80?lang=en#Text>
12. Тігарчук М. Україна туристична: виклики виїзного та в'їзного туризму // LB.ua. 27.08.2019 р. URL: https://lb.ua/blog/mykhailo_titarchuk/435645_ukraina_turistichna_vikliki.html
13. Торік надходження до бюджету від туристичної галузі зросли у 2,5 рази // Укрінформ. 2020. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2678086-torik-nadhodzenna-do-budzetu-vid-turistichnoi-galuzi-zrosli-u-25-raza.html>
14. Туризм в Україні за 2019 рік: статистика найбільшого туристичного порталу України // UA.igotoworld.com. URL: <https://ua.igotoworld.com/projects/stat2019/>
15. Туристична діяльність в Україні у 2019 році // Державна статистична служба України. 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/tyr/tyr_dil/tur_d_19_u.xlsx.
16. Україна за рік отримала понад 90 мільйонів туристичного збору // Інформаційне агентство Уніан. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/10453371-ukrajina-za-rik-otrimala-ponad-90-milyoniv-turistichnogo-zboru.html>
17. Чайка Т. Ю. Визначення та об'єкт логістики готельно-ресторанного бізнесу: еволюція і сучасні підходи // Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: матеріали Всеукр. наук.-прак. інтернет-конф., 29–30 жовтня 2018 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2018. С. 281–283.
18. Yatsenko V., Pasieka S. and others. Financial-economic and innovative support of entrepreneurship development in the spheres of economy, tourism and hotel-restaurant business: collective monograph. Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V. M. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017. 619 p.

References

1. Dienkov, D., Karakuts, A. and Shchedrin, Yu. (2020), Impact of COVID-19 and quarantine restrictions on the economy of Ukraine. Kyiv: hromadska orhanizatsiia «Tsentr prykladnykh doslidzhen», 56 p.
2. State Statistics Service of Ukraine (official website) (2020), Economic statistics. Economic activity. Tourism. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
3. Interfax — Ukraine (2020), The total income of Ukrainian tour operators and travel agents in 2019 is 32.6 billion hryvnias, 6.1 million people used the services. 17.07.2020. Available at: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/675392.html>.
4. Zubar, N.M. and Hryhora, M. Yu. (2010), Logistics in the restaurant industry. Kyiv: Tsent uchbovoi literatury, 312 p.
5. State Fiscal Service of Ukraine (2020), Informatsiia shchodo finansovo-ekonomichnykh pokaznykiv sfery turyzmu ta kurortiv za 2017–2019 roky [Information on financial and economic indicators of the spheres of tourism and resorts from 2017–2019]. Available at: <http://me.gov.ua/Documents/Download?id=69649f4e-20e2-4d4c-923a-6c54d3b9386d>.

6. Mykhailichenko, H.I. (2001), Information and sales logistics in tourism: Thesis abstract for Cand. Sc. (Econ.). Kyiv, KNTEU. 18 p.
7. Investory News (2019), Collected: Receipts from tourism increased by more than 70%. Available at: <https://investory.news/nazbirali-nadkhodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-ponad-70>.
8. Pro turyzm: Zakon Ukrainy vid 25.09.1995 r. № 324/95-VR v redaktsii vid 16.10.2020 r. [On Tourism: Law of Ukraine of September 25, 1995 No. 324/95-VR, Revision on October 16, 2020]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
9. Pro turyzm: proekt Zakonu Ukrainy vid 24.02.2014 r № 4224. [On Tourism: draft Law of Ukraine dated 24.02.2014 № 4224]. Available at: <https://ips.ligazakon.net/document/JG39C00A?an=3>
10. Smyrnov, I.H. (2007), Lohistyka turyzmu: kompleksnyi pidkhid [Logistics of tourism: a comprehensive approach]. Nauka i obrazovaniye bez granits — 2007 [Science and education without borders — 2007]: conference materials. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/smyrnov3.htm
11. Stratehiia rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku: rozporiadzhennia Kabinetu ministriv Ukrainy vid 16 bereznia 2017 r. № 168-r. [Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026: order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated March 16, 2017 No. 168-r.]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80?lang=en#Text>
12. Tiharchuk, M. (2019), Ukraine is tourist: challenges of outbound and inbound tourism. LB.ua. Available at: https://lb.ua/blog/mykhailo_titarchuk/435645_ukraina_turistichna_vikliki.html
13. Torik nadkhodzhennia do biudzhetu vid turystychnoi haluzi zrosly u 2,5 raza. [Last year, budget revenues from the tourism industry increased 2.5 times]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2678086-torik-nadhodzenna-do-budzetu-vid-turistichnoi-galuzi-zrosli-u-25-raza.html>
14. UA.igotoworld.com. (2020), Tourism in Ukraine in 2019: statistics of the largest tourist portal of Ukraine. Available at: <https://ua.igotoworld.com/projects/stat2019/>
15. State Statistics Service of Ukraine (2019), Tourist activity in Ukraine in 2019. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/tyr/tyr_dil/tur_d_19_u.xlsx.
16. Informatsiine ahentstvo Unian (2019), Ukraine during the year received more than 90 million tourist tax. Available at: <https://www.unian.ua/tourism/news/10453371-ukrajina-za-rik-otrimala-ponad-90-milyoniv-turistichnogo-zboru.html>
17. Chaika, T. Yu. (2018), Definition and object of logistics of hotel and restaurant business: evolution and modern approaches, Strategic prospects of the tourist and hotel-restaurant industry in Ukraine: theory, practice and innovations of development: materials All-Ukrainian scientific-practical internet conference, October 29–30, 2018. Uman: VPTs «Vizavi», pp. 281–283.
18. Yatsenko, V., Pasioka, S. and others (2017), Financial-economic and innovative support of entrepreneurship development in the spheres of economy, tourism and hotel-restaurant business: collective monograph. Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V. M. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom. 619 p.

Kulova Ivelina
PhD, Chief Assistant
Faculty of Economics
Department of Industrial Business and Entrepreneurship
University of Food Technologies (Plovdiv, Bulgaria)

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6803

CONTEMPORARY TRENDS IN GLOBAL BUSINESS – ENGINES FOR INTERNATIONAL E-SALES

Summary. The rapid progress of technological innovations and their influence on human life have a remarkable impact on international business. With the right planning, strategy and tools, starting and developing not only a traditional brick and mortar store but also an international online business can be more easily achieved. In this regard, the purpose of this study is to outline some of the key contemporary trends in global business, driving the growth of international e-sales. The main research thesis is that the conjuncture and circumstances today allow any entrepreneur who wants to start up or develop their online business internationally, to accomplish it in a much shorter time compared to previous years. The paper explores and analyzes some contemporary trends in global business, which have a positive impact on international e-sales growth, namely – global expansion of payment tools and fintech companies; general reduction of international logistics costs and courier services costs; fulfillment services in outsourcing warehouse; Software as a Service (SaaS) and open source platforms; e-commerce personalization; social media e-commerce through influencers; interactive visualizations; robotic process automation. As a result of the study, it is concluded that contemporary trends in global business contribute significantly to the growth of international e-sales. Taking advantage of all the new opportunities that are available facilitates the prosperity of companies abroad in a much shorter time than in previous years.

Key words: international e-sales, planning, international logistics, business process automation

Introduction. The coronavirus has accelerated the growth of the e-commerce industry worldwide and more businesses are joining the revolution. People around the world are changing their consumption and shopping habits. Companies which have invested in e-commerce are enjoying an expansion in the midst of shrinking sales from physical stores. However, competition is growing, online shopping behavior is changing faster than ever, and international e-sales require entrepreneurs to plan carefully, avoiding unpleasant surprises that global business could bring. In this regard, the *purpose* of this study is to outline some of the key contemporary trends in global business, driving the growth of international e-sales. The *thesis* is that the the conjuncture and circumstances today allow any entrepreneur who wants to start up or develop their online business internationally, to accomplish it in a much shorter time compared to previous years. The *methodology* for achieving the goal of the research is

based on in-depth review, synthesis, quantitative and qualitative analysis of empirical studies, secondary statistics, examining current trends in global business, which have a positive impact on international e-sales.

Analyzes and results. The COVID-19 pandemic has shifted the focus to e-commerce in 2020. According to Forbes [1], traditional retail sales are declining, but e-commerce is growing by 129% year on year in the United States and Canada as of April 21, 2020. Many traditional retailers have switched to online selling in order to survive. Global e-commerce is growing every year, with retail e-commerce sales worldwide expected to reach an impressive \$ 6.54 trillion by 2023 [6]. This means that the market offers ample business opportunities in a number of different categories, and if companies want to take advantage of them, they must be well prepared for fierce competition, both locally and globally.

Contemporary trends in global business, which have a positive impact on the growth of international e-sales

are related to: global expansion of payment tools and fintech companies; general reduction of international logistics costs and courier services costs; fulfillment services in outsourcing warehouse; SaaS and open source platforms; e-commerce personalization; social media e-commerce through influencers; interactive visualizations; robotic process automation.

One of the trends that has facilitated cash flow between merchants in different countries is the **global expansion of payment tools and fintech companies**. This has made the settlement of payments between manufacturers, importers, distributors and retailers much easier and cheaper. In recent years, companies such as TransferWise, Revolut, Paysera and others have seen significant growth in their customer bases, mainly because people are looking for better options to transfer their money from one country to another without paying huge bank fees for international transfers.

According to PwC survey [9], 82% of traditional financial institutions plan to increase partnership with fintech companies within five years. This collaboration is mutually beneficial: on the one hand it brings innovative solutions for the incumbents and on the other hand fintech companies get access to large customer base. Another drive is the threat that fintech will eventually displace the incumbents. 88% of participants are afraid a part of their business is at risk to standalone fintech companies.

Another major trend that entrepreneurs and managers need to understand in order to get a complete picture is the **general reduction of international logistics costs and courier services costs** [5]. It is now much cheaper to transport goods from one country to another than before. International supplies are becoming increasingly affordable [7].

The so-called Last mile delivery also costs only a fraction of the price it was a few years ago. The infrastructure of the courier companies has also improved and nowadays same-day delivery and express delivery from 1 to 3 hours are mandatory services for any serious company on the market.

The growth of e-commerce has also created a growing need for new professionals to help online stores focus on their core business and not waste time in routine day-to-day operations. **Fulfillment services in outsourcing warehouse** allow business owners to spend more time improving their products and services and to prevent losing too much money due to seasonal declines in sales of certain product categories.

According to E-commerce Fulfillment Services Market Report's [3] projections, the global e-commerce fulfillment services market will grow by 6.5% annually from 2020 to 2027. By 2027 it is expected to amount

to USD1,13,592.22 million. This growth is mainly driven by the thorough e-commerce expand and the relevant upsurge in online buying.

According to a Bulgarian national survey [11] conducted by Pragmatica, together with Metrica, nearly 30% of online retailers believe that the fulfillment service would be useful for their business. The purpose of order fulfillment is, on the one hand, to help online retailers who need assistance in operational and logistics processes, so that they have enough resources to focus on the product itself and its marketing. On the other hand, the end user receives not only the product, but also professional service from placing the order to delivery. Therefore, it can be concluded that fulfillment is a complex service that benefits everyone.

Nowadays, there is an easier and faster solution to complex and time-consuming daily operations such as sorting, collecting, packing and shipping products, as well as to managing returned orders. Both Amazon and Shopify are investing heavily in the development of these services, but there are also excellent smaller local and international fulfillment companies that entrepreneurs and managers can cooperate with, if they want to be independent of the giants but at the same time not to perform these activities themselves.

SaaS (Software as a Service) and open source platforms for e-commerce are another emerging trend that contributes to the growth of international e-sales. They allow people with limited (or completely lacking) technical knowledge to quickly build small online stores and start selling their products within a few weeks. Furthermore, the global pandemic, which forced companies to shift to remote working, has had its beneficial effect on SaaS growth rate. According to Gartner [2], SaaS will continue to maintain its dominance, bringing \$ 138 billion in 2022.

Today, the vast majority of e-commerce websites is managed either by one person or by very small companies. Some of them are already growing at a brisk pace. Naturally, most people who don't take e-commerce seriously, usually suffer.

Another trend in global business is **e-commerce personalization**. A survey [8] shows that 74% of online customers are frustrated with websites when they receive offers, advertisements and promotions that have nothing to do with their interests. Successful e-commerce companies use personalization technology to give personalized customer experience. Rendering individualized experience on e-commerce sites is achievable through dynamic content, product recommendations and specific offers based on browsing behavior, previous actions, shopping history, customer demographics and other personal data.

Customer touchpoints provide many opportunities to beat the competition. This is the magic of personalization — imitation of what would be the user's experience in the store, through a personalized online trip.

Social media platforms and SEO tools allow companies to collect tons of personal information about their visitors and buyers, such as search queries, page visits, purchase history, and more.

When the personalization is done correctly, the customer can feel that the company is reading his thoughts. This emotional response evokes a sense of loyalty.

The next emerging trend is related to **social media e-commerce through influencers**. Social commerce sells products directly through social media networks. It differs from social media marketing, as it does not redirect users to an online store, but allows them to make a payment directly on the network they are currently using.

Social commerce, combined with influencer marketing, is a recipe for increasing sales. Many businesses are already turning to work with influencers through sponsored content partnerships.

According to The Influencer Marketing Report [4] by Business Insider Intelligence, the influencer marketing industry is estimated to reach \$15 billion by 2022, having been \$8 billion in 2019, which is almost double rise for 2 years period. According to Influencer Marketing Benchmark Report: 2020 [12], by Influencer Marketing Hub in association with CreatorIQ, 66% of brands are planning to increase their influencer marketing budgets over the next 12 months. In 2019 this percentage was 63%. These figures show a stable trend that companies rely on partnerships with influencers on the social media and see real results.

Interactive visualizations are also a trend that supports the growth of international e-sales. Often users like a product, but are not sure that what they see on the site is what they will get. Due to this dubiety the site loses users.

In 2020, online reviews are not enough to convince the customer to buy a product. Today's consumers need

to trust the company, the product and the experience before buying. That is why high-resolution images are important in e-commerce. Static images are not sufficient. Consumers demand more, such as 360-degree images that allow potential buyers to see the product from all angles, to animate the moving parts, visualize interior parts, switch among color, to fully interact with the product. According to Comscore & UPS Study [13], 59% of consumers say that multiple high quality images or the ability to zoom in is the most important factor for purchase decision making.

Keeping up with trends and using the latest technologies can help e-retailers drive sales, attract new customers and increase market share.

Another trend in global business that stimulates international e-sales is related to **robotic process automation**, which helps save time and resources. Automation in all operations and marketing has made it possible to grow the business on a large scale without requiring hiring too many people. This allows entrepreneurs to reduce their operating costs or invest more money in their core business. According to Grand View Research report [10], the projection for the global robotic process automation market is to reach USD25.56 billion by 2027, with compound annual growth rate of 40.6%.

Machines, robots and algorithms can perform simple or complex tasks faster, without errors and without the need for rest, unlike humans. As a result, there is much more time left to develop better products or to improve and optimize processes.

Conclusion. All the trends and factors listed above contribute significantly to the global growth of e-commerce. The amount of goods moving across international borders, thanks to online sales, is really impressive. It is safe to say that there has never been a better time for brand owners to start selling abroad. However, entrepreneurs and managers who are considering starting international activities — either globally or in a neighboring country and region — need to plan carefully to avoid unpleasant surprises. The conditions allow anyone who wants to start or develop their online business to do so much faster than in previous years.

References

1. Columbus L. (2020). How COVID-19 Is Transforming E-Commerce. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/louiscolombus/2020/04/28/how-covid-19-is-transforming-e-commerce/?sh=470310dd3544>
2. Gartner. (2020). Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud End-User Spending to Grow 18% in 2021. Gartner. URL: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2020-11-17-gartner-forecasts-worldwide-public-cloud-end-user-spending-to-grow-18-percent-in-2021>

3. Grand View Research. (2020). E-commerce Fulfillment Services Market Size, Share & Trends Analysis Report By Service Type (Warehousing & Storage, Bundling, Shipping), By Application, By Region, And Segment Forecasts, 2020–2027. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/ecommerce-fulfillment-service-market>
4. Insider Intelligence. (2021). Influencer Marketing: Social media influencer market stats and research for 2021. Business Insider. URL: <https://www.businessinsider.com/influencer-marketing-report?r=US&IR=T>
5. Kersten Wolfgang, Blecker Thorsten, Ringle Christian M. (2017). Digitalization in Supply Chain Management and Logistics: Smart and Digital Solutions for an Industry 4.0 Environment, Epubli GmbH, Berlin, 1st edition. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/209192/1/hicl-vol-23.pdf>
6. Lipsman A. (2019). Global Ecommerce 2019. Ecommerce Continues Strong Gains Amid Global Economic Uncertainty. eMarketer. URL: <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019>
7. Logistika Team. (2014). The courier, my friend. Logistics Magazine, issue 8. URL: <https://www.logistika.bg/bg/menu/23/post/12658/Kuri%D0%B5ryt-moqt-priqt%D0%B5l>
8. Morgan B. (2020). 50 Stats Showing The Power Of Personalization. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2020/02/18/50-stats-showing-the-power-of-personalization/?sh=1c4980702a94>
9. PwC Global Fintech Report. (2019). Crossing the lines: How fintech is propelling FS and TMT firms out of their lanes. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/assets/pwc-global-fintech-report-2019.pdf>
10. Robotic Process Automation Market Report. (2020). Grand View Research. URL: <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-robotic-process-automation-rpa-market>
11. Tancheva R. (2019). Fulfillment services are increasingly gaining popularity among Bulgarian online retailers. URL: <https://pressroom.msl.bg/fulfillmnt-uslugite-vse-povece-nabirat-popularnost-sred-blgarskite-onlajn-trgovci>
12. The State of Influencer Marketing. (2020). Benchmark Report. Influencer Marketing Hub. URL: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report-2020/>
13. United Parcel Service of America. (2015). UPS Pulse of the Online Shopper. Empowered shoppers propel retail change. URL: <https://upscapital.com/wp-content/themes/upscapital/assets/uploads/UPS-Pulse-of-the-Online-Shopper-U.S.-Study-White-Paper-June-2015.pdf>

Kulova Ivelina
PhD, Chief Assistant
Faculty of Economics
Department of Industrial Business and Entrepreneurship
University of Food Technologies (Plovdiv, Bulgaria)

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6814

RESEARCH ON PROJECT AND PRODUCT MANAGEMENT IN TECHNOLOGY INDUSTRY IN THE DIGITAL ERA

Summary. The changes caused by digitalization give rise to a definite need to increase managerial and organizational flexibility. In some areas the impact of these rapid changes is significant, in others the impact is weaker, but is clearly felt in all industries and functions. This determines the need for research of project and product management to help managers form an approach to achieve optimal results and gain a competitive advantage over the other technology companies. Focusing on the project management and product management topics, the current paper falls into a niche of great relevance and strategic importance for the technology industry. In this regard, the purpose of this study is to examine the product and project management in times of digital transformation and to analyze whether the transition from project to product-oriented management in technology industry is necessary. The methods used in this paper include: analysis and synthesis; research through literature sources, results of theoretical and empirical research in the field of product and project management, etc. The results show that integrating a product mindset within projects will enable technology companies to further adapt to the dynamically changing business environment and to provide a unique value proposition in times of digital transformation.

Key words: product management, project management, digital transformation

Introduction. Digitalization has undoubtedly simplified the way business organizations work. But on the other hand, it has introduced fierce competition in the business world, where every company strives to make maximum profits with minimal investments. Thus, the competitive business environment requires the way of doing business to adapt to the changed external conditions and to design stable management processes [9].

Understanding the role of project management and product management in achieving the strategic goals of the organization has increased significantly in recent years. This role is key in terms of company's growth potential and strengthening its competitive position.

The *purpose* of this study is to examine the product and project management in times of digital transformation and to analyze whether a transition from project to product-oriented management in technology industry is necessary.

The methods used in this paper include: analysis and synthesis; research through literature sources,

results of theoretical and empirical research in the field of product and project management, etc.

Comparison of the concepts for product-oriented management and project-oriented management. It turns out that what has been accepted over the years, namely that good IT project management guarantees the success of the resulting solution, is not sufficient. According to Mik Kersten[4], the traditional IT project is not enough to meet the software development requirements today. According to an IBM[3] survey, 76% of consumers expect organizations to understand individual needs. And it's not just end users who want the technology they use to look good, be user-friendly and have the necessary functionality. The same trend is observed in B2B world and as a result the new solutions must meet the needs of both segments at the same time.

The strategy for products and services development is increasingly determined by their launch and demand, as a result of which product management is progressively replacing project management. Achieving project goals such as fulfilling the set tasks and

completing certain phases does not guarantee the success of the product. Before considering the question of whether product management should replace project management, first it is needed to explore and examine what the two concepts are in times of digital transformation [11] and what their distinctions are.

A product manager and a project manager are two roles of key importance in achieving company's strategic goals. And while both require skills for effective communication, collaboration with different teams and decision-making, the similarities end there.

N. Marinova and K. Hadjiev [6] give the following definition of project management — it is a management approach, in which through specific organization of human, financial and material resources it is performed a unique range of activities (to achieve significant change) with restrictions on time, costs and set quality requirements. According to A. Apostolov [1], when it is talked about good project management, it means such management that ensures achievement of pre-set goals and results at an acceptable price.

Project management answers the questions “how” and “when”. The question of “how” they will organize and allocate the tasks is among the top priorities of all project managers. Technology projects are often complex, involving many people in different phases of the project. Therefore, good project management is determined by good planning and optimization of team work. On the other hand, the answer to the question “when” the project will be completed is key to project management. Accomplishment of the tasks and phases in the set deadlines is the measure that determines how successful the project and, respectively, the project management are.

In general, traditional project management is determined by the Gantt chart and various applications such as Microsoft Project. It is closely tied to management techniques and has several main features:

- Milestones;
- Results where project goals are achieved in a linear sequential flow (according to the “waterfall” model);
- IT projects much distinguish from business as usual;
- Fixed capital and operating budgets require project managers to forecast all costs;
- Risks are pre-planned and set;
- Plans for launching the product are strictly defined and do not include the product life cycle (the product life cycle is a priority and task for other teams and budgets);
- Interchangeable resources that are set at the beginning of the project. Usually, team members are involved in several projects, and their commitment ends at the time when the solution is complete;

- Success is measured by whether the project is completed on time and within the set budget.

On the other hand, product management is an organizational function within a company dealing with new product development, business justification, planning, verification, forecasting, pricing, product launch, and marketing of a product or products at all stages of the product lifecycle [5]. Product management focuses on two other questions — “what” and “with what effect” or “why”. The organization and the team need to be aware of “what they are doing” — what product they want to create. This will most easily eliminate the risk for another part of the organization to be already developing a similar product and throw effort in vain. On the other hand, when it is clear why the user needs this product, the task of the programmer is much easier and he knows exactly which features to concentrate his efforts on. This ensures better marketing of the product.

The answers to these two questions make product management to be much more oriented towards business, customer and marketing. In other words, the product management is at the intersection of business, technology and customer experience. Why business? Because it focuses on maximizing the business value of the product. Why technology? Because it must be clear what technology will be used. And why customer experience? Because in the end the product meets the needs of the customer and must give him enough value and be as useful as possible for him.

Product-oriented management is characterized by:

- Time frames that cover the entire product life cycle, including maintenance, upgrades, product viability and end;
- Products are elements of the investment, and the financing is done on the basis of business needs;
- Success is measured by whether the business goal has been achieved, including whether the expected profits have been reached;
- Risks are identified during the whole time, which makes it possible to prematurely discontinue work on the product or to change the approach if new opportunities come up;
- Permanent teams, which are interconnected, are involved in the creation of a product;
- Management is based on the product development roadmap and various tests of hypotheses. As the focus is put on certain features and on business value of the end product, agile methodology is used;
- The process is much more transparent, as the aim is to constantly see the gaps and shortcomings which could be duly resolved.

Analyzes and results. According to “Product Management Hiring Trends in the US — 2019” report, for

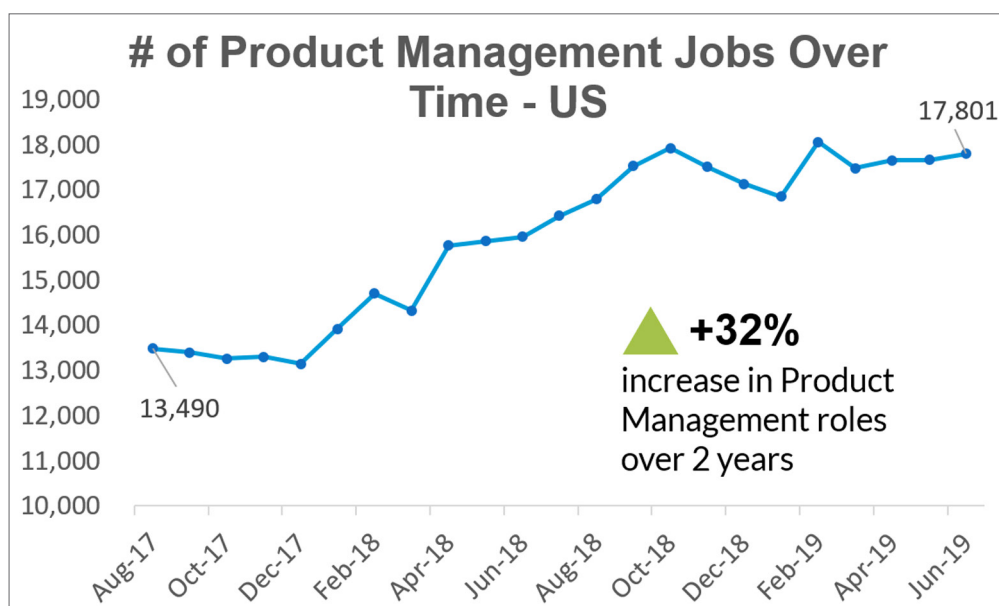


Fig. 1. # of Product Management Jobs Over Time — US
Source: Product Management Hiring Trends in the US — 2019

the period 2017–2019 the job positions in the field of product management in the United States have increased by 32% [10]. Companies are in serious demand for experienced candidates to perform this function.

For the same period there is growth of 26% in product management jobs at middle level and 51% in senior management[10]. Career options are diverse — from Product Manager, through Senior Product Manager to Chief Product Officer.

The main responsibilities of the product manager are related to:

- **Research.** To collect the necessary information, the product manager researches and analyzes the market and competitors.
- **Strategy.** Based on the available information, he prepares a strategic plan for the product. The strategy includes goals, product or service presentation, feature prioritization, and a rough timeline.
- **Communication.** The strategy is presented to the stakeholders in the organization — the CEO, other managers, investors, developers and sales and marketing departments. All these units intercom-

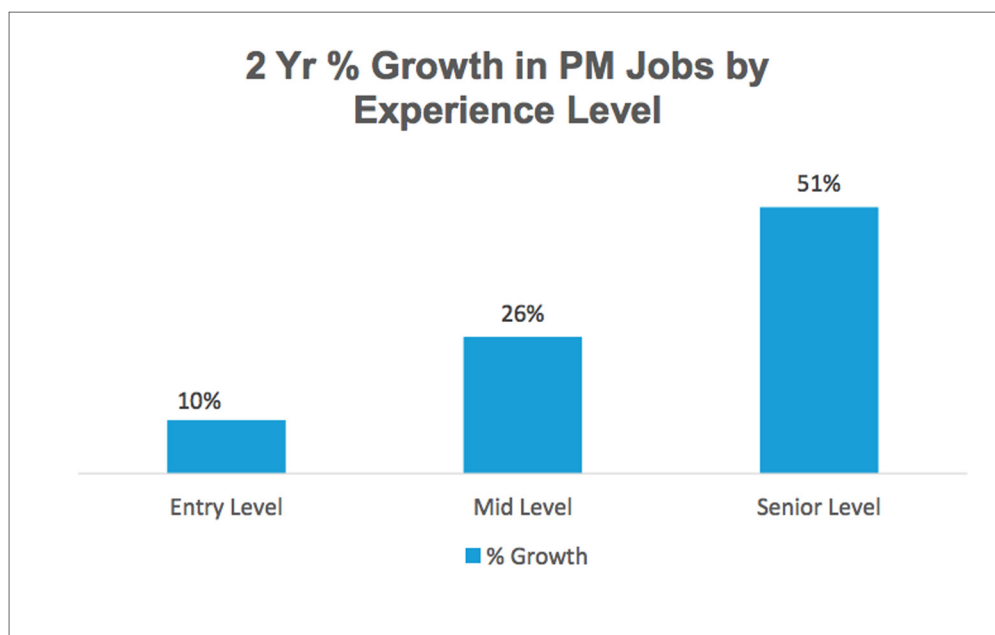


Fig. 2. 2 Yr% Growth in PM Jobs by Experience Level
Source: Product Management Hiring Trends in the US — 2019

municate throughout the development phase and after its completion.

- Coordination of programmers. Once the strategy has been drawn up, the plan must be implemented. During its implementation, the product manager coordinates the departments of programmers, marketing and sales specialists, who are involved in the process.
- Feedback and data analysis. Once the product is ready, tested and brought to market, the product manager analyzes the data from its performance and customer feedback. The purpose of this analysis is to identify strengths and weaknesses and take further steps to improve it.

According to Kersten [4], to undertake the project-to-product management transition, “IT leaders can assess software organizations not by the lines of code written or microservices produced, but by how much business value their products deliver to customers.” Companies need to structure their IT and software units into product value streams. His concept determines the productivity of the software team based on its ability to improve product features and deliver new value to customers; to fix defects; to manage risks, related to security, availability and compliance; and eliminate technical debt. According to Kersten, through this approach, software teams can move from the world of project plans to product-centric management.

However, many experts [7; 8] are adamant that both project management and product management are important and not every activity can be managed as a product. Often digital products require integrations that must be managed as a project. Therefore, some IT experts [2] believe that project management is part of product management, which in turn can be considered as a comprehensive program. The answer to the question why such a transformation is needed then is in one word — “digitalization”. Technology has reached a point where IT culture needs to be transformed from simply creating a tool to work towards innovation and to empower employees and end users.

Conclusion. The results of the study provide grounds to summarize that project managers are focused rather inward, on organizational tasks of planning, management and provision of resources, in order to maximize quality and minimize project risk. In contrast, product managers are business-oriented and focused outward, on customers, business needs and the market, in order to maximize the value of the product and bring revenue to the company. However, integrating a product mindset within projects will enable technology companies to further adapt to the dynamically changing business environment and to provide a unique value proposition in times of digital transformation.

References

1. Apostolov A. (2004). *Project Fundamentals*, Projecta, Sofia.
2. Cagan M. (2017). *INSPIRED: How to Create Tech Products Customers Love*. Wiley, 2nd edition.
3. Davidson S., Harmer M., Marshall A. (2014). *The new age of ecosystems*. IBM. URL: <https://www.ibm.com/downloads/cas/ZQRNRRMY>
4. Kersten M. (2018). *Project to Product: How to Survive and Thrive in the Age of Digital Disruption with the Flow Framework* // IT Revolution Press, 1st edition. 312 p.
5. Kurkin O., Januska M. (2010). *Product Life Cycle in Digital factory*. Knowledge Management and Innovation: A Business Competitive Edge Perspective, Cairo: International Business Information Management Association. Vol. 1–3. PP. 1881–1886.
6. Marinova N., Hadzhiev K. (2010). Project provision of the management process, “Dialog” magazine. Issue 3.
7. McCarthy B. (2018). *Product Manager vs. Project Manager*. O’Reilly Media, Inc.
8. Nelson R., Wright R. (2020). *WillowTree: Project Driven with a Product Mindset*. UVA Darden Publishing, Case S-0338.
9. Nikolova-Alexieva V., Mihova T., Chukalov K. (2019). Approaches and Challenges in the Application of High Technology in the Industry // International Scientific Journal “Science. Business. Society”. Year IV, Issue 3. PP. 105–106.
10. *Product Management Hiring Trends in the US — 2019*. URL: <https://www.productboard.com/blog/golden-age-of-product-management-trends/>
11. Topleva, S. (2018). *Industry 4.0: Transforming Economy Through Value Added*. Asian Journal of Economic Modelling. № 6(1). PP. 37–46.

Pavlov Kostiantyn

*Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Entrepreneurship and Management
Lesya Ukrainka Volyn National University*

Павлов Костянтин Володимирович

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри підприємництва і менеджменту
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Павлов Константин Владимирович

*доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой предпринимательства и менеджмента
Волынский национальный университет имени Леси Украинки*

ORCID: 0000-0003-2583-9593

Pavlova Olena

*Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Economics and Environmental Management
Lesya Ukrainka Volyn National University*

Павлова Олена Миколаївна

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та природокористування
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Павлова Елена Николаевна

*доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой экономики и природопользования
Волынский национальный университет имени Леси Украинки*

ORCID: 0000-0002-8696-5641

Romanyuk Roman

*Getter of the
Lesya Ukrainka Volyn National University*

Романюк Роман В'ячеславович

*здобувач
Волинського національного університету імені Лесі Українки*

Романюк Роман Вячеславович

*соискатель
Волынского национального университета имени Леси Украинки*

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6854

**FEATURES OF DEVELOPMENT AND PROSPECTS OF TRANSFORMATION
OF THE ELECTRICITY INDUSTRY OF THE REGION**

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ
ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ**

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТРАНСФОРМАЦИИ
ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА**

Summary. The article is devoted to a detailed analysis and a structured approach to the country's electricity industry. The place and significance in the process of reproduction of alternative energy sources are investigated. The reasons that inhibit the development of electricity are identified. The presence of a high level of danger from nuclear power plants is argued. The main investment objects, among the regional electricity markets, which need priority financial recovery, are shown. Steps to reform the electricity sector by strengthening the competitiveness of regional electricity markets are outlined. The forms of ownership are distinguished between separate functional types of works of the electric power branch of the region. The priority directions of electric power development are determined. The directions of increase of energy efficiency are offered, where the leading place belongs to innovations. The main directions of improving energy efficiency should be considered the use of innovative technologies, both domestic and global, including: modernization of small boilers and heat generators, the introduction of boilers with high efficiency; reconstruction of some boiler houses into more efficient mini-CHPs; reduction of energy losses; reduction of the level of heat losses in heating mains during transportation of thermal energy to the consumer due to the use of new insulating materials; wider use of the remainder of the "night failure"; wide use of local fuels, mine methane, biogas of household waste, wider introduction of boilers on peat and biomass; reduction of heat losses by thermal modernization of old buildings and the use of new heat-insulating materials in the construction industry.

Key words: electric power, energy efficiency, capacity, nuclear power plants, wind energy, household waste.

Анотація. Стаття присвячена детальному аналізу та структурованому підходу до електроенергетичної галузі країни. Досліджено місце та значення в процесі відтворення альтернативних джерел енергії. Виокремлено причини, які гальмують розвиток електроенергетики. Аргументовано наявність високого рівня небезпеки від атомних електростанцій. Відображено основні інвестиційні об'єкти, серед регіональних електроенергетичних ринків, котрі потребують першочергового фінансового відновлення. Намічено кроки реформування електроенергетичної галузі шляхом посилення конкурентоспроможності регіональних електроенергетичних ринків. Розмежовано форми власності між окремими функціональними видами робіт електроенергетичної галузі регіону. Визначено пріоритетні напрями розвитку електроенергетики. Запропоновано напрями підвищення енергоефективності, де чільне місце належить інноваціям.

Основними напрямками підвищення ефективності енергоефективності слід вважати використання інноваційних технологій, як вітчизняних, так і світових, серед яких: модернізація малих котлів і теплогенераторів, впровадження котлів з високими показниками ККД; реконструкція частини котельень у більш ефективні міні-ТЕЦ; зниження втрат енергоресурсів; зниження рівня теплових втрат у теплотрасах при транспортуванні теплової енергії до споживача завдяки застосуванню нових ізоляційних матеріалів; ширше використання залишку "нічного провалу"; широке використання місцевих видів палива, шахтного метану, біогазу побутових відходів, ширше впровадження котлів на торфі та біомасі; зниження теплових втрат шляхом термомодернізації старих будівель і застосування нових теплоізолюючих матеріалів у будівельній індустрії.

Ключові слова: електроенергетика, енергоефективність, потужність, атомні електростанції, вітрова енергетика, побутові відходи.

Аннотация. Стаття посвящена детальному анализу и структурированному подходу к электроэнергетической отрасли страны. Исследовано место и значение в процессе воспроизведения альтернативных источников энергии. Выделены причины, тормозящие развитие электроэнергетики. Аргументировано наличие высокого уровня опасности от атомных электростанций. Отражены основные инвестиционные объекты, среди региональных электроэнергетических рынков, которые требуют первоочередного финансового восстановления. Намечены шаги реформирования электроэнергетической отрасли путем усиления конкурентоспособности региональных электроэнергетических рынков. Разграничены формы собственности между отдельными функциональными видами работ электроэнергетической отрасли региона. Определены приоритетные направления развития электроэнергетики. Предложены направления повышения энергоэффективности, где главное место принадлежит инновациям. Основными направлениями повышения энергоэффективности следует считать использование инновационных технологий, как отечественных, так и мировых, среди которых: модернизация малых котлов и теплогенераторов, внедрение котлов с высокими показателями КПД; реконструкция части котельных в более эффективные мини-ТЭЦ; снижение потерь энергоресурсов; снижение уровня тепловых потерь в теплотрассах при транспортировке тепловой энергии; широкое использование местных видов топлива, шахтного метана, биогаза бытовых отходов, широкое внедрение котлов на торфе и биомассе; снижение тепловых потерь путем термомодернизации старых зданий и применения новых теплоизолирующих материалов в строительной индустрии.

Ключевые слова: электроэнергетика, энергоэффективность, мощность, атомные электростанции, ветровая энергетика, бытовые отходы.

Introduction. The energy crisis is a fairly common problem not only in Ukraine. Scientists are inclined to believe that the way out of the energy crisis is the significant use of renewable energy sources: solar, wind, ocean. Of these, solar radiation can give the most energy. In order not to harm the Biosphere, you can use only 3% of the solar flux coming to Earth. This percentage will allow us to obtain energy with a capacity of 1000 billion kW, which is 100 times greater than the current energy production capacity in the world. In Crimea, continue to use solar energy. The first experimental and industrial solar power plant in Ukraine is being built near the village of Shchalkino in the eastern part of Crimea.

The world's first wind farm was built in Ukraine in 1931 near Sevastopol.

Among non-traditional energy sources, it is possible to use biomass and create biogas based on it. The developed technology of converting coal into a gaseous or liquid state is promising for Ukraine. There are also methods of growing oil-producing plants.

To date, the general technical condition of Ukraine's electricity sector is unsatisfactory. This is a consequence of the fact that the modernization of the heat and power industry has not been carried out for decades. It has also led to the fact that more than 20% of energy equipment is completely worn out, and 70% of equipment has exhausted its resource.

Donbas thermal power plants are the oldest in Ukraine, which is why they are in the worst condition. Excessive fuel consumption and a huge number of emissions of harmful substances into the air are caused by outdated combustion techniques of coal, fuel oil, gas, as well as a high level of equipment operation.

Ukraine is one of the countries with average energy consumption per capita (over 5 thousand kWh per year). However, the structure of this consumption is very different from developed countries. The main part of electricity is used for industrial needs, were large losses of electricity due to mismanagement and inefficient production technologies. For municipal needs, only one thousand kW / h is used per urban resident, while for rural residents this figure is even lower and is 500 kW / h. It is one of the lowest in the world.

Theoretical background. These problems were dealt with by researchers: A. K. Shidlovsky, V. Kupchak, V. Lear, K. Pavlov, O. Pavlova. However, the analysis is superficial and requires thorough methodological approaches.

Research objective. The purpose of the study is to study the features and prospects of transformation processes that are constantly occurring in the power industry.

Results and discussion. One of the main factors hindering the development of electricity in Ukraine is the economy. About 30% of all particulate matter entering the atmosphere are emissions from the economy due to human economic activity. Power plants on this indicator are equal to metallurgical enterprises ahead of all other industries [8].

The safety of nuclear power plants is very important for Ukraine. Since the collapse of the Soviet Union, the problem of storing nuclear fuel waste has become relevant for Ukraine. On the territory of Ukraine, there are no conditions for the disposal of nuclear fuel waste used by domestic nuclear power plants, so they are sent for disposal to neighboring Russia. The annual cost of exporting spent fuel to Ukraine is \$ 100 million a year. In 2000, the price for burial rose to \$ 100–120, which was usually unprofitable for Ukraine. Such changes have prompted Ukraine to bury nuclear fuel waste on its own, as scientists estimate it is much cheaper. In 2000, dry spent fuel storage facilities (SNFSFs) were established on the territory of Zaporizhzhya NPP. In addition to the Zaporizhzhya NPP, the Soviet nuclear power plant was planned to be built in Rivne, South Ukraine, and Khmelnytsky. The total cost of building storage facilities at one nuclear power plant is \$ 85 million, which is much less than Russia's annual payment. When considering the problems of wind energy, it is necessary to emphasize the conditions of construction and subsequent operation.

The problem is that wind farms are unprofitable for Ukraine because 1) wind turbines are very expensive; 2) the condition for the construction of wind farms is a constant wind of at least 6–8 a/s. There are many restrictions for the construction of wind farms:

- they should be built away from industrial and residential facilities, reservoirs, agricultural lands, recreational and protected areas;
- it is necessary to lay highways to wind farms, to supply power lines and telephones [9].

The electricity industry and its constituent enterprises are natural monopolies. Natural monopolies occupy a special place in the system of economic relations (natural monopoly in economic theory is mainly an industry in which gross production costs are lower if all products are produced in a single form than if the same amount of production was divided between two or more forms).

Electricity generation has several features that, unlike other natural monopolies, determine the need for a rigid unified system of operational, including automatic, management of EEC regimes, as well as prudent government regulation in order to prevent

unreasonable price pressure on energy consumers and reduce the competitiveness of the economy.

Such features include: first, the close regime of parallel power plants and electrical installations of consumers, secondly, the inability to store electricity, and thirdly, the speed of spread over a huge area of transitional emergency processes, and others. In most countries with developed industry and electricity, regional or national regulatory commissions have been established and are operating to curb the negative effects of natural monopolies that constrain reasonable competition, as well as to protect the interests of consumers.

Such commissions agree on electricity tariffs and monitor the relationship between producers, electricity suppliers, and consumers. In world practice, various directions of reforming the electricity sector into a more competitive and efficient sector have been used in order to find ways to improve the energy sector and the economy as a whole. Some of these areas of reform were: — privatization of electric power enterprises; — restructuring of the industry structure; — liberalization or deregulation.

However, it should be noted that in some cases the degree of liberalization and the depth of privatization did not have a definitive effect on the level of efficiency as energy innovation was introduced. For example, the California crisis in the United States, as well as the bankruptcy of a number of large distribution companies in Argentina, Chile, and some other countries have led to a certain increase in tariffs and a return to the regulation of the electricity market.

Creating electricity markets is one of the most effective tools for improving the efficiency of the energy sector. All subsystems of electric power generation are characterized by public ownership of electric power enterprises. In the subsystems of generation and transmission of electricity by electric networks of higher voltage classes, state ownership is widespread, and in the electricity distribution sector — private investors.

At the same time, vertically integrated energy companies are quite common in a number of countries, such as the United States, Germany, and Japan. They ensure the implementation of all functions of electricity generation, including the distribution and sale of electricity. In France and Portugal, most electricity companies' sectors are state-owned. The electricity of Great Britain, Japan, and Belgium has been completely privatized [3]. In the United States, more than 70% of generating capacity (approximately 30% owned by the government, municipalities, and other organizations) and more than 75% of distribution networks are privately owned. Local government ownership

is widespread in Austria (100% networks and 85% generation), Canada (core networks — 99%, generation and distribution networks — 80% each), and the Netherlands (100% networks and 85% generation). In Norway, the state owns about 30% of generating capacity and 75% of core networks, in Sweden — 100% of core networks, half of generating capacity and distribution networks.

The goals of the transformations that are taking place in the electricity sectors of different countries are different. They should be determined by the state of the country and the amount of investment in electricity supply systems.

Therefore, it is always worth highlighting the goals and priorities set by the state in carrying out reforms: — electricity tariffs for consumers are reduced by increasing the efficiency of the industry (UK, Argentina, Australia); — to increase the efficiency of work and development of the industry it is necessary to attract investments (Brazil, Argentina); — smoothing the difference in electricity prices in different regions of the country (USA, Norway, etc.); — maintaining a unified energy system and preventing a decrease in the reliability of energy supply. In different countries, the forms of market transformation in the energy sector differ significantly, namely: — the disintegration of electricity production was carried out in full in six countries and partially in two; — full privatization is possible only in three countries (Chile, Great Britain, and Argentina) and is being prepared in two countries (Peru and Australia).

Recalling the above, it can be argued that the strengthening of market transformations is a flexible process, which is largely determined by the current state, the development of electricity in the country, and history. There is no place for dogmatism and attempts by countries to copy anything from each other. It is necessary to carefully study the experience of different countries, choose the best solutions, and carefully apply these solutions in practice [4].

Restructuring of electricity took place in different countries in different ways: 1) In Norway, Sweden, and Colombia, disintegration, and privatization did not take place; 2) In Spain, it was planned to carry out partial transformations and the gradual introduction of competition without a significant change in the balance between public and private energy companies; 3) In the US, the reform process is at an early stage, so their private energy companies, gaining free access to the core network, are functionally disintegrated. An important role is played by the general information system. It in turn reflects the state of the main electricity grid, and which operates the wholesale electric-

ity market (WEM). 4) In the United Kingdom, Chile, Argentina, Peru, and the Australian state of Victoria, full privatization took place, as well as profound transformations in the energy sector.

At the same time, each of the above countries had its reasons for profound transformation: Britain — a relative excess of capacity, Chile, Argentina and Peru — insufficient investment and poor quality of service, Australia — both of these reasons. 5) In Norway there was an excess of capacity and inefficient use of resources. Norway has the most open electricity market in the world. The Norwegians claim that their main achievements are lower prices and increased competition in electricity generation and supply.

Every consumer can choose their own electricity supplier. Newmarket players have appeared — brokers and traders. [7]. 6) Private investment in Argentina has increased and wholesale electricity prices have been steadily declining. Linking competition between relevant market participants is one of the strongest tools to increase the efficiency of electricity markets and reduce them. After many years of discussion, the Council of Ministers of Electricity of the European Union decided to liberalize the Western European electricity market. The countries that are members of the NORTEL energy union (Finland, Denmark, Norway, and Sweden) are creating an international open energy market. Australia (Victoria) has provided market access to end-users with an installed capacity of 10 MW or more.

Work is intensifying to increase competition in the US electricity markets. Competition between countries or regions of one of the countries largely depends on public policy. It in turn determines the permissible types of power plants and their environmental characteristics, import and export of electricity taxes, laws on environmental protection. Local and regional reliability criteria also affect competition. In all countries, large consumers can build their own stations in order to independently regulate the use of purchased electricity. It is most effective in such cases to use industrial thermal power plants, which pra in parallel with the EEC.

Most national energy policies support industrial CHPs, wind, solar, and other energy installations that use renewable energy resources. For example, in Finland, industrial power plants produce almost a third of all electricity. U.S. law requires energy companies to purchase electricity generated by thermal power plants and power plants in order to build industrial thermal power plants and small renewable energy plants.

The reliability of the EEC and energy associations is the most important task, which requires coordination

of the management of the EEC and the EA as a single technological object. But ensuring the reliability of electricity supply is the most important economic task, as emergency power outages lead to large economic losses.

The work of the EEC and the EA is coordinated by the centralized control bodies. Such coordination of work provides a significant economic effect at all stages of energy production.

Therefore, competition is the main factor that determines the efficiency of the relevant actors in the electricity market — energy companies, end-users, independent electricity producers.

The following main directions for strengthening competition in the electricity sector can be formulated:

- competition between electricity suppliers for the consumer (free choice of the electricity supplier by the consumer);
 - competition between electricity producers for participation in its supply to WEM;
 - free access to electricity suppliers and buyers to electricity networks in which wholesale and retail electricity markets operate.
- Competition between energy supply companies exists both in the sale of electricity to large municipal consumers and in mutual with dependent power plants (block stations of industrial enterprises). Competition is also intended in such areas as:
- construction, operation, and ownership of power plants;
 - construction, ownership, and operation of main transmission lines and distribution networks;
 - supply of electricity within and outside the relevant energy association;
 - electricity trade with other energy companies and independent suppliers.

Conclusions and prospects for further research.

The above data show that the activity of the electric power industry of Ukraine needs certain changes. The situation regarding total energy production could be due to:

- disconnection of debtors from the general energy supply system;
- obsolescence and wear of equipment that has expired [1];
- inability of generating companies to pay on time with suppliers of raw materials due to debts of users;
- dependence of Ukraine's energy on the import of fuel and energy resources, diversification of energy sources;
- low efficiency of power plants.

To establish a stable operation of the power industry, you need:

- to modernize power plants with the use of higher efficiency equipment, which will increase competitiveness;
- load stations not by 90%, but by 120%;
- use alternative energy sources;
- increase the volume of own production of resources;
- to achieve an economically feasible ratio of imports of oil and petroleum products [13].

One of the directions of electric power development is the creation of power units based on the territorial association of different types of power plants, which organically complement each other. In this direction, the Dniester complex hydroelectric power station was created on the Dniester, which includes HPPs and PSPs. One of the examples of complementarity of power plants of different types is a complex of energy facilities near Kyiv (Kyiv TPPs, CHPs, HPPs, PSPs).

A unique energy complex is being built on the Southern Buza, which will include the South Ukrainian NPP, Tashlyk PSP, and Konstantinovskaya HPP-PSP. In the south of Ukraine, it is expedient to create energy complexes based on the territorial association of solar, wind, and geothermal power plants [12].

By 2030, Ukraine aims to reduce the energy intensity of the national product to the world average (0.4 t pp / 1000 US dollars). The main ways to increase energy efficiency are the use of innovative technologies, both domestic and global. They include:

- 1) Radical modernization of small boilers and heat generators, the introduction of boilers with high efficiency;
- 2) Reconstruction of some boilers into more efficient mini-CHPs with an electric capacity of up to 50 MW, which does not require large investments. The payback period of such installations is twice less than in the “big” energy and is 3–5 years, and specific fuel consumption is almost twice lower than in powerful thermal power plants;
- 3) Comprehensive reduction of energy losses. Due to the use of new insulating materials, heat consumption during the transportation is reduced. An important area is the modernization of main and distribution electrical networks;
- 4) Wider use of the balance of “night failure” (after PSP) with a capacity of up to 3500 MW for heat supply purposes. For this method, you can use powerful heat pumps, as well as storage systems for electric heating, which will play a role in consumers of regulators to improve the quality of electricity networks in Ukraine;
- 5) Widespread use of local fuels, biogas, household waste, mine methane, the wider introduction of peat and biomass boilers.
- 6) Significant reduction of heat losses through thermal modernization of old buildings and the use of new thermal materials in the construction industry.

References

1. Dynamika i struktura vyrobnytstva elektroenerhiyi v Ukrayini za I pivrichchya 2020 roku. [Dynamics and structure of electricity production in Ukraine for the first half of 2020.]. URL: <https://vse.energy/news/pek-news/electro/1275-electricity-2020-6>. [in Ukrainian]
2. Elektroenerhetychna systema Ukrayiny. [Electric power system of Ukraine.] Referat. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/15206/> [in Ukrainian]
3. Enerhetychna stratehiya Ukrayiny na period do 2030 roku [Energy Strategy of Ukraine for the period up to 2030] / Skhvalena rozporядzhenniam Kabinetu Ministriv vid 24.07.2013 № 1071. URL: <https://www.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=260/> [in Ukrainian]
4. Lir V. Efekt rykoshetu, abo yak unyknyty kryzy neplatezhiv v enerhetytsi Ukrayiny. [The effect of ricochet, or how to avoid a crisis of default in the energy sector of Ukraine.]. Dzerkalo tyzhnya vid 30 sichnya 2015 roku. URL: https://zn.ua/ukr/energy_market/efekt-rykoshetu-abo-yak-unyknyti-kryzi-neplatezhiv-v-energetici-ukrayini-.html [in Ukrainian]
5. Pavlov K. V., Pavlova O. M. (2019). Formuvannya ta rehulyuvannya konkurentnykh vidnosyn na rehional'nykh rynkakh zhytla Ukrayiny [Formation and regulation of competitive relations in the regional housing markets of Ukraine]: monohrafiya. Luts'k: vydavnytstvo “Teren”. 542 s. [in Ukrainian]
6. Pavlova O. M., Pavlov K. V., Yakymchuk A. YU., Sorokopud I. V., Halyant S. R. (2020). Enerhetychnyy rynek zakhidnoho rehionu Ukrayiny. [Energy market of the western region of Ukraine.]. Mizhnarodnyy naukovyy zhurnal “Inter-nauka”. Seriya: “Ekonomichni nauky”. № 7. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-7-6202> [in Ukrainian]
7. Problemy i perspektyvy rozvytku elektroenerhetyky Ukrayiny. [Problems and prospects of development of electric power industry of Ukraine.]. URL: <https://disted.edu.vn.ua/courses/learn/2200> [in Ukrainian]

8. Reformy rynku elektroenerhiyi rik: shcho pishlo ne tak. [Electricity market reforms a year: what went wrong.]. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-53155167>. [in Ukrainian]
9. Rynok elektroenerhiyi v Ukrayini. Problemy vdoskonalennya. [Electricity market in Ukraine. Problems of improvement.]. URL: <https://niss.gov.ua/Monitor/apri108/14.htm> [in Ukrainian]
10. Strishenets' O.M., Pavlov K. V. (2016). Osoblyvosti konkurentnykh vidnosyn na rehional'nykh rynkakh nerukhomosti. [Features of competitive relations in regional real estate markets.]. Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya: Ekonomika. Uzhhorod: Vyd-vo UzhNU "Hoverla". Vyp.1 (47). T.2. S. 35–38. [in Ukrainian]
11. Strishenets' O. M. Pavlov K. V. ta inshi. (2017). Mekhanizm finansovo-kredytnoho zabezpechennya enerhoefektyvnykh zakhodiv na ob'yektakh ZHBK ta OSB. Klimatychni finansy [The mechanism of financial and credit support of energy efficiency measures at HBC and OSB facilities. Climate finance] kol. monohr. / za zah. red. d-ra ekon. nauk, prof. M. I. Karlina. Luts'k: Vezha-Druk. S. 165–183. [in Ukrainian]
12. Ukaz Prezydenta Ukrayiny № 298/2015 "Pro rishennya Rady natsional'noyi bezpeky i oborony Ukrayiny" vid 6 travnya 2015 roku "Pro stan vykonannya rishennya". [Ukaz Prezydenta Ukrayiny № 298/2015 "Pro rishennya Rady natsional'noyi bezpeky i oborony Ukrayiny" vid 6 travnya 2015 roku "Pro stan vykonannya rishennya".] [in Ukrainian]
13. Shydlovs'kyi A.K., Kovalka M. (2001). Palyvno enerhetychnyy kompleks Ukrayiny na porozhi tret'oho tysyacholittya [Fuel and energy complex of Ukraine on the threshold of the third millennium] Kyiv: entsyklopedychni vydannya. 400 s. [in Ukrainian]

Література

1. Динаміка і структура виробництва електроенергії в Україні за I півріччя 2020 року. URL: <https://vse.energy/news/pek-news/electro/1275-electricity-2020-6>
2. Електроенергетична система України. Реферат. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/15206/>
3. Енергетична стратегія України на період до 2030 року / Схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів від 24.07.2013 № 1071. URL: <https://www.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=260994>
4. Лип В. Ефект рикошету, або як уникнути кризи неплатежів в енергетиці України. Дзеркало тижня від 30 січня 2015 року. URL: https://zn.ua/ukr/energy_market/efekt-rikoshetu-abo-yak-uniknuti-krizi-neplatezhiv-v-energetici-ukrayini-.html
5. Павлов К. В., Павлова О. М. Формування та регулювання конкурентних відносин на регіональних ринках житла України: монографія. Луцьк: видавництво «Терен», 2019. 542 с.
6. Павлова О. М., Павлов К. В., Якимчук А. Ю., Сорокопуд І. В., Галянт С. Р. Енергетичний ринок західного регіону України. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2020. № 7. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-7-6202>
7. Проблеми і перспективи розвитку електроенергетики України. URL: <https://disted.edu.vn.ua/courses/learn/2200>.
8. Реформи ринку електроенергії рік: що пішло не так. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-53155167>.
9. Ринок електроенергії в Україні. Проблеми вдосконалення. URL: <https://niss.gov.ua/Monitor/apri108/14.htm>
10. Стрішенець О.М., Павлов К. В. Особливості конкурентних відносин на регіональних ринках нерухомості // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2016. Вип.1 (47). Т. 2. С. 35–38.
11. Стрішенець О. М. Павлов К. В. та інші. Механізм фінансово-кредитного забезпечення енергоефективних заходів на об'єктах ЖБК та ОСБ. Кліматичні фінанси: кол. моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Карліна. Луцьк: Вежа-Друк, 2017. С. 165–183.
12. Указ Президента України № 298/2015 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України» від 6 травня 2015 року «Про стан виконання рішення».
13. Шидловський А. К. Паливно енергетичний комплекс України на порозі третього тисячоліття / А. Шидловський, М. Ковалка. Київ: енциклопедичні видання, 2001. 400 с.

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: 0000-0001-6406-5389

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6816

**ФАНДРАЙЗИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ – ІННОВАЦІЙНИЙ
ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ
В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

**ФАНДРАЙЗИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ – ИННОВАЦИОННЫЙ
ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ
В УСЛОВИЯХ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ**

**FUNDRAISING ACTIVITY – INNOVATIVE TOOL
FOR FORMATION OF FINANCIAL AND ECONOMIC POTENTIAL
OF DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES IN CONDITIONS
OF DECENTRALIZATION**

Анотація. У статті розглянуто особливості і характер змін в умовах сучасних викликів на сільських територіях. Ідентифіковано дестабілізуючі тенденції соціально-економічного розвитку сільських територій. Підтверджено, що попри нові можливості для сільських територій, посилення згуртованості сільських громад, зберігаються суттєві перешкоди для їх розвитку, зокрема держава не може надати необхідного обсягу коштів для реалізації проектів або інших заходів, спрямованих на вирішення соціальних проблем. Сільські території суттєво обділені державною підтримкою та фінансово-ресурсним забезпеченням, та обґрунтовано що у цьому аспекті дуже актуальною є фандрайзингова діяльність, оскільки саме вона зорієнтована на пошук джерел фінансування програм і проектів соціально-економічного розвитку сільських територій. Це спонукає розвиток фандрайзингу на сільських територіях. Визначено стан розробленості проблематики формування фінансово-економічного потенціалу територіальних громад, а саме щодо використання фандрайзингової діяльності як інноваційного інструменту формування фінансово-економічного потенціалу розвитку сільських територій в умовах децентралізації. Досліджено організаційно-правові аспекти фандрайзингу, чинники розвитку фандрайзингової діяльності та вплив цих чинників на вітчизняні реалії; визначено характерні особливості фандрайзингу на сільських територіях, виявлено пріоритетні напрями його розвитку. З урахуванням особливостей сільських територій розроблено алгоритмізовану модель фандрайзингової діяльності від зародження ідей до реалізації та установлення зворотнього зв'язку з донором.

Методологічною основою статті є фундаментальні положення економічної теорії, регіональної економіки, інклюзивного розвитку сільських, місцевих фінансів та міжбюджетних відносин. Для розв'язання поставлених завдань застосовувалась

сукупність як загальнонаукових так і спеціальних методів економічних досліджень, що створило підґрунтя для проведення комплексного аналізу процесу розвитку сільських територій на основі здійснення фандрайзингової діяльності.

Ключові слова: сільські території, фінансово-економічний потенціал, фандрайзинг, фандрайзингова діяльність, децентралізація.

Аннотація. В статье рассмотрены особенности и характер изменений в условиях современных вызовов на сельских территориях. Идентифицировано дестабилизирующие тенденции их социально-экономического развития. Подтверждено, что несмотря на новые возможности для сельских территорий, усиление сплоченности сельских общин, сохраняются существенные препятствия для их развития, в частности государство не может предоставить необходимого объема средств для реализации проектов или других мероприятий, направленных на решение проблем. Сельские территории существенно обделены государственной поддержкой и финансово-ресурсным обеспечением. Обосновано, что в этом аспекте очень актуальна фандрайзинговая деятельность, поскольку именно она ориентирована на поиск источников финансирования программ и проектов социально-экономического развития сельских территорий. Это побуждает развитие фандрайзинга на сельских территориях. Определено состояние разработанности проблематики формирования финансово-экономического потенциала территориальных общин, а именно использование фандрайзинговой деятельности как инновационного инструмента формирования финансово-экономического потенциала развития сельских территорий в условиях децентрализации. Исследованы организационно-правовые аспекты фандрайзинга, факторы развития фандрайзинговой деятельности и влияние этих факторов на отечественные реалии; определены характерные особенности фандрайзинга на сельских территориях, выявлены приоритетные направления его развития. С учетом особенностей сельских территорий разработана алгоритмизированная модель фандрайзинговой деятельности от зарождения идей до реализации и установка обратной связи с донором.

Методологической основой статьи являются фундаментальные положения экономической теории, региональной экономики, инклюзивного развития сельских, местных финансов и межбюджетных отношений. Для решения поставленных задач использовалась совокупность как общенаучных, так и специальных методов экономических исследований, что создало основу для проведения комплексного анализа процесса развития сельских территорий на основе осуществления фандрайзинговой деятельности.

Ключевые слова: сельские территории, финансово-экономический потенциал, фандрайзинг, фандрайзинговой деятельность, децентрализация.

Summary. The article considers the features and nature of changes in modern challenges in rural areas. Destabilizing trends of socio-economic development of rural areas have been identified. It is confirmed that despite the new opportunities for rural areas, strengthening the cohesion of rural communities, there are significant obstacles to their development, in particular, the state can not provide the necessary funds for projects or other measures to address social problems. Rural areas are significantly deprived of state support and financial and resource provision, and it is justified that in this aspect is very relevant fundraising activities, as it is focused on finding sources of funding for programs and projects of socio-economic development of rural areas. This encourages the development of fundraising in rural areas. The state of elaboration of problems of formation of financial and economic potential of territorial communities is defined, namely concerning use of fundraising activity as the innovative tool of formation of financial and economic potential of development of rural territories in the conditions of decentralization. The organizational and legal aspects of fundraising, factors of development of fundraising activity and influence of these factors on domestic realities are investigated; the characteristic features of fundraising in rural areas are determined, the priority directions of its development are revealed. Taking into account the peculiarities of rural areas, an algorithmic model of fundraising activities from the origin of ideas to the implementation and establishment of feedback from the donor has been developed.

The methodological basis of the article is the fundamental provisions of economic theory, regional economy, inclusive development of rural, local finances and inter-budgetary relations. A set of both general scientific and special methods of economic research was used to solve the set tasks, which created a basis for a comprehensive analysis of the process of rural development on the basis of fundraising activities.

Key words: rural areas, financial and economic potential, fundraising, fundraising activities, decentralization.

Постановка проблеми. Протягом останніх років особливой уваги набуває проблематика розвитку сільської економіки, а у центрі, незмінно, знаходиться питання соціально-економічного розвитку

сільських територій, розвиток сільських територій є одним з основних пріоритетів державної політики, так як на них проживає третина населення країни і припадає 90% площі. Більшість державних і регіо-

нальних програм, пов'язаних з розвитком сільських територій направлена на децентралізацію публічної влади, що створить нові можливості для місцевого самоврядування; сприятиме удосконаленню регіональної політики, здатності регіональних органів державної влади, органів місцевого самоврядування розширенню спектрів застосовуваних методів управління соціально-економічними процесами, активізації сільського населення в пошуку шляхів залучення позабюджетних (альтернативних) коштів для забезпечення розвитку сільських територій.

Однак на сьогодні більшість територіальних громад не мають достатньо фінансових ресурсів для виконання в повній мірі своїх повноважень, передбачених чинним законодавством. В якості інструменту вирішення місцевих проблем, що стоять перед органами місцевої влади є використання інноваційних інструментів фінансування. 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. Теоретичні та прикладні аспекти розвитку сільської економіки та сільських територій можна відслідкувати у працях: Борщевського В. [2], Маліка М. [8, 9], Кропивко М. [10], М. Хвесика [9] та інші. Проблеми ресурсного забезпечення розвитку адміністративно-територіальних одиниць стали предметом досліджень таких вчених, як: Бикадорова Н. [1], Іванова О. [3], Карліна М. [4], Сембер С. [10], Сторонянської І. [11] та інші. Слід відмітити, що в останні роки опубліковано ряд праць з тематики фандрайзингу, а саме: Козаком В. [5], Комаровським А. [6], Соколовою А. [12], Чернявською О. [12] та іншими. Попри значну кількість наукових розвідок щодо розвитку сільських територій, формування їх фінансово-економічного потенціалу, поза увагою вчених залишаються питання взаємозв'язку між розвитком сільських територій та фандрайзингом як інноваційним підходом формуванням фінансово-економічного потенціалу в умовах децентралізації для реалізації проектів підвищення конкурентоспроможності території або зміцнення конкурентних переваг.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є обґрунтування фандрайзингової діяльності як інноваційного інструменту формування фінансово-економічного потенціалу розвитку сільських територій в умовах децентралізації.

Виклад основного матеріалу. Сучасні умови функціонування передбачають формування та реалі-

зацію конкурентних переваг розвитку сільських територій. Тому нагальною потребою є розробка дієвих проектів розвитку сільських територій, сприяння розвитку перспективних, соціально-орієнтованих сфер сільської економіки. Забезпечення розвитку сільської території як нової якості передбачає створення або зміцнення її конкурентних переваг, які вирізняють її серед інших територій, сприяють ефективному залученню і використанню ресурсів згідно з принципами сталого розвитку. Оскільки сучасна ліберальна модель розвитку глобальної економіки визначається рівнем проникнення технологій та фінансових інструментів, тому актуальним є вміння: розробити програму заходів для залучення додаткових ресурсів та знайти необхідні ресурси для реалізації проекту розвитку сільської території. 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. За таких умов стандартизовані програми та проекти втрачають свою актуальність, натомість підсилюється значимість гнучких, варіативних та унікальних за своїм змістом технологій і механізмів стимулювання розвитку сільських територій. Вважаємо, що «... результативним фактором розвитку сільських територій слід розглядати матеріалізацію системних державних, регіональних і місцевих заходів, а також практичних дій, підпорядкованих інтересам і потребам сільського населення. Він передбачає поліпшення соціально-економічних умов в сільській місцевості. Тобто розвиток сільських територій це обґрунтований процес послідовних економічних, соціальних, політичних, культурних та природоохоронних змін, спрямованих на поліпшення якості життя, який повинен задовольняти потреби сільського населення і не створювати загроз. Базисом для розвитку сільських територій є розвиток сільської економіки» [14].

В контексті взаємодії загального і особливого виокремлюється народження нових інструментів залучення фінансових ресурсів для забезпечення розвитку сільських територій, а саме комплексна система фандрайзингу. Фандрайзинг 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.). Вірно зазначають Чернявська О. та Соколова А., що: «...діяльність фандрайзера націлюється не на випрошування грошей, а на розробку комплексу дій, заходів, прийомів у поєднанні з ефективними методами, що вимагає високого рівня володіння знаннями і навичками у багатьох сферах: менеджменті, маркетингу, стратегічному плануванні, зв'язках з громадськістю, проектній діяльності, фінансах, правовому регулюванні тощо. Це передбачає опанування спеціальністю з фандрайзингу великого системного обсягу знань, що можливе при здобутті лише спеціальності фандрайзера в навчальному закладі відповідного напрямку та рівня. Отже, однією із перспектив розвитку фандрайзингу в Україні є необхідність здобуття освіти фандрайзера» [13, с. 73]. З метою створення середовища для розвитку й ефективної фандрайзингової діяльності та утвердження стандартів практики фандрайзингу в Україні у 2001 році засновано Інститут професійного фандрайзингу. У 2008 році Інститут отримав статус міжнародної благодійної організації та членство у Європейській фандрайзинговій асоціації, має право викладання основ фандрайзингу. Ним розроблено етичний кодекс діяльності фандрайзерів та сертифіковані програми із практичного фандрайзингу. Він здійснює підвищення кваліфікації фандрайзерів.

Отже відповідно до змістового наповнення неприбуткової організації: суб'єктами фандрайзингу на рівні сільської території можуть виступати освітні заклади (школи, дитячі садочки), заклади охорони здоров'я (лікарні, амбулаторії), заклади культури (музеї, бібліотеки), релігійні об'єднан-

ня. Для здійснення фандрайзингової діяльності та досягнення поставлених завдань неприбутковій організації (НПО) необхідні відповідні ресурси (фінансові, матеріально-технічні, людський капітал, інтелектуальні та так звані «символічні») (рис. 1).

Виходячи з вищенаведеного можемо сказати, що у центрі фандрайзингової діяльності — людина — фандрайзер (менеджер з фандрайзингу). Зокрема Комаровський О зазначає, що: «...фандрайзер — це людина, яка здійснює збір коштів до недержавних організацій шляхом отримання грантів тощо» [6, с. 34].

На основі вище зазначеного, слід акцентувати увагу на тому, що фандрайзингова діяльність полягає у розробці та реалізації системи заходів з пошуку ресурсів які необхідні для реалізації некомерційних проектів через одержання або разової підтримки від спеціальних благодійних фондів, бізнесових структур, окремих фізичних осіб чи цільового фінансування в рамках установлених конкурсних програм. Види джерел фандрайзингу подано на рис. 2.

На нашу думку фандрайзинг є одним із інструментів формування бюджету сільської громади, оскільки об'єднаним територіальним громадам в умовах децентралізації влади для ефективного функціонування та забезпечення стійкого розвитку доцільно залучати додаткові ресурси з благодійних фондів і прибутку комерційних організацій так як бюджетних коштів недостатньо. З урахуванням особливостей сільських територій ми пропонуємо алгоритмізовану модель фандрайзингової діяльності від зародження ідей до реалізації та установа зворотнього зв'язку з донором (рис. 3).

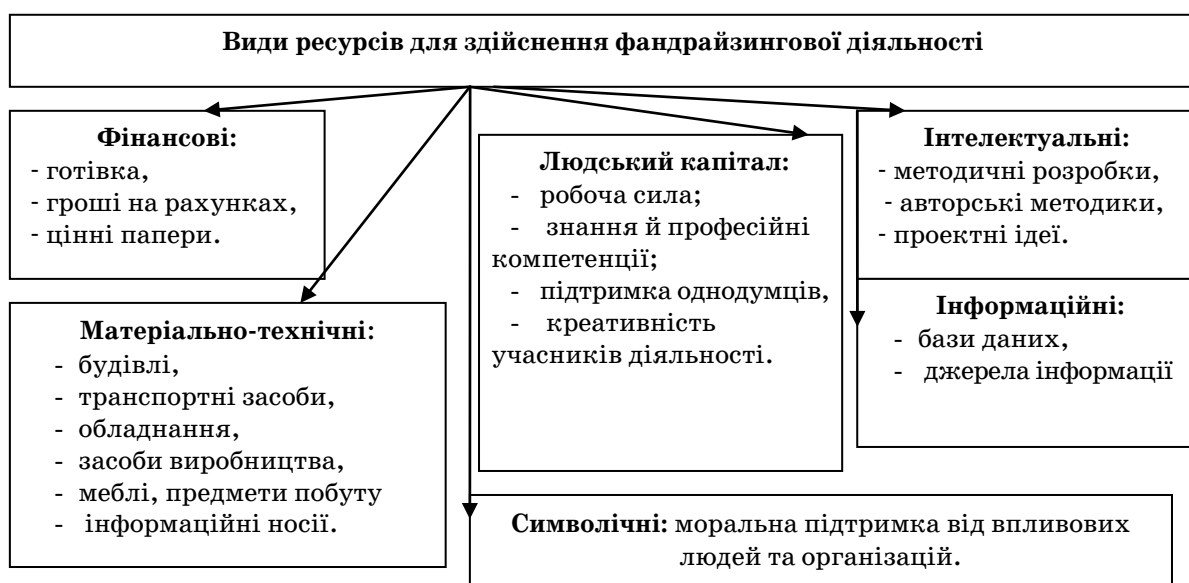


Рис. 1. Види ресурсів для здійснення фандрайзингової діяльності

Джерело: розробка автора

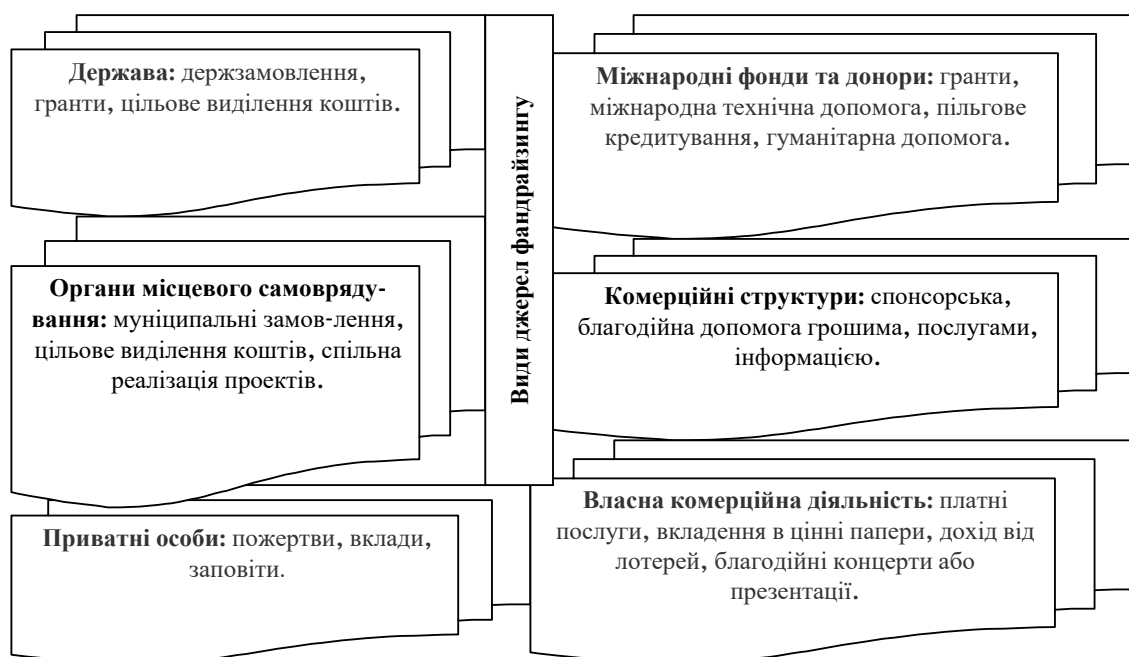


Рис. 2. Види джерел фандрайзингу

Джерело: розробка автора

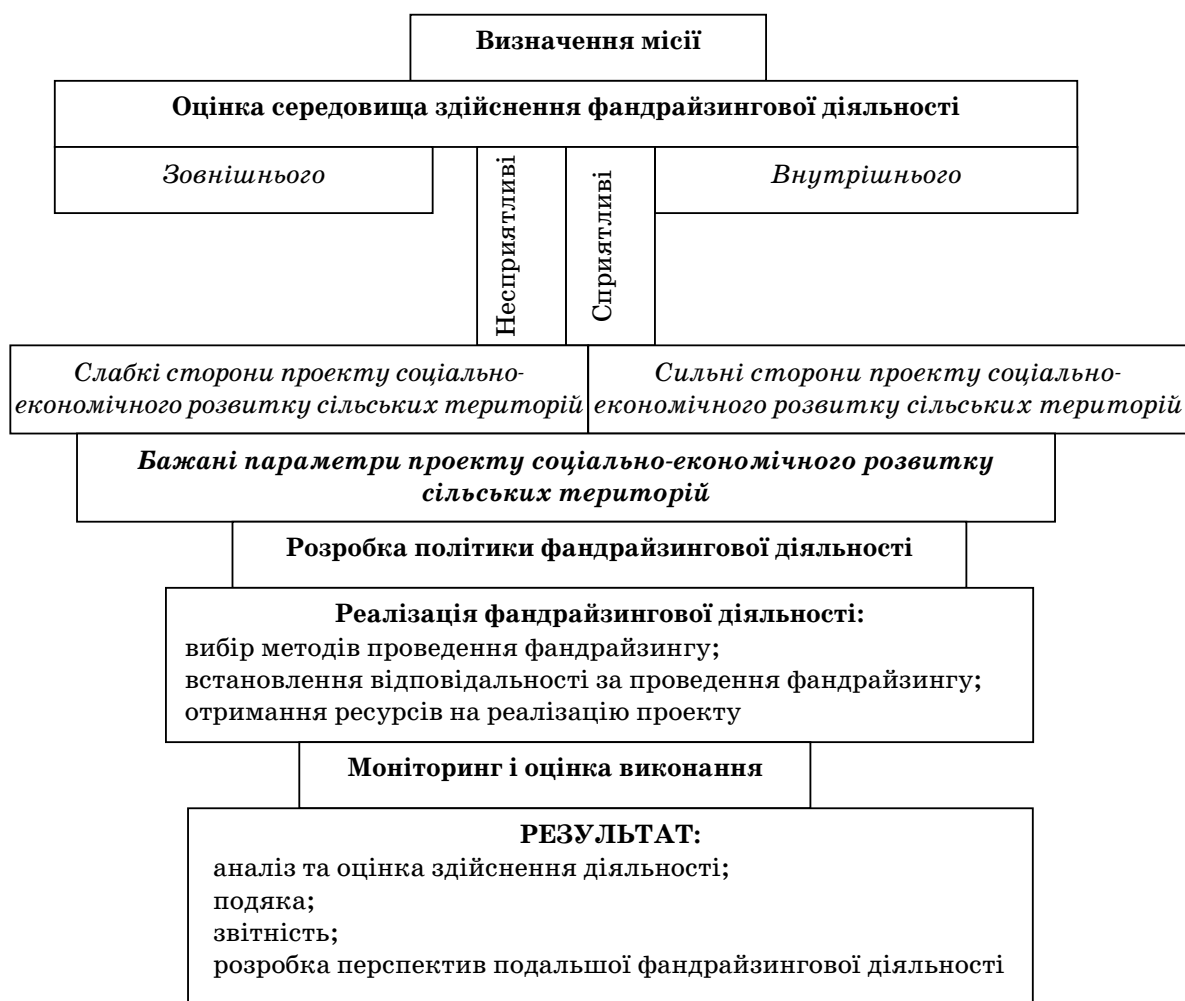


Рис. 3. Алгоритмізована модель фандрайзингової діяльності на сільській території

Джерело: розробка автора

Перспективи використання фандрайзингу для забезпечення розвитку сільських територій є значними, однак для цього першочерговим завданням є проведення роз'яснювальної роботи щодо його потенційних переваг. Поряд з цим необхідним є формування сприятливого середовища для донорів через удосконалення податкового законодавства та створення можливостей використання податкових стимулів, інституційних гарантій щодо фандрайзингової діяльності. Перспективним напрямком активізації фандрайзингової діяльності на сільських територіях є опанування методик її здійснення. Важливим є розроблення алгоритму проведення оцінки ефективності суспільного проекту, який би був зрозумілим для використання для всіх сторін фандрайзингової діяльності, про що свідчить вивчений закордонний та вітчизняний досвід органі-

зацій, які здійснюють фандрайзингову діяльність (донори частіше вкладають ресурси на реалізацію конкретних програм та проектів, ніж довгострокових та глобальних).

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Таким чином формування ефективної моделі розвитку сільських територій актуалізує необхідність залучення альтернативних джерел фінансування проектів соціально-економічного розвитку. Так, аналіз тенденцій розвитку сільських територій доводить, що на територіях де реалізується стратегія розвитку, яка розрахована не тільки на бюджетне фінансування, але, насамперед, на створення сприятливих умов для залучення позабюджетних коштів має змогу подолати кризову ситуацію в забезпеченні фінансування стійкого соціально-економічного розвитку сільських територій.

Література

1. Бикадорова Н. О. Податкові доходи у фінансовій децентралізації місцевого самоврядування // «Економічні науки». Серія «Облік і фінанси». Випуск 7 (25). Ч. 1. 2010. С. 74–82.
2. Борщевський В. В. Розвиток сільських територій в системі євроінтеграційних пріоритетів України: моногр. Ін-т регіонал. дослід. НАН України. Львів, 2012. 217 с.
3. Іванова О. Ю., Белікова Н. В. Формування фінансової самодостатності регіонів в контексті реалізації економічних реформ // Актуальні проблеми економіки. 2016. № 3(177). С. 219–229.
4. Карлін М. І. Необхідність врахування фінансової спроможності регіонів в контексті проведення адміністративно-територіальної реформи в Україні // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. 2010. Вип. 15. С. 21–31.
5. Козак В. Фандрайзинг як інструмент розвитку територіальних громад в умовах децентралізації // Державне управління та місцеве самоврядування, 2018. Вип. 3(38). С. 131–140. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnistvo/2018/2018_03\(38\)/18.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnistvo/2018/2018_03(38)/18.pdf) (дата звернення: 11.11.2020 р.).
6. Комаровський О. В. Фандрайзинг: Навчальний посібник. Суми: Ун-т. кн., 2007. 156 с.
7. Малік М. Й., Белей С. І. Розвиток сільського господарства в регіоні Карпат: моногр. К.: ННЦ ІАЕ, 2008. 248 с.
8. Малік М. Й., Хвесик М. А. Сталий розвиток сільських територій на засадах регіонального природокористування та еколого-безпечного агропромислового виробництва // Економіка АПК. 2010. № 5. С. 3–12.
9. Соціально-економічні засади розвитку сільських територій (економіка, підприємництво, менеджмент) / М. Й. Малік, М. Ф. Кропивко, О. Г. Булавка [та ін.]; за ред. М. Й. Маліка. Київ: ІАЕ, 2012. 639 с.
10. Сембер С. В., Чубарь О. Г., Машіко К. С. Теоретичні підходи до визначення сутності фінансової спроможності та фінансових ресурсів територіальної громади // Регіональна економіка. 2015. № 3. С. 81–90.
11. Сторонянська І. З. Концептуальні засади управління фінансами регіону // Економічні науки. 2014. Вип. 11 (41). ч. 1. С. 241–250.
12. Чернявська О. В., Соколова А. М. Ч-49 Фандрайзинг. Навч. посіб. 2-е вид., з доопрац. та допов. К.: Алерта, 2015. 272 с.
13. Belei S. Socio-economic content of definition «development of rural territories» and its relationship with the development of rural economy // Knowledge International Journal. 2019. № 32(1). PP. 39–45. URL: <https://ikm.mk/ojs/index.php/KIJ/article/view/1400> (дата звернення: 12.11.2020 р.).

References

1. Bykadorova N. O. Podatkovi dokhody u finansovij decentralizaciji miscevogho samovrjaduvannja // «Ekonomiczni nauky». Serija «Oblik i finansy». Vypusk 7 (25). Ch. 1. 2010. S. 74–82.

2. Borshhevsjkyj V. V. Rozvytok sil'sjkykh terytorij v systemi jevrintegracijnykh prioritytetiv Ukrainy: monohr. In-t regional. doslid. NAN Ukrainy. Ljviv, 2012. 217 s.
3. Ivanova O. Ju., Bjelikova N. V. Formuvannja finansovoji samodostatnosti rehioniv v konteksti realizaciji ekonomichnykh reforma // Aktualni problemy ekonomiky. 2016. # 3(177). S. 219–229.
4. Karlin M. I. Neobkhidnistj vrakhuvannja finansovoji spromozhnosti rehioniv v konteksti provedennja administratyvno-terytorialnoji reformy v Ukraini // Naukovi zapysky Nacionaljnogo universytetu «Ostrozjka akademija». Serija: Ekonomika. 2010. Vyp. 15. S. 21–31.
5. Kozak V. Fandrajzyngh jak instrument rozvytku terytorialnykh ghromad v umovakh decentralizaciji // Derzhavne upravlinnja ta misceve samovrjaduvannja, 2018. Vyp. 3(38). S. 131–140. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vi-davnictvo/2018/2018_03\(38\)/18.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vi-davnictvo/2018/2018_03(38)/18.pdf) (data zvernennja: 11.11.2020 r.).
6. Komarovsjkyj O. V. Fandrajzyngh: Navchalnyj posibnyk. Sumy: Un-t. kn., 2007. 156 s.
7. Malik M. J., Belej S. I. Rozvytok sil'sjkocho ghospodarstva v rehioni Karpat: monohr. K.: NNC IAE, 2008. 248 s.
8. Malik M. J., Khvesyk M. A. Stalyj rozvytok sil'sjkykh terytorij na zasadakh rehionaljnogo pryrodokorystuvannja ta ekologho-bezpechnogo aghropromyslovogo vyrobnytva // Ekonomika APK. 2010. #5. S. 3–12.
9. Socialjno-ekonomichni zasady rozvytku sil'sjkykh terytorij (ekonomika, pidpryjemnytvo, menedzhment) / M. J. Malik, M. F. Kropyvko, O. Gh. Bulavka [ta in.]; za red. M. J. Malika. Kyjiv: IAE, 2012. 639 s.
10. Sember S. V., Chubarj O. Gh., Mashiko K. S. Teoretychni pidkhody do vyznachennja sutnosti finansovoji spromozhnosti ta finansovykh resursiv terytorialnoji ghromady // Rehionaljna ekonomika. 2015. # 3. S. 81–90.
11. Storonjansjka I. Z. Konceptualjni zasady upravlinnja finansamy rehionu // Ekonomichni nauky. 2014. Vyp. 11 (41). ch. 1. S. 241–250.
12. Chernjavsjka O. V., Sokolova A. M. Ch-49 Fandrajzyngh. Navch. posib. 2-e vyd., z dooprac. ta dopov. K.: Alerta, 2015. 272 s.
13. Belei S. Socio-economic content of definition «development of rural territories» and its relationship with the development of rural economy // Knowledge International Journal. 2019. № 32(1). PP. 39–45. URL: <https://ikm.mk/ojs/index.php/KIJ/article/view/1400> (data zvernennja: 12.11.2020 r.).

Бескупська Олена Володимирівна
Вінницький національний аграрний університет;
генеральний директор
ТОВ «Кусто Трейдинг і логістика»
Бескупская Елена Владимировна
Винницкий национальный аграрный университет;
генеральный директор
ООО «Кусто Трейдинг и логистика»
Beskupska Olena
Vinnytsia National Agrarian University;
CEO
«Kusto Trading and Logistics»

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6866

ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ У 2020 РОЦІ

ГЛОБАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ ДЛЯ МАСЛОЖИРОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ В 2020 ГОДУ

GLOBAL CHALLENGES FOR OIL AND FAT INDUSTRY OF UKRAINE IN 2020

Анотація. У статті розглянуто проблеми олійно-жирової галузі у 2020–2021 маркетинговому році та основні причини їх виникнення. Визначено стратегічну важливість олійно-жирової галузі для економіки країни в цілому.

Результативність діяльності даної галузі, починаючи із 1999, коли було введено експортне мито на насіння соняшнику, щороку продовжує підтверджувати переваги переходу економіки від сировинного типу, перетворюючись на сировинний придаток для економік розвинених країн, до створення конкурентного продукту з високою доданою вартістю всередині країни. В статті було зазначено, що падіння урожайності олійних у 2020 році на 15%, значно вплинуло на формування цінової політики на насіння олійних та негативно відобразилося на діяльності переробних підприємств. Обґрунтовано необхідність державного втручання при неконтрольованому зрості цін на сировину та максимальне обмеження експорту сировини з країни. Від якості рішень, що приймаються на державному рівні сьогодні, залежать в значній мірі продовольча безпека нашої країни та розвиток вітчизняного сільського господарства. Для стабільного та динамічного розвитку агропромислового комплексу України та зокрема олійно-жирової промисловості, необхідно підтримувати активну співпрацю між державою та бізнесом, що допоможе більш активно залучати іноземні інвестиції та виробляти продукцію із більшою доданою вартістю. Встановлено, що при загальній потужності переробки насіння олійних культур на рівні 23 млн тн на рік, існує необхідність максимального стримування експорту. Оскільки переробляється максимум 16 млн. тон соняшника та близько 1 млн. тон сої та ріпаку разом, є потреба збільшити переробку шляхом запровадження експортного мита на все олійне насіння, таким чином стимулюючи не експорт сировини, а переробку та експорт готової продукції.

Ключові слова: агропромисловий комплекс, олійно-жирова промисловість, ціноутворення, валовий збір, дефолт.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы масложировой отрасли в 2020–2021 маркетинговом году и основные причины их возникновения. Определена стратегическая важность масложировой отрасли для экономики страны в целом. Результативность деятельности данной отрасли, начиная с 1999, когда была введена экспортная пошлина на семена подсолнечника, ежегодно продолжает подтверждать преимущества перехода экономики от сырьевого типа, превращаясь в сырьевой придаток для экономик развитых стран, к созданию конкурентного продукта с высокой добавленной стоимостью.

внутри страны. В статье было указано, что падение урожайности масличных в 2020 году на 15%, значительно повлияло на формирование ценовой политики на семена масличных и негативно отразилось на деятельности перерабатывающих предприятий. Обоснована необходимость государственного вмешательства при неконтролируемом росте цен на сырье и максимальное ограничение экспорта сырья из страны. От качества решений, принимаемых на государственном уровне сегодня, зависят в значительной степени продовольственная безопасность нашей страны и развитие отечественного сельского хозяйства. Для стабильного и динамичного развития агропромышленного комплекса Украины и в частности масложировой промышленности, необходимо поддерживать активное сотрудничество между государством и бизнесом, что поможет более активно привлекать иностранные инвестиции и производить продукцию с большей добавленной стоимостью. Установлено, что при общей мощности переработки семян масличных культур на уровне 23 млн тн в год, существует необходимость максимального сдерживания экспорта. Поскольку перерабатывается максимум 16 млн. тонн подсолнечника и около 1 млн. тонн сои и рапса вместе, есть необходимость увеличить переработку путем введения экспортной пошлины на все масличные семена, таким образом стимулируя не экспорт сырья, а переработку и экспорт готовой продукции.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, масложировая промышленность, ценообразование, валовый сбор, дефолт.

Summary. The article deals with the problems of the oil and fat industry in the 2020–2021 marketing year and the main reasons for their occurrence. The strategic importance of the oil and fat industry for the country's economy as a whole has been determined. The performance of this industry, since 1999, when the export duty on sunflower seeds was introduced, annually continues to confirm the advantages of the economy's transition from a raw material type, turning into a raw material appendage for the economies of developed countries, to the creation of a competitive product with high added value within the country. The article pointed out that a 15% drop in the yield of oilseeds in 2020 significantly influenced the formation of a pricing policy for oilseeds and negatively affected the activities of processing enterprises. The necessity of state intervention in case of uncontrolled growth of prices for raw materials and the maximum restriction of export of raw materials from the country are substantiated. The food security of our country and the development of domestic agriculture largely depend on the quality of decisions made at the state level today. For the stable and dynamic development of the agro-industrial complex of Ukraine, and in particular the oil and fat industry, it is necessary to maintain active cooperation between the state and business, which will help to attract foreign investments more actively and produce products with higher added value. It was found that with the total processing capacity of oilseeds at the level of 23 mln tons per year, there is a need to contain exports as much as possible. Since a maximum of 16 million tons of sunflower and about 1 million tons of soybeans and rapeseed are processed, there is a need to increase processing by introducing an export duty on all oilseeds, thus stimulating not the export of raw materials, but the processing and export of final products.

Key words: agro-industrial complex, oil and fat industry, pricing, gross harvest, default.

Постановка проблеми. Враховуючи той факт, що олійно-жирова промисловість є однією з ключових для української економіки, та відіграє важливу роль у формуванні позитивного сальдо продукції агропромислового комплексу, важливо оцінити негативний вплив ситуації поточного року із різким удорожчанням насіння олійних культур, масовим експортом сировини та значним недозавантаженням переробних підприємств. Дані проблеми матимуть негативний вплив на подальше функціонування галузі, тому потребують вирішення та подальшого моніторингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роботи та ролі підприємств олійно-жирової промисловості, економічній ефективності та конкурентоспроможності виробництва олійних культур присвячено праці Капшука С. П. [1], Швед Т. В. [2], Жадан Т. А. [3], Казанджі А. В. [4], Фадеева Л. В. [5].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Узагальнення основних викликів, з якими

зіштовхнулася олійно-жирова промисловість у поточному маркетинговому році. Виявлення слабких сторін вітчизняних підприємств. Визначення шляхів подолання даних викликів за рахунок державного регулювання та прийняття вірних управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу. Не дивлячись на економічну кризу, олійно-жирова промисловість України чи не єдина в українській економіці, яка не лише продовжує функціонувати, являється бюджетотворюючою та демонструє позитивну динаміку, але й залишається інвестиційно привабливою. Особливістю даної галузі є той факт, що вона завжди балансувала інтереси сільськогосподарських господарств, переробних підприємств та кінцевого споживача. При цьому іноземні трейдери та холдинги із задоволенням вкладають мільйони доларів для переробки та експорту високоякісного продукту.

2020 рік виявився непростим для усіх галузей промисловості, в тому числі для олійно-жирової.

Окрім пандемії, сильний вплив на роботу галузі спричинила засуха та падіння урожайності усіх олійних та зернових культур. Негативні тенденції, пов'язані з пандемією COVID-19, наряду мали вплив на олійно-жирову промисловість, оскільки у багатьох країнах спостерігалось зниження торгівельної активності. Зокрема, аналітики прогнозували зниження світового виробництва соняшникової олії на 1 млн. тн у порівнянні із 2019 роком, в основному через зменшення виробництва в основних країнах-експортерах, Україні та Росії на фоні збільшення експорту насіння соняшнику та росту його вартості для переробних підприємств.

2020–2021 маркетинговий рік сколихнув світовий ринок рослинних олій аномальним зростом цін, що мало неабиякий вплив на стан олійно-жирової галузі України, однієї із ключових ланок української економіки, у складне та подекуди безвихідне становище.

Новини про те, що у поточному році соняшникова олія стала найдорожчою рослинною олією у світі ніяк не стали приводом для радощів для переробних підприємств та не спричинили шалений зріст економіки України. Навпаки, даний період був характерним зниженням виробництва насіння олійних культур, зростанням експорту насіння та численними дефолтами на ринку рослинних олій.

Масові невиконання контрактів були пов'язані з тим, що тема неврожаю добре розіграла ціни на соняшник, який влітку контрахували по ціні 390–400 дол за тону, та з цим урахуванням було заключено форвардні угоди з іноземними компаніями на олію та шрот. Починаючи з вересня ціна

на соняшник поступово почала зростати та дійшла до відмітки у 780–800 дол. за тону. Таким чином, в країні склалася ситуація, коли переробні підприємства не могли купити сировину та працювали упівсили, а то й зовсім припиняли діяльність.

З початку збиральної кампанії 2020 року, стало зрозуміло, що типового сценарію зросту та падіння ціни не варто очікувати та даний сезон буде кардинально відрізнятися від усього, що бачив світовий ринок до цього. Ринок рослинних олій — це система з об'єктами та зв'язками, яка піддається аналізу, проте рішення не завжди приймаються в той самий момент. Вплив на ціноутворення на соняшникову олію протягом сезону можуть здійснювати різноманітні фактори, іноді більше 20 у різні моменти. Вони змінюють свою вагу та значимість, та мають певний момент, який впливає на швидкість зміни ціни та її величину. До подібних факторів варто віднести наступні:

- Ціни на рослинні олії у світі (пальмова, ріпакова, соєва);
- Ціни на нафту;
- Погодні умови та кількість урожаю;
- Попит-пропозиція на глобальному ринку;
- Стоки в портах Чорноморського регіону та наповненість ринків;
- Форс-мажорні фактори (як пандемія Covid-19 у 2020 році).

Відтак, об'єм врожаю у поточному маркетинговому році став одним з факторів, що спричинили зріст ціни на олію, та цим самим максимально підвищило ціну на насіння. Як бачимо на графіку, загальна наявна кількість насіння соняшнику на переробних

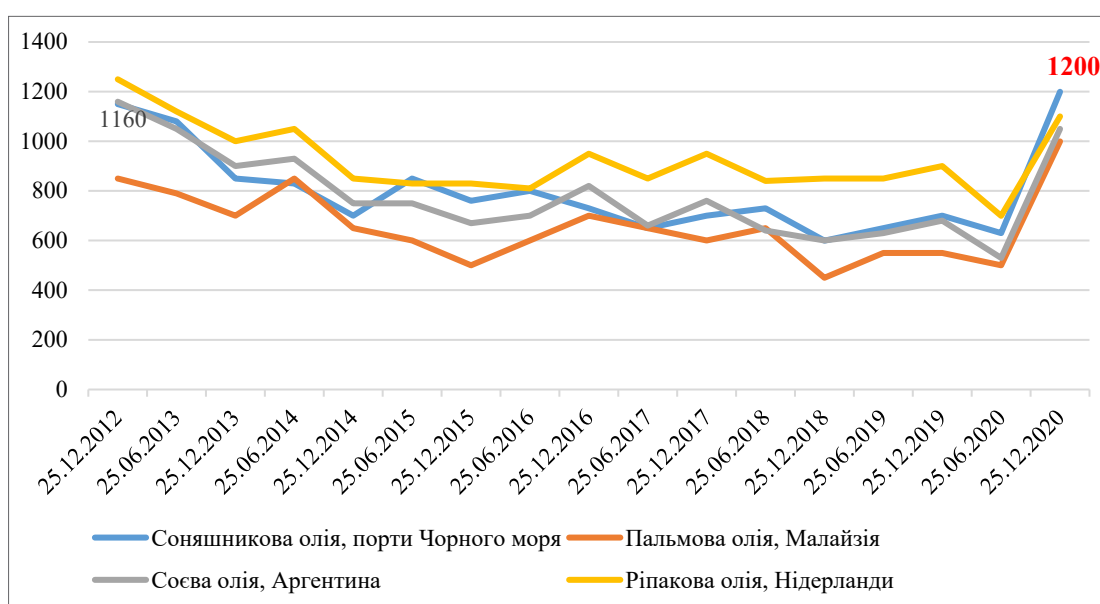


Рис. 1. Ціни на рослинні олії, дол/тн

Джерело: [6]

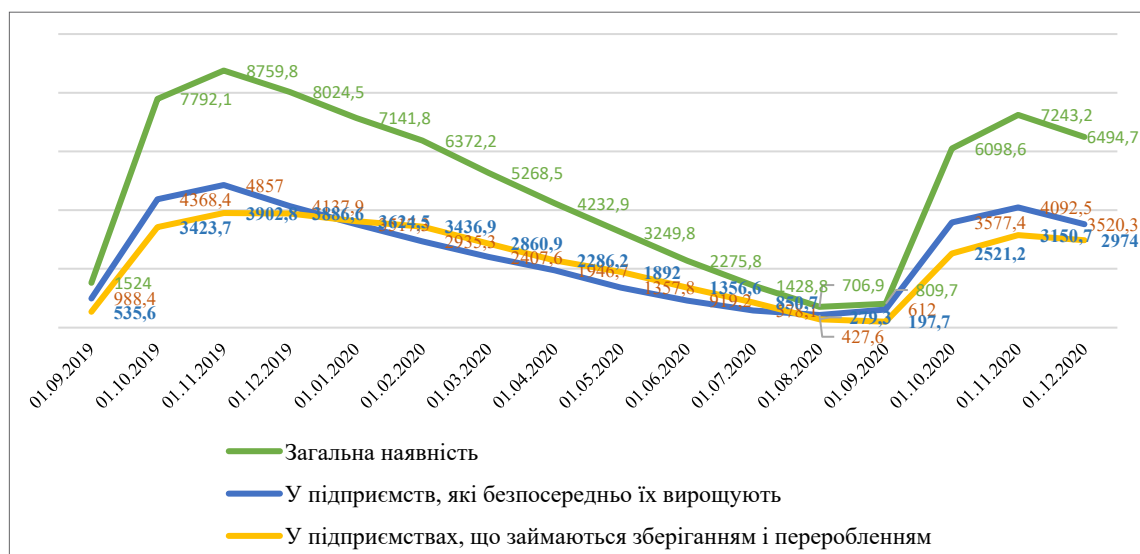


Рис. 2. Динаміка загальної наявності насіння соняшнику, тис. тн

Джерело: [7]

підприємствах та тих, що займаються вирощуванням та зберіганням олійних, значно менша, ніж у минулому році. Так, загальна наявність станом на 1 жовтня 2020 року була майже на 2 мільйони тон менша, ніж у 2019 році. Це говорить про те, що в повній мірі свої зобов'язання підприємства виконати не змогли, сільськогосподарські підприємства не поставляли сировину, а заводи автоматично прострочували поставки олії та інших продуктів переробки.

Ситуація із недозавантаженістю підприємств та нестабільною ситуацією із постачання посилюється тим фактом, що перехідні залишки олійних культур будуть на досить низькому рівні, що ускладнить роботу галузі у наступні півроку.

Ще одна загроза — приріст експорту соняшникового насіння в три рази порівняно із попереднім роком. Експортувавши за період з вересня по грудень 2020 року 150 тис. тн насіння соняшнику, поставлена під загрозу безперебійна робота заводів та доступність цін на внутрішньому ринку. Основними імпортерами українського насіння були Туреччина та Болгарія, які в умовах нехватки сировини на внутрішньому ринку через зниження валового збору, також на фоні постійно зростаючих цін на соняшникову олію. Туреччина у листопаді 2020 року обнулила імпортерне мито на соняшник для підтримання власного ринку, що ще більше посилює зріст цін в Україні та Росії [6].

На нашу думку, варто було своєчасно реагувати на здорожчання базових продуктів, пов'язаних із кон'юнктурою світових ринків та запровадити збільшення експортного мита для стримування вивезення сировини із країни. Керівники олійнодобувних

підприємств України звернулись до уряду України з проханням прискорити застосування спеціальних захисних заходів у вигляді додаткового збору при експорті насіння соняшнику до країн ЄС в обсягах понад 100 тис. тонн відповідно до Положень ст. 31 Розділу IV та Додатку 1-D до Угоди про асоціацію, якою передбачено, що Україна може застосовувати спеціальні заходи щодо експорту окремих видів товарів, які на разі обкладаються експортним митом, зокрема насіння соняшнику [7].

Об'єм врожаю соняшнику у світі зменшився у поточному році з близько 56 млн. тон до 51 млн. тн в поточному сезоні, а в Причорноморському регіоні втрати були найбільшими. Порівнюючи вал зерна з минулим роком, з таблиці яскраво видно, що площі збирання у 2020/2021 маркетинговому році незначно зросли у 2020/2021 році, проте врожайність знизилась на 17%, а валовий збір зменшився на 12%.

Говорячи про олійність, більшість переробних підприємств мало звертали увагу на цей фактор (зазвичай олійність має бути вища за 46%), оскільки сировини було недостатньо та будь-яке надходження приймалося без заперечень. Варто зазначити, що втрата олійності була зафіксована на рівні 1%, та далеко не всюди. Там, де технологія була витримана, вміст олії в українських виробників фіксувався на рівні 50% та більше [8]. Враховуючи позитивну цінову динаміку поточного маркетингового року для фермерів, можна з впевненістю сказати, що соняшник буде однією з основних ярих культур на наступний сезон.

Серед причин збільшення площ під посівом соняшнику минулого року є недосів пшениці, коли через несприятливі погодні умови аграрії посіяли

Таблиця 1

Виробництво основних видів насіння олійних культур у 2019–2021 МР

Найменування	Площі збирання, тис. га			Урожайність, т/га			Валовий збір, тис. тонн		
	2020/21	2019/20	%	2020/21	2019/20	%	2020/21	2019/20	%
Насіння соняшнику	6381	5928	108	2,06	2,56	80	13 135	15254	86
Насіння ріпаку	1104	1285	86	2,34	25,6	91	2 586	3280	79
Соя	1323	1579	86	2,09	2,29	91	2 770	3698	75
РАЗОМ	8808	8792	100,2	2,09	2,52	83	18 491	22 232	88

Джерело: [7]

озимих менше, ніж планували і більше площ відвели під соняшник. Навесні погодні умови також відіграли свою роль у стані озимих, і аграрії пересівали ріпак та пшеницю, або ж сіяли соняшник.

Майже з впевненістю можна сказати, що сезон 2021 року також буде характеризуватися збільшенням посівів соняшнику, оскільки були деякі труднощі з посівом озимих восени 2020 року, за даними Української зернової асоціації, засіяно було 96% від плану (7,8 замість 8,2 млн. га запланованих).

За словами директора організації «Укроліяпром» Степана Капшука, якщо ціна на соняшник буде \$800 за тону, то цього року ним засіють не 6 млн. га, а 7 млн. га, адже нині це найбільш прибуткова культура. І таким чином аграрій компенсує свої втрати від недобору врожаю. Нині затрати на 1 га становлять 10–15 тис. грн., за середньої урожайності соняшнику 2 т/га аграрій отримує мінімум 30 тис грн/га прибутку від реалізації соняшнику. Тому соняшник будуть сіяти, а відповідно й переробляти [1].

Основний фактор, що впливає на ціноутворення на ринку соняшникової олії та продуктів переробки являється виробництво найбільш дешевої олії — пальмової. До 2025 року виробництво пальмової олії збільшиться на 20–25 мільйонів тон, а доля інших рослинних олій буде зменшуватися. Звичайно, це не зможе не вплинути на ціну на українську соняшкову олію.

Кожного року тенденція до зближення цін на пальмову та соняшкову олію стає все більш очевидною, а це говорить про те, що ціну на соняшкову олію потрібно буде стримувати, проте є ряд факторів який навряд чи дозволить це зробити. По-перше,

відкриття ринку землі спровокує зріст собівартості, оскільки буде збільшуватися ціна оренди і купівлі землі. По-друге, фактор дешевої робочої сили в Україні тим паче в аграрній сфері майже вичерпав себе. Збільшення присутності міжнародних холдингів на території України означає зріст середньої заробітної плати та автоматично ріст собівартості продукції за рахунок адміністративних витрат.

Висновки з проведеного дослідження. В роботі було описано стан олійно-жирової промисловості та визначено основні проблеми і виклики, які впливали на роботу галузі у поточному маркетинговому році. Можна підсумувати, що 2020 рік був нетиповим і показовим у плані прийняття рішень та виходу із критичних ситуацій. Недобір врожаю та зростання світових цін на рослинні олії мали негативний вплив на роботу переробних підприємств, оскільки заключення форвардних контрактів на продукти переробки передбачувало певні закупівельні ціни, які в сезон вирости ледь не втричі.

Таким чином, велика кількість дефолтів змусила збитково працювати більшість заводів. Вчасне реагування з боку держави для стримування експорту змогло б зупинити неконтрольований ріст цін на сировину та експорт насіння за кордон.

Більше того, компаніям слід розробляти стратегії по експорту продукції із більшою доданою вартістю: замість сирової олії реалізувати бутильовану, рафіновану та високоолеїнову олії, замість шроту та жирних кислот — готові корми. Прийняття подібних управлінських рішень виведе олійно-жировий сектор України на новий рівень із більшою кількістю конкурентних переваг та вищою маржинальністю.

Література

1. Капшук С. Те, що нині відбувається на ринку, ми вже проходили // Укроліапром (АПК-Інформ: ІТОГІ № 1 (79)). URL: <https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/opinion/1517388>
2. Швед Т. В. Ідентифікація проблем розвитку підприємств олійно-жирової галузі в Україні // Проблеми економіки. 2015. № 1. С. 174–179.
3. Жадан Т. А. Прогнозування і державна підтримка розвитку олійно-жирової галузі. 2016. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/30021>
4. Казанджі А. В. Управління виробничою та зовнішньоекономічною діяльністю підприємств олійно-жирового комплексу України // Дисертація. 2019. URL: https://www.mnau.edu.ua/files/spec_vchen_rad/d_38_806_01/dis_kazandzhi.pdf
5. Фадеев Л. В. Подсолнечник Украины — сегодня и завтра. URL: <http://www.fadeevagro.com/wp-content/uploads/2017/11/1386153822.pdf>
6. Итоги-2020. Масличные, 10.01.2021 // Институт конъюнктуры аграрного рынка. URL: <http://ikar.ru/lenta/720.html>
7. Виробництво та використання насіння олійних культур урожаю 2020 року. URL: <https://ukroilprom.org.ua/news/vyrobnytstvo-ta-vykorystannya-Itogi-2020. Maslichnye, 10.01.2021, Institut konyunktury agrarnogo rynkanasinnya-oliynyh-kultur-urozhayu-2020-roku-240/>
8. Репецкий С. Текущий сезон потребует от участников рынка подсолнечного масла четкой стратегии ведения торговли / Сергей Репецкий. (АПК-Інформ: ІТОГІ № 10 (76)). URL: <https://www.apk-inform.com/ru/exclusive/opinion/1514994>

References

1. Kapshuk S. Te, shho nyny vidbuvajetsja na rynku, my vzhe prokhodyly // Ukrolijaprom (APK-Ynform: Itogi #1 (79)). URL: <https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/opinion/1517388>
2. Shved T. V. Identyfikacija problem rozvytku pidpryjemstv olijno-zhyrovoji ghaluzi v Ukrajinі // Problemy ekonomiky. 2015. # 1. S. 174–179.
3. Zhadan T. A. Proghnozuvannja i derzhavna pidtrymka rozvytku olijno-zhyrovoji ghaluzi. 2016. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/30021>
4. Kazandzhi A. V. Upravlinnja vyrobnychoju ta zovnishnjoeconomichnoju dijalnistju pidpryzhmstv olijno-zhyrovogho kompleksu Ukrajinu // Dysertacija. 2019. URL: https://www.mnau.edu.ua/files/spec_vchen_rad/d_38_806_01/dis_kazandzhi.pdf
5. Fadeev L. V. Podsolnechnik Ukrainy — segodnya i zavtra. URL: <http://www.fadeevagro.com/wp-content/uploads/2017/11/1386153822.pdf>
6. Itogi-2020. Maslichnye, 10.01.2021 // Institut konyunktury agrarnogo rynku. URL: <http://ikar.ru/lenta/720.html>
7. Vyrobnytstvo ta vykorystannja nasinnja olijnykh kuljtur urozhaju 2020 roku. URL: <https://ukroilprom.org.ua/news/vyrobnytstvo-ta-vykorystannja-nasinnja-oliynyh-kultur-urozhayu-2020-roku-240/>
8. Repetskiy S. Tekushchij sezon potrebuє ot uchastnikov rynku podsolnechnogo masla chetkoy strategii vedeniya trgovli / Sergey Repetskiy. (APK-Inform: ITOGI № 10 (76)). URL: <https://www.apk-inform.com/ru/exclusive/opinion/1514994>

Варналій Захарій Степанович

*доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Варналий Захарий Степанович

*доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры финансов
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко*

Varnalii Zakharii

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Finance
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

Мацур Сергій Миколайович

*студент магістратури
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Мацур Сергей Николаевич

*студент магистратуры
Киевского национального университета имени Тараса Шевченко*

Matsur Serhii

*Student of Master's degree
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6862

КОРИГУВАННЯ ПАРАМЕТРІВ ЗІСТАВНОСТІ ОПЕРАЦІЙ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

КОРРЕКТИРОВКА ПАРАМЕТРОВ СОПОСТАВИМОСТИ ОПЕРАЦИЙ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

ADJUSTING THE COMPARABILITY PARAMETERS OF TRANSACTIONS FOR TRANSFER PRICING PURPOSES

Анотація. У статті визначено актуальність боротьби із відмиванням коштів та ухиленням від оподаткування, що узагальнюється у посиленні контролю за трансфертним ціноутворенням. Обґрунтовано, що однією із головних проблем застосування методів трансфертного ціноутворення є аналіз потенційно зіставних операцій, що мають певні відмінності від контрольованих операцій, що породжує необхідність проведення якісних коригувань зіставності. Визначено основні деталі застосування усіх типів коригування умов операцій з метою приведення до зіставності. Розкрито послідовність застосовування наступних коригувань: коригування на терміни оплати; коригування на умови поставки; коригування на валюту розрахунків; коригування на обсяг; коригування умов контрактів (приведення ф'ючерсу до споту); коригування на оборотний капітал. Доведено, що при застосуванні методу чистого прибутку для контролю цін доцільно провести коригування показників рентабельності, щоб нівелювати суттєві відмінності в дебіторської та кредиторської заборгованості, товарно-матеріальних запасах за даними аналізованої компанії і потенційно зіставної компанії. Зазначено, що коригування порівнянності є доречними лише для відмінностей, які матимуть істотний вплив на порівняння. Деякі відмінності постійно існують між ознаками порівнянності контрольованих операцій платника податків та третьої сторони. Порівняння може бути доречним, незважаючи на не відкориговану розбіжність, за умови, що розбіжність не має істотного впливу на надійність

порівняння. У статті також досліджено основні параметри зіставності операцій, розкрито проблематику застосування коригувань, проаналізовано порядок застосування коригувань, наведено актуальні механізми проведення найпоширеніших коригувань, які можуть бути застосовні платниками податків при підготовці документації із трансфертного ціноутворення.

Ключові слова: трансфертне ціноутворення, контрольована операція, коригування параметрів, зіставна операція, податок на прибуток.

Аннотация. В статье определена актуальность борьбы с отмыванием средств и уклонением от налогообложения, что обосновывается усилением контроля за трансфертным ценообразованием. Обосновано, что одной из главных проблем применения методов трансфертного ценообразования является анализ потенциально сопоставимых операций, имеющих определенные отличия от контролируемых операций, что порождает необходимость проведения качественных корректировок сопоставимости. Определены основные детали применения всех типов корректировки условий сделок с целью приведения к сопоставимости. Раскрыто последовательность применения следующих корректировок: корректировка на сроки оплаты; корректировки на условия поставки; корректировки на валюту расчетов; корректировки на объем; корректировки условий контрактов (приведение фьючерса к спота) корректировки на оборотный капитал. Доказано, что при применении метода чистой прибыли для контроля цен целесообразно провести корректировку показателей рентабельности, чтобы нивелировать существенные различия в дебиторской и кредиторской задолженности, товарно-материальных запасах по данным анализируемой компании и потенциально сопоставимой компании. Отмечено, что корректировка сопоставимости уместны только для различий, которые будут иметь существенное влияние на сравнение. Некоторые различия постоянно существуют между признаками сопоставимости контролируемых операций налогоплательщика и третьей стороны. Сравнение может быть уместным, несмотря на не откорректированную расхождение, при условии, что расхождение не имеет существенного влияния на надежность сравнения. В статье также исследованы основные параметры сопоставимости операций, раскрыто проблематику применения корректировок, проанализирован порядок применения корректировок, приведены актуальные механизмы проведения самых распространенных корректировок, которые могут быть применимы налогоплательщиками при подготовке документации по трансфертному ценообразованию.

Ключевые слова: трансфертное ценообразование, контролируемая операция, корректировка параметров, сопоставимая операция, налог на прибыль.

Summary. The article defines the relevance of the fight against money laundering and tax evasion, generalizes in strengthening control over transfer pricing. It is substantiated that one of the main problems of application of transfer pricing methods is analysis of potentially comparable transactions that have certain differences from controlled transactions, generates the need for qualitative adjustments of comparability. The main details of applying all types of adjustments to the conditions of transactions in order to make them comparable are disclosed. The sequence of application of the following adjustments is disclosed: adjustments for payment terms; adjustments for delivery terms; adjustments for currency of settlement; adjustments for volume; adjustments for contract terms (bringing futures to spots) adjustments for working capital. It is proved that when applying the net profit method for price control it is reasonable to make adjustments to profitability indicators to level out the significant differences in accounts receivable, accounts payable, inventories according to the analyzed company and potentially comparable company. It is noted that comparability adjustments are appropriate only for differences that would have a material impact on the comparison. Some differences consistently exist between the comparability attributes of controlled transactions of a taxpayer and a third party. Comparison may be appropriate despite an uncorrected difference, provided the difference does not have a material effect on the reliability of the comparison. The article also investigates the basic parameters of comparability of transactions, discloses the problems of applying adjustments, analyzes the procedure for applying adjustments, and provides relevant mechanisms for the most common adjustments that can be applied by taxpayers when preparing transfer pricing documentation.

Key words: transfer pricing, controlled transaction, parameter adjustment, comparable transaction, income tax.

Проблема постановки. В умовах поглиблення світової економічної кризи спричиненої коронавірусною інфекцією, все більшої актуальності набуває боротьба із відмиванням коштів та ухиленням від оподаткування, що узагальнюється у посиленні контролю за трансфертним ціноутворенням.

Аналіз останніх досліджень. Питанню трансфертного ціноутворення приділяється особлива увага в на-

укових дослідженнях західних учених. Дослідження політики трансфертного ціноутворення втілювалися в працях А. Вагенгофера, Д. Ватсон [10], К. Г. Дуррі, Н. Допух [7], Д. Драке, С. Еммануель [8], Д. Кюппер, Д. Пфафф, П. Хорвачата, І. Шарав [9] та інші.

Різні аспекти трансфертного ціноутворення в Україні висвітлювалися в працях таких учених, як Н. В. Волошанюк, П. В. Дзюба, М. В. Романюк

[4], О.О. Т. Г. Савченко [5] та інші, які досліджували особливості трансфертного ціноутворення та його розвиток.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті виступило дослідження основних складових застосування найпоширеніших типів коригування умов операцій з метою приведення до зіставності, проблематики застосування коригувань, актуальних механізмів проведення найпоширеніших коригувань, які можуть бути застосовні платниками податків при підготовці документації із трансфертного ціноутворення.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні в умовах викликів глобалізаційних процесів перед науковцями постає актуальне питання щодо коригування параметрів зіставності операцій для цілей трансфертного ціноутворення.

Проведений аналіз наукових джерел засвідчив [4; 7; 8], що на практиці найбільш розповсюдженими є наступні види коригувань:

- 1) при використанні методу «порівняльної неконтрольованої ціни» в більшості випадків доцільно послідовно (у вказаному нижче порядку) застосовувати наступні коригування (включаючи, але не обмежуючись): коригування на терміни оплати; коригування на умови поставки; коригування на валюту розрахунків; коригування на обсяг; коригування умов контрактів (приведення ф'ючерсу до споту);
- 2) при використанні методу «чистої рентабельності» може застосовуватись коригування на оборотний капітал.

Нижче наводимо деталі застосування усіх типів коригування умов операцій з метою приведення до зіставності.

Коригування на терміни оплати. Зазвичай, з різними контрагентами підприємство укладає різні договори, і навіть при поставці ідентичного товару можуть відрізнятися умови здійснення такої операції. Однією з таких умов є терміни розрахунків за поставлений товар / надані послуги.

Крок 1. Необхідно визначити базові терміни оплати, до яких будуть приводитися контрольовані та зіставні угоди ($PP_{баз}$). Наприклад, це може бути 100% попередня оплата (тобто базове відтермінування платежу прирівнюється до нуля).

Крок 2. У відповідності до умов договорів визначаються терміни оплати в межах контрольованої операції та зіставної операції ($PP_{факт}$).

Крок 3. По кожній угоді визначається різниця в термінах оплати ($PP_{баз} - PP_{факт}$).

Крок 4. Визначається ставка рефінансування Національного банку України (r), що діяла на дати угод.

Крок 5. В залежності від визначених інтервалів періоду дії ставки рефінансування по кожній угоді необхідно розрахувати окремий коефіцієнт коригування (розмір коригування припадає на 1 одиницю базової ціни) за формулою (1):

$$K_{ум.опл.}^{кор.} = r \times \frac{PP_{баз} - PP_{факт}}{T} \quad (1)$$

де $K_{ум.опл.}^{кор.}$ — коефіцієнт коригування;

r — ставка рефінансування НБУ;

$PP_{баз}$ — базові терміни оплати;

$PP_{факт}$ — договірні терміни оплати;

T — кількість календарних днів у році.

Крок 6. По кожній операції розраховується скоригована ціна за формулою (2):

$$P_{ум.опл.}^{кор.} = P_{баз} + P_{баз} \times K_{ум.опл.}^{кор.} = P_{баз} \times (1 + K_{ум.опл.}^{кор.}) \quad (2)$$

де $P_{ум.опл.}^{кор.}$ — відкоригована на умови оплати ціна;

$P_{баз}$ — ціна до коригування.

Коригування на умови поставки. Зазвичай на практиці використання коригування на умови поставки можливе, тільки якщо в наявності внутрішні зіставні операції [4]. При використанні зовнішніх джерел інформації щодо ринкових цін (біржові котировання, дані інформаційно-цінових агентств) у підприємства виникає додаткова необхідність пошуку достовірної і підтвердженої інформації щодо розміру витрат на транспортування.

Алгоритм розрахунку коригування на умови транспортування наступний:

Крок 1. За фактично понесених витрат визначаються комерційні витрати для кожного виду відвантажень (EXW, FCA, CPT, FOB тощо) і по кожному ринку збуту (внутрішній ринок, експорт). У разі якщо окремий вид витрат відноситься на кілька видів відвантажень і фактичний розмір витрат, що припадає на кожен вид відвантаження точно ідентифікувати не можна, такі витрати потрібно розподілити між базисами поставок пропорційно визначеним драйверам. Ці драйвери повинні найбільш точно визначати економічну сутність операції, по якій утворилися відповідні витрати. На практиці, найчастіше витрати розподіляються пропорційно обсягам поставленої продукції в натуральному вираженні.

Крок 2. По кожному виду відвантажень і ринків збуту потрібно визначити розмір питомих комерційних витрат на одиницю реалізованої продукції.

Крок 3. Розмір коригування на умови поставки визначається за формулою (3):

$$KP_{уп} = -KP_{уп}^{ан.угод} \times KP_{уд}^{баз.} \quad (3)$$

де $KP_{уп}$ — розмір коригування ціни на умови поставки;

$KP_{уп}^{ан.угод}$ — розмір питомих комерційних витрат на одиницю реалізованої продукції за операцією, умови якої коригуються;

$KP_{уд}^{баз.}$ — розмір питомих комерційних витрат на одиницю реалізованої продукції в межах операцій, до базових умов поставки яких наводяться ціни всіх аналізованих угод.

Коригування на валюту розрахунків. Якщо всі угоди (і аналізовані (контрольовані), і зіставні) здійснюються в гривні, то застосування коригування на валюту розрахунків не потрібно. На практиці така ситуація зазвичай характерна для продажів на внутрішньому ринку.

Але якщо у компанії є розрахунки у валюті (наприклад, експортні операції), то для забезпечення сумісності з контрольованою операцією, ціни всіх порівнянних операцій необхідно перераховувати за офіційним курсом НБУ на дату здійснення контрольованої операції / транзакції.

Коригування на обсяг. Поняття коригування на обсяг саме по собі корелює з поняттям знижки. Якщо при реалізації продукції компанія фактично знижки не надає, то і для цілей податкового контролю цін застосовувати такі коригування не потрібно. Відповідно, зіставними визнаються тільки операції з приблизно рівними обсягами продажів.

Інша ситуація, коли в компанії діє затверджена політика знижок або положення про них закріплені в договорах на поставку, і фактичні ціни реалізації встановлюються з урахуванням дисконту. У цьому випадку підприємство на цілком законних підставах може робити зворотні коригування до цін реалізації. Алгоритм таких коригувань буде протилежним процедурі надання знижок.

Коригування на оборотний капітал. При застосуванні методу чистого прибутку для контролю цін доцільно провести коригування показників рентабельності, щоб нівелювати суттєві відмінності в дебіторської та кредиторської заборгованості, товарно-матеріальних запасах за даними аналізованої компанії і потенційно зіставної компанії [10]. Проведення коригувань оборотного капіталу необхідне з наступних причин [6]:

1. Істотний розмір дебіторської заборгованості може свідчити про те, що компанія надає своїм покупцям тривалу відстрочку платежу. Відповідно, справедлива ринкова ціна повинна включати процентну складову, щоб відображати такі умови оплати.

2. Концентрація великого обсягу оборотних коштів у складі дебіторської заборгованості (ДЗ) і / або товарно-матеріальних запасів (ТМЗ) може

спричинити нестачу ліквідних коштів. Відповідно, виникне необхідність у залученні позикових коштів. Це, в свою чергу, призведе до підвищення витрат на сплату відсотків.

3. Аналогічна ситуація складається при істотному розмірі кредиторської заборгованості (КЗ), так як це призведе до зменшення витрат на виплату відсотків (альтернативне джерело фінансування) і коригування собівартості.

Коригування оборотного капіталу застосовується, щоб усунути істотні відмінності у витратах на виплату відсотків між аналізованою компанією і потенційно зіставною (з допущенням, що такі відмінності впливають на рентабельність).

Алгоритм здійснення коригування на оборотний капітал наступний:

Крок 1. Необхідно визначити відмінності в показниках дебіторської, кредиторської заборгованості і ТМЗ досліджуваної компанії і потенційно зіставної компанії за аналізовані періоди (ДЗ+ТМЗ–КЗ). Важливим моментом при проведенні коригування є те, в який момент часу порівнюється розмір ДЗ, КЗ і ТМЗ для аналізованої і порівнянних організацій. Як правило, ці показники доцільно порівнювати на кінець фінансового року. Однак, це може бути необґрунтовано, якщо обраний момент часу не відображає звичайних показників оборотного капіталу протягом року (наприклад, через значних коливань в результаті сезонності). У такому випадку рекомендується використовувати середні значення ДЗ, КЗ і ТМЗ протягом року.

Крок 2. Залежно від використовуваного показника рентабельності (активів, капіталу, продажів і ін.) потрібно вибрати показник, щодо якого будуть проводитися коригування оборотного капіталу. Наприклад, якщо використовується показник чистої рентабельності, то будь-які відмінності в оборотному капіталі порівнянних організацій повинні розраховуватися щодо виручки від реалізації.

Крок 3. Розраховується величина відмінностей показників оборотного капіталу по відношенню до обраної бази по компанії, що досліджується та зіставній компанії за аналізовані періоди (4):

$$\Delta ОбК = \frac{ДЗ + ТМЗ - КЗ}{В} \times 100 \% \quad (4)$$

де $\Delta ОбК$ — різниця відношення оборотного капіталу до виручки;

$ДЗ$ — дебіторська заборгованість;

$ТМЗ$ — товарно-матеріальні запаси;

$КЗ$ — кредиторська заборгованість;

$В$ — виручка від реалізації.

Крок 4. За кожен аналізований період (і) потрібно розрахувати відхилення величини показників

оборотного капіталу по відношенню до обраної бази потенційно порівнянних організацій від відповідних показників Компанії (5):

$$\Delta_i = \Delta \text{Обк}_i^{\text{Комп}} - \Delta \text{Обк}_i^{\text{Зіст.ком.}} \quad (5)$$

де Δ_i — величина відхилення оборотного капіталу у період (i);

$\Delta \text{Обк}_i^{\text{Комп}}$ — різниця відношення оборотного капіталу до виручки компанії, що досліджується у період (i);

$\Delta \text{Обк}_i^{\text{Зіст.ком.}}$ — різниця відношення оборотного капіталу до виручки зіставної компанії у період (i).

Крок 5. Необхідно скоригувати фінансові дані порівнянних компаній для відображення відмінностей в показниках оборотного капіталу, щоб вирівняти їх з величиною оборотного капіталу компанії, що досліджується. Відкоригований показник рентабельності розраховується за формулою

$$K_{\text{рент.}}^{\text{зкор}} = K_{\text{рент.}} + \Delta_i \times r \quad (6)$$

де $K_{\text{рент.}}^{\text{зкор}}$ — відкоригований показник рентабельності зіставного підприємства;

$K_{\text{рент.}}$ — показник рентабельності зіставного підприємства без коригування.

Коригування біржових цін до умов спот. Загалом, за світовою практикою біржової торгівлі ф'ючерсним контрактом (надалі у підрозділі — «Ф'ючерс») вважається стандартний документ, який засвідчує зобов'язання придбати (продати) базовий актив у визначений час та на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією цін на момент виконання зобов'язань сторонами контракту.

Аналогічне визначення Ф'ючерсу зазначено у пп. 14.1.45.4. ПКУ [2]:

«ф'ючерсний контракт (ф'ючерс) — стандартизований строковий контракт, за яким продавець зобов'язується у майбутньому в установленний строк (дата виконання зобов'язань за ф'ючерсним контрактом) передати базовий актив у власність покупця на визначених специфікацією умовах, а покупець зобов'язується прийняти базовий актив і сплатити за нього ціну, визначену сторонами контракту на дату його укладення.

Ф'ючерсний контракт виконується відповідно до його специфікації шляхом постачання базового активу та його оплати коштами або проведення між сторонами контракту грошових розрахунків без постачання базового активу.»

Ціна на Ф'ючерс є похідною від ціни на умовах **Спот** — ціна, за якою продаються реальний товар, цінні папери або валюта в даний час і в даному місці на умовах негайної поставки. Ціна Спот застосовується в біржовій торгівлі, щоб закрити зобов'язання за ф'ючерсними договорами, а також під час укладання угод Спот.

Для більшості товарів Ф'ючерсна ціна зазвичай є вищою ціни Спот. Це обумовлено витратами на зберігання, транспортування, страхування та інші витрати які будуть неминучі при поставці активу в майбутньому. Формування ціни ф'ючерсу із датою поставки t можна описати за наступною формулою:

$$\text{Ціна}_{\text{Ф'ючерс}, t} = \text{Ціна}_{\text{Спот}} + \text{Витрати на зберігання активу, транспортування, страхування, інші майбутні витрати}_t$$

Якщо Спот і Ф'ючерсну ціни зобразити графічно, то при наближенні дати виконання ф'ючерсного контракту графіки сходяться, тобто до моменту

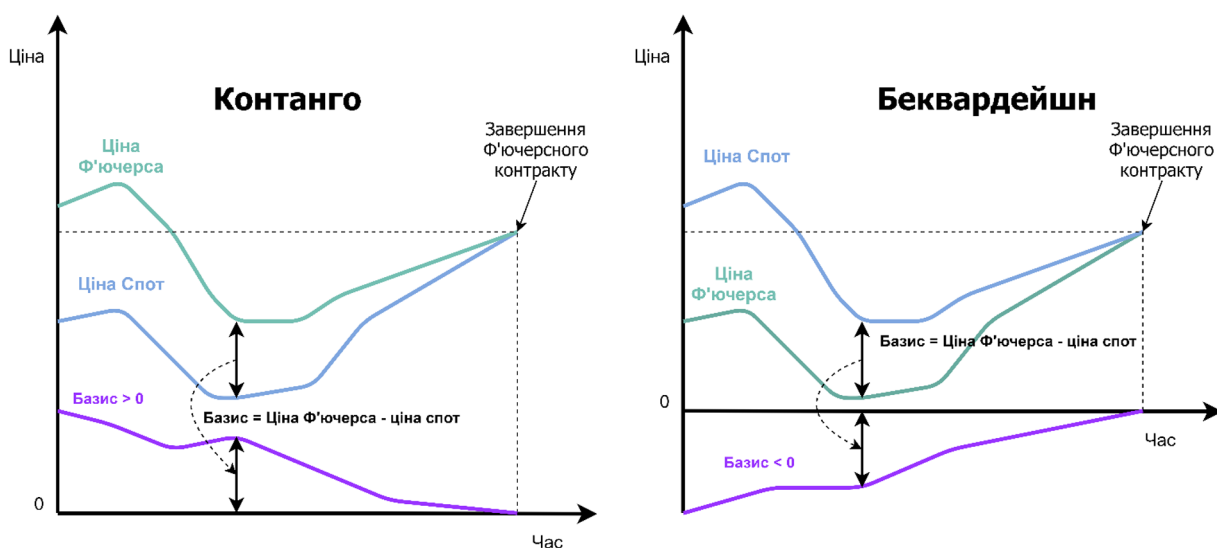


Рис. 1. Типові співвідношення Ф'ючерсною та Спот цін

Джерело: розроблено авторами

поставки товару ціна Ф'ючерсу дорівнює ціні Спот. Це пояснюється зниженням витрат з плином часу до нуля на дату поставки:

На рисунку 1 наведено два основні типи співвідношення Ф'ючерсної та Спот цін:

- **Контанго** — ситуація, коли Ф'ючерсна ціна протягом періоду котирування є вищою ціни Спот, тобто Ф'ючерсна ціна містить премію до ціни Спот (як і вказано у формулі вище — Витрати на зберігання активу, транспортування, страхування, інші майбутні витрати). Дана ситуація вважається нормальною, та є характерною для ринків фізичного товару (сільськогосподарської продукції, нафто-хімічної промисловості, металів, тощо).
- **Беквардейшн** — ситуація, коли Спот ціна протягом періоду котирування Ф'ючерсу є вищою ціни Ф'ючерсу, тобто Ф'ючерсна ціна містить дисконт від ціни Спот. Така ситуація зазвичай спостерігається на ринку деривативів, що продаються із дисконтом (наприклад, облігації).

Різницю між Ф'ючерсною ціною та ціною Спот за період t називають **Базисом**:

$$\text{Базис}_t = \text{Ціна}_{\text{Ф'ючерс}, t} - \text{Ціна}_{\text{Спот}}.$$

По завершенню котирування Ф'ючерсного контракту Базис наближається до нуля, а Ф'ючерсна та Спот ціни прирівнюються між собою.

Основною методологією розрахунку Спот цін із Ф'ючерсних цін є розрахунок показника базису,

та коригування ф'ючерсних цін на базис протягом необхідного періоду (Рисунок 2).

Для прикладу розглянемо ситуацію, що зображена на рисунку вище:

1. Протягом 1 року 3 Ф'ючерсні контракти (Ф'ючерс 1, Ф'ючерс 2, Ф'ючерс 3) закінчили свої котирування у час T_1 , T_2 , T_3 відповідно;

2. Як вже було описано вище, Ф'ючерсна ціна на дату завершення котирування відповідає ціні Спот. Таким чином, протягом року було визначено три ціни Спот: P_1 , P_2 , P_3 ;

3. Різниці між періодами ф'ючерсних контрактів знаходимо наступним чином:

$$D_1 = T_2 - T_1; D_2 = T_3 - T_2; D_3 = T_4 - T_3;$$

4. Базиси для кожного періоду знаходимо як різницю між ціною Ф'ючерсу на певну дату та ціною Спот:

$$B_1 = F_1 - P_1; B_2 = F_2 - P_2; B_3 = F_3 - P_3;$$

5. Середньоденний базис, що діяв протягом року:

$$\text{Всер} = (B_1 + B_2 + B_3) / (D_1 + D_2 + D_3)$$

6. Для знаходження спот ціни на певну дату обирається котирування Ф'ючерсу, що є найближчим до закінчення котирування за мінусом середньоденного базису помноженого на кількість днів між датою котирування та датою закінчення цього ф'ючерсу. Наприклад, Для знаходження ціни Спот у період між T_1 і T_2 буде застосовувано котирування Ф'ючерс 2. Таким чином, формула приведення Ф'ючерсної ціни до ціни Спот дорівнює:

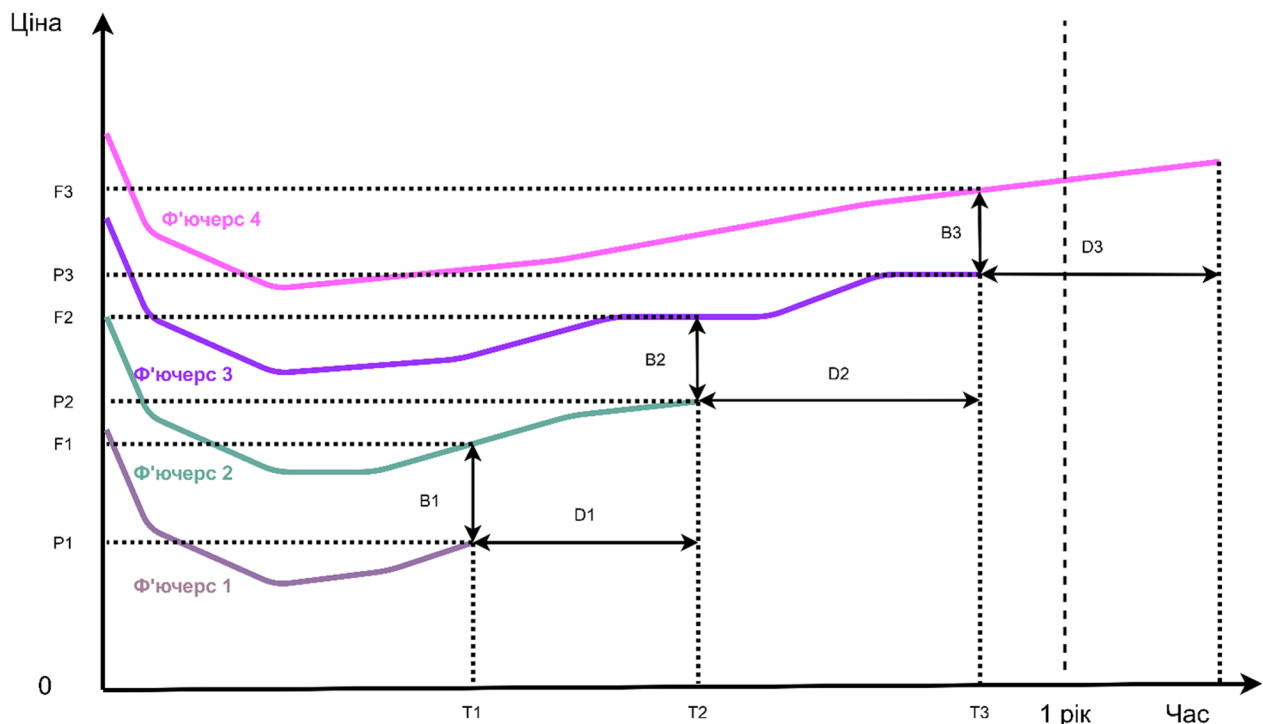


Рис. 2. Порядок визначення спот ціни протягом року

Джерело: розроблено авторами

$$Ціна_{\text{Спот}} = Ціна_{\text{Ф'ючерсу, найближчого для закінчення котирування}} - \\ - \text{Базис на день}_{\text{Середній}}^*$$

*Кількість днів до закінчення котирування Ф'ючерсу

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. У підсумку зазначаємо, що коригування порівнянності є доречними лише для відмінностей, які матимуть істотний вплив на порівняння. Деякі відмінності постійно існують між ознаками порівнянності контрольованих операцій платника податків та третьою стороною. Порівняння може бути доречним, незважаючи на невідкориговану розбіжність, за умови, що розбіжність не має істотного впливу на надійність порівняння. З іншого боку, необхідність проведення численних та значних коригувань ключових факторів порівнянності може вказувати на те, що операції третьої сторони в дійсності не достатньо порівнянні. Не завжди коригування є виправданими. Наприклад, коригування відмінностей у дебіторській заборгованості не може

бути надзвичайно корисним, якщо також існують істотні відмінності у стандартах бухгалтерського обліку, які не були усунені. Іноді також застосовуються складні коригування для того, щоб створити хибне враження того, що результат пошуку ознак порівнянності є науково обґрунтований, надійний та точний. Не слід розглядати деякі коригування порівнянності, такі як щодо відмінностей у рівнях оборотного капіталу, як «рутинними» та безспірними, та розглядати деякі інші коригування, такі як щодо ризиків країни, як більш суб'єктивними, а тому такими, що вимагають додаткового доведення та надійності. Єдині коригування, які необхідно провести, — це ті, які дійсно покращать порівнянність. Таким чином, усі зазначені способи коригувань цін та рентабельності з метою приведення їх до зіставності мають вагомий вплив на ефективність аналізу в цілому, що може бути покладено в основу подальших досліджень.

Література

1. Роз'яснення ДФС. Порядок оподаткування прибутку нерезидента, який веде господарську діяльність на території України через постійне представництво. URL: <http://kyiv.sfs.gov.ua/okremi-storinki/arhiv1/print-281483.html>
2. Податковий Кодекс України № 2755-VI від 01.01.2021 із змінами і доповненнями, внесеними згідно із Законом № 1117-IX від 17.12.2020.
3. Вибір методу ТЦ // Офіційне видання ДФС України «Вісник. Офіційно про податки» № 31–32/Д (18) від 25.08.2017. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100005531-rozdil-8-metodi-tts>
4. Романюк М. В. Трансфертне ціноутворення в податковій системі України // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України. 2013. С. 15–17.
5. Савченко Т. Г. Трансфертне ціноутворення в системі оцінки ефективності діяльності підрозділів банку. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/56341/7/Savchenko_Transfertne_tsinoutvorennia.pdf;jsessionid=A8D590999E72214C1CFC7D4C16089C56
6. Настанови ОЕСР щодо трансфертного ціноутворення для ТНК та податкових служб (22 червня 2010 року). URL: <http://sfs.gov.ua/data/material/000/021/80820/o.pdf>
7. Dopuch N., Drake D. F. Accounting implications of a mathematical programming approach to the transfer price problem // Journal of Accounting Research. 1964. № 2 (1). PP. 10–24.
8. Emmanuel C. R. Transfer Pricing: a diagnosis and possible solution to dysfunctional decision making in the divisionalised company // Management International Review. 1977. 17 (4). PP. 45–49.
9. Sharav I. Transfer Pricing — diversity of goals and practices // Journal of Accountancy. 1974. № 137. PP. 56–62.
10. Watson D. J. H., Baumler J. V. Transfer pricing: a behavioral context // The Accounting Review. 1975. № 50 (3). PP. 466–474.

References

1. Rozyasnennya DFS. Poryadok opodatkovannya prybutku nerezydenta, yakyy vede hospodars'ku diyal'nist' na terytoriyi Ukrayiny cherez postiyne predstavnytstvo SFS clarification. [Procedure for taxation of income of a non-resident who conducts economic activity on the territory of Ukraine through a permanent establishment]. Retrieved from: <http://kyiv.sfs.gov.ua/okremi-storinki/arhiv1/print-281483.html> [in Ukrainian].
2. Verkhovna Rada of Ukraine (2010). Podatkovyj kodeks Ukraïny [Tax Code of Ukraine]. Edition from 01.01.2021 with changes and additions made in accordance with the Law № 1117-IX from 17.12.2020. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (accessed 28 January 2021) [in Ukrainian].

3. Vybir metodu Transfernocho Tsinoutvorenniya. [Choice of Transfer Pricing method]. Ofitsiynе vydannya DFS Ukrayiny «Visnyk. Ofitsiyno pro podatky». Visnyk. Officially about taxes № 31–32/D (18). 25.08.2017 Retrieved from: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100005531-rozdil-8-metodi-tts> [in Ukrainian].
4. Romanyuk M. V. (2013). Transfertne tsinoutvorenniya v podatkovi systemi Ukrayiny. [Transfer pricing in the tax system of Ukraine]. Svitovi tendentsiyi ta perspektyvy rozvytku finansovoyi systemy Ukrayiny. World trends and prospects for the development of the financial system of Ukraine. PP.15–17.
5. Savchenko T.G. (2007). «Transfer pricing in the system of evaluating the efficiency of the bank's divisions». Abstract of Ph.D. Thesis, Money, finance and credit, Ukrainian Bank Academy of National Bank of Ukraine, Sumy, Ukraine. Retrieved from: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/51186/5/Savchenko_Transfertne_tsinoutvorenn.pdf [in Ukrainian].
6. OECD Guidelines on Transfer Pricing for TNCs and Tax Services (June 22, 2010). Retrieved from: <http://sfs.gov.ua/data/material/000/021/80820/o.pdf>
7. Dopuch N., Drake D. F. (1964). Accounting implications of a mathematical programming approach to the transfer price problem. Journal of Accounting Research. № 2 (1). PP. 10–24.
8. Emmanuel C. R. (1977). Transfer Pricing: a diagnosis and possible solution to dysfunctional decision making in the divisionalised company. Management International Review. 17 (4). PP. 45–49.
9. Sharav I. (1974). Transfer Pricing — diversity of goals and practices. Journal of Accountancy. № 137. PP. 56–62.
10. Watson D. J.H., Baumler J. V. (1975). Transfer pricing: a behavioral context // The Accounting Review. № 50 (3). PP. 466–474.

Ищук Ярослава Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіко-математичного моделювання і статистики
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

Ищук Ярослава Владимировна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономико-математического моделирования и статистики
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана*

Ischuk Yaroslava

*PhD in Economics, Assistant Professor of the
Department of Economic and Mathematical Modeling and Statistics
SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»*

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6859

**ВИДАВНИЧА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОДИН
ІЗ СЕКТОРІВ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ:
ПІДХОДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕНЬ**

**ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОДИН
ИЗ СЕКТОРОВ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ:
ПОДХОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЙ**

**PUBLISHING ACTIVITIES AS ONE OF
THE CREATIVE ECONOMY SECTOR:
APPROACHES AND RESEARCH PERSPECTIVES**

Анотація. Уже більше двадцяти років відбувається перехід від постіндустріальної економіки до економіки творчості, мистецтва, оригінального та нестандартного мислення, тобто до креативної економіки. Усе життя людини тісно взаємодіє з тими чи іншими секторами креативної економіки – слухаючи музику, відвідуючи театр, дивлячись фільм, читаючи книгу, приміряючи одяг або ж обираючи шпалери. Сьогодні має велике значення, як у повсякденному так і у професійному житті, креативне мислення людини, її особливе бачення речей, що у поєднанні зі здобутими знаннями лягло в основу креативної економіки.

Важливими є відновлювані ресурси креативної економіки, основними з яких є знання, досвід та уява, адже з їхньою допомогою створюються оригінальні товари та надаються унікальні послуги.

У статті досліджено визначення поняття «креативна економіка». Проведено аналіз останніх публікацій присвячених проблемам розвитку креативної економіки. Визначено, що ядром креативної економіки є людські цінності, за допомогою яких, у цьому випадку, зберігається ідентичність нації.

У рамках дослідження проаналізовано кількість суб'єктів видавничої діяльності як однієї із ключових секторів креативної економіки. Зазначено, що видавнича діяльність включає у себе не тільки книговидавництво або видання газет та журналів, а також видання комп'ютерних ігор, програмного забезпечення, тощо. З'ясовано, що протягом 2010–2019 рр. найкраще розвивалися підприємства які займалися виданням програмного забезпечення.

З проведеного дослідження стало зрозуміло, що наразі питання креативної економіки потребують різностороннього глибокого вивчення. На прикладі дослідження кількості суб'єктів господарювання, що займаються видавничою діяльністю було з'ясовано, що сектори креативної економіки мають багато проблем, про які свідчать нестабільні показники її динаміки.

Ключові слова: креативна економіка, людські цінності, культура, видавнича діяльність, суб'єкти господарювання, аналіз.

Аннотация. Уже более двадцати лет происходит переход от постиндустриальной экономики к экономике творчества, искусства, оригинального и нестандартного мышления, то есть к креативной экономики. Всю жизнь человек тесно взаимодействует с теми или иными секторами креативной экономики – слушая музыку, посещая театр, смотря фильм, читая книгу, примеряя одежду или выбирая обои. Сегодня имеет большое значение, как в повседневной так и в профессиональной жизни, креативное мышление человека, его особое видение того, что в сочетании с полученными знаниями легло в основу креативной экономики.

Важны возобновляемые ресурсы креативной экономики, основными из которых являются знания, опыт и воображение, ведь с их помощью создаются оригинальные товары и предоставляются уникальные услуги.

В статье исследовано определение понятия «креативная экономика». Проведен анализ последних публикаций посвященных проблемам развития креативной экономики. Определено, что ядром креативной экономики являются человеческие ценности, с помощью которых, в этом случае сохраняется идентичность нации.

В рамках исследования проанализированы количество субъектов издательской деятельности как одной из ключевых секторов креативной экономики. Отмечено, что издательская деятельность включает в себя не только книгоиздания или издание газет и журналов, а также издание компьютерных игр, программного обеспечения и тому подобное. Установлено, что в течение 2010–2019 гг. лучше развивались предприятия которые занимались изданием программного обеспечения.

Из проведенного исследования стало понятно, что сейчас вопрос креативной экономики требуют разностороннего глубокого изучения. На примере исследования количества субъектов хозяйствования, занимающихся издательской деятельностью было выяснено, что сектора креативной экономики имеют много проблем, о которых свидетельствуют нестабильные показатели их динамики.

Ключевые слова: креативная экономика, человеческие ценности, культура, издательская деятельность, субъекты хозяйствования, анализ.

Summary. Transition from the postindustrial economy to the economy of creativity, arts, original and fresh thinking, i.e. the creative economy, has been on more than twenty years now. Throughout his/her life a human closely interacts with various sectors of the creative economy by listening music, visiting a theatre, watching a movie, trying on clothes or choosing curtains. Creative thinking of a human both in daily and professional life, his/her perception of things is greatly significant today, which, combined with the acquired knowledge, can be laid in basis for the creative economy.

Renewable resources of the creative economy, with knowledge, experiences and imaginations in the first place, are important, as they help create original goods or provide unique services.

The definition of the notion of «creative economy» is investigated. A review of recent publications devoted to problems of creative economy development is made. It is determined that human values are at the core of the creative economy, by which the nation's identity can be preserved in the creative economy context.

The number of entities engaged in the publishing activities as a key creative economy sector is analyzed as part of the study. It is stressed that apart from publishing of books, newspapers or magazines, the publishing activities include publishing of computer games, software etc. It is revealed that the most successful business operation in 2010–2019 was demonstrated by the enterprises engaged in the publishing of computer software.

The study gives grounds for the conclusion that creative economy issues require comprehensive in-depth studies. An investigation of the number of business entities engaged in the publishing could reveal that creative economy sectors had many problems reflected in unstable indicators of this economy dynamics.

Key words: creative economy, human values, culture, publishing activities, business entities, analysis.

Постановка проблеми. На сьогодні досить мало уваги у дослідженнях приділяється видавничій діяльності, яка є ключовим сектором креативної економіки. Зазначене обумовило написання цієї статті та визначило ключові аспекти дослідження.

Метою роботи є проведення дослідження видавничої діяльності як одного із секторів креативної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням креативної економіки та видавничої діяльності присвячено наукові роботи таких нау-

ковців: Бутник О. [4], Горобець О. [6], Кукса І. [5], Петухова Т. [5], Сотнікова Ю. [7], Ушкаренко Ю. [8] та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з показниками за 2011 р. у ЄС частка основних креативних галузей у ВВП за доданою вартістю склала 558 млрд. євро (4,4% від ВВП Європи). Ці галузі забезпечують приблизно 8,3 млн. повних робочих місць або 3,8% від загальної кількості робочих місць у Європі. У більшості ККІ частка молодих працівників вища, ніж у решти частини економіки і цей

сектор виявився дуже стійким порівняно з іншими під час економічної та фінансової кризи 2008 р. в Європі [1]. Дані станом на 2013 р. свідчать, що Європа є лідером у цьому секторі та стає каталізатором розвитку. Економіст і теоретик мистецтва П'єр Луїджі Сакко підкреслює, що креативна економіка найкраще відображає місцеві особливості та зберігає ідентичність нації в епоху глобалізації [2]. В період пандемії у секторах креативної економіки відбулося стрімке зростання динаміки показників, у зв'язку із активізацією надання електронних послуг, а також масового використання цифрових способів проведення дозвілля.

Термін «креативні індустрії» почав використовуватися близько двадцяти років тому для опису цілого ряду видів діяльності, одні з них є найдавнішими в історії, а деякі виникли лише з появою цифрових технологій [3]. Бутник О., акцентує увагу на тому, що креативна індустрія характеризується не лише певною сукупністю видів економічної діяльності, які виробляють креативні товари та послуги, а й підходом до формування нової економіки, яка базується на застосуванні людської творчості та активізації творчого потенціалу людини з метою отримання конкурентних переваг [4]. Кукса І. та Петухова Т. зауважують, що концепція креативних індустрій — це широка категорія, що включає художні заходи, установи культури, галузі культури та інші види креативної діяльності, що базуються на індивідуальній творчості, в тому числі галузях, що використовують нові технології (наприклад, нові медіа) у креативній діяльності [5]. Горобець О. наголошує, що культурна діяльність часто перетинає кілька секторів економіки (наприклад, сектори промисловості, сфери послуг, зв'язку та торгівлі, тощо) [6]. Сотнікова Ю., зазначає, що ще недавно йшлося про економіку як про економіку знань, економіку інформаційну, сьогодні ж мова йде про економіку креативну, що використовує досягнення економіки знань, засновану насамперед на матеріалізації нових ідей і задумів [7]. Ушкаренко Ю. та ін. акцентують увагу на тому, що креативну економіку можливо трактувати, як концепцію постіндустріальної економіки, механізмом функціонування якої є система специфічних соціально-економічних відносин з приводу виробництва розподілу та споживання благ, що базуються на використанні в якості факторів виробництва інтелектуального капіталу, креативного потенціалу та таланту породжувати нові оригінальні ідеї, в результаті чого створюється інноваційний продукт (товар або послуга наділені економічною цінністю), або приймаються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб суспільства [8].

Зазначене, свідчить про зацікавленість науковців в організації дослідження креативної економіки. Наразі питання креативної економіки потребують детальних досліджень та глибокого аналізу її структури, поширення, а також впровадження її основ у різні види економічної діяльності з метою удосконалення функціонування. Доцільно зауважити, що досліджуючи та надаючи статистичну оцінку секторам креативної економіки необхідно звертатися до методологічних рекомендацій, статистичних оглядів та аналітичних звітів статистичних органів, одним з яких є Євростат, який з-поміж решти функцій займається координацією та гармонізацією статистичних даних про сектори культури та творчості.

Відомо, що креативна економіка містить у собі дев'ять секторів культурної сфери. Під секторами слід розуміти ряд економічних видів діяльності, які пов'язані з генерацією та комерціалізацією творчості, ідей, знань та інформації, таким чином до креативної економіки можна віднести так звані культурні галузі. ЮНЕСКО визначає культурні галузі як «галузі, що поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію нематеріального та культурного характеру, цей вміст може мати форму товару чи послуги [9].

Охарактеризувати креативну економіку можна твердженням про те, що креативна економіка — це економіка, у якій в основі лежать людські цінності в період цифровізації (рис. 1).

Одним із дев'яти секторів креативної економіки є видавнича діяльність [10], яка включає в себе видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність, видання книг, видання довідників і каталогів, видання газет, видання журналів



Рис. 1. Базис креативної економіки

Джерело: розроблено автором

і періодичних видань, інші види видавничої діяльності, видання програмного забезпечення, видання комп'ютерних ігор та видання іншого програмного забезпечення.

Згідно Закону України «Про видавничу справу», видавнича діяльність — організаційно-творча, господарсько-виробнича діяльність видавців, спрямована на підготовку і випуск у світ видавничої продукції [11].

Згідно КВЕД-2010 цей вид економічної діяльності систематизується за розділом КВЕД J 58.1, який включає видання книг, газет, журналів та інших періодичних видань, довідників, посібників, каталогів, а також інших друкованих виробів (наприклад, таких як фотографії, листівки, графіки-розклади, бланки, плакати та ін.. В рамках дослідження, важливо проаналізувати кількість підприємств які займаються видавничою діяльністю в Україні (табл. 1).

Дані табл. 1 засвідчують, що кількість підприємств які займалися виданням книг, періодичних видань та іншою видавничою діяльністю зменшилася у 2019 р. порівняно з 2010 р. на 2368 од., кількість підприємств які займалися виданням книг у 2019 р. також зменшилася — на 343 од., кількість підприємств які спеціалізувалися на виданні довідників і каталогів зросла на 1 од., кількість підприємств які спеціалізувалися на виданні газет зменшилася на 569 од., кількість підприємств які спеціалізуються на виданні журналів і періодичних видань зменшилася на 472 од., кількість підприємств які

спеціалізуються на інших видах видавничої діяльності зменшилася на 985 од., кількість підприємств які спеціалізуються на виданні програмного забезпечення за дев'ять років зросла на 1302 од., кількість підприємств які спеціалізуються на виданні комп'ютерних ігор зменшилася на 118 од., кількість підприємств які спеціалізуються на виданні іншого програмного забезпечення у 2018 р. (дані за 2019 р. відсутні) порівняно з 2010 р. зменшилася на 1504 од.

Таким чином з наведеного, можна зробити висновок, що значне зростання за цей період відбулося серед суб'єктів господарювання які займаються виданням програмного забезпечення. Зростання на одиницю кількості суб'єктів господарювання які займаються виданням довідників і каталогів є незначним. Зауважимо, що майже усі ці суб'єкти господарювання (окрім тих які займаються виданням програмного забезпечення) мають на меті задовольнити потреби у дозвіллевій діяльності та в наданні інформації населенню. Враховуючи те, що зараз усі сфери життєдіяльності переживають період цифровізаційного буму та перебувають у жорсткій конкуренції з альтернативними засобами надання інформації і проведення дозвілля, зменшення кількості суб'єктів господарювання які займаються виданням книг і періодики є логічним та очікуваним. Разом з тим викликає здивування зменшення кількості суб'єктів господарювання які займаються виданням комп'ютерних ігор, адже ще у 2018 р. експерти оцінювали цей ринок в Україні

Таблиця 1

Суб'єкти господарювання які займалися видавничою діяльністю в Україні, 2010–2019 рр.

Суб'єкти господарювання	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність	6737	6290	5539	5733	5681	5401	4776	4427	4263	4369
Видання книг	1342	1248	1131	1232	1239	1234	1051	1002	969	999
Видання довідників і каталогів	73	67	63	65	82	77	75	72	68	74
Видання газет	1723	1465	1355	1401	1293	1281	1145	1096	1091	1154
Видання журналів і періодичних видань	1436	1383	1230	1279	1269	1228	1068	978	959	964
Інші види видавничої діяльності	2163	2127	1760	1756	1798	1581	1437	1279	1176	1178
Видання програмного забезпечення	5307	4116	3254	3353	3846	3166	3182	3259	3583	4005
Видання комп'ютерних ігор	973	738	561	553	617	523	579	625	753	855
Видання іншого програмного забезпечення	4334	3378	2693	2800	3229	2643	2603	2634	2830	-

Джерело: [12]

як прогресивний, обсягом в десятки, а то й сотні мільйонів доларів [13]. Можна припустити, що таке зменшення викликане високою конкуренцією на цьому ринку у світі. Щорічне зменшення кількості суб'єктів господарювання які займаються книговидаванням (книги, словники, каталоги) можна пояснити зниженням суспільного інтересу до книги як джерела інформації та засобу проведення дозвілля. Дані табл. 1 та отримані в ході аналізу результати демонструють, що динаміка кількості суб'єктів господарювання є нестабільною, що можна пояснити розпалом війни на сході України та економічною кризою, яка гальмує створення нових підприємств. Разом з тим, експерти передбачають, що у зв'язку із заданою тенденцією розвитку ІКТ пов'язаною із цифровізацією та враховуючи наслідки пандемії

Covid-19, підприємств які спеціалізуються на виданні програмного забезпечення (іншого програмного забезпечення) ставатиме усе більше.

Висновки. Отже, виходячи із зазначеного можна зробити висновок, що питання які виникають у процесі дослідження креативної економіки потребують ґрунтовного та різнобічного вивчення, моніторингу і аналізу. Наведені дані, якими наразі характеризується видавнича діяльність, засвідчили наявність проблем, які потребують негайного вирішення з метою підтримки цього сектору та сприянню його розвитку. Перспективами подальших досліджень буде вивчення та надання статистичної оцінки іншим секторам креативної економіки з метою отримання цілісної картини її структури та засад функціонування.

Література

1. Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. URL: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf.
2. Креативна економіка. Вікіпедія. Вільна енциклопедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0#:~:text=%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0%20\(%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB.,%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%2C%20%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%8C%2C%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D0%B9](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0#:~:text=%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0%20(%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB.,%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%2C%20%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%8C%2C%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D0%B9).
3. Newbing J. What is the creative economy? // British Council. Creative Economy. URL: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>
4. Бутник О. О. Перспективи державного управління креативною економікою в Україні // Державне управління: удосконалення та розвиток. 2020. № 4. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/67.pdf
5. Кукса І. М., Петухова Т. О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України // Ефективна економіка. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6555>
6. Горобець О. О. Книговидавництво в умовах цифрової економіки: статистичний аналіз // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр. 2018. № 4. С. 28–37. URL: <https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/154>
7. Сотнікова Ю. В. Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива? // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. 2016. Вип. 3. С. 178–189. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vnuvgp_ekon_2016_3_22
8. Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Синякова К. М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції // Економіка і суспільство. 2018. № 18. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/9733/Chmut3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. Parrish D. Creative Industries definitions. URL: <https://www.davidparrish.com/creative-industries-definitions/#:~:text=The%20term%20'creative%20industries'%20describes,games%20and%20the%20performing%20arts>
10. Defining the Creative Industry // Creative Careers. URL: <https://www.creativecareers.ie/defining-creative-industries/>
11. Про видавничу справу: Закон України від 5 червня 1997 року № 318/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80#Text>

12. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

13. Game in Ukraine: кращі українські ігри і розробники // Український центр культурних досліджень. URL: <http://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/podii-kreatyvnoho-sektoru/industriia-kompiuternykh-ihor/game-in-ukraine-krashchi-ukrainski-ihry-i-rozrobnyky/>

References

1. Farinha C. Rozvytok kulturnykh ta kreatyvnykh industrii v Ukraini [The development of cultural and creative industries in Ukraine]. URL: <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine-UA.pdf>. [in Ukrainian].

2. Kreatyvna ekonomika. Vikipediia. Vilna entsyklopediia [Creative economy. Wikipedia. Free encyclopedia]. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B3%D0%BB.,%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%8C%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D0%B9>. [in Ukrainian].

3. Newbing J. What is the creative economy? British Council. Creative Economy. URL: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>.

4. Butnyk O. O. (2020). Perspektyvy derzhavnoho upravlinnia kreatyvnoiu ekonomikoiu v Ukraini [Perspectives of public administration of creative economy in Ukraine]. Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok — Public administration: improvement and development, 4, URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/67.pdf. [in Ukrainian].

5. Kuksa I. M., Pyetukhova T. O. (2017). Kreatyvna ekonomika yak element innovatsiinoi ta stiikoi stratehii rozvytku Ukrainy [The creative economy as an element of innovative and sustainable development strategy of Ukraine]. Efektyvna ekonomika — Effective economy, 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6555>. [in Ukrainian].

6. Horobets O. O. (2018). Knyhovydavnytstvo v umovakh tsyfrovoy ekonomiky: statystychnyi analiz [Book Publishing in the Context of Digital Economy: A Statistical Analysis]. Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu — Scientific Bulletin of National Academy of Statistics, Accounting and Audit, 4, 28–37. URL: <https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/154>. [in Ukrainian].

7. Sotnikova Yu. V. (2016). Kreatyvna ekonomika v Ukraini: realnist chy perspektyva? [Creative economy in Ukraine: reality or perspective?] Visnyk Natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia. Ekonomichni nauky — Bulletin of National University of Water Industry and Nature Use. Economics, 3, 178–189. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vnuvgp_ekon_2016_3_22 [in Ukrainian].

8. Ushkarenko Yu. V., Chmut A. V., Syniakova K. M. (2018). Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehtatsii [Creative economy: the essence of the concept and the significance for Ukraine under the European integration]. Ekonomika i suspilstvo — Economy and society, 18. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/9733/Chmut3.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [in Ukrainian].

9. Parrish D. Creative Industries definitions. URL: <https://www.davidparrish.com/creative-industries-definitions/#:~:text=The%20term%20'creative%20industries'%20describes,games%20and%20the%20performing%20arts>

10. Defining the Creative Industry. Creative Careers. URL: <https://www.creativecareers.ie/defining-creative-industries/>

11. Pro vydavnychu spravu: Zakon Ukrainy vid 5 chervnia 1997 roku No 318/97-VR [Publishing: the Law of Ukraine from June 5, 1997. No 318/97-VR]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].

12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

13. Game in Ukraine: krashchi ukrainski ihry i rozrobnyky. Ukrainskyi tsentr kulturnykh doslidzhen [Game in Ukraine: best Ukrainian games and designers. The Ukrainian Center for Cultural Research]. URL: <http://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/podii-kreatyvnoho-sektoru/industriia-kompiuternykh-ihor/game-in-ukraine-krashchi-ukrainski-ihry-i-rozrobnyky/> [in Ukrainian].

Кисіль Яна Олександрівна

студентка

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Кысиль Яна Александровна

студентка

Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

Kysil Yana

Student of the

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Мєдведкова Наталія Сергіївна

кандидат економічних наук, асистент

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Медведкова Наталия Сергеевна

кандидат экономических наук, ассистент

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

Miedviedkova Nataliia

PhD, Assistant of Department of Finance

Taras Shevchenko National University of Kyiv

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6865

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ

PROBLEM ASPECTS OF FINANCIAL SUPPORT OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN UKRAINE

Анотація. У дослідженні проаналізовано особливості фінансування закладів освіти в Україні, а саме їх проблемні та слабкі сторони. В умовах ринкових відносин освіта виступає важливою складовою і визначальним фактором людського розвитку та відіграє особливу роль у формуванні інтелектуального та економічного потенціалів держави. Від якості освіти залежить відтворення та нарощення інтелектуального потенціалу суспільства, виховання громадян, модернізація суспільних відносин, а якість освіти – напряму від обсягу фінансового забезпечення.

Виявлено передумови низького рівня конкурентності освітніх послуг в Україні, а саме – розвиток системи освіти із фундаменту, який було закладено радянською економікою, відсутнє розуміння важливості освіти в контексті інвестицій в потенціал України, недостатня якість та доступність навчання в тому числі через явище корупції.

Виділено та згруповано основні проблеми бюджетного забезпечення галузі освіти. До найважливіших з них належать: невиконання законів (недофінансування відповідно до законодавства – 7% ВВП) та відсутність послідовної та ефективної політики розвитку освітньої сфери (часта зміна чиновників, неузгодженість їхнього бачення розвитку освітньої сфери); низька ефективність видатків місцевих бюджетів через існування необґрунтованої мережі закладів освіти; низькі обсяги капітальних інвестицій; неврегульованість процесу фінансування за рахунок освітньої субвенції, яка є не до кінця продуманою, складною для розрахунку та яка не враховує всі особливості українських реалій надання освітніх послуг; незабезпеченість перерозподілу повноважень між бюджетами різних рівнів фінансовими надходженнями до цих бюджетів.

Наголошено, що реформи освіти є тривалим процесом, який слід проводити в контексті децентралізації влади в країні. Метою змін має стати не лише економія фінансових ресурсів, а й висока якість освітніх послуг як для платників податків, так і для замовників цих послуг.

Ключові слова: проблеми фінансового забезпечення, освіта в Україні, заклади освіти, неефективність фінансування освіти.

Аннотация. В исследовании проанализированы особенности финансирования учебных заведений в Украине, а именно их проблемные и слабые стороны. В условиях рыночных отношений образование выступает важной составляющей и определяющим фактором человеческого развития и играет особую роль в формировании интеллектуального и экономического потенциалов государства. От качества образования зависит воспроизводства и наращивание интеллектуального потенциала общества, воспитания граждан, модернизация общественных отношений, а качество образования – напрямую от объема финансового обеспечения.

Выявлены предпосылки низкого уровня конкурентности образовательных услуг в Украине, а именно – развитие системы образования с фундамента, который был заложен советской экономикой, отсутствует понимание важности образования в контексте инвестиций в потенциал Украины, недостаточное качество и доступность обучения в том числе через явление коррупции.

Выделены и сгруппированы основные проблемы бюджетного обеспечения отрасли образования. К важнейшим из них относятся: неисполнение законов (недофинансирование соответствии с законодательством – 7% ВВП) и отсутствие последовательной и эффективной политики развития образовательной сферы (частая смена чиновников, несогласованность их видение развития образовательной сери) низкая эффективность расходов местных бюджетов из-за существования необоснованной сети учебных заведений; низкие объемы капитальных инвестиций; неурегулированность процесса финансирования за счет образовательной субвенции, которая является не до конца продуманной, сложной для расчета и которая не учитывает все особенности украинских реалий предоставления образовательных услуг; необеспеченность перераспределения полномочий между бюджетами разных уровней финансовыми поступлениями в этих бюджетах.

Отмечено, что реформы образования является длительным процессом, который следует проводить в контексте децентрализации власти в стране. Целью изменений должно стать не только экономия финансовых ресурсов, но и высокое качество образовательных услуг как для налогоплательщиков, так и для заказчиков этих услуг.

Ключевые слова: проблемы финансового обеспечения, образование в Украине, учебные заведения, неэффективное финансирование образования.

Summary. The study analyzes the specifics of financing educational institutions in Ukraine, namely, their problematic and weak sides. In the conditions of market relations, education is an important component and a determining factor in human development and plays a special role in the formation of the country's intellectual and economic potential. Here the quality of education depends on the reproduction and building up of the intellectual potential of society, the upbringing of citizens, the modernization of social relations, and the quality of education depends directly on the amount of financial support.

The prerequisites for a low level of competitiveness of educational services in Ukraine are revealed, namely, the development of the education system from the foundation that was laid by the Soviet economy, there is no understanding of the importance of education in the context of investments in Ukraine's potential, insufficient quality and accessibility of education, including through the phenomenon of corruption.

The main problems of budgetary provision of the education sector are identified and grouped. The most important of them include: failure to comply with laws (underfunding in accordance with the legislation – 7% of GDP) and the lack of a consistent and effective policy for the development of the educational sphere (frequent changes of officials, inconsistency in their vision of the development of the educational series) low efficiency of local budget spending due to the existence of an unjustified network educational institutions; low volumes of capital investment; non-regulation of the financing process due to educational subvention, which is not fully thought out, difficult to calculate and which does not take into account all the peculiarities of the Ukrainian realities of the provision of educational services; the lack of financial revenues to the redistribution of powers between the budgets of different levels in these budgets.

It was noted that education reform is a long-term process that should be carried out in the context of the decentralization of power in the country. The aim of the changes should be not only saving financial resources, but also high quality educational services for both taxpayers and customers of these services.

Key words: problems of financial support, education in Ukraine, educational institutions, inefficiency financing of education.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Як відомо, освіта — суспільне явище, яке впливає на усі сфери економічного життя суспільства та є важливим елементом на шляху досягнення високих темпів економічного зростання і добробуту нації. На жаль, в умовах економічної кризи, фінансове забезпечення освіти і науки в повномасштабному обсязі здається неможливим. Саме тому, проблема об'єктивного визначення обсягів фінансування залишається актуальною, оскільки на часі залишаються важливими питання проведення реформ у системі освіти, створення владою передумов для раціонального використання коштів державного бюджету і забезпечення якості підготовки спеціалістів на рівні вимог європейських стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань проблем фінансування системи освіти в Україні приділяли увагу такі вчені, як: Александрова Г. [1], Затонацька Т. [3], Ілляшенко Т. [4], Касич А. [5], Малишко В. [6], Сторонянська І. [8], Ярош А. [9] та ін.

Формулювання цілей статті. Рівень розвитку освітньої системи держави є одним з ключових показників, за яким визначається індекс глобальної конкурентоспроможності, а фінансові вкладення в освіту є найважливішими інвестиціями в людський капітал. До основних причин загострення конкурентної ситуації на ринку освітніх послуг в Україні слід віднести: зростання кількості та ринкової частки недержавних освітніх закладів, які відзначаються більшою мобільністю, розвиненішою матеріально-технічною базою, гнучкістю цінової політики; входження України в Європейський освітній і науковий простір та, як наслідок, конкуренція із зарубіжними закладами освіти.

Досліджуючи проблему фінансового забезпечення закладів освіти, науковці відзначають, що ситуація на вітчизняному ринку освітніх послуг з кожним роком стає все більш напруженою, а система управління навчальними закладами, зважаючи на її консервативність та залежність від бюджетного фінансування, є найбільш вразливою ланкою в практиці управління конкурентоспроможністю. Це обумовлює необхідність суттєвого зростання обсягу фінансування освіти як одного із ключових факторів забезпечення економічного зростання України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогоднішня система освіти в Україні є пострадянською, оскільки ми маємо справу із закладами, установами та відносинами між ними, які складаються в державі, що виникла на терені колишнього СРСР.

Ситуація, що склалася в Україні щодо фінансування системи освіти, оцінюється як катастро-

фічна. Відбувається руйнація існуючих закладів, а натомість не відбувається заміни начебто потрібних ЗВО та шкіл на ті, що фактично необхідні територіям. Поряд із цим обсяг коштів, які мають спрямовуватися з бюджетів, зменшується [4].

Проблема нашої країни полягає в тому, що саме на державному рівні відсутнє розуміння життєвої необхідності в конкурентоспроможній системі освіти. У світі прийнято вважати: суспільство не завжди розуміє необхідність розвитку освіти, тому державі за допомогою різноманітних стимулюючих норм доводиться підводити громадян до думки про необхідність отримання освіти високого рівня та якості, а не зменшувати видатки на освіту [1].

На сьогодні в Україні ще не досягнуто європейського рівня якості та доступності освіти. Обмежене фінансове забезпечення освіти і науки з державного та місцевих бюджетів призвело до погіршення стану матеріально-технічної бази навчальних закладів та їх соціальної інфраструктури, що гальмує впровадження сучасних інноваційних технологій і засобів освіти [3].

Світова практика не знає випадків стабілізації витрат за допомогою засобів, спрямованих на економію коштів. Можна досягти тимчасового зменшення витрат, але наслідком буде втрата досягнутого рівня розвитку системи освіти країни. Розвинені держави планують щорічне збільшення витрат на системи освіти (в абсолютних одиницях) [1].

Сучасний рівень освіти в Україні є недостатнім, не відповідає суспільним вимогам, потребам держави та міжнародним стандартам. Уповільнюється і ускладнюється здійснення освітніх реформ, про що свідчать невисокі результати України в міжнародних рейтингах хоча вони і потроху покращуються. Так, у 2019 році в рейтингу країн за індексом людського розвитку Україна посідала 74-ме місце серед 189 країн світу. Низька ефективність державної освітньої політики в Україні підтверджується і міжнародним рейтингом світової конкурентоспроможності. За опублікованим Всесвітнім економічним форумом індексом глобальної конкурентоспроможності у 2019 році Україна посіла 85-те місце серед 140 країн світу, втративши 2 позиції порівняно з 2018 роком [10;11].

Серед основних причин, що негативно впливають на розвиток системи освіти і науки в Україні, відзначають низький рівень виконання законів та відсутність цілісної та скоординованої політики розвитку науково-технічної та освітньої сфер [7].

В умовах сьогодення необхідне удосконалення правових засад альтернативних джерел фінансування закладів освіти шляхом закріплення на законодавчому рівні механізмів мотивації [9].

Серед причин низької ефективності бюджетних видатків на освіту вчені зазначають наступне: відсутність функціонально-структурної спадковості та послідовності державних видатків, порушення законодавчо встановлених обсягів державної підтримки, накладення мораторію на механізми, що забезпечують утілення стимулюючих засад розвитку освіти, відсутність раціональних співвідношень при фінансуванні окремих елементів складових людського потенціалу, у тому числі їх необґрунтований перерозподіл у межах загальних і недостатніх обсягів фінансування, обмежене застосування прямих та непрямих форм підтримки і стимулів, брак належного контролю за цільовим і ефективним використанням ресурсів [6].

Проблеми фінансування освіти полягають у неефективному використанні бюджетних коштів; неефективній структурі видатків бюджету тощо. Оскільки фінансування освіти в Україні здійснюється в основному за рахунок коштів бюджетів різних рівнів, то насамперед потрібно говорити про бюджетну децентралізацію освіти, яка проявляється не лише у фінансовій самостійності, але й у чіткому визначенні видаткових повноважень місцевих органів влади із закріпленням відповідальності за надання конкретних видів послуг та усуненні дублювання повноважень органів влади різних рівнів.

Касич А. О. виділяє у своїй роботі ще одну проблему: занепад науково-дослідної діяльності ЗВО, причинами чого є недостатнє фінансування досліджень й відсутність стимулів розвивати цю сферу діяльності. Цей аспект стає основною перешкодою входження українських ЗВО до світових рейтингів. Для реального збільшення обсягу фінансування освіти необхідно створити відповідні умови для стимулювання активізації бізнесу в цій сфері [5].

Проблеми галузі освіти, хоча і мають свої особливості в різних регіонах країни, однак є типовими для більшості з них. Серед найважливіших проблем слід виділити такі:

1) протягом усього періоду незалежності України визначені законом показники фінансування освіти жодного разу не були виконані, тож постає питання про їхню адекватність. Відсоток фінансування уже був змінений у 2017 році з 10% НД до 7% ВВП;

2) наявна необґрунтована мережа закладів освіти, яка не відповідає сучасній демографічній ситуації, сприяє нераціональному використанню державної власності та зниженню якості наданих послуг. Найгостріше низька ефективність освіти проявляється існуванням великої кількості малокомплектних шкіл, видатки на утримання одного учня у яких є значно вищими, ніж середні в регіоні.

Слід також зауважити, що висока вартість навчання учня у малокомплектній школі тісно пов'язана і з іншими проблемами, такими як: неможливість укомплектувати школу професійними вчителями-предметниками, відсутність необхідної навчально-матеріальної бази, сучасних комунікаційних зв'язків тощо. У малокомплектній школі фахова підготовка вчителів не відповідає виконуваним педагогічній діяльності, адже часто вчителі викладають по 2–3 і більше (до 5) навчальних предметів, які не відповідають їхньому фаху [8].

Донедавна вітчизняне законодавство передбачало ліквідацію чи реорганізацію навчальних закладів виключно за умови згоди територіальної громади. Однак у силу певних обставин громада часто не спроможна була реально оцінити доцільність існування малокомплектної школи. Це вимагало проведення належної роз'яснювальної роботи серед педагогічної та батьківської громадськості, яка часто не давала результатів. Законодавчими змінами у 2015 р. знято заборону на закриття загальноосвітніх навчальних закладів. Тепер їх можна закрити рішенням місцевої влади без згоди загальних зборів територіальної громади. Такі заходи є, з одного боку, непопулярними, але з другого, — вкрай необхідними для підвищення ефективності управління видатками місцевих бюджетів.

3) неврегульованість процесу фінансування закладів освіти за рахунок освітньої субвенції. Починаючи з 2015 р., змінами до Бюджетного кодексу запроваджено нові типи субвенцій на підготовку робітничих кадрів та освітню субвенцію [2]. Освітня субвенція передається з державного бюджету і розподіляється між обласним бюджетом, бюджетом міст обласного значення та районними бюджетами та може бути використана на фінансування загальноосвітніх шкіл, у тому числі і спеціалізованих, вечірніх шкіл. Заклади дошкільної та позашкільної освіти не можуть фінансуватися за рахунок освітньої субвенції, для їх фінансування використовуються власні доходи місцевих бюджетів і кошти базової дотації. Загалом модель освітньої субвенції є виправданою, адже створює можливості для того, щоб районний чи міський бюджети отримали певну суму грошей і самі розподілили їх між школами. За таких умов не вигідним стає фінансування великої кількості малокомплектних шкіл, адже на їх фінансування доведеться витратити власні доходи місцевих бюджетів.

Однак проблема полягає в тому, що обсяги субвенцій є значно меншими відповідних видатків місцевих бюджетів на освіту, а розрахунок субвенцій є складним і таким, що не враховує всі нюанси. Недоліком освітньої субвенції є те, що вона може

бути скерована лише на оплату поточних видатків навчальних закладів, а на потреби капітальних видатків може бути використана лише за умови задоволення у повному обсязі потреби у поточних видатках на бюджетний період та за умови відсутності простроченої бюджетної заборгованості за захищеними видатками. Однак в умовах дефіциту бюджету використання освітньої субвенції на фінансування капітальних видатків є нереальним, що ставить під загрозу оновлення матеріально-технічної бази, проведення аварійних робіт тощо.

Позитивними моментами є те, що, згідно з чинним законодавством, освітня субвенція може бути використана не лише для фінансування закладів, але й на оптимізацію мережі. Також залишки коштів за освітньою субвенцією в кінці року зберігатимуться на рахунках місцевих бюджетів і будуть використовуватися у наступному бюджетному періоді, а це дає місцевій владі стимул для економії коштів, крім того, ці статті видатків стануть прогнозованими. Однак склалась парадоксальна ситуація, коли, з одного боку, згідно з чинним законодавством, кошти освітньої субвенції можна використати на оптимізацію мережі, а з другого, — вони можуть бути скеровані лише на оплату поточних

видатків. Проте проведення оптимізації мережі потребує значних капітальних видатків.

4) Слабкі можливості покращення реального матеріального стану закладів освіти через відсутність належної підтримки від держави та приватних інвесторів [8].

Висновки та подальші дослідження. Таким чином, до найважливіших проблем бюджетного забезпечення галузі освіти, що потребують першочергового вирішення, належать: існування необґрунтованої мережі закладів освіти, яка не відповідає сучасній демографічній ситуації та сприяє нераціональному використанню державної власності та зниженню якості наданих послуг; відсутність можливості покращення реального матеріального стану закладів освіти за рахунок держави; перехід до фінансування освіти за рахунок освітньої субвенції супроводжується неврегульованістю процесу.

Отже, проведене нами дослідження стану функціонування, ефективності залучення та витрачання коштів в освітній сфері, яка є запорукою динамічного розвитку економіки і суспільства в цілому, свідчить про необхідність проведення відповідних реформ та пошук альтернативних шляхів фінансування освітніх закладів в Україні.

Література

1. Александрова Г. М. Проблеми фінансування освіти на місцевому рівні / Г. М. Александрова // Інтелект XXI. 2015. № 3. С. 56–65.
2. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 зі змінами та доповненнями від 06.12.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/stru#Stru>. Назва з екрана.
3. Затонацька Т. Зарубіжний досвід фінансування розвитку освіти: перспективи застосування в Україні / Т. Затонацька // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. 2012. № 139. С. 36–39.
4. Ілляшенко Т. О. Проблеми та перспективи фінансування освіти й науки в Україні в умовах економічної кризи / Т. О. Ілляшенко, І. О. Радіонова. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/3553/1/9BB212D8d01.pdf>. Назва з екрана.
5. Касич А. О., Циган В. А. Особливості фінансування вищої освіти в Україні та інших країнах світу / А. О. Касич, В. А. Циган. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2587>
6. Малишко В. В. Фінансування освіти в Україні / В. В. Малишко, І. М. Макаруч, Ю. В. Городніченко // Економічний вісник університету. 2018. № 38. С. 132–137.
7. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Про стан та проблеми фінансування освіти і науки в Україні» [Постанова Верховної Ради України № 2133-VIII від 12 липня 2017 року] // Верховна Рада України: [сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2133-viii>. Назва з екрана.
8. Сторонянська І. З. Удосконалення освітньої мережі як напрямок підвищення ефективності видатків місцевих бюджетів Львівської області / І. З. Сторонянська, Л. Я. Бенюк // Регіональна економіка. 2013. № 4. С. 51–61.
9. Ярош А. О. Нормативно-правові засади фінансування закладів освіти в Україні / А. О. Ярош // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2014 Випуск 27. Том 2. С. 198–201.
10. Human development Index. URL: <http://hdr.undp.org/en/indicators/137506#>
11. The Global Competitiveness Report. 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

References

1. Aleksandova G. M. Problems of financing education at the local level / G. M. Aleksandrova // *Intelekt XXL*. 2015, № 3. PP. 56–65.
2. Bjudzhetnyj kodeks Ukrainy vid 08.07.2010 zi zminamy ta dopovnennjamy vid 06.12.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/stru#Stru>. Nazva z ekrana.
3. Zatonacjka T. Zarubizhnyj dosvid finansuvannja rozvytku osvity: perspektyvy zastosuvannja v Ukraini / T. Zatonacjka // *Visnyk Kyjivsjkogho nacionaljnogho universytetu im. T. Shevchenka*, 2012. № 139. PP. 36–39.
4. Illjashenko T. O. Problemy ta perspektyvy finansuvannja osvity j nauky v Ukraini v umovakh ekonomichnoji kryzy / T. O. Illjashenko, I. O. Radionova. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/3553/1/9BB212D8d01.pdf>. Nazva z ekrana.
5. Kasyh A. O., Cyghan V. A. Osoblyvosti finansuvannja vyshhoji osvity v Ukraini ta inshykh krajinakh svitu / A. O. Kasyh, V. A. Cyghan. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2587>
6. Malyshko V. V. Finansuvannja osvity v Ukraini / V. V. Malyshko, I. M. Makarchuk, Ju. V. Ghorodnichenko // *Ekonomicznyj visnyk universytetu*, 2018. № 38. PP. 132–137.
7. Pro Rekomendaciji parlamentsjkykh slukhanj na temu: «Pro stan ta problemy finansuvannja osvity i nauky v Ukraini» [Postanova Verkhovnoji Rady Ukrainy #2133-VIII vid 12 lypnja 2017 roku] // *Verkhovna Rada Ukrainy: [sajt]*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2133-viii>. Nazva z ekrana.
8. Storonjansjka I. Z. Udoskonalennja osvitnjoji merezhi jak naprjamok pidvyshhennja efektyvnosti vydatkiv miscevykh bjudzhetiv Ljvivskoj oblasti / I. Z. Storonjansjka, L. Ja. Benovsjka // *Reghionaljna ekonomika*, 2013. № 4. PP. 51–61.
9. Jarosh A. O. Normatyvno-pravovi zasady finansuvannja zakladiv osvity v Ukraini / A. O. Jarosh // *Naukovyj visnyk Uzhghorodsjkogho nacionaljnogho universytetu*, 2014. Vypusk 27. Tom 2. PP. 198–201.
10. Human development Index. URL: <http://hdr.undp.org/en/indicators/137506#>
11. The Global Competitiveness Report. 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

Ковальова Вікторія Іванівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Національний фармацевтичний університет*

Ковалёва Виктория Ивановна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и публичного администрирования
Национальный фармацевтический университет*

Kovalova Viktoriia

*PhD in Economics, Docent
National University of Pharmacy*

Глебова Наталія Володимирівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Національний фармацевтичний університет*

Глебова Наталья Владимировна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и публичного администрирования
Национальный фармацевтический университет*

Gliebova Nataliia

*PhD in Economics, Docent
National University of Pharmacy*

Федосова Карина Дмитрівна

*студентка
Національного фармацевтичного університету*

Федосова Карина Дмитриевна

*студентка
Национального фармацевтического университета*

Fedosova Karina

*Student of the
National University of Pharmacy*

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6860

**АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ІННОВАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ
НА РИНКУ УКРАЇНИ**

**АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
НА РЫНКЕ УКРАИНЫ**

**ANALYSIS THE INNOVATIVE ACTIVITIES OF
PHARMACEUTICAL ENTERPRISES ON
THE MARKET OF UKRAINE**

Анотація. У статті був проведений аналіз особливостей фармацевтичної галузі в Україні, його структури. На відміну від інших галузей вітчизняного господарства, за період української незалежності фармацевтична промисловість розвивалась доволі динамічно, більш-менш успішно долаючи економічні кризи, які переживала Україна. Фармацевтичний ринок відноситься до групи висококонкурентних і зрілих ринків в Україні. Це багато в чому обумовлено інноваційною діяльністю сучасних фармацевтичних компаній. Специфіка фармацевтичної галузі, відмінність лікарських засобів від інших товарів на ринку та залежність фармацевтики від домінуючої моделі медицини конкретного ринку (країни) визначає унікальність інноваційного процесу підприємств фармацевтичного ринку.

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю подальшого нарощування інноваційного потенціалу вітчизняної фармацевтичної промисловості, оскільки це напряму зв'язано зі здоров'ям нації.

У статті були визначені суб'єкти господарських відносин фармацевтичного ринку, які його складають. Розглянута ємність фармацевтичного ринку й визначені головні ключові фактори його успішності (інноваційність, продуктовий портфель, розвиток продаж, нові ринки збуту, модернізація основних фондів). Представлені топ-20 глобальних інноваційних компаній за розміром ринкової капіталізації. Розглянуті особливості інноваційної діяльності сучасних фармацевтичних підприємств таких як: ПАТ «Фармак», ПАТ «Науково-виробничий центр» Борщівський хіміко-фармацевтичний завод», Корпорація «Артеріум», ТОВ «ФК «Здоров'я», ФФ «Дарниця», ТОВ «Кусум Фарм», ФФ «Віола». Проаналізована класифікація інновацій з погляду можливих напрямків і капіталомісткості інноваційної діяльності у фармацевтичній галузі. Також у статті розглянута структура витрат на зовнішні та внутрішні науково-дослідні розробки фармацевтичними компаніями. Проаналізовані обсяги інвестування в R&D (Research and Development) різними фармацевтичними компаніями.

Ключові слова: інновації, інвестиції, фармацевтичні компанії, фармацевтична галузь.

Аннотация. В статье был проведен анализ особенностей фармацевтической области в Украине, его структуры. В отличие от других областей отечественного хозяйства, за период украинской независимости фармацевтическая промышленность развивалась довольно динамично, более или менее успешно преодолевая экономические кризисы, которые переживала Украина. Фармацевтический рынок относится к группе высококонкурентных и зрелых рынков в Украине. Это во многом обусловлено инновационной деятельностью современных фармацевтических компаний. Специфика фармацевтической области, отличие лечебных средств от других товаров на рынке и зависимость фармацевтики от доминирующей модели медицины конкретного рынка (страны) определяет уникальность инновационного процесса предприятий фармацевтического рынка.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью дальнейшего наращивания инновационного потенциала отечественной фармацевтической промышленности, поскольку это напрямую связано со здоровьем наций.

В статье были определены субъекты хозяйственных отношений фармацевтического рынка, которые его составляют. Рассмотрена емкость фармацевтического рынка и определены главные ключевые факторы его успешности (инновационность, продуктовый портфель, развитие продаж, новые рынки сбыта, модернизация основных фондов). Представлены топ-20 глобальных инновационных компаний по размеру рыночной капитализации. Рассмотрены особенности инновационной деятельности современных фармацевтических предприятий таких как: ПАТ «Фармак», ПАТ «Научно-производственный центр» Борщавський хіміко-фармацевтичний завод», Корпорація «Артеріум», ООО «ФК «Здоровье», ФФ «Дарниця», ООО «Кусум Фарм», ФФ «Віола». Была проанализирована классификация инноваций с точки зрения возможных направлений и капиталоемкости инновационной деятельности в фармацевтической области. Также в статье была рассмотрена структура затрат на внешние и внутренние научно-исследовательские разработки фармацевтическими компаниями. Проанализированы объемы инвестирования в R&D (Research and Development) разными фармацевтическими компаниями.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, фармацевтические компании, фармацевтическая отрасль.

Summary. The article analyzed the peculiarities of the pharmaceutical industry in Ukraine, its structure. Unlike other areas of the domestic economy, during the period of Ukrainian independence the pharmaceutical industry developed quite dynamically, more or less successfully overcoming economic crises, which Ukraine experienced. The pharmaceutical market belongs to the group of highly competitive and mature markets in Ukraine. This is largely due to innovative activities of modern pharmaceutical companies. The specificity of the pharmaceutical field, the difference of medicines from other goods on the market and the dependence of pharmaceuticals on the dominant model of medicine of a particular market (country) determines the uniqueness of the innovation process of the enterprises of the pharmaceutical market.

The relevance of the research is due to the need to further increase the innovation potential of the domestic pharmaceutical industry, as it is directly related to the health of nations.

The article identified the subjects of economic relations of the pharmaceutical market, which constitute it. The capacity of the pharmaceutical market was considered and the main key factors of its success were identified (innovation, product

portfolio, sales development, new markets, modernization of fixed assets). The top 20 global innovative companies in terms of market capitalization are presented. The features of innovative activity of modern pharmaceutical companies such as: PAT «Farmak», PAT «Scientific-production center» Borshchagivskiy chemical-pharmaceutical plant», Corporation «Arterium», LLC «FK «Health», PF «Darnitsa», LLC «Kusum Pharm», PF «Viola». The classification of innovations in terms of possible directions and capital intensity of innovation activities in the pharmaceutical field was analyzed. The article also examined the structure of costs for external and internal research and development by pharmaceutical companies. The volume of investment in R&D (Research and Development) by different pharmaceutical companies was analyzed.

Key words: innovation, investment, pharmaceutical companies, pharmaceutical industry.

Постановка проблеми. На поточний момент Україна має 16,2% інноваційно-активних підприємств. У той же час у країнах Європи цей показник коливається від 26–29% у країнах, що відчувають соціально-економічні труднощі такі як Португалія, Греція і до 67–74% у таких розвинутих країнах як Австрія, Німеччина, Данія [1]. Тому виникає проблема стимулювання інноваційного розвитку підприємств. Нарощування інноваційного розвитку вітчизняної фармацевтичної промисловості є одним з ключових напрямів економіки України, оскільки здоров'я нації — це важливий складник національної безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичними та прикладними проблемами управління інноваційною діяльністю підприємств в фармацевтичній галузі займалися такі вітчизняні вчені, як: Вітюк А. [1], Дорошенко Г. О. [1], Гончаров А. [7], Лук'янчук Є. [8], Орловський М. [2], Посилкіна О. [3], Траченко К. [1] та інші.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є аналіз особливостей інноваційної діяльності підприємств фармацевтичної галузі з метою визначення резервів та напрямів її подальшого розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Фармацевтична промисловість є важливим сектором економіки країни, який є показником її економічного і соціального розвитку. Сьогодні фармацевтична галузь посідає значне місце в економіці України, оскільки є важливим сегментом національного ринку, багато в чому визначає національну і оборонну безпеку країни, відрізняється великою наукоємною і розвиненою кооперацією.

Структура ринку фармацевтичної продукції є складною, багатофункціональною та багаторівневою із високими темпами зростання виробництва і продажів. Причинами такого зростання є особливості лікарських засобів, які задовольняють специфічні потреби споживачів, і, попит на які збільшується незалежно від економічних, політичних та інших видів чинників.

Нині фармацевтична галузь в Україні представлена багатьма суб'єктами господарських відносин. Так, у галузі працюють:

- підприємства-виробники субстанції, засобів, дієтичних лікарських засобів, лікувальних косметичних добавок тощо;
- підприємства, які здійснюють оптову реалізацію фармацевтичної продукції (дистриб'ютори);
- підприємства, що займаються роздрібною реалізацією цієї продукції (аптечні заклади);
- наукові заклади, які виконують науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки зі створення нових лікарських препаратів, технологічних процесів, обладнання та методів контролю якості;
- навчальні заклади, які здійснюють підготовку та перепідготовку фахівців для потреб галузі;
- організації та установи, що формують і реалізують інформаційно-аналітичне забезпечення фармацевтичної галузі [2, с. 36].

За даними компанії SMD, в цілому загальний обсяг фармацевтичному ринку у 2019 році становив 2,4 млрд. дол., що на 14% більше, ніж роком раніше. У п'ятірку лідерів в грошовому вираженні, за даними SMD, входять компанії «Фармак», «Санофі», «Артеріум», «Дарниця», «Байер» [3].

У гривневому еквіваленті ринок становив 63 млрд. грн., в тому числі 51 млрд. грн. — лікарські засоби. З них ринок безрецептурних препаратів становив 41 млрд. грн. Загальний обсяг ринку лікарських засобів, які реалізуються через бюджетні закупівлі та за програмою реімбурсації — 9,6 млрд. грн., (в тому числі, через публічні закупівлі — 7,9 млрд. грн, через реімбурсації — 1,7 млрд. грн) [3].

Успіху вітчизняної фармпродукції багато в чому сприяло те, що практика призначення вітчизняних препаратів, в тому числі нових генериків, які українські фармацевтичні компанії (ФК) виводять на ринок після завершення термінів патентного захисту імпортованих оригінальних препаратів, дозволяє переконатися у високій ефективності цих ліків.

Аналізуючи діяльність національних підприємств-лідерів, можна виокремити ключові фактори успішності фармацевтичних компаній, що подано на рис. 1.

Фармкомпанії вже зрозуміли, що інноваційні розробки, їх впровадження у виробництво та

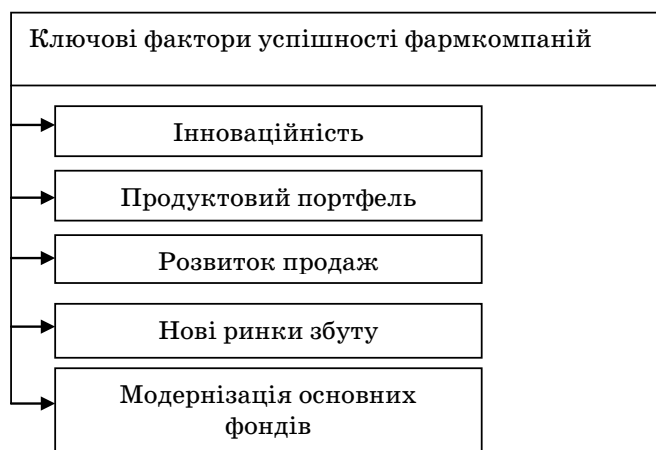


Рис. 1. Ключові фактори успішності фармацевтичної компанії

Джерело: на підставі узагальнення [2;3]

залучення інвестицій для розвитку та вдосконалення галузі — це запорука їх успіху. Інвестиції вітчизняних фармкомпаній в розвиток виробництва сягають сотень мільйонів доларів. Так, Фармак з 1995 року інвестував у модернізацію понад 250 млн. доларів, інвестиції ПАТ «Науково-виробничий центр» Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод»

(БХФЗ, Київ) в розвиток виробництва лише у 2018 році становили майже 162 млн. грн., фармакологічна компанія «Інтерхім» у 2016 році інвестувала в проект по створенню лабораторно-виробничого комплексу 50 млн. євро [4].

Проте не всі фармацевтичні підприємства спроможні інвестувати гроші у власні розробки у повному обсязі на рівні зі світовими фармацевтичними гігантами, адже це є і досить ризиковою справою, так як наукові розробки можуть виявитися невдалими. Крім того пандемія COVID-19 також сказала на інноваційної діяльності провідних світових фармацевтичних компаній. Так аналітична компанія GlobalData опублікувала звіт, у якому розглянула показники ринкової капіталізації для 20 провідних інноваційних фармацевтичних компаній за підсумками I квартал 2020 р. Було зафіксовано зменшення сукупної ринкової капіталізації для топ-20 компаній, представлених у рейтингу, на 7,9% порівняно з IV квартал 2019 р., яка становила близько 2,6 трлн. дол. США. Результати подані у табл. 1.

Серед 13 фармацевтичних компаній у списку, які зазнали зниження ринкової капіталізації у I кварталі 2020 р., спад був найбільшим для компанії Bayer

Таблиця 1

Топ-20 глобальних інноваційних компаній за розміром ринкової капіталізації станом на 31 березня 2020 р. [5]

№ з/п, IV кв. 2019 р.	№ з/п, I кв. 2020 р.	Компанія	Розмір ринкової капіталізації, підсумки I кв. 2020 р., млрд. дол.	Зростання/зниження показника ринкової капіталізації у I кв. 2020 р. порівняно із IV кв. 2019 р.
1	1	Johnson & Johnson	345,7	-10,0
2	2	Roche	281,3	3,6
3	3	Novartis	210,6	-10,1
4	4	Merck & Co.	195,1	-15,7
5	5	Pfizer	181,1	-16,5
10	6	Eli Lilly	132,8	5,2
6	7	Bristol-Myers Squibb	126,1	-16,2
7	8	Amgen	119,6	-16,5
9	9	AstraZeneca	117,6	-7,7
13	10	Novo Nordisk	112,8	4,4
8	11	AbbVie	112,5	-14,1
11	12	Sanofi	110,8	-11,9
12	13	GlaxoSmithKline	94,4	-16,7
15	14	Gilead Sciences	94,1	14,5
14	15	CSL	82,6	-5,0
19	16	Vertex Pharmaceuticals	61,7	9,6
17	17	Allergan	58,3	-7,2
16	18	Bayer	57,3	-28,5
20	19	Biogen	55,1	2,9
22	20	Regeneron Pharmaceuticals	53,7	32,5

та становив 25%, за нею слідує GlaxoSmithKline, Amgen, Pfizer, Bristol-Myers Squibb та Merck & Co. — рівень ринкової капіталізації яких знизився більш ніж на 15%. Отже економічна задача сьогодні полягає у аналізі стану фармацевтичної промисловості, визначенні її інноваційного рівня та у розробці стратегії можливих напрямів розвитку.

Класифікація інновацій є одним з інструментів обрання напрямків інноваційної діяльності для фармацевтичних підприємств. Так у табл. 2. представлено класифікація інновацій за інтенсивністю інноваційних змін та можливі напрямки їх впровадження у фармацевтичній галузі. Як ми бачимо з табл. 2 можливі як найменш витратні інновації такі як:

раціоналізація інформаційних потоків; підвищення кваліфікаційно-професійного рівня персоналу; розробка нової упаковки лікарських засобів; удосконалення організаційної структури підприємства та ін. Такі інновації відносяться до модифікаційного типу. Модифікаційний тип інновацій найчастіше виникає на основі вивчення оточення і реагування на потреби споживачів продукції або на поведінку конкурентів. Модифікаційні інновації полягають у незначних змінах існуючого асортименту продукції, технологій і систем управління з метою їх вдосконалення. Модифікації не змінюють функції виробів або процеси виробництва вони є наслідком тісних взаємин із клієнтами та гострої конкуренції

Таблиця 2

Типи, зміст та напрямки впровадження інновацій для фармацевтичної галузі

Класифікація інновацій	Зміст	Напрямки впровадження у фармацевтичній галузі	
1	2	3	
Інновації першого порядку (кількісна зміна)	передбачають локальне оновлення окремих елементів системи	– підвищення кваліфікаційно-професійного рівня персоналу; – розробка нової упаковки лікарських засобів (ЛЗ); – спрямовані на збільшення продуктивності або кількісної інтенсивності процесів та інше	Модифікаційний тип інновацій
Інновації другого порядку (перегрупування чи організаційні зміни)	передбачають зміну кількісних властивостей системи	– раціоналізація інформаційних потоків; – пов'язані із впровадженням у виробництво добре відомих генеричних ЛЗ, які вже виробляються іншими вітчизняними фармацевтичними підприємствами; – удосконалення організаційної структури підприємства	
Інновації третього порядку (адаптаційні зміни)	передбачають перегрупування складових частин системи з метою покращання її функціонування	– розширення фармакологічної дії, – впровадження нових методів аналізу існуючих ЛЗ та ін.	
Інновації четвертого порядку (новий варіант)	передбачають адаптивні зміни елементів системи з метою забезпечення їх оптимальної взаємодії	– розробка нових форм ЛЗ, – впровадження нових інформаційних технологій, маркетингових, логістичних підходів в управління та ін.	
Інновації п'ятого порядку (нове покоління)	передбачають якісні зміни, що виходять за межі простих адаптованих змін; при цьому первісні ознаки системи не змінюються, хоча відбувається суттєве покращання і розширення її корисних властивостей	– впровадження нових принципів технологічних процесів з метою поліпшення фармакологічного ефекту ЛЗ; – освоєння генеричних препаратів нового покоління; – створення підприємством власної товаропровідної мережі, що забезпечує вихід на нові ринки або ринкові сегменти та ін.	
Інновації шостого порядку (новий «вид»)	передбачають якісні зміни первісних властивостей системи без зміни функціонального принципу	– розробка і впровадження у виробництво оригінальних ЛЗ, при виробництві яких використовуються традиційні технологічні принципи; – реорганізація виробництва у відповідності з вимогами GMP, GCP, GLP і стандартами ISO; – освоєння нових для фармацевтичних підприємств видів виробництва: харчових домішок, ветеринарних препаратів та ін.	Радикальний тип інновацій
Інновації сьомого порядку (новий «рід»)	передбачають вищі зміни у функціональних властивостях системи і її функціональних принципах	– розробка і впровадження у виробництво оригінальних препаратів з використанням принципово нових технологічних підходів	

Джерело: узагальнено [7; 8]

за задоволення їхніх потреб [6]. Слід підкреслити, що інновації першого — п'ятого порядку у табл. 1 відносяться саме до модифікаційного типу.

Інші види інновацій потребують досить капіталомістких інвестицій. До них відносяться: реорганізація виробництва у відповідності з вимогами GMP, GCP, GLP і стандартами ISO; розробка і впровадження у виробництво оригінальних препаратів з використанням принципово нових технологічних підходів та ін. Це радикальні інновації. Радикальні інновації є результатом тривалих, цілеспрямованих розробок, такі інновації зазвичай приводять до змін в макро- і мікросередовищі. Інновації шостого — сьомого порядку у табл. 1 відносяться саме до радикального типу.

Важливим індикатором інноваційної активності сучасних фармацевтичних компаній є кількість отриманих патентів на винаходи і корисні моделі. Динаміка патентування на провідних вітчизняних ФК таких як ПАТ «Фармак», Корпорація «Артеріум», ТОВ «ФК «Здоров'я» та ФФ «Дарниця» свідчить про активну реєстрацію/перереєстрацію препаратів ФК, зокрема оригінальних лікарських засобів та генериків останнього покоління [4].

Що стосується розподілу витрат на зовнішні та внутрішні науково-дослідні розробки, то тут фармацевтичним компаніям більш притаманно витрачати на внутрішні науково-дослідні розробки. На рис. 2 представлена структура витрат на зовнішні та внутрішні науково-дослідні розробки ТОВ «ФК «Здоров'я».

ПАТ «Фармак» інвестує в R&D (Research and Development) до 7% доходу від продажів, включаючи капітальні інвестиції та здійснює вивчення

свого першого оригінального препарату в Європі та США [10].

ПАТ «Київмедпрепарат», що входить до Корпорації «Артеріум», та ФФ «Дарниця» розпочали виробництво рекомбінантних інсулінів. Слід зазначити, що вартість біосімілярів значно нижча вартості оригінальних біопрепаратів, що робить їх більш доступними за ціною для споживачів.

У 2015 р. ФФ «Дарниця» ввела в експлуатацію унікальне для українського фармацевтичного ринку інфузійне виробництво, яке використовує у виробництві новітні автоматизовані системи [11].

Такий підхід до інноваційної діяльності показує свою результативність. У 2016 році ПАТ «Фармак» і ФФ «Дарниця» увійшли до Топ-20 найбільш інноваційних компаній України за версією «Forbes Україна» [12].

Проте цю діяльність необхідно постійно підтримувати. Не значне гальмування приводить до втрати позицій. Керівництво ПАТ «Фармак» це розуміють. За останні п'ять років вкладення в науково-технічний комплекс і дослідницьку діяльність у цієї компанії склали 3,4 млрд. грн. Щорічно на дослідження й наукові розробки йде більш 15 млн. доларів. Більше того, інвестиції в розробки й розвиток планується нарощувати: в 2020-м вони склали вже 40 млн. доларів [12].

Як ми вже зазначали вище радикальні інновації, які проводить ПАТ «Фармак» істотно дорожчі ніж модифікаційні. Проте модифікаційні інновації теж результативні. Такі підприємства як ТОВ «Кусум Фарм» та ФФ «Віола» у своїй діяльності використовують модифікаційні інновації. Вони виробляють генеричні ЛЗ різних фармакологічних груп, бага-



Рис. 2. Структура витрат на зовнішні та внутрішні науково-дослідні розробки ТОВ «ФК «Здоров'я»

Джерело: побудовано автором за джерелом [9]

то з яких у попередні роки були відсутні на фармацевтичному ринку України. ФК «Кусум Фарм» спеціалізується на розробленні та виробництві ЛЗ, призначених для лікування пацієнтів із серцево-судинними, гастроентерологічними і ендокринними (зокрема цукровий діабет) захворюваннями. Як відомо, ці захворювання є найпоширенішими в Україні.

Виробництво продукції ФФ «Віола» здійснюється на п'яти виробничих майданчиках, де за сучасними технологіями виготовляють і фасують ЛЗ у вигляді м'яких лікарських форм (мазі, пасти, гелі, масла), рідких лікарських форм (настоянки, рідкі екстракти, сиропи, спиртові та водні розчини), медичних порошків, фасованої лікарської рослинної сировини, зокрема зборів. Тільки за останні 5 років підприємство налагодило виробництво 10 нових препаратів.

Тернопільська фармацевтична фабрика, Житомирська фармацевтична фабрика, ПАТ «Лубни-фарм» під час формування продуктового портфеля

приділяли пріоритетну увагу виробництву і розробленню фітохімічних препаратів, які використовують в урології, гінекології, ревматології, педіатрії.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. На сьогоднішній день Україна має великі можливості для розвитку фармацевтичної галузі. Це розвинений ринок лікарських засобів, він має великий науковий потенціал, сучасну управлінську структуру, а також кваліфікованих кадрів. Проте цей потенціал потрібно нарощувати. Інновації є важливою умовою цього розвитку. Інноваційна діяльність роботи фармацевтичних компаній сприяє появі принципово нових методів лікування, сприяє залученню іноземних інвестицій для розвитку фармацевтичної галузі, сприятиме стратегії співпраці українських виробників фармацевтичної продукції з виробниками аналогічної продукції країн ЄС. Це відкриває можливості експорту на ринки Західної, Центральної і Східної Європи.

Література

1. Дорошенко Г. О. R&d-проекти як спосіб провадження інноваційної діяльності на підприємстві // Ефективна економіка. 2018. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6382> (дата звернення: 29.01.2021).
2. Вітюк А. В., Траченко К. Р. Суперечливі тенденції розвитку фармацевтичної промисловості України // Фармацевтичний журнал. 2016. № 6. С. 35–43.
3. Орловський М. Вітчизняні фармкомпанії: розширення присутності під час пандемії. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/farmak/5e81bf213710b/> (дата звернення 1.04.2020).
4. Літвінова О. В., Посилкіна О. В. Науково-методичні підходи до оцінювання інтелектуального потенціалу вітчизняних Фармацевтичних компаній // Фармацевтичний журнал. 2016. № 6. С. 5–14.
5. Як позначилася пандемія на провідних світових фармацевтичних компаніях — підсумки I кв. 2020 р. URL: <https://www.apteka.ua/article/545026> (дата звернення: 28.04.2020).
6. Карюк В. І. Удосконалення системи видової класифікації інновацій // Інвестиції: практика та досвід. 2012. № 4. С. 72–74.
7. Захарченко В. І., Корсікова Н. М., Меркулов М. М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 448 с.
8. Гончаров А. Б., Гончарова С. Ю. Особливості інноваційної діяльності сучасних фармацевтичних підприємств // Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики: матер. IV міжнарод. наук.-практ. конференції 2–3 квітня 2015 р. Х.: Вид-во НФаУ, 2015. С. 175–177.
9. Річна звітність ТОВ «ФК «Здоров'я». URL: <https://zt.com.ua/wp-content/uploads/2018/01/Auditorskij-zvit-zvitnist-za-2017-rik.pdf> (дата звернення: 20.12.2020).
10. Лук'янчук Є. Наука та виробництво — новий рівень партнерства в розробці та впровадженні інноваційних лікарських засобів // Єженедельник Аптека. 2014. № 49 (970). С. 6–7.
11. Как национальные производители отвоевывают украинский фармрынок. URL: <https://delo.ua/business/kak-nacionalnyeproizvoditeli-otvovuyvajut-ukrainskij-farmrynok-320460> (дата звернення: 11.10.2020).
12. Топ-25 инновационных компаний Украины. URL: https://www.dsnews.ua/vlast_deneg/top-25-innovacionnyh-kompaniy-ukrainy-02112020-404651. (дата звернення: 21.10.2020).

References

1. Doroshenko Gh. O. R&d-proekty jak sposib provadzhennja innovacijnoji dijalnosti na pidpryjemstvi // Efektyvna ekonomika. 2018. # 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6382> (data zvernennja: 29.01.2021).

2. Vitjuk A. V., Trachenko K. R. Superechlyvi tendenciji rozvytku farmacevtychnoji promyslovosti Ukrainy // Farmacevtychnyj zhurnal, 2016. # 6. S. 35–43.
3. Orlovskij M. Vitchyznjani farmkompaniji: rozshyrennja prysutnosti pid chas pandemiji. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/farmak/5e81bf213710b/> (data zvernennja 1.04.2020).
4. Litvinova O. V., Posylkina O. V. Naukovo-metodychni pidkhody do ocinjuvannja intelektualnogho potencialu vitchyznjanykh Farmacevtychnykh kompanij // Farmacevtychnyj zhurnal, 2016. # 6. S. 5–14.
5. Jak poznachylasja pandemija na providnykh svitovykh farmacevtychnykh kompanijakh — pidsumky I kv. 2020 r. URL: <https://www.apteka.ua/article/545026> (data zvernennja: 28.04.2020).
6. Karjuk V. I. Udoskonalennja systemy vydovoji klasyfikaciji innovacij // Investyciji: praktyka ta dosvid. 2012. # 4. S. 72–74.
7. Zakharchenko V. I., Korsikova N. M., Merkulov M. M. Innovacijnyj menedzhment: teorija i praktyka v umovakh transformaciji ekonomiky. Navchalnyj posibnyk. Kyjiv: Centr uchbovoji literatury, 2012. 448 s.
8. Ghoncharov A. B., Ghoncharova S. Ju. Osoblyvosti innovacijnoji dijalnosti suchasnykh farmacevtychnykh pidpryjemstv // Aktualni problemy rozvytku ghaluzevoji ekonomiky ta logistyky: mater. IV mizhnarod. nauk.-prakt. konferenciji 2–3 kvitnja 2015 r. Kh.: Vyd-vo NFaU, 2015. S. 175–177.
9. Richna zvitnistj TOV «FK «Zdorov'ja». URL: <https://zt.com.ua/wp-content/uploads/2018/01/Auditorskij-zvit-zvitnist-za-2017-rik.pdf> (data obrashhenja: 20.12.2020).
10. Luk'janchuk Je. Nauka ta vyrobnyctvo — novyj rivenj partnerstva v rozrobci ta vprovadzhenni innovacijnykh likarsjkykh zasobiv // Ezhenedeljnyk Apteka. 2014. # 49 (970). S. 6–7.
11. Kak natsionalnye proizvoditeli otvoevyvajut ukrajskij farmrynok. URL: <https://delo.ua/business/kak-nacionalnye-proizvoditeli-otvoevyvajut-ukrajskij-farmrynok-320460> (data obrashcheniya: 11.10.2020).
12. Top-25 innovatsionnykh kompanij Ukrainy. URL: https://www.dsnews.ua/vlast_deneg/top-25-innovacionnyh-kompanij-ukrainy-02112020-404651. (data obrashcheniya: 21.10.2020).

Кожухівська Раїса Борисівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет садівництва*

Кожуховская Раиса Борисовна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного дела
Уманский национальный университет садоводчества*

Kozhukhivska Raisa

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
Uman National University of Horticulture*

ORCID: 0000-0003-4066-4170

Саковська Олена Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет садівництва*

Саковская Елена Николаевна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного дела
Уманский национальный университет садоводчества*

Sakovska Olena

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
Uman National University of Horticulture*

ORCID: 0000-0003-2676-6170

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6802

**МОДЕЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
У СФЕРІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ
ПОКАЗНИКІВ КАДАСТРОВОЇ ОЦІНКИ ЗЕМЕЛЬ**

**МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАДАСТРОВОЙ ОЦЕНКИ ЗЕМЕЛЬ**

**ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES MODELING
IN THE HOSPITALITY INDUSTRY BASED ON THE USE
OF LAND CADASTRAL VALUATION INDICATORS**

Анотація. У статті розглянуто організаційні основи моделювання підприємницької діяльності у сфері індустрії гостинності на основі використання показників кадастрової оцінки земель. Проведено аналіз практичних аспектів актуалізації результатів кадастрової оцінки земель населених пунктів Черкаської області. Зазначено, що кадастрова оцінка повинна максимально враховувати ринкові ситуації і тенденції. Для земель населених пунктів термін актуалізації, в контексті

переоцінки повинен бути мінімальним й економічно обґрунтованим. Зазначено, що актуалізація результатів державної кадастрової оцінки земель, вимагає істотної модернізації, спрямованої на підвищення якості земельно-оціночних робіт і адекватне поповнення бюджетів усіх рівнів. Проаналізовано механізм і особливості виконання робіт з актуалізації державної кадастрової оцінки земель населених пунктів на території Черкаської області. В результаті проведеного дослідження, встановлено, що головним недоліком робіт з моделювання кадастрової оцінки земель населених пунктів є тривалість інтервалів часу між періодами оцінки, що обумовлюється швидке застарінням інформації. Причина даної ситуації пов'язана з фінансовим забезпеченням робіт і їх масштабністю.

Запропоновано механізми оперативного оновлення інформації про вартість земель для зайняття підприємницькою діяльністю у сфері індустрії гостинності на території Черкаської області. Розглянута методика визначення нормативної грошової оцінки земель враховує найбільш вагомі показники цієї галузі і є практично значимою при зборі інформації і розрахунку всіх показників при проведенні кадастрової оцінки земель для зайняття підприємницькою діяльністю у сфері індустрії гостинності на території Черкаської області. Практичне значення дослідження полягає у проведенні оцінки кадастрового стану земель та обрахунку питомого показника кадастрової вартості по м. Умань, як території, на якій найбільш розвинена індустрія гостинності в Черкаській області. Унаслідок уточнення питомого показника кадастрової вартості, ціна одного квадратного метра таких об'єктів зростає, що дасть змогу пропорційно збільшити податкову складову, та підвищити прибутковість бюджетів на кластерному рівні.

Ключові слова: сфера гостинності, земля, кадастр, вартість, оцінка.

Аннотация. В статье рассмотрены организационные основы моделирования предпринимательской деятельности в сфере индустрии гостеприимства на основе использования показателей кадастровой оценки земель. Проведен анализ практических аспектов актуализации результатов кадастровой оценки земель населенных пунктов Черкасской области. Отмечено, что кадастровая оценка должна максимально учитывать рыночные ситуации и тенденции. Для земель населенных пунктов срок актуализации в контексте переоценки должен быть минимальным и экономически обоснованным. Отмечено, что актуализация результатов государственной кадастровой оценки земель, требует существенной модернизации, направленной на повышение качества земельно-оценочных работ и адекватное пополнение бюджетов всех уровней. Проанализирован механизм и особенности выполнения работ по актуализации государственной кадастровой оценки земель населенных пунктов на территории Черкасской области. В результате проведенного исследования установлено, что главным недостатком работ по моделированию кадастровой оценки земель населенных пунктов является длительность интервалов времени между периодами переоценки, что обусловливается застареванием информации. Причина данной ситуации связана с финансовым обеспечением работ и их масштабностью.

Предложены механизмы оперативного обновления информации о стоимости земель для занятия предпринимательской деятельностью в сфере индустрии гостеприимства на территории Черкасской области. Рассмотрена методика определения нормативной денежной оценки земель учитывает наиболее значимые показатели этой отрасли и имеет практическое значение при сборе информации и расчете всех показателей для проведения кадастровой оценки земель, особенно для занятия предпринимательской деятельностью в сфере индустрии гостеприимства на территории Черкасской области. Практическое значение исследования заключается в проведении оценки кадастрового состояния земель и расчета удельного показателя кадастровой стоимости по г. Умань, как территории, на которой наиболее развита индустрия гостеприимства в Черкасской области. В результате уточнения удельного показателя кадастровой стоимости, цена одного квадратного метра таких объектов возрастет, что позволит пропорционально увеличить налоговую составляющую и повысить прибыльность бюджетов на кластерном уровне.

Ключевые слова: сфера гостеприимства, земля, кадастр, стоимость, оценка.

Summary. The article examines the organizational basis of modeling entrepreneurial activities in the hospitality industry based on the use of indicators of cadastral assessment of land. The analysis of practical aspects of updating the results of cadastral assessment of lands of settlements of Cherkassy region has been carried out. It is stated that the cadastral assessment should take into account market situations and trends as much as possible. For the territories of localities the term of actualization in the context of revaluation should be minimum and economically justified. It is designated that the updating of the results of the state cadastral assessment of land requires significant modernization aimed at improving the quality of land assessment work and adequate replenishment of budgets at all levels.

The mechanism and features of performance of works on actualization of the state cadastral estimation of the lands of settlements in the territory of Cherkassy region have been analyzed. As a result of the study, it has been found that the main disadvantage of modeling the cadastral assessment of land settlements is: the duration of time intervals between rounds of revaluation, which causes rapid aging of information. The reason for this case is related with the financial support of the works and

their scale. Mechanisms for prompt updating of information on the value of land for entrepreneurial activities in the hospitality industry in Cherkassy region have been proposed. The considered method of determining the normative monetary valuation of land takes into account the most important indicators of this industry and is practically significant in collecting information and calculating all indicators in conducting cadastral valuation of land for entrepreneurial activities in the hospitality industry of Cherkassy region.

The practical significance of the study is to assess the cadastral condition of land and calculate the specific cadastral value of the city of Uman, as the territory where the hospitality industry is the most developed in Cherkassy region. Due to the clarification of the specific indicator of cadastral value, the price of one square meter of such objects will increase which will allow to proportionally increase the tax component and increase the profitability of budgets at the cluster level.

Key words: *hospitality industry, land, cadastre, value, assessment.*

Постановка проблеми. Важливу роль у формуванні бюджетів всіх рівнів та моделюванні підприємницької діяльності, зокрема й у сфері індустрії гостинності, відіграє податок і орендна плата. Вони складаються з кадастрової вартості нерухомості та земельної ділянки, на якій розміщені підприємницькі об'єкти. Дана вартість обраховується на основі кадастрової оцінки землі. Кадастрова оцінка землі повинна максимально враховувати ринкові ситуації і тенденції. Для земель населених пунктів термін актуалізації, в контексті переоцінки повинен бути мінімальним й економічно обґрунтованим. Актуалізація результатів державної кадастрової оцінки земель, вимагає істотної модернізації, спрямованої на підвищення якості земельно-оціночних робіт і адекватне поповнення бюджетів усіх рівнів. Указане засвідчує актуальність обраної тематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти економічного моделювання та розвитку територій висвітлені в роботах українських та зарубіжних авторів: Антонової Н. [1], Маркіної Ю. [1], Бахматова Г. [1], Кочерги М. [2], Брауна М. (Brown M.) [3], Халворсена Р. (Halvorsen R.) [3], Лейтона Д. (Layton D.) [3]. Питання організації та проведення оцінки земель для зайняття підприємницькою діяльністю у сучасних економічних системах на регіональному рівні досліджували: Ракоїд О. [4], Русан В. [5], Хассен А. (Hussen A.) [6] та ін.

Невирішені частини проблеми. Як бачимо з проведеного аналізу досліджень та публікацій, вченими активно досліджуються різні питання щодо оцінки земель для зайняття підприємницькою діяльністю. Але незважаючи на значну кількість публікацій з дані тематики, питання щодо методичних аспектів моделювання кадастрової оцінки земель для зайняття підприємницькою діяльністю у сфері індустрії гостинності на даний час, залишаються малодослідженими і потребують подальшого вивчення.

Метою статті є дослідження, аналіз та розробка методики земельно-кадастрової оціночної діяльності

для зайняття підприємницькою діяльністю у сфері індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перші роботи щодо проведення державної кадастрової оцінки земель населених пунктів області було розпочато у 2003 році і проводилося Головним управлінням Держгеокадастру Черкаської області та ДП «Черкаським науково-дослідним та проектним інститутом землеустрою» у 85 населених пунктах області на загальній площі 20,9 тис. км² [7; 8; 12]. Другий тур масової оцінки щодо актуалізації її результатів відбувся у межах заходів Програми «Створення системи кадастру нерухомості на території Черкаської області (2010–2015 роки)». Третій — у 2015–2017 роках [9].

Оцінка кадастрової вартості земель населених пунктів області проводилась відповідно до ст. 13 Закону України «Про оцінку земель» та за Методиками нормативної грошової оцінки земель несільськогосподарського призначення (окрім земель населених пунктів), затверджених постановою Кабінету міністрів України від 23.11.2011 р. № 1278 [10; 11; 13]. Відповідно до Методики нормативної грошової оцінки земель роботи з державної кадастрової оцінки здійснювалися за двома технологічними лініями (ТЛ) (рис. 1).

Державна кадастрова оцінка земель області проводилася згідно таких вимог: склад первинних даних формувався на основі статистичної та іншої інформації, що використовується землепорядними, містобудівними, іншими службами і оцінювачами в своїй діяльності; усі основні фактори, що впливають на оцінку нерухомості, в тому числі землі, враховувалися зі всією повнотою; отримані результати кадастрової вартості земель відповідають, сформованому на момент оцінки, рівню цін з продажу землі в області.

Методика алгоритмів обробки інформації дає змогу проводити моніторинг ринкової вартості землі і об'єктів нерухомості, постійно актуалізувати індекси зміни вартості землі, що враховують локальні ціноутворюючі фактори, отримувати значення

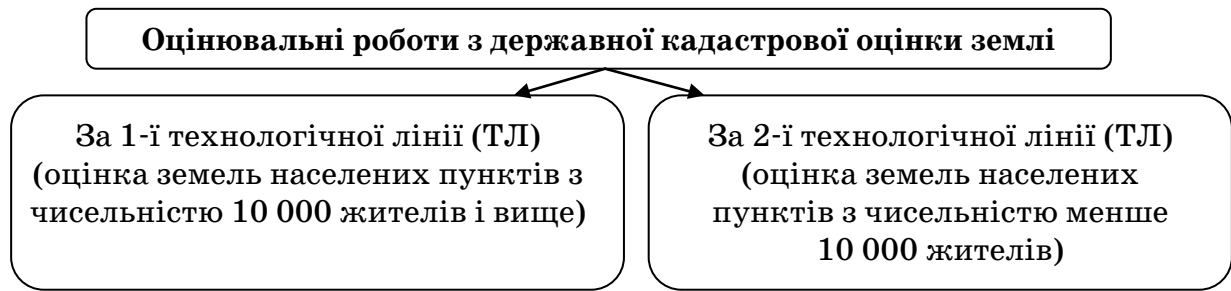


Рис. 1. Інфографія виконання робіт з державної кадастрової оцінки землі

Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження

основних ціноутворюючих параметрів, які можна використовувати для оцінки окремих конкретних земельних ділянок [3, с. 69].

Результатом робіт з оцінки землі є показники кадастрової вартості земель і показники вартості земель кадастрового кварталу за видами функціонального використання у межах поселень [4, с. 25].

Проведення науково-дослідних робіт з державної кадастрової оцінки земель населених пунктів Черкаської області здійснювалося з урахуванням існуючих нормативних документів. Розрахунки проводилися з використанням програм *MS Office* и *IBM SPSS Statistics 19*.

Мета досліджень полягала в обґрунтуванні та виборі підходів, методів і моделей щодо визначення кадастрової вартості земель населених пунктів Черкаської області станом на 01.01.2019 р. у розрізі таких видів використання: земельні ділянки, що призначені для розміщення об'єктів торгівлі, громадського харчування та побутового обслуговування; земельні ділянки, що призначені для розміщення адміністративних будівель, соціального забезпечення, фізичної культури та спорту, культури, мистецтва, релігії.

З метою визначення достовірності зібраної ринкової інформації проводився її статистичний аналіз. В результаті кореляційно-регресійного аналізу наявної ринкової інформації на основі перерахованих принципів були визначені фактори вартості для кожного виду дозволеного використання. Так, у Черкасах такими факторами виявилися: 1) площа земельної ділянки у квадратних метрах; 2) відстань до центру міста у метрах; 3) відстань до рекреаційної зони у метрах; 4) відстань до виробничих зон у метрах; 5) відстань до основних магістралей у метрах; 6) територіальне зонування.

Коефіцієнт індексації нормативної грошової оцінки земель, на який індексується нормативна грошова оцінка земель населених пунктів та інших земель несільськогосподарського призначення, розрахований відповідно до «Постанови Кабінету

Міністрів України Про проведення загальнонаціональної (всеукраїнської) нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення...» [13] та листа Державної служби України з питань геодезії, картографії та кадастру «Про індексацію нормативної грошової оцінки земель» [14], станом на 1 січня 2019 року становить 1,433.

Водночас відповідно ЗУ «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів» встановлено, що індекс споживчих цін за 2018 рік, який використовують для визначення коефіцієнта індексації нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь (ріллі, багаторічних насаджень, сіножатей, пасовищ), застосовують зі значенням 120% [15].

Враховуючи викладене, значення коефіцієнта індексації нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь за 2019 рік становить 1,2.

Розглянемо розрахунок коефіцієнтів індексації нормативної грошової оцінки (КІНГО) земель на прикладі одного з населених пунктів, для якого оцінка вартості земель проводилася згідно першої технологічної лінії — м. Умань. Особливі умови розрахунку КІНГО землі по м. Умань:

1. Функціонально-планувальну структуру м. Умань у вигляді декількох об'єктів впливу було взято із затвердженого звіту з оцінки земель поселення м. Умань 2019 року.

2. Радіуси досяжності та розміри зон впливу для об'єктів ціноутворюючих факторів визначалися з розрахунку 15–20 хвилинної доступності, що добре узгоджується з плануванням населеного пункту.

3. Розраховано три ключові показники: для багатоповерхової житлової забудови і для індивідуального житлового будівництва, а також для об'єктів торгівлі, громадського харчування й побутового обслуговування. Зокрема, розрахунок показника ціни на об'єкти торгівлі, громадського харчування й побутового обслуговування розраховувалися за

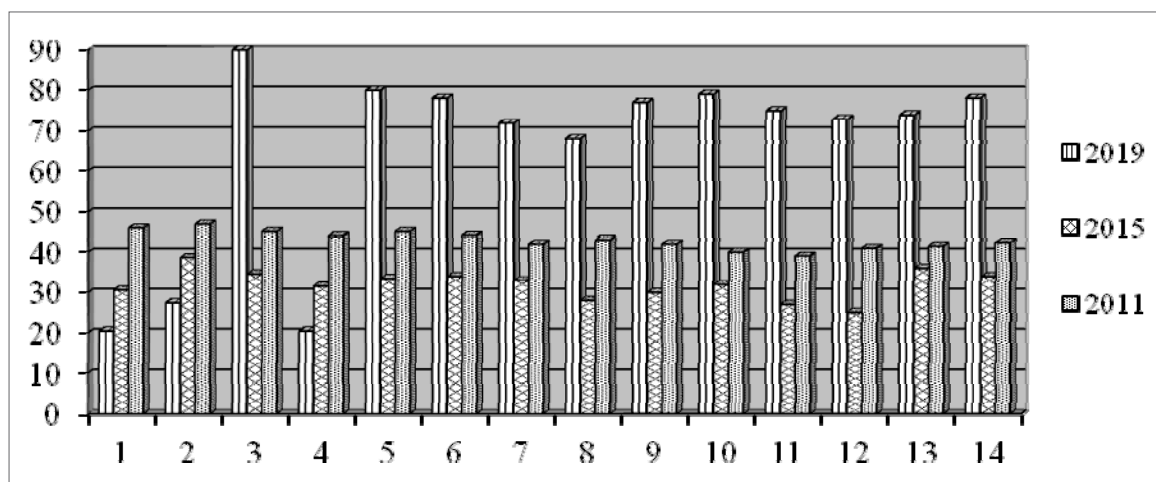


Рис. 2. Динаміка КІНГО м. Умань при проведенні оцінки земель*

* Умовні позначення: 1. Землі під будинками багатоповерхової забудови; 2. Землі під будинками індивідуальної житлової забудови; 3. Землі дачних і садових об'єднань громадян; 4. Землі гаражів і автостоянок; 5. Землі під об'єктами торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування; 6. Землі закладів освіти; 7. Землі під промисловими об'єктами; 8. Землі під адміністративно-управлінськими та громадськими об'єктами; 9. Землі під військовими об'єктами; 10. Землі під об'єктами оздоровчого та рекреаційного призначення; 11. Землі сільськогосподарського використання; 12. Землі під лісами; 13. Землі під відокремленими водними об'єктами; 14. Інші землі поселень.

Джерело: побудовано на основі проведеного дослідження

такими вихідними даними: вартість нового будівництва 0 (використані угоди з землею); зношеність 0; щільність забудови 1.

4. Виконано розрахунок КІНГО за видами використання.

Результати переоцінки землі по м. Умань відображено на рис. 2.

На діаграмі рис. 2 простежується динаміка значень граничних показників кадастрової вартості, як за абсолютною величиною, так і за тенденціями зростання вартості земель при актуалізації результатів оцінки.

На картосхемі рис. 3 відображено місцезнаходження 22 об'єктів торгівлі і громадського харчування

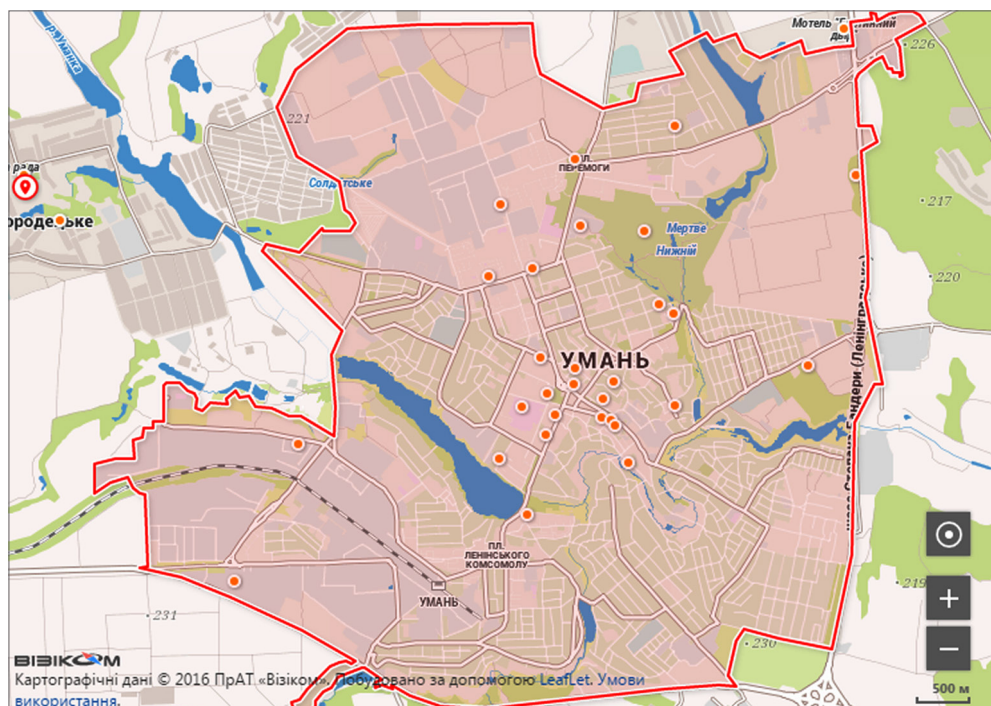


Рис. 3. Картосхема розташування закладів торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування в м. Умань

Джерело: побудовано автором

Таблиця 1

Результати актуалізації КІНГО населених пунктів під об'єктами торгівлі та побутового обслуговування у м. Умань

Вид функціонального використання земель	Граничний показник кадастрової вартості земель населених пунктів (грн/м²) 2015 р	Граничний показник кадастрової вартості земель населених пунктів (грн/м²) 2019 р
Землі під об'єктами торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування	601.50	1615.10

Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження

вання та 8 об'єктів побутового обслуговування в м. Умань.

Унаслідок актуалізації КІНГО землі, вартість 1 м² таких об'єктів збільшилася у 2,7 рази, що дало змогу пропорційно збільшити і податкову складову, підвищивши прибутковість бюджетів (Табл. 2).

Висновки. Кадастрова оцінка є одним ключових питань економічного розвитку і майбутньою фінансовою складовою бюджетів територіальних утворень. Проведений аналіз динаміки середніх значень граничних показників кадастрової вартості земель за видами функціонального використання на прикладі м. Умань виявив такі закономірності:

1. Наразі існує тенденція до підвищення вартості землі.

2. Найбільший приріст граничних показників кадастрової вартості земель відзначається для земель населених пунктів, які оцінюються за 1 технологічною лінією (чисельність населення понад 10 тис. чол.)

3. Значення граничних показників кадастрової вартості, як за абсолютною величиною, так і за тенденціями зростання вартості земель, варіюються за видами функціонального використання земель.

Підвищення показників, за абсолютною величиною, тенденціями зростання та вартістю земель, характерні для таких видів їх функціонального використання як: землі під будинками, землі під об'єктами торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування; землі для об'єктів оздоровчого та рекреаційного призначення; землі під промисловими об'єктами. Зниження показників, відзначаються для земель під адміністративно-управлінськими та громадськими об'єктами; землі сільськогосподарського використання, землі під лісами та відокремленими водними об'єктами.

Встановлено, що при переоцінці земель населених пунктів Черкаської області, які оцінюються за першої технологічної лінії, середній приріст вартості земель склав 248%, а для об'єктів оцінки другої технологічної лінії — в середньому 221%. Безумовно, такий значний приріст вартості земель населених пунктів буде пропорційно збільшувати і податкову базу, і податкові збори.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що головним недоліком робіт з актуалізації результатів державної кадастрової оцінки земель населених пунктів є тривалість інтервалів часу між періодами переоцінки, оскільки інформація втрачає свою актуальність. Причина даної ситуації пов'язана з фінансовим забезпеченням і масштабністю робіт. Однак необхідно переглянути періодичність актуалізації результатів масової оцінки, особливо такої бюджетоутворювальної категорії земель, як землі населених пунктів і, зокрема, механізм затвердження цих робіт. Поточна актуалізація повинна здійснюватися при зміні ринкової інформації за допомогою спеціального програмного забезпечення, яке дасть змогу швидко та високоякісно проводити дані роботи. Отже, оцінка земель є досить важливим процесом. Він вимагає істотної модернізації, спрямованої на підвищення якості земельно-оцінювальних робіт і відповідного поповнення бюджетів усіх рівнів.

Підводячи підсумок з проведеного дослідження, слід зазначити, що розглянута методика визначення нормативної грошової оцінки земель враховує найбільш вагомі показники цієї галузі і є практично значимою при зборі інформації і розрахунку всіх показників при проведенні кадастрової оцінки земель для зайняття підприємницькою діяльністю у сфері індустрії гостинності на території Черкаської області.

Література

1. Антонова Н. И. Маркина Е. Д., Бахматова Г. А. Модель организационно-экономического механизма санации и обеспечения устойчивого развития проблемных территорий // Научное обозрение, 2015. № 9. С. 295–298.
2. Кочерга М. М. Методика екологічного аудиту господарської діяльності в сільському господарстві з урахуванням агроекологічного стану земельних ресурсів // Економічний часопис-XXI, 2015. № 9–10. С. 103–106.
3. Brown M., Halvorsen R. and Layton D. Explorations in environmental and natural resource economics: essays in honor of Gardner. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2006. 260 p.
4. Ракоїд О. Методичні рекомендації з комплексної оцінки земель сільськогосподарського призначення. К.: Логос, 2008. 51 с.
5. Русан В. М. Економіко-екологічний механізм раціонального сільськогосподарського землекористування // Економіка АПК, 2006. № 4. С. 31–37.
6. Hussen A. M. Principles of environmental economics: Economics, ecology and public policy. N.Y.: Routledge. Taylor & Francis e-Library, 2004. 344 p.
7. Головне управління земельних ресурсів Черкаської області. 2020 // Офіційний сайт. URL: <http://cherkaska.land.gov.ua>
8. Управління Держгеокадастру у Черкаській області, 2020 // Офіційний сайт. URL: <http://www.chu.dkz.ck.ua>
9. Програма «Створення містобудівного кадастру Черкаської області на 2015–2017 роки». URL: www.ck-oda.gov.ua/docs/2015/01072015_econom.pdf
10. Про оцінку земель. Обов'язкове проведення грошової оцінки земельних ділянок: Закон України від 11.12.2003 № 1378-IV. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/1378-15
11. Методика нормативної грошової оцінки земель несільськогосподарського призначення (крім земель населених пунктів): Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011. № 1278. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1278-2011-%D0%BF>
12. Територіальний орган державної служби статистики Черкаської області // Офіційний сайт. URL: <http://www.ck.ukrstat.gov.ua>
13. Про проведення загальнонаціональної (всеукраїнської) нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України. Постанова Кабінету Міністрів України від 7 лютого 2018 р. № 105. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/105-2018-%D0%BF#n14>
14. Про індексацію нормативної грошової оцінки земель. Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру. 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2-19877-19#Text>
15. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів. Закон України. 2018. № 49. Ст. 399. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2628-19#Text>

References

1. Antonova N. I. Markina E. D., Bahmatova G. A. Model' organizacionno-jekonomicheskogo mehanizma sanacii i obespechenija ustojchivogo razvitija problemnyh territorij // Nauchnoe obozrenie, 2015. # 9. S. 295–298.
2. Kochergha M. M. Metodyka ekologhichnogho audytu ghospodarsjkoji dijalnosti v siljsjkomu ghospodarstvi z urakhuvannjam aghroekologhichnogho stanu zemeljnykh resursiv // Ekonomichnyj chasopys-KhKhI, 2015. # 9–10. S.103–106.
3. Brown M., Halvorsen R. and Layton D. Explorations in environmental and natural resource economics: essays in honor of Gardner. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2006. 260 p.
4. Rakojid O. Metodychni rekomendaciji z kompleksnoji ocinky zemelj siljsjkgghospodarsjkggho pryznachennja. K.: Loghos, 2008. 51 s.
5. Rusan V. M. Ekonomikoekologhichnyj mekhanizm racionalnogho siljsjkgghospodarsjkggho zemlekorystuvannja // Ekonomika APK, 2006. # 4. S. 31–37.
6. Hussen A. M. Principles of environmental economics: Economics, ecology and public policy. N.Y.: Routledge. Taylor & Francis e-Library, 2004. 344 p.
7. Gholovne upravlinnja zemeljnykh resursiv Cherkasjkoji oblasti, 2020. Oficijnyj sajт. URL: <http://cherkaska.land.gov.ua>
8. Upravlinnja Derzhgeokadastru u Cherkasjkij oblasti, 2020. Oficijnyj sajт. URL: <http://www.chu.dkz.ck.ua>
9. Proghrama «Stvorennja mistobudivnogho kadastru Cherkasjkoji oblasti na 2015–2017 roky». URL: www.ck-oda.gov.ua/docs/2015/01072015_econom.pdf.

10. Pro ocinku zemelj. Obov'jazkove provedennja ghroshovoji ocinky zemeljnykh diljanok: Zakon Ukrainy vid vid 11.12.2003 # 1378-IV. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/1378-15

11. Metodyka normatyvnoji ghroshovoji ocinky zemelj nesiljsjkoghospodarsjkogho pryznachennja (krim zemelj naselenykh punktiv): Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 23.11.2011. # 1278. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1278-2011-%D0%BF>

12. Terytorialnyj orghan derzhavnoji sluzhby statystyky Cherkasjskoji oblasti. Oficijnyj sajt. URL: <http://www.ck.ukrstat.gov.ua>

13. Pro provedennja zaghaljnonacionaljnoji (vseukrajinsjskoji) normatyvnoji ghroshovoji ocinky zemelj siljsjkoghospodarsjkogho pryznachennja ta vnesennja zmin do dejakykh postanov Kabinetu Ministriv Ukrainy. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 7 ljutogho 2018 r. # 105. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/105-2018-%D0%BF#n14>

14. Pro indeksaciju normatyvnoji ghroshovoji ocinky zemelj. Derzhavna sluzhba Ukrainy z pytanj gheodeziji, kartoghraciji ta kadastru, 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2-19877-19#Text>

15. Pro vnesennja zmin do Podatkovogho kodeksu Ukrainy ta dejakykh inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shhodo pokrashhennja administruvannja ta pereghljadu stavok okremykh podatkov i zboriv. Zakon Ukrainy, 2018. # 49. St. 399. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2628-19#Text>

Пилипенко Вячеслав Валентинович
кандидат економічних наук, доцент
Сумський національний аграрний університет
Пилипенко Вячеслав Валентинович
кандидат экономических наук, доцент
Сумской национальной аграрный университет
Pylypenko Viacheslav
PhD in Economics, Associate Professor
Sumy National Agrarian University
ORCID: 0000-0001-5995-013X

Литовка Ірина Сергіївна
студентка
Сумського національного аграрного університету
Литовка Ирина Сергеевна
студентка
Сумского национального аграрного университета
Lytovka Iryna
Student of the
Sumy National Agrarian University
ORCID: 0000-0002-3095-728X

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6818

**ОЦІНКА ЖИТТЄЗДАТНОСТІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА**
**ОЦЕНКА ЖИЗНЕСПОСОБНОСТИ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**
**EVALUATION VIABILITY
OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

Анотація. В статті розглянуто та систематизовано фактори, що впливають на життєздатність сільськогосподарського підприємства (зовнішні: економічні, політичні, правові, технологічні, кліматичні, соціально-демографічні, ринкові) і внутрішні чинники (фінансово-економічні, матеріально-технічні, виробничо-технологічні, кадрово-інтелектуальні, інноваційно-екологічні), що дозволило обґрунтувати відмінності в параметрах оцінки життєздатності сільськогосподарського підприємства і на цій основі вибудувати трьохвекторну модель оцінки життєздатності підприємства для цілеспрямованого пошуку можливих шляхів підвищення рівня його життєздатності.

Побудований алгоритм оцінки життєздатності підприємства, що включає оцінку динаміки показників, їх факторний аналіз і визначення стану життєздатності, який дозволяє не тільки оцінити поточний стан, а й спрогнозувати перспективний розвиток, що дає можливість підприємству своєчасно виявляти відхилення та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Практичне значення одержаних результатів проведеного дослідження полягає в можливості використання отриманих теоретичних і методичних положень в практичній діяльності сільськогосподарських підприємств для забезпечення їх життєздатності за допомогою застосування у практичній діяльності оцінки параметрів, що визначають життєздатність підприємства, як інструменту управління життєздатним розвитком.

Ключові слова: економічна ефективність, розвиток, життєздатність підприємства

Аннотация. В статье рассмотрены и систематизированы факторы, влияющие на жизнеспособность сельскохозяйственного предприятия (внешние: экономические, политические, правовые, технологические, климатические, социально-демографические, рыночные) и внутренние факторы (финансово-экономические, материально-технические, производственно-технологические, кадрово-интеллектуальные, инновационно-экологические), что позволило обосновать различия в параметрах оценки жизнеспособности сельскохозяйственного предприятия и на этой основе выстроить трехвекторную модель оценки жизнеспособности предприятия для целенаправленного поиска возможных путей повышения уровня его жизнеспособности.

Построен алгоритм оценки жизнеспособности предприятия, включая оценку динамики показателей, их факторный анализ и определение состояния жизнеспособности, который позволяет не только оценить текущее состояние, но и спрогнозировать перспективное развитие, что дает возможность предприятию своевременно выявлять отклонения и принимать обоснованные управленческие решения.

Практическое значение полученных результатов проведенного исследования заключается в возможности использования полученных теоретических и методических положений в практической деятельности сельскохозяйственных предприятий для обеспечения их жизнеспособности посредством применения в практической деятельности оценки параметров, определяющих жизнеспособность предприятия, как инструмента управления жизнеспособным развитием.

Ключевые слова: экономическая эффективность, развитие, жизнеспособность предприятия.

Summary. The article examines and systematizes factors affecting the viability of an agricultural enterprise (external: economic, political, legal, technological, climatic, socio-demographic, market) and internal factors (financial and economic, material and technical, production and technological, personnel and intellectual, innovative and environmental), which made it possible to substantiate the differences in the parameters for assessing the viability of an agricultural enterprise and, on this basis, build a three-vector model for assessing the viability of an enterprise for a targeted search for possible ways to increase its viability.

An algorithm for assessing the viability of an enterprise has been built, including an assessment of the dynamics of indicators, their factor analysis and determination of the state of viability, which allows not only assessing the current state, but also predicting future development, which makes it possible for the enterprise to timely identify deviations and make informed management decisions.

The practical significance of the obtained results of the study lies in the possibility of using the obtained theoretical and methodological provisions in the practical activities of agricultural enterprises to ensure their viability through the application in practice of evaluating the parameters that determine the viability of an enterprise as a tool for managing sustainable development.

Key words: economic efficiency, development, enterprise viability.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання для сільськогосподарських підприємств виникла необхідність виявляти загрози його діяльності і способи подолання загроз на всіх етапах життєвого циклу, обґрунтовувати шляхи розвитку, при яких забезпечується надійність виробничих параметрів і економічних показників. Це в підсумку зумовило потребу підприємства в оцінці своєї життєздатності. Але існує протиріччя між потребою в оцінці життєздатності і відсутністю достатнього для цього науково-методичного забезпечення, що враховує сучасні умови і особливості господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів життєздатності виробничо-економічних та соціально-економічних систем присвячені наукові праці сучасних науковців таких, як Є. Андрущенко [3], А. Бакурова [6], С. Бір [1], Т. Гамма [7], Ю. Лисенко [2], В. Молла [7], Л. Сергеева [6], І. Федотова [10] та ін. Однак при значній наявності наукових розробок з даної проблеми, ряд питань, що стосуються особливостей оцінки жит-

тєздатності сільськогосподарського підприємства в сучасних умовах господарювання, продовжують залишатися недостатньо дослідженими.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є обґрунтування методичного підходу до оцінки та прогнозування життєздатності сільськогосподарського підприємства.

Виклад основного матеріалу. В умовах нестабільності ринкового середовища кожне підприємство мусить визначати своєчасно найсуттєвіші чинники, як зовнішні, так і внутрішні, що впливають на їх діяльність і взагалі на життєздатність господарюючого суб'єкта. Вперше термін «життєздатна система» застосував кібернетик Стаффорд Бір, який розробив концепцію нового наукового напрямку — модель життєздатної системи (VSM — Viable System Model). На його думку життєздатною є система, яка організована таким способом, щоб відповідати вимогам щодо виживання в умовах, які постійно змінюються [1].

Розвиток концепції життєздатності на теренах України відбувається в двох напрямках. З точки

зору Ю. Лисенко життєздатність — це можливість функціонування економічної системи протягом необмеженого періоду часу в умовах дії збурюючих факторів при прийнятному рівні ефективності [2]. На думку Л. Сергєєвої «життєздатна система — це система, що здатна нескінченно довго зберігати й підтримувати самостійне існування» [3].

Життєздатність підприємства нерозривно пов'язана із його економічно-безпечним розвитком, оскільки безпека підприємства визначає його життєздатність, яка в свою чергу відображає здатність протистояти різноманітним загрозам [4].

На нашу думку, на життєздатність підприємства впливають також галузеві особливості. Сільське господарство відноситься до специфічної сфери економічної діяльності, оскільки основним засобом виробництва є земля, а у виробничому процесі приймають участь живі організми, що зумовлює вплив на ефективність господарювання не лише соціально-економічних факторів, а й природних. Тому неодмінною умовою життєздатності сільськогосподарського підприємства є ефективне землекористування на основі екологічно безпечного розвитку і з урахуванням природної компоненти.

Сільське господарство відноситься до найбільш конкурентних галузей економіки, яке не має змоги дуже швидко змінювати структуру виробництва у відповідь на зміну ринкової кон'юнктури через особливості виробничого процесу та необхідність дотримання сівозмінних вимог [5].

Отже, під життєздатністю сільськогосподарського підприємства слід розуміти його здатність зберігати фінансово-економічну стійкість на основі ефективного використання природно-виробничого потенціалу та витримувати конкуренцію на ринку в умовах мінливості та нестабільності.

Головна проблема при проведенні оцінки життєздатності підприємства полягає у визначенні відповідної системи показників. У визначенні Л. Сергєєвої та А. Бакурової життєздатна система — це система, що здатна нескінченно довго зберігати й підтримувати самостійне існування. На їх думку, оцінка життєздатності системи G є функцією оцінок стійкості Y , що характеризує взаємодію системи із середовищем; надійності N , що характеризує внутрішні сили системи; та живучості T , що характеризує потенціал системи, який спрямований на розвиток: $G = f(Y, N, T)$ [6].

Особливе місце життєздатності обумовлено основними компонентами (ознаками), що для неї характерні: платоспроможність, фінансова стійкість, ділова активність, інтенсивність використання ресурсів, конкурентоспроможність, а також сутніс-

ною природою головних економічних категорій: прибутку, фінансів, кредиту, котрі виступають її фундаментом [7].

Отже, більшість науковців ототожнюють поняття життєздатності із категорією фінансової стійкості та прибутковості. Але, це лише в деякій мірі відображає дійсність. Життєздатність підприємства передбачає взаємодію як внутрішніх факторів впливу: величини природно-виробничого потенціалу, ефективності використання ресурсів, рівня менеджменту на підприємстві та ін., так і зовнішніх: вплив державної економічної політики, взаємодія з контрагентами на ринку, інвестиційний клімат в країні та галузі і т.п. вплив зовнішніх факторів впливу проявляється у показниках конкурентоспроможності, оскільки вони інтегрують в собі різноманітні аспекти взаємодії зовнішнього середовища і підприємства [8].

На нашу думку, визначення життєздатності підприємства з позиції ресурсного підходу відображає більшою мірою внутрішнє середовище підприємства, його здатності вести ефективну виробничу діяльність в поточний момент при нестабільності зовнішнього середовища, появи зовнішніх і внутрішніх економічних погроз. В сучасних умовах ринкових відносин взаємодія з зовнішнім середовищем, врахування його впливу може відігравати вагомий роль у розвитку підприємства. Поняття життєздатності підприємства, як ми вважаємо, має містити по-можливості такі характерні риси, за якими можна буде судити про ймовірність успішного довгострокового функціонування підприємства в майбутньому [9].

Володіючи рядом характеристичних ознак, таких як латентна природа, прогностичний характер, обумовленість майбутніми умовами, залежність від величезного числа різноманітних факторів, життєздатність підприємства є багатоплановою, синтетичною властивістю підприємства і надзвичайно складним об'єктом для оцінки.

Виходячи з цього, ми вважаємо можливим запропонувати модель оцінки життєздатності для сільськогосподарських підприємств. В даному випадку, нами розглядається модель, яка ґрунтується на трьох векторних рівнях:

- стійкості, який визначається через показники, що оцінюють фінансовий стан підприємства;
- конкурентоспроможності, який показує конкуренту позицію підприємства у порівнянні із середньогалузевими значеннями;
- розвитку, який характеризує наявний потенціал та ступінь його використання.

Важливе значення мають вибір конкретних показників та методичний підхід щодо їх розрахунку.

Серед великої кількості показників, що використовують для характеристики фінансового стану підприємства ми обрали п'ять основних: коефіцієнт фінансової незалежності, який показує частку власних ресурсів в загальній сумі активів; коефіцієнт платоспроможності, який показує, яку частку поточних зобов'язань підприємство здатне покрити грошовими коштами; коефіцієнт швидкої ліквідності, який показує, яку частку поточних зобов'язань підприємство здатне покрити в короткостроковому періоді за рахунок швидкоореалізуємих активів; коефіцієнт фінансової стійкості, який показує співвідношення власного та залученого капіталу; та коефіцієнт співвідношення реальних активів і вартості майна, який показує яка частка активів є реальними, а отже приймає безпосередню участь у виробничому процесі.

Серед багатьох показників, які використовують для визначення рівня конкурентоспроможності ми виділили шість основних: ефективність використання головного ресурсу — землі (обсяг продукції, величина грошового доходу та прибутку в розрахунку на 1 га), ефективність використання трудових ресурсів (продуктивність праці та середньомісячна зарплата 1 працівника) та ефективність використання матеріальних ресурсів (величина матеріальних ресурсів в розрахунку на 1 грн виробленої валової продукції). Решта показників, на нашу думку є або менш значимими, або похідними від цих основних. По кожному показнику на основі індексного підходу [10] визначається співвідношення значень підприємства та середньогалузевих. Отриманий коефіцієнт дозволяє визначити рівень конкурентоспроможності по даному параметру.

Показники, що характеризують розвиток підприємства, на нашу думку, повинні відображати забезпеченість основними ресурсами та ефективність їх використання. Зрозуміло, що чим більше використовується показників, тим точніше буде оцінка. Проте, частина показників є взаємозалежні (наприклад фондодіддача та фондоемність), а частина має несуттєве значення для більш точної оцінки. Тому, ми вважаємо що для адекватної оцінки достатньо буде використання найбільш важливих: фондозабезпеченості землі та фондоозброєності праці (які характеризують рівень забезпеченості та взаємозв'язку основних ресурсів — землі, праці та капіталу) а також землевіддачі (виробництво валової продукції в розрахунку на 1 га с.-г. угідь), фондодіддачі та продуктивності праці, які характеризують ефективність використання наявного потенціалу.

Життєздатність підприємства не є статичною категорією. Сучасна економіка є надзвичайно ди-

намічною і її учасники приймають рішення в умовах турбулентності, викликаній різноманітними соціально-економічними та політичними факторами. Тому для кожного господарюючого суб'єкта важливо здійснювати постійний моніторинг власної життєздатності, а це передбачає її оцінку в динаміці. Саме такий підхід своєчасно вказує на появу як позитивних, так і негативних тенденцій розвитку, що є підставою для прийняття відповідних адекватних управлінських рішень.

Методичний підхід до динамічної оцінки життєздатності сільськогосподарського підприємства базується на розрахунку відповідних індексів по кожному вектору моделі (як часткових, так і комплексних), а потім на їх основі визначення інтегрального індексу життєздатності.

Порядок розрахунку часткових індексів по кожному вектору (1).

$$I_i^v = \frac{\Pi_t^i}{\Pi_B^i}, \quad (1)$$

де I_i^v — індекс i -го показника v -го вектору;

Π_t^i — значення i -го показника в поточному році;

Π_B^i — значення i -го показника в базовому році.

Після розрахунку часткових індексів по даному вектору, розраховується по кожному року комплексний індекс даного вектору на основі середньогометричної (2).

$$I_v = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n I_i^v}, \quad (2)$$

де I_v — комплексний індекс v -го вектору

Завершальним етапом є розрахунок інтегрального індексу життєздатності на основі середньозваженої арифметичної з урахуванням вагомості кожного вектору (3)

$$I_{\text{ж}} = I_p * a_p + I_c * a_c + I_k * a_k, \quad (3)$$

де $I_{\text{ж}}$ — інтегральний індекс життєздатності;

I_p, I_c, I_k — комплексні індекси по векторам: розвитку, стійкості та конкурентоспроможності відповідно;

a_p, a_c, a_k — вагові коефіцієнти вагомості по векторам: розвитку, стійкості та конкурентоспроможності відповідно;

$$a_p + a_c + a_k = 1.$$

Вагові коефіцієнти визначаються на основі експертних оцінок важливості кожного вектору з використанням правила Фішберна (4).

$$I_{\text{ж}} = I_p * 0,5 + I_c * 0,25 + I_k * 0,25 \quad (4)$$

Використовуючи вищенаведений методичний підхід, було розраховано комплексні індекси векторів розвитку, стійкості та конкурентоспроможності, а також інтегральний індекс життєздатності на одно-

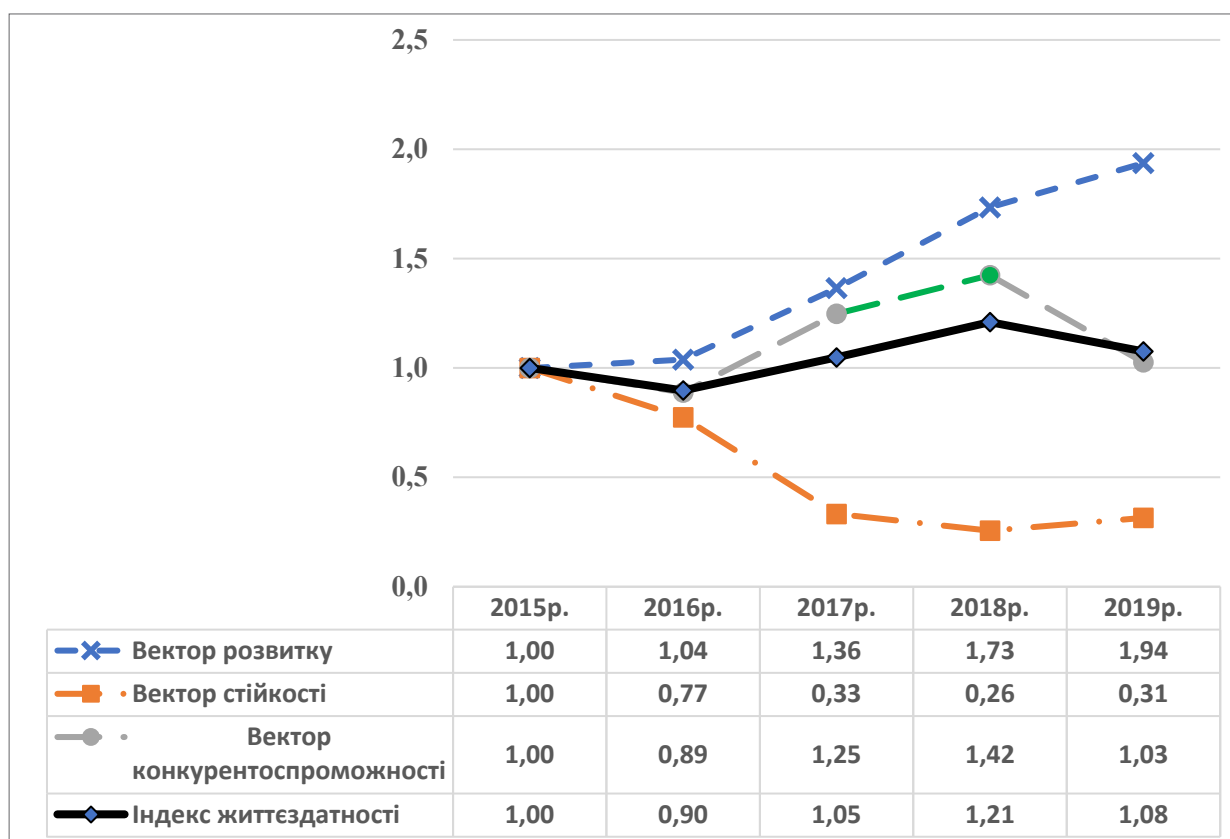


Рис. 1. Динаміка індексу життєздатності та його складових

Джерело: розробка авторів

му із сільськогосподарських підприємств Сумської області за період 2015–2019рр. На основі проведеної оцінки було зроблено прогноз зміни індексу життєздатності на наступні 2 роки, з використанням пакету прикладних програм MS Exell.

Були спрогнозовані значення індексів по кожному вектору з використанням сценарного підходу. Після цього з використанням формули (4) був розрахований інтегральний індекс життєздатності.

Прогнозні значення індексу життєздатності наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Прогнозні значення індексу життєздатності за різних сценаріїв

Сценарії	2019р. (факт)	2020р.	2021р.
Базовий	1,08	1,26	1,35
Песимістичний	1,08	1,01	1,10
Оптимістичний	1,08	1,51	1,62

Джерело: розробка авторів

Прогнозні розрахунки показали, що за найбільш реальним — базовим — сценарієм життєздатність підприємства буде зростати, але це не повинно заспокоювати керівництво та спеціалістів, а навпаки спонукати їх до пошуку шляхів реалізації оптимістичного сценарію.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, побудований алгоритм оцінки життєздатності підприємства, що включає оцінку динаміки показників, їх факторний аналіз і визначення стану життєздатності, який дозволяє не тільки оцінити поточний стан, а й спрогнозувати перспективний розвиток, що дає можливість підприємству своєчасно виявляти відхилення та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Перспектива подальших досліджень полягає в уточненні набору показників, що використовуються для оцінки життєздатності за векторами розвитку, стійкості та конкурентоспроможності.

Література

1. Стэффорд Бир. Мозг фирмы. URL: <https://docplayer.ru/35995750-Stefford-bir-mozg-firmy.html>
2. Методология моделирования жизнеспособных систем в экономике: [монография] / Ю. Г. Лысенко, В. Н. Тимохин, Р. А. Руденский [и др.]. Донецк: Юго-Восток Лтд, 2009. 350 с.
3. Андрищенко І. Є. Узагальнення показників життєздатності промислового підприємства // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 14. С. 116–118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_14_28.
4. Пилипенко Н. М. Основні засади формування системи забезпечення економічно-безпечного розвитку сільськогосподарського підприємства. // Ефективна економіка. 2019. № 1. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.1.43
5. Pylypenko Nadiia M., Pylypenko Viacheslav V., Kuchkova Kristina O. Competitive Advantages of Agricultural Enterprises from the Perspective of the Analysis of the Competition's Conditions // Journal of Advanced Research in Law and Economics, [S.l.], dec. 2019. V. 9. No. 8. PP. 2774–2789. ISSN 2068–696X. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jarle/article/view/4144>
6. Сергеева Л. Н., Бакурова А. В. Концепція моделювання стійкості життєздатності соціально-економічних систем // Економічна кібернетика. 2009. № 2. С. 54–67.
7. Молла М. Г., Гамма Т. М. Концептуальні положення формування стратегії життєздатності підприємства // Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень: монографія / за ред. О. Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2010. С. 348–356.
8. Пилипенко Н. М., Прядка С. І. Конкурентоспроможність як чинник економічно-безпечного розвитку сільськогосподарського підприємства // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2019. № 10. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2019-10-5256>
9. Федотова І. В. Методичні основи оцінки життєздатності підприємств Економіка АПК. 2020. № 7. С. 77–83.
10. Pylypenko N., Klietsova N. & Stoianenko I. An empirical analysis of competitiveness factors of the region's agrarian sector // Baltic Journal of Economic Studies. December 2019. Vol. 5. No. 5. PP. 128–135. doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-5-128-135>

References

1. Stefford Bir. Mozg firmy. URL: <https://docplayer.ru/35995750-Stefford-bir-mozg-firmy.html>
2. Metodologiya modelirovaniya zhyznеспособных system v ekonomyke: [monoghrafyja] / Ju. Gh. Lysenko, V. N. Tymokhyn, R. A. Rudenskyj [y dr.]. Doneck: Jugho-Vostok Ltd, 2009. 350 s.
3. Andrjushhenko I. Je. Uzaghaljnennja pokaznykiv zhyttjezdatnosti promyslovogho pidpryjemstva // Naukovyj visnyk Mizhnarodnogho ghumanitarnogho universytetu. Serija: Ekonomika i menedzhment. 2015. Vyp. 14. S. 116–118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_14_28
4. Pylypenko N. M. Osnovni zasady formuvannja systemy zabezpechennja ekonomichno-bezpechnogho rozvytku sil'skogospodars'kogho pidpryjemstva. // Efektyvna ekonomika. 2019. # 1. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.1.43
5. Pylypenko Nadiia M., Pylypenko Viacheslav V., Kuchkova Kristina O. Competitive Advantages of Agricultural Enterprises from the Perspective of the Analysis of the Competition's Conditions // Journal of Advanced Research in Law and Economics, [S.l.], dec. 2019. V. 9. No. 8. PP. 2774–2789. ISSN 2068–696X. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jarle/article/view/4144>.
6. Serghjejeva L. N., Bakurova A. V. Koncepcija modeljuvannja stijkosti zhyttjezdatnosti socialjno ekonomichnykh system // Ekonomichna kibernetika. 2009. #2. S. 54–67.
7. Molla M. Gh., Ghamma T. M. Konceptualjni polozhennja formuvannja strateghiji zhyttjezdatnosti pidpryjemstva // Ekonomika pidpryjemstva v umovakh rynkovykh peretvorenj: monoghrafija / za red. O. Gh. Jankovogho. Odessa: Atlant, 2010. S. 348–356.
8. Pylypenko N. M., Prjadka S. I. Konkurentospromozhnistj jak chynnyk ekonomichno-bezpechnogho rozvytku sil'skogospodars'kogho pidpryjemstva // Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal «Internauka». Serija: «Ekonomichni nauky». 2019. #10. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2019-10-5256>
9. Fedotova I. V. Metodychni osnovy ocinky zhyttjezdatnosti pidpryjemstv Ekonomika APK. 2020. # 7. S. 77–83.
10. Pylypenko N., Klietsova N. & Stoianenko I. An empirical analysis of competitiveness factors of the region's agrarian sector // Baltic Journal of Economic Studies. December 2019. Vol. 5. No. 5. PP. 128–135. doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-5-128-135>

Цимбал Людмила Іванівна

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри міжнародної економіки*

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Цымбал Людмила Ивановна

*доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры международной экономики*

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

Tsymbal Lyudmyla

Doctor of Economics, Associate Professor,

Professor of the Department of International Economics

Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman

ORCID: 0000-0002-0873-9227

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6863

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА ТА ОФШОРИЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА И ОФШОРИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

SHADOW ECONOMY AND OFFSHORE ECONOMIC ACTIVITY

Анотація. Тіньова економіка, без сумніву, належить до провідних напрямів дослідження в контексті освоєння важелів державного регулювання національної економіки. Надаючи тлумачення тіньовій економіці, дослідник зважає на ресурсний аспект її існування, а, радше, на її пристосованість та вплив на інституційні ізоморфізми. В статті визначено відсутність єдиного підходу до тлумачення економічної дефініції «тіньова економіка», що в першу чергу визначається складністю та багатоаспектністю цього економічного поняття. В силу масштабів тіньової економіки (за оцінкою інтегрального показника рівня тіньової економіки в Україні її обсяг становить 30% від валового внутрішнього продукту), а також на прихований характер її функціонування як окремого середовища національної економіки, досі вагомий вплив на ефективність визначення рівня тіньової економіки справляє метод її оцінки. В структурі тіньової економіки в сучасних економічних відносинах визначається і офшорна діяльність, як особливий вид прихованої економіки, що уникає сплати податків, або здійснюється з метою податкової оптимізації, формування виробничих конкурентних переваг та глобальних виробничих ланцюжків. Для держави ж відбувається тиск на фінансову безпеку, що спричинено зменшенням та розмиванням податкової бази, формуванням системи податкових знижок, отримання незаконних або неправомірних вигод, компенсацій, пільг чи субсидіювання. Важливість такого питання викликана і масштабами цього економічного явища, адже за експертними оцінками в офшорних зонах і сірій економіці обертається близько третини світового валового внутрішнього продукту, а втрати економік досить значні, так, Сполучені Штати Америки щороку втрачають від такої діяльності близько 450 млрд. дол., а Україна близько 6 млрд. дол. Власне поєднання таких складних процесів і викликає науковий інтерес.

Ключові слова: тіньова економіка, тіньова діяльність, офшорингова діяльність, офшоринг.

Аннотация. Теневая экономика, несомненно, принадлежит к ведущим направлений исследования в контексте освоения рычагов государственного регулирования национальной экономики. Предоставляя толкования теневой экономики, исследователь учитывает ресурсный аспект ее существования, а скорее на ее приспособленность и влияние на институциональные изоморфизма. В статье определено отсутствие единого подхода к толкованию экономической

дефініції «теневая економіка», що в першу чергу визначається складністю і багатоаспектністю цього економічного поняття. В силу масштабів теневої економіки (по оцінці інтегрального показателя рівня теневої економіки в Україні її обсяг становить 30% від валового внутрішнього продукту), а також прихований характер її функціонування як окремої середовища національної економіки, до сих пор значительное вплив на ефективність визначення рівня теневої економіки викликає метод її оцінки. В структурі теневої економіки в сучасних економічних відносинах визначається і оффшорна діяльність, як особливий вид прихованої економіки, уникає сплати податків, або здійснюється з метою податкової оптимізації, формування виробничих конкурентних переваг і глобальних виробничих ланцюжків. Для держави ж виникає тиск на фінансову безпеку, що викликане зменшенням і розмиванням податкової бази, формуванням системи податкових скидок, отримання незаконних або неправомірних вигод, компенсацій, пільг або субсидування. Важливість такого питання викликана і масштабами цього економічного явища, адже за експертними оцінками в оффшорних зонах і сірій економіці повертається близько третини світового валового внутрішнього продукту, а втрати економік дуже значущі, так, Сполучені Штати Америки щорічно втрачають від такої діяльності близько 450 млрд. дол., а Україна близько 6 млрд. дол. Саме поєднання таких складних процесів викликає науковий інтерес.

Ключевые слова: теневая економіка, теневая діяльність, оффшорна діяльність, оффшоринг.

Summary. The shadow economy, without a doubt, is one of the leading areas of research in the context of mastering the levers of state regulation of the national economy. In interpreting the shadow economy, the researcher takes into account the resource aspect of its existence, but rather its adaptability and impact on institutional isomorphisms. The article identifies the lack of a unified approach to the interpretation of the economic definition of «shadow economy», which is primarily determined by the complexity and multifaceted nature of this economic concept. Due to the scale of the shadow economy (according to the integrated indicator of the shadow economy in Ukraine, its volume is 30% of gross domestic product), as well as the hidden nature of its functioning as a separate environment of the national economy, the method still has a significant impact on her assessment. In the structure of the shadow economy in modern economic relations is defined and offshore activities as a special type of hidden economy that avoids paying taxes, or is carried out for tax optimization, the formation of industrial competitive advantages and global production chains. For the state, there is pressure on financial security, which is caused by the reduction and erosion of the tax base, the formation of a system of tax rebates, obtaining illegal or illegal benefits, compensation, benefits or subsidies. The importance of this issue is due to the scale of this economic phenomenon, because according to expert estimates in offshore zones and the gray economy revolves about a third of world gross domestic product, and economic losses are quite significant, so the United States loses about \$ 450 billion annually., and Ukraine about 6 billion dollars. The actual combination of such complex processes is of scientific interest.

Key words: shadow economy, shadow activity, offshoring activity, offshoring.

Постановка проблеми. Тіньова економіка в економічній практиці будь якої країни має досить неоднозначне розуміння та трактування, оскільки загалом саме визначення сутності тіньової економіки свідчить про її прихованість від органів обліку, статистики, державного контролю. Уникання оподаткування, отримання неправомірної вигоди, оптимізація податкової бази можуть реалізовуватись як шляхом приховування частини господарської діяльності так і шляхом її документарного зменшення за рахунок офшоризації, або приховування економічної діяльності як елемента функціонування компаній з іншим резидентством. В цьому аспекті важливим завданням постає визначення масштабів тіньової економіки в структурі економічної діяльності та її взаємозв'язок з офшорними зонами чи офшоризацією господарської діяльності.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Дослідженню проблем тіньової економіки та оцінки її

виміру приділяється значна увага наукового співтовариства. Послугуючись науковими доробками Я. Жаліло [10] та С. Баранова [7], розкриваються теоретичні підходи до тлумачення тіньової економіки з економічної точки зору. Юридичні аспекти розвитку тіньової економіки виділені в працях З. Варналія [8] та В. Мандибури [15]. Зарубіжні науковці, зокрема, Ф. Шнайдер [3] та Р. Остеркамп [2] пропонують універсальний метод оцінки тіньової економіки в країнах світу та доповнюють зміст теоретичного доробку стосовно явища тіньової економіки. Математичне обчислення масштабів тіньової економіки, її вплив на макроекономічні показники лежать в основі наукового пошуку Коляди Ю. В. [13] та Ляшенко О. І. [14]. Проте поза увагою залишається питання тіньової економіки та її зв'язком з офшоризацією економічної діяльності.

Відповідно до цього метою статті є визначення теоретичної сутності «тіньової економіки», ключових

підходів до її обрахунку та взаємозв'язку з офшоризацією економічної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Визначенню сутності поняття тіньової економіки передують обумовлення її властивостей, внаслідок чого трактування тіньової економіки не є загальновизнаним та впровадженим в якості безумовного наукового терміну поняттям.

Як бачимо розуміння тіньової економіки досить неоднозначне і вимагає уточнення дефініції у подальших наукових доробках. В розрізі видів діяльності за критерієм легальності або законності міжнародна практика доводить сутність тіньової економіки як багатоаспектного поняття, оскільки тіньова економіка включає незареєстрований дохід від законної та незаконної діяльності, що повинні оподатковуватися за умов звітування перед фіскальними органами. Досліджуючи окремі аспекти тіньової економіки, науковці надають перевагу функціональним визначенням тіньової економіки, тому найбільш універсальним вважається визначення тіньової економіки, запропоноване Міжнародним валютним фондом, однак необхідно враховувати, що «тіньова економіка є стихійна і творча реакція народу на неспроможність корумпованої держави задовольняти основні потреби збобілих мас», таким чином необхідно пов'язувати феномен корупції, тіньової економіки та офшорингової діяльності [18; 17].

Середній розмір тіньової економіки у 158-ми країнах за період з 1991 по 2015 рік становить 31,9%. Найбільший показник демонструє Зімбабве з 60,6% та Болівія з 62,3% ВВП. Найнижчі — Австрія з 8,9% та Швейцарія з 7,2% [1]. Найбільш низькі відносні показники частки тіньового сектору (на рівні 8–10% ВВП) серед країн світу мають також США і Японія. В цілому, низькі або середні показники тіньової економіки властиві країнам ЄС. Цікавим є також і те,

що згідно досліджень французького «Le Monde», 66,5% тіньової економіки ЄС становить нелегальна праця людей, які найчастіше працюють у будівництві, сільському господарстві та працюють вдома [16]. Інші 33,5% утворюють доходи, які приховуються від податкових органів, найчастіше у сфері роздрібної торгівлі (це можуть бути прибутки барів, оплата за послуги таксі тощо). Найбільші розміри тіньової економіки у будівництві — 35%, оптовій і роздрібній торгівлі — 25%. Натомість, в Україні найбільш тінізованим сектором економіки є фінансовий (40%), великий відсоток тіньової діяльності також у добувній (30%) та переробній промисловості (22%). Враховуючи особливості розвитку країн ЄС, можна виділити декілька чинників, які обумовлюють існування тіньової економіки в них:

- недостатній рівень розвитку товарно-грошових відносин, соціально-економічної інфраструктури та інститутів;
- надлишкова пропозиція праці;
- низьке економічне зростання;
- нерівність доходів;
- висока частка офшоризації господарської діяльності;
- корупція та неефективність державного регулювання та ін.

Власне визначаючи рівень тіньової економіки та її взаємозв'язок із ВВП можемо відмітити тісний взаємозв'язок (рис. 1).

Як видно з діаграми, за початковими даними ВВП і обсягами тіньової економіки країн, формуються певні кластери країн, які мають подібності у розмірі ВВП і обсягах тіньової економіки. Найближче всього до України на діаграмі знаходяться Болгарія і Туреччина. Також поряд з нею Румунія і Білорусь, які мають трохи вищий рівень тіньової економіки.

Таблиця 1

Теоретичні підходи до феномену тіньової економіки

Ф. Шнайдер	незареєстрована на даний момент економічна діяльність, яка була б офіційно обчислена або спостережена як частка у валовому національному доході, якщо вона спостерігатиметься [4]
Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України	незареєстрована в установленому порядку економічна діяльність суб'єкта господарювання, яка характеризується мінімізацією витрат на виробництво товарів, виконання робіт та надання послуг, ухиленням від сплати податків, зборів (обов'язкових платежів), статистичного анкетування та подання статистичної звітності, наслідком якого є порушення законодавчо встановлених норм (рівень мінімальної заробітної плати, тривалість робочого часу, умови і безпека праці тощо)
Міжнародний валютний фонд	Тіньова економіка охоплює економічну діяльність, яка прихована від офіційних органів влади з грошових, регулятивних та інституційних причин [1]
З. Варналії	Тіньова економіка — це складне явище, представлене як сукупність неконтрольованих і не регульованих як протиправних так і законних економічних відносин між суб'єктами економічної діяльності, які мають на меті незаконне (неофіційне) отримання доходу [9]

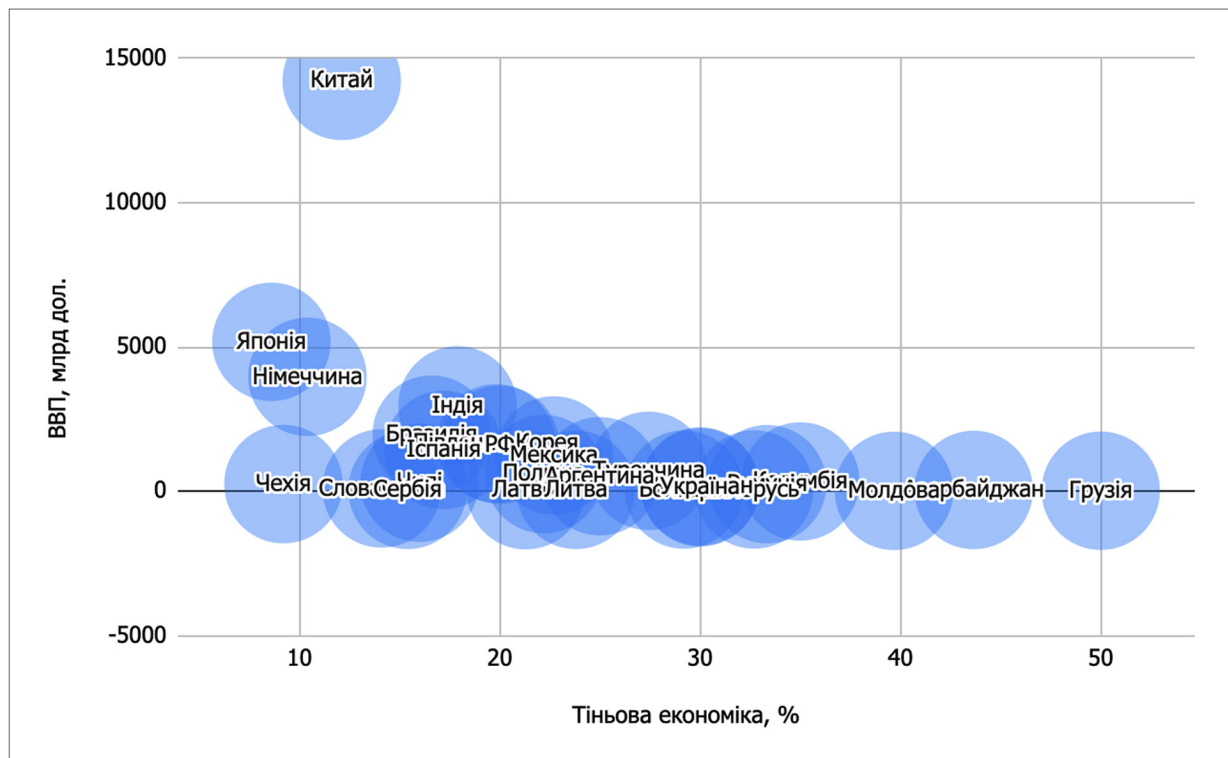


Рис. 1. Взаємозв'язок між ВВП і рівнем тіньової економіки країн

Ще далі — Молдова, Азербайджан, Грузія, які мають значно вищий рівень тіньової економіки.

Варто відмітити, що не лише країни з перехідними економіками, або економіками, що трансформуються мають надзвичайно високий рівень тіньової економіки, так, наприклад Китай має тіньовий відтік капіталу (і в офшорні зони в тому числі) на рівні вищому ніж 296 млрд. дол. США, Мексика демонструє показники на рівні близько 65 млрд. дол. Високі показники мають також Польща (52 млрд. дол.), Росія (43 млрд. дол.), Малайзія (41 млрд. дол.), Індія (більше 40 млрд. дол.) та ін. [5, с. 18]. В Україні ж наприклад відбувається певне органічне взаємопереплетення офшорингової активності та тіньової економіки, що особливо гостро проявляється у товарній політиці та формуванні політики фінансового моніторингу та транскордонного руку грошового капіталу, особливої актуальності це набуває для сфер, які схильні і класично характеризуються самим високим рівнем тінізації та офшоризації в Україні [12]. Варто відмітити, що щорічні втрати Україні від недоотриманих податків через тіньову та офшорну діяльність становлять близько 6 млрд. дол. США [11, с. 77].

Крім того, до високотінізованих секторів економічної діяльності відноситься власне фінансовий сектор: банківські установи, мікрофінансові організації. Не так давно були прийняті поправки до закону «Про споживче кредитування», який до цього

не поширювався на мікрофінансові організації. Але при цьому дані організації продовжують функціонувати у «сірій» зоні законодавства, по причині відсутності єдиного формалізованого підходу до їх реєстрації та окремих законів щодо функціонування МФО, можливостям здійснювати діяльність і через офшорні компанії в тому числі. Власне фінансова активність проявляється і в царині інвестування, яке в Україні наприклад набуває офшоризованих характеристик, адже одним із найбільших інвесторів української економіки є, наприклад, Кіпр, що є однією з активних офшорних зон, за експертними оцінками саме в кіпріотські установи виведено до 150 млрд. дол. [6, с. 15].

Загалом втрати національних економік від тіньової та офшорингової діяльності формують значний тиск на фінансову безпеку держави, оскільки унеможливають вільне користування фінансовими ресурсами в економічній діяльності, однак в сучасних реаліях офшорингова та тіньова діяльність стають можливостями для компаній щодо формування їх конкурентних переваг. Це викликає певну суперечність між бажанням компаній оптимізувати свої видатки та необхідністю країн наповнювати свої бюджети.

Висновки. Тіньова економіка це складне соціально-економічне явище, яке потребує комплексного дослідження і виокремлення в його структурі частки офшоризації як окремого елементу економічних взаємовідносин. З огляду на значну

залежність макроекономічних результатів країни та тіньової економіки, офшоризації економічної діяльності потребує розробки цілеспрямованої державної стратегії мінімізації цих негативних явищ та розвитку добросовісної конкуренції, ефективного антимонопольного регулювання. Контролююча функція держави в сучасних умовах спрямована на підвищення ефективності та якості державного

управління економікою, зниження неефективних бюджетних витрат, боротьбу з нецільовим використанням і розкраданням державних коштів, корупцією, офшорингом. Господарське ж законодавство має бути спрямоване на стимулювання виробництва, санкції за порушення існуючих норм, формування прийнятної рівня оподаткування, прозорість фінансової діяльності суб'єктів господарювання.

Література

1. Medina L., Schneider F. Shadow Economies Around the World: What Did We Learn Over the Last 20 Years? // IMF Working Paper. 2018. PP. 50–54, 76.
2. Osterkamp R., Eller M. How Decentralized is Government Activity? // CESifo DICE Report — Journal for Institutional Comparisons. 2003. No.1, 1.
3. Schneider F. IAW: Prognose zur Entwicklung der Schattenwirtschaft. 2013. URL: http://www.econ.jku.at/members/Schneider/files/publications/2013/PE_Schwarzarbeit_Januar2013%20final.pdf
4. Schneider Friedrich & Osterkamp Rigmarr. Schattenwirtschaft in Europa. 2000.
5. Trade-Related Illicit Financial Flows in 135 Developing Countries: 2008–2017 // Global Financial Integrity. March 2020.
6. What to Do When Foreign Direct Investment Is Not Direct or Foreign. OECD. 2017. URL: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/319451493385113949/pdf/WPS8046.pdf>.
7. Баранов С.О. Тіньова економіка: сутність, причини, соціально-економічні наслідки та шляхи подолання в Україні // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2015. № 3. С. 47–55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_3_9
8. Варналії З.С. Теоретичні засади детінізації економіки України // Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2014. № 1. С. 46–53. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vvpi_2014_1_9
9. Варналії З. Шляхи детінізації економіки України та її особливості // Банківська справа. 2007. № 2. С. 56.
10. Жаліло Я.А. Тіньова економіка як «інституційна пастка» на шляху економічної модернізації. Економічна теорія. 2018. № 2. С. 22–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2018_2_4
11. Запобігання неналежному використанню платниками податків України організаційно-правових форм нерезидентів при здійсненні контрольованих операцій / за заг. ред. С.С. Брехова, Д.М. Стародуба. Хмельницький, Фоп Мельник А.А. 2019.
12. Звільнення від ПДВ операцій з експорту зернових та олій — на етапі обговорення // Вісник все про податки. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100010586-zvylennya-vid-pdv-operatsiy-z-eksportu-zernovikh-ta-oliy-na-etapi-obgovorennya/>
13. Коляда Ю.В. Адаптивна парадигма моделювання коеволюції офіційної й нелегальної економік // Актуальні проблеми економіки. 2016. № 3. С. 345–352. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_3_42
14. Ляшенко О.І. Математичне моделювання динаміки відкритої економіки: (Монографія). Рівне: Волинські обереги, 2005. С. 978–986.
15. Мандибур В.О. Тіньова економіка як об'єкт системного наукового дослідження [Текст]: В.О. Мандибур // Публікація Науково-аналітичного управління Секретаріату Верховної ради України, 2007.
16. Офіційний інформаційний портал. URL: <https://www.lemonde.fr/>
17. П'ясецька-Устич С.В. Корупція і тіньова економіка в системі соціально-економічних відносин суспільства // Науковий збірник Миколаївського нац. ун-ту ім. В.О. Сухомлинського. Миколаїв: МНУ, 2016. С. 34–39.
18. Сото Э. де. Иной путь. Невидимая революция в третьем мире. М.: Catallaxy, 1995. С. 85.

References

1. Medina L., Schneider F. Shadow Economies Around the World: What Did We Learn Over the Last 20 Years? // IMF Working Paper. 2018. PP. 50–54, 76.
2. Osterkamp R., Eller M. How Decentralized is Government Activity? // CESifo DICE Report — Journal for Institutional Comparisons. 2003. No.1, 1.

3. Schneider F. IAW: Prognose zur Entwicklung der Schattenwirtschaft. 2013. URL: http://www.econ.jku.at/members/Schneider/files/publications/2013/PE_Schwarzarbeit_Januar2013%20final.pdf
4. Schneider Friedrich & Osterkamp Rigmар. Schattenwirtschaft in Europa. 2000.
5. Trade-Related Illicit Financial Flows in 135 Developing Countries: 2008–2017 // Global Financial Integrity. March 2020.
6. What to Do When Foreign Direct Investment Is Not Direct or Foreign. OECD. 2017. URL: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/319451493385113949/pdf/WPS8046.pdf>.
7. Baranov S. O. Tinjova ekonomika: sutnistj, prychny, socialjno-ekonomichni naslidky ta shljakhy podolannja v Ukraini // Visnyk Nacionalnoji akademiji derzhavnogho upravlinnja pry Prezydentovi Ukrainy. 2015. # 3. S. 47–55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_3_9
8. Varnalij Z. S. Teoretychni zasady detinizaciji ekonomiky Ukrainy // Visnyk Vinnyckogho politekhnichnogho instytutu. 2014. # 1. S. 46–53. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vvpi_2014_1_9
9. Varnali Z. Shlyakhi detinizatsii ekonomiki Ukraїni ta її osoblivosti // Bankivska sprava. 2007. No 2. S. 56.
10. Zhalilo Ja. A. Tinjova ekonomika jak «instytucijna pastka» na shljakhu ekonomichnoji modernizaciji. Ekonomichna teoriya. 2018. # 2. S. 22–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2018_2_4
11. Zapobighannja nenaleznomu vykorystannju platnykamy podatkov Ukrainy orghanizacijno-pravovykh form nerezidentiv pry zdijsnenni kontroljovanykh operacij / za zagh. red. S. S. Brekhova, D. M. Staroduba. Khmeljnyckyj, Fop Meljnyk A. A. 2019.
12. Zviljnennja vid PDV operacij z eksportu zernovykh ta olij — na etapi obghovorennja // Visnyk vse pro podatky. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100010586-zvilnennja-vid-pdv-operatsiy-z-eksportu-zernovikh-ta-olij-na-etapi-obgovorennja/>
13. Koljada Ju. V. Adaptivna paradyghma modeljuvannja koevoljuciji oficijnoji j nelegchalnoji ekonomik // Aktualjni problemy ekonomiky. 2016. #3. S. 345–352. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_3_42
14. Ljashenko O. I. Matematychni modeljuvannja dynamiky vidkrytoji ekonomiky: (Monoghrafija). Rivne: Volynskij obereghy, 2005. S. 978–986.
15. Mandybura V. O. Tinjova ekonomika jak ob'jekt systemnogho naukogho doslidzhennja [Tekst]: V. O. Mandybura // Publikacija Naukovo-analitychnogho upravlinnja Sekretariatu Verkhovnoji rady Ukrainy, 2007.
16. Oficijnyj informacijnyj portal. URL: <https://www.lemonde.fr/>
17. P'jasecjka-Ustych S. V. Korupcija i tinjova ekonomika v systemi socialjno-ekonomichnykh vidnosyn suspiljstva // Naukovy zbirnyk Mykolaivs'kogho nac. un-tu im. V. O. Sukhomlyns'kogho. Mykolaiv: MNU, 2016. S. 34–39.
18. Soto E. de. Inoi put. Nevidimaya revolyutsiya v tretom mire. M.: Catallaxy, 1995. S. 85.

Zaika Svitlana

PhD in Economics, Docent

Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

ORCID: 0000-0001-8132-7643

Kuskova Svitlana

PhD in Economics, Docent

Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

ORCID: 0000-0002-4725-3537

Zaika Olena

Assistant

Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

ORCID: 0000-0002-7921-3273

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6805

INTELLECTUAL CAPITAL: ESSENCE AND STRUCTURAL COMPONENTS

Summary. The development of modern enterprises is due to the efficient use of intellectual resources, which during the improvement of management and production technologies are transformed into intellectual capital.

The concept of “intellectual capital” is relatively new. The first attempts to separate it from intellectual resources were made in the 60s of last century, and the full development of the term “intellectual capital” was only in the 90s. However, it is obvious that with a fairly wide use of this scientific category still in scientific and practical discussions there is no single and generally accepted definition, and in the scientific literature most authors do not attach much importance to the differences between intellectual resources, assets and capital.

On the one hand, intellectual capital, according to scientists, is the knowledge, skills and abilities of employees, as well as intangible assets. On the other hand, it is a system of relations between consumers of intellectual property.

In this case, considering intellectual capital only as a relationship or as a set of intangible assets and human capital loses the feature that is inherent in intellectual capital, what distinguishes it from other forms of capital and on the basis of which it has the ability to create new value.

Thus, the purpose of the study was to systematize the experience gained in studying the essence of intellectual capital and elucidating its component composition.

In our opinion, the study of intellectual capital should take into account three main components: human, structural and client capital, which are the result of cognitive activity of staff and management, forming its competitive advantages.

Possession of intellectual capital creates in enterprises the ability, taking into account which it can actively explore the opportunities that open up in the external environment, as well as maximize economic and other benefits that are not available to competitors. Thus, intellectual capital is not only a resource, but also a value that allows the company to develop sustainably, while demonstrating balanced economic growth.

Thus, the definition of the essence and component composition of intellectual capital creates a methodological basis for the formation of a management system for this resource.

Key words: intellectual capital, structural components, competitive development.

Statement of the problem. The current stage of economic development of the country is characterized

by significant changes, where intangible assets become one of the most important factors in the competitive

development of the national economy. These transformations actualize economic research in the category of “intellectual capital” in terms of defining its essence and studying the main components.

Analysis of recent researches and publications. The concept of “intellectual capital”, which was introduced into scientific language by J. Galbraith in 1969, is increasingly popular in the modern scientific world. Significant contribution to the study of this economic category was made by such foreign and domestic scientists as P. Sullivan [18], E. Brooking [3], N. Bontis, S. Richardson [2], I. Caddy [5], J. Ruus, S. Pike, T. Stewart, O. Kendyukhov [10], S. Kuzubov [12], N. Shpak [15], V. School, V. Shcherbachenko [14] and others. Despite the large number of scientific papers devoted to the study of this scientific category, this area of research is still very popular, because for both companies and scientists the priority is how and to what extent intellectual capital affects the activities of the enterprise and what can be achieved, possessing such knowledge to ensure its sustainable competitive development.

Formulation purposes of article (problem). The purpose of the article is to determine the essence of intellectual capital and its main components.

The main material. The functioning and development of modern enterprises depends on a number of conditions and is united by a set of external and internal factors. Among the key conditions for the development of enterprises, the main, according to most researchers, are:

- optimal institutional and legal environment and state support for innovation;
- free competition in the markets, which ensures sufficient consumer demand;
- active connection of the scientific and educational sector in the technological transfer [1; 5; 23].

Accordingly, environmental factors that will ensure the strategically sustainable and competitive development of modern enterprises must ensure the availability of markets, the absence of administrative and other barriers, political and social stability, freedom of legitimate entrepreneurship.

Factors of the internal environment of enterprise development are usually directly associated with the factors of production (capital, labor, natural resources, information resources, entrepreneurial talent). The ability of business leaders to effectively convert factors of production into economic benefits is commonly understood as the strategic potential that forms the intellectual capital of an entity and the latter is used by the company to create intellectual assets and economic and non-economic benefits not available to competitors. Given the high importance of the cognitive component,

it is proposed to explore in more detail the essence and content of the concept of “intellectual capital”.

Thus, intellectual capital plays a significant role in ensuring the competitiveness of both the individual enterprise and the national economy as a whole. Issues of intellectual capital assessment at the macroeconomic level remain relevant and debatable, despite the development and continuous improvement of scientific and methodological framework. Therefore, it is advisable to determine the theoretical meaning of this concept.

- the Ukrainian scientific environment is mainly dominated by the cost approach, according to which intellectual capital is understood as:
- value of intellectual (knowledge, skills, abilities) and intangible assets (patents, intellectual property, business reputation);
- value expression of human capital and intellectual property of the business entity;
- financial relations regarding the formation and use of knowledge, intellectual abilities of staff, which allows the company to receive economic benefits [9–11; 15].

However, the above list of definitions is not exhaustive, because in the works of Ukrainian scientists and researchers can be found many similar in content, but different in linguistic meaning definitions of “intellectual capital”. Foreign researchers and scholars, without rejecting the value concept of intellectual capital, focus more on the value component of this concept. In particular, intellectual capital from this point of view is proposed to mean:

- knowledge, skills and abilities of the company’s staff, the value of which lies in the ability to maximize profits;
- non-financial value and hidden strategic resource of enterprise development;
- intellectual activity, the value results of which can bring direct or indirect economic benefits in the present and future [3–8; 12].

There are other points of view on the essence of the concept of “intellectual capital”. For example, you can find a functional, market, factor approach to the interpretation of this concept [1; 9]. But one thing is certain here — the main source of intellectual capital is the knowledge, skills and abilities that a person has (as a human resource). Exploitation of these knowledge, skills and abilities allows the company to obtain additional or inaccessible to competitor’s benefits, i.e. to maximize income and profits [13; 18].

In other words, intellectual capital can also be viewed from the standpoint of enterprise resource theory, in

which its ability to maximize benefits not available to competitors is directly related to the presence of unique (excellent) key competencies. The key competencies are the necessary knowledge, transformed into the skills and abilities of management and operational staff, which provide and achieve the goals of operation and development of the enterprise, and maximize economic and other benefits, including inaccessible to competitors.

It follows that knowledge is a resource that forms the intellectual capital that is necessary for sustainable and competitive development of the enterprise. Given that knowledge is an intangible resource, respectively, and intellectual capital should be understood as a set of all assets and liabilities that do not have invariant monetary (value) expression, as well as all assets and liabilities that were formed through intensive exploitation knowledge resources [16; 21].

These assets and liabilities may be fully or partially controlled by the company, but must participate in the formation of values (benefits) not available to competitors, and are based on a specific resource of knowledge available to the company and this resource determines the structure of intellectual capital (Fig. 1).

At the same time, it should be noted at once that the definition of components that form intellectual capital is the most controversial point. Among the key components are:

- technical-structural, personnel, innovation, infrastructure component;
- human or personnel and structural component;
- client, human and structural component [1; 4].

The structural component is usually included in the set of assets and liabilities that determine the business

model of enterprise development. The client component includes a set of organizational internal and external relations that determine the interaction of the enterprise with staff, contractors and stakeholders based on the development strategy that defines the business model.

In turn, the human component is represented by the human resources of the enterprise, which are the carriers of knowledge, skills and abilities necessary for its activities, the establishment of external relationships, the formation of assets and liabilities that determine the business model of the enterprise. It should be noted that in determining the value of intellectual capital in practice, as a rule, there are problems with the assessment of the relative and personnel components, as it is necessary to take into account many factors [19].

For example, if you evaluate the relative component from the standpoint of cost or income approach, it is likely (taking into account in the first case transaction costs, and in the second case — income generated by intercompany cooperatives), you can get a relatively reliable estimate of the value of these components. But it is very difficult to assess the customer component from the standpoint of a market approach. At the same time, the practice of valuation activities has developed in Ukraine, which requires the use of three approaches (revenue, cost and market) to determine the reasonable value of any valuation object (including the components that form it).

A similar problem arises when assessing the human or human resources component of intellectual capital using traditional methods based on cost, revenue and market approach to valuation procedures. Therefore, we consider it appropriate to clarify the concept of “intellectual capital”, but to pre-determine its structural

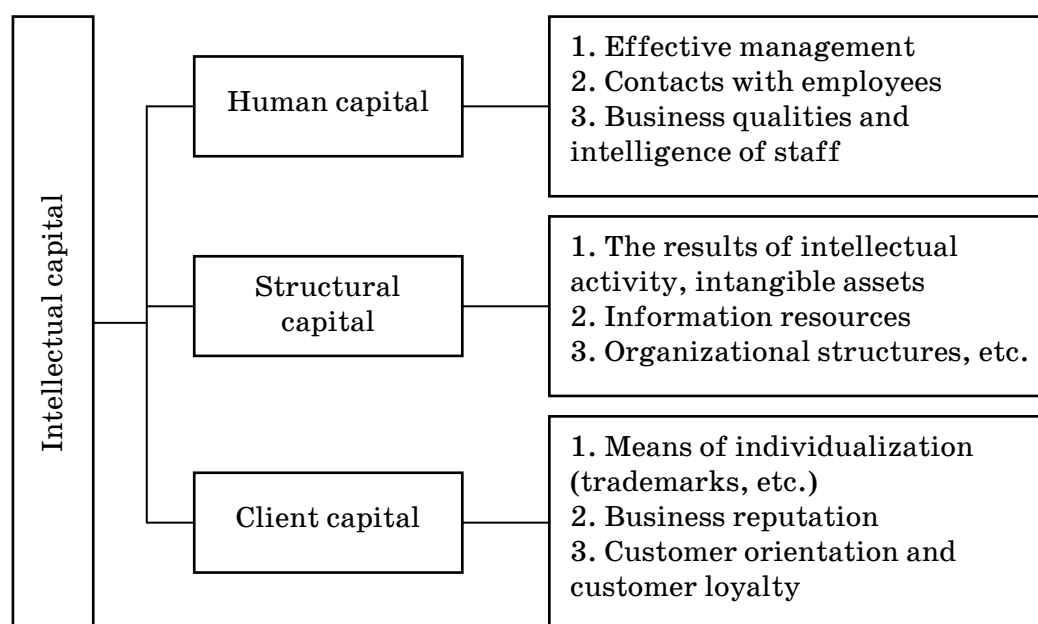


Fig. 1. The structure of intellectual capital of enterprises [17; 20]

components. Accordingly, at this stage we can preliminarily conclude that intellectual capital is a critical type of capital of modern enterprises, which along with financial and physical capital forms the ability to sustainable development while maximizing the economic benefits of the enterprise, inaccessible to competitors. Intellectual capital determines the optimality, rationality and intensity of use of other types of capital (financial and physical) [18].

Adhering to regulatory requirements, it should also be noted that assets and liabilities included in a component of intellectual capital must be included in the balance sheet of the enterprise (its official statements). However, some researchers argue that a new financial and management concept is needed to account for intellectual capital.

In the foreign scientific literature, there are discussions about the possibility of accounting for intellectual capital, and intellectual capital is sometimes presented as a “new goodwill”, or as a “set of intangible and intellectual assets.” Given that not all components of intellectual capital meet the requirements of the objects of accounting (controllability, valuation, etc.), it can be concluded that the terms “intangible assets” and “intellectual capital” are unequal.

Intellectual assets are an economic term that reflects the ability of an intangible asset to generate income. In the scientific and journalistic literature there are different approaches to understanding intellectual assets.

For example, S. Kuzubov, using the term “intellectual assets”, considers the economic resources of the enterprise, which are the result of creative, research or inventive activity, which have artificially created properties of exclusivity and are able to bring economic benefits. Intellectual assets, in addition to exclusive rights to intellectual property, include:

- unidentified intellectual property;
- commercial concession (franchise), Internet domain names;
- recognizable brand, human capital, etc. [12].

A similar position with S. Kuzubov [12] is followed by other scientists. At the same time, they believe that human capital should be differentiated as used and reserve, and it is used human capital should be included in the list of intellectual assets of the enterprise. In turn, N. Shpak [15] uses the term “intellectual assets” to denote part of the market value of the enterprise (business), which consists of three parts: intangible assets; identified intellectual property objects; unidentified intellectual property.

But based on these concepts, we can conclude that a number of components of intellectual assets do not

meet the requirements for accounting objects (identification, controllability, ability to evaluate, etc.), so to equate the terms “intellectual assets” and “intangible assets” is incorrect. Summarizing the above, we propose to establish the following ratio of the considered terms. Intellectual capital means the most complex object, not all its components can be recognized as intangible assets.

In particular, the following are not subject to reflection in accounting: information resources; organizational structures of enterprises; lists of regular customers, etc. The term “intellectual assets” includes franchises, brands, domain names and others that can be recognized as intellectual capital, but do not belong to intangible assets. Intellectual property corresponds to intangible assets only in part of the exclusive rights.

Schematically, the composition of objects denoted by these terms (intellectual capital, intangible assets, intellectual property, intellectual assets, is presented in Figure 2.

In practice, intellectual capital includes unidentified intangible / intellectual assets and identified intellectual assets, and intellectual property, and identified intangible assets. It follows that from a theoretical point of view, the concept of “intellectual capital” can be meaningfully considered in two key perspectives:

- 1) legal (based on financial accounting standards) — the concept of intellectual capital includes unidentified intellectual/intangible assets; identified intellectual assets; Intellectual Property; identified intangible assets;
- 2) economic and managerial (based on the formed business turnover) — the concept of intellectual capital includes three components (human, relative and structural capital), which are formed by exploiting the resource of knowledge and other resources of the enterprise. These components may not always be reflected in the balance sheet (exception: intellectual property; identified intangible assets, including exploration assets and goodwill).

In our interpretation of the concept of “intellectual capital” we will adhere to the economic and managerial theoretical perspective, and from a substantive point of view we will understand that:

- 1) intellectual capital is the result of cognitive activity of staff, management and / or entrepreneur. This result forms the competitive advantages of the business model of the enterprise. The presence in the business model of unique or sustainable competitive advantages allows the company to receive benefits (direct and indirect) that are not available to competitors;
- 2) intellectual capital includes three main components, which can not always be expressed in value and

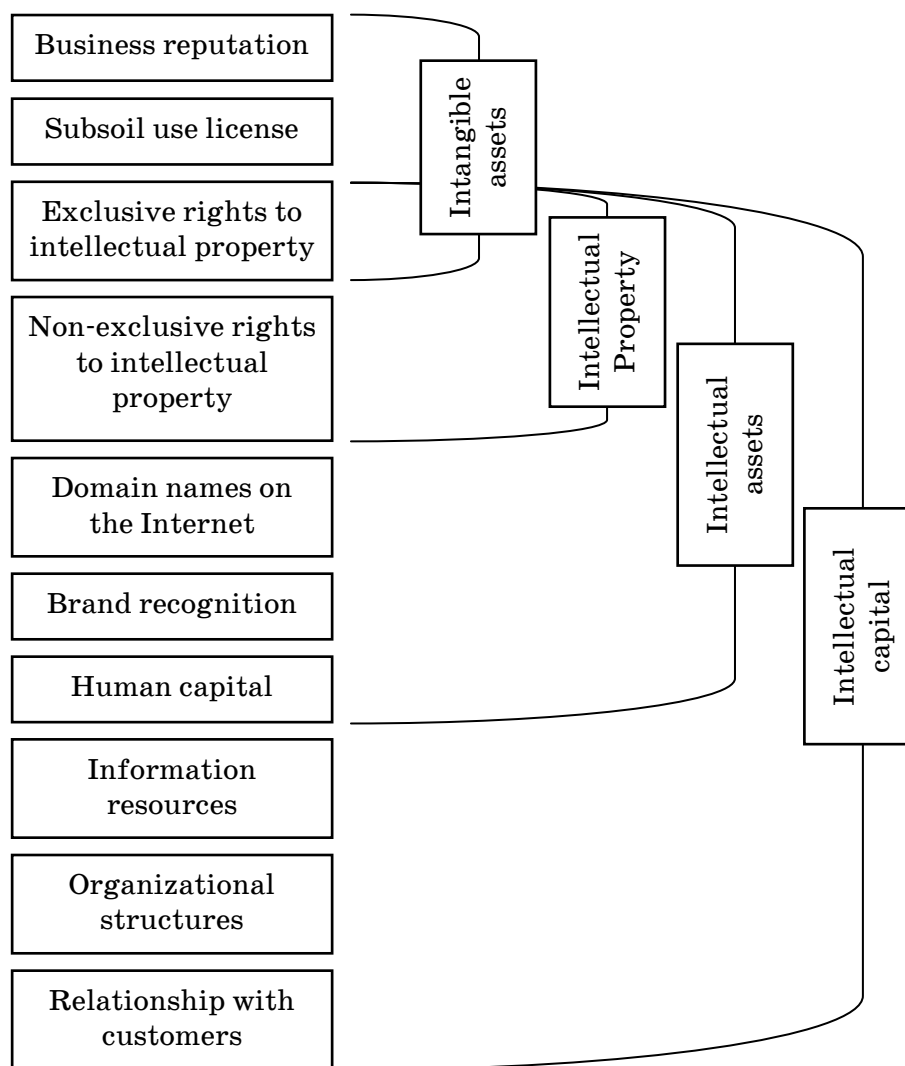


Fig. 2. Classification and structuring of intangible assets, intellectual property, intellectual assets and intellectual capital [6; 16]

accepted for financial accounting (human, structural and client capital), or reflected in the official financial statements of the enterprise;

- 3) the possession of intellectual capital forms in the enterprise the ability, taking into account which it can actively explore the opportunities that open up in the external environment, as well as maximize economic and other benefits that are not available to competitors. Thus, intellectual capital is not only a resource, but also a value that allows the company to develop sustainably, while demonstrating balanced economic growth.

Insights from this study and perspectives for further research in this direction. Thus, intellectual

capital is a multifaceted category, which is formed as a result of the interaction of human, structural and client capital, which leads to the acquisition of new knowledge and the intensification of innovation at all levels of the economy.

Having considered and supplemented the theoretical meaning of the concept of “intellectual capital”, it is necessary to pay attention to the study of one of its main and most important components — human capital, i.e. the role of staff, their professional competencies and human resources in creating intellectual capital and increasing its value.

References

1. Becker G. S. (1994). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis. 1964. University Of Chicago Press; 3-rd edition. 390 p. (in English).
2. Bontis N., Richardson S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries // *Journal of Intellectual Capital*. Vol.1, No.1. P. 85–100. (in English)
3. Brooking A. (2001). Intellectual Capital: transl. from English. Ed. by L. N. Kovalik. SaintPetersburg: Piter Publ. 288 p. (in Russian).
4. Bruking E. (2001). Intellektual'nyy kapital [Intellectual capital]. Saint-Petersburg: Piter. (in Russian.)
5. Caddy I. (2010). Intellectual capital: recognizing both assets and liabilities. // *Journal of Intellectual Capital*. № 2. PP. 129–146. (in English).
6. Edvinsson L., Malone M. (1997). Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Roots. New York: HarperCollins Publishers. 112 p. (in English).
7. Galbraith D. K. (2008). The New Industrial Society // *Selected works: transl. from English*. Moscow: Eksmo Publ. 1200 p. (in English).
8. Hamel G., Mol M. J. (2008). Management innovation. // *Academy of Management Review*. № 4 (33). PP. 825–845. (in English).
9. Ilyashenko S. M. (2008). Sutnist', struktura i metodychni osnovy otsinky intelektual'noho kapitalu [The essence, structure and methodological bases of intellectual capital assessment] // *Economy of Ukraine*. № 11. PP. 16–26. (in Ukrainian).
10. Kendyukhov O. (2004). Sutnist' i zmist orhanizatsiyno-ekonomichnoho upravlinnya intelektual'nym kapitalom pidpryyemstva [The essence and content of organizational and economic management of enterprise intellectual capital] // *Economy of Ukraine*. № 2. PP. 33–40. (in Ukrainian).
11. Kolot A. M. (2007). Innovatsiyna pratsya ta intelektual'nyy kapital u systemi faktoriv formuvannya ekonomiky znan' [Innovative labor and intellectual capital in the system of factors of knowledge economy formation] // *Economic theory*. № 2. PP. 3–13. (in Ukrainian).
12. Kuzubov S. A. (2019). Innovatsionnaya ekonomika i intellektualnyie aktivyi [Innovative economy and intellectual assets] // *Bulletin of USTU-UIP*. № 2. PP. 91–97. (in Russian).
13. Maznev G. E., Zaika S. O., Gridin O. V. (2016). Sutnisna kharakterystyka intelektual'noho kapitalu [The intrinsic characteristics of intellectual capital] // *Scientific and practical journal "Black Sea Economic Studies"*. No. 10. PP. 36–47. (in Ukrainian).
14. School V. Yu., Shcherbachenko V. A. (2011). Ekonomichne obgruntuvannya roli intelektual'noho kapitalu u formuvanni innovatsiynoyi ekonomichnoyi systemy [Economic substantiation of the role of intellectual capital in the formation of innovative economic system] // *Marketing and innovation management*. No. 3. Vol. 1. PP. 72–78. (in Ukrainian).
15. Shpak N. (2017). Osoblyvosti formuvannia liudskoho kapitalu v ahrarnomu sektori informatsiinoi ekonomiky. Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia [Features of human capital formation in the agricultural sector of the information economy // *Problems and prospects of economics and management*.]. № 3 (11). PP. 28–38. (in Ukrainian).
16. Stewart T. A. (1997). Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. New York: Currency Doubleday. 368 p. (in English).
17. Stuart T. A. (2007). Intellektual'nyy kapital. Novyy istochnik bogatstva organizatsiy [Intellectual capital. A new source of wealth for organizations]. Trans. V. A. Nozdrina. Moscow: Generation. (in Russian).
18. Sullivan P. (2000). Value-driven Intellectual Capital; How to Convert Intangible Corporate Assets into Market Value. Wiley. PP. 238–244. (in English).
19. Volikov V. (2013). Stages of enterprises intellectual potential assessment. *Development Economics*. No. 2 (66). PP. 118–123. (in English).
20. Zaika S. O. (2015). Faktory formuvannya innovatsiynoho potentsialu pidpryyemstv [Factors of formation of innovative potential of enterprises] // *Bulletin of the Odessa National University. Series: Economics*. Volume 20. Issue 6. PP. 94–97. (in Ukrainian).
21. Zaika S. O., Gridin O. V. (2016). Upravlinnya intelektual'nym kapitalom yak chynnyk zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Management of intellectual capital as a factor of ensuring the competitiveness of the enterprise] // *Bulletin KNTUA: Economic Sciences*. Vol. 177. PP. 176–186. (in Ukrainian).
22. Zaika S., Gridin O. (2020). Human capital development in the agricultural economy sector // *Technology audit and production reserves*. № 1/4(51). PP. 30–36. (in English).
23. Zaika S., Kuskova S., Gridin O. (2020). The concepts and the essence of intellectual capital // *Fakhovy naukovopraktychnyi zhurnal "Prychornomorski ekonomichni studii" [Professional scientific and practical journal "Black Sea Economic Studies"]*. Vol. 52-1. PP. 134-137. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.52-21>. (in English).

Коноваленко Анастасія Сергіївна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Коноваленко Анастасия Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга

Таврический государственный агротехнологический университет имени Дмитрия Моторного

Konovalenko Anastasiia

C. Sc. (Economics), Associate Professor,

Associate Professor of Marketing Department

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

ORCID: 0000-0001-9061-5989

DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6853

СОЦИОМЕТРИЧНА ОЦІНКА ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ

СОЦИОМЕТРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНИЗМА

SOCIOMETRIC ASSESSMENT OF INTERACTION OF MARKETING MECHANISM ENTITIES

Анотація. У статті розкрито методичні підходи до розширення можливостей використання соціометричного методу проведення маркетингового дослідження взаємодії суб'єктів маркетингового механізму на прикладі управління безпекою харчування дітей шкільного віку. Розкрито вимоги, яких слід дотримуватись при проведенні соціометричної оцінки. Наведено форму соціометричної картки, яка слугує інструментом для проведення опитування експертів, в основі укладання змісту картки закладені важливі індикатори, що характеризують стан об'єкту дослідження. З метою визначення стану взаємодії суб'єктів маркетингового механізму укладено соціограму із зазначенням відхилення, взаємного відхилення, вибору та взаємного вибору суб'єктів маркетингу. Наведено методику розрахунку індивідуальних соціометричних індексів (діагностичні показники), у тому числі індекси соціометричного статусу, експансивності, ізолюваності. За проведеними розрахунками здійснено оцінку рівня благополуччя взаємодії суб'єктів. Запропоновано новий підхід до визначення соціометричного статусу суб'єктів маркетингу за критеріями, отриманими в ході узагальнення соціоматриць.

Традиційна система управління безпекою харчування дітей шкільного віку передбачає розробку державних програм та реалізацію її через державну систему закладів освіти. Результати соціометричного дослідження доводять, що такий підхід є найменш ефективним. Існуюча система потребує активного залучення категорії «лідерів» (родина, виробники, ритейл), що можливе за рахунок впровадження маркетингового механізму. На основі отриманих в ході дослідження результатів зроблено висновки про необхідність формування нових концептуальних підходів до функціонування системи управління безпекою харчування дітей. Застосування розкритого у статті підходу до аналізу взаємодії суб'єктів маркетингу формує інформаційну базу для розробки програми, спрямованої на підвищення узгодженості спільних дій суб'єктів маркетингу, ефективності їх взаємодії та підвищення ймовірності досягнення бажаних результатів, що обумовлює практичну цінність результатів та можливості їх застосування на різних ринках.

Ключові слова: маркетинг, маркетинговий механізм, суб'єкти маркетингу, соціометрія, соціометрична оцінка, соціограма, соціометричний статус, маркетингове дослідження.

Аннотация. В статье описаны методические подходы к расширению возможностей использования социометрического метода проведения маркетингового исследования взаимодействия субъектов маркетингового механизма на примере

управління безпекою харчування дітей шкільного віку. Раскрыты требования, которые следует соблюдать при проведении социометрической оценки. Приведена форма социометрической карточки, которая служит инструментом для проведения опроса экспертов, в основе составления содержания карточки заложены важные индикаторы, характеризующие состояние объекта исследования. С целью определения состояния взаимодействия субъектов маркетингового механизма, составлена социограмма с указанием отклонения, взаимного отклонения, выбора и взаимного выбора субъектов маркетинга. Описана методика расчета индивидуальных социометрических индексов (диагностических показателей), в том числе индексов социометрического статуса, экспансивности, изолированности. На основе проведенных расчетов осуществлена оценка уровня благополучия взаимодействия субъектов, предложен новый подход к определению социометрического статуса субъектов маркетинга по критериям, полученными в ходе обобщения социоматрицы.

Традиционная система управления безопасностью питания детей школьного возраста предусматривает разработку государственных программ и реализацию ее через государственную систему образования. Результаты социометрического исследования доказывают, что такой подход является наименее эффективным. Существующая система требует активного привлечения категории «лидеров» (семья, производители, ритейл), что возможно за счет внедрения маркетингового механизма. На основе полученных в ходе исследования результатов сделаны выводы о необходимости формирования новых концептуальных подходов к функционированию системы управления безопасностью питания детей. Применение описанного в статье подхода к оцениванию взаимодействия субъектов маркетинга формирует информационную базу для разработки программы, направленной на повышение согласованности совместных действий субъектов маркетинга, эффективности их взаимодействия и повышения вероятности достижения желаемых результатов, обуславливает практическую ценность результатов и возможности их применения на различных рынках.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговый механизм, субъекты маркетинга, социометрия, социометрическая оценка, социограмма, социометрический статус, маркетинговое исследование.

Summary. The article describes methodological approaches to expanding the possibilities of using the sociometric method of conducting a marketing study of the interaction of subjects of the marketing mechanism on the example of food safety management for school-age children. The requirements to be observed when conducting sociometric assessment are disclosed. The form of a sociometric card is presented, which serves as a tool for conducting a survey of experts; important indicators that characterize the state of the research object are based on the compilation of the card's content. In order to determine the state of interaction of the subjects of the marketing mechanism, a sociogram was compiled indicating the deviation, mutual deviation, choice and mutual choice of marketing subjects. The article describes the methodology for calculating individual sociometric indices (diagnostic indicators), including indices of sociometric status, expansiveness, isolation. On the basis of the calculations carried out, an assessment of the level of well-being of the interaction of subjects was carried out, a new approach to determining the sociometric status of marketing subjects was proposed according to the criteria obtained in the course of generalizing the sociomatrix.

The traditional food safety management system for school-age children provides for the development of state programs and its implementation through the state education system. The results of sociometric research prove that this approach is the least effective. The existing system requires the active involvement of the category of «leaders» (family, manufacturers, retail), which is possible through the introduction of a marketing mechanism. On the basis of the results obtained in the course of the study, conclusions were drawn about the need to form new conceptual approaches to the functioning of the child nutrition safety management system. The application of the approach described in the article to assessing the interaction of marketing subjects forms an information base for developing a program aimed at increasing the coordination of joint actions of marketing subjects, the effectiveness of their interaction and increasing the likelihood of achieving the desired results, determines the practical value of the results and the possibility of their application in various markets.

Key words: marketing, marketing mechanism, marketing subjects, sociometry, sociometric assessment, sociogram, sociometric status, marketing research.

Постановка проблеми. Функціонування маркетингового механізму управління безпекою харчування дітей шкільного віку передбачає цілеспрямовану діяльність сукупності суб'єктів маркетингу, тож важливим є здійснення оцінки їх взаємних очікувань та збалансованості їх зусиль у напрямках впливу на зміну споживчої поведінки дітей у процесі їх споживчої соціалізації [1]. Узгодже-

ність спільних дій суб'єктів маркетингу впливу на ефективність взаємодії та ступінь досягнення очікуваних результатів, що обумовлює практичну цінність результатів маркетингового дослідження на основі соціометричної оцінки взаємодії суб'єктів маркетингового механізму.

Відмінність соціометрії від інших видів опитування складається у можливості одержати кількісну

оцінку відносин між суб'єктами, а його значущість у маркетингу обумовлено суб'єктивним характером опосередкування управлінських процесів, у тому числі й процесів управління та організації маркетингової діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Виникнення і розвиток соціометричного методу пов'язане з американським соціальним психологом і соціологом Я. Морено, який у 30-ті роки ХХ-го ст. створив соціометрію як зручну в практиці методику для вивчення емоційних зв'язків у групі. У ході соціометричного дослідження використовується референтометрія та будується соціограма, що дає змогу виявити мотиви відносин між суб'єктами, що взаємодіють.

Підходи до використання соціометричних методів у маркетингу закладені у працях вітчизняних та зарубіжних дослідників, таких як О. С. Самборський [2]. У своїх роботах Шубін С. П. довів, що застосування інструментів соціометрії в маркетингу підвищує спроможність керувати процесами в державі [3], що відповідає концепції маркетингового механізму, суб'єктів управління у якій є держава. Можливості застосування соціометричних досліджень у бізнес-сфері розкриті у наукових працях Перевозової І. В. [4] та Попадинець [5], які використовували їх для дослідження взаємодії стейкхолдерів нафтогазових підприємств. У своїх роботах дослідники довели широкий діапазон використання соціометричного методу маркетингових досліджень на різних типах ринків. Соціометрія як метод маркетингових досліджень групових взаємовідносин розглядається й роботах Полторака В. А. [6].

Загальні основи проведення маркетингових досліджень сформовані у роботах Ф. Котлера, Г. Армстронга, Д. Сондерса, В. Вонга [7], В. Руделіуса [8], Нареш Малхотри [9], а також вітчизняних науковців С. С. Гаркавенка [10], Л. О. Старостіної [11] та інших.

Сучасною наукою сформовано теоретичні та методичні основи здійснення маркетингових досліджень із застосуванням соціометрії, однак, потребує подальших досліджень проблематика застосування соціометричного методу дослідження серед груп стейкхолдерів на різних ринках.

Мети статті полягає у визначенні характеру взаємодії суб'єктів маркетингового механізму як стейкхолдерів у процесах управління безпекою харчування дітей шкільного віку. З метою досягнення мети доцільно виконання таких завдань дослідження: здійснити соціометричне опитування стейкхолдерів на основі укладених соціометричних карток,

укласти соціоматриці та соціограму, оцінити специфіку взаємодії суб'єктів маркетингового механізму за обчисленими індивідуальними показниками, охарактеризувати соціометричний статус суб'єктів маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціометрія — це певний набір прикладних методик вивчення структури й динаміки «неформальних» взаємовідносин між індивідами, а саме: структури соціальних груп та соціальної дистанції між їх членами. Соціометричний метод опитування — це один з різновидів опитування, який використовують найчастіше для вивчення зв'язків між членами групи [4].

При проведенні соціометричного дослідження взаємодії суб'єктів маркетингового механізму дотримано слід вимог:

1. Суб'єкти маркетингового механізму мають спільну мету діяльності — підвищення рівня безпеки харчування дітей шкільного віку;

2. Задані запитання виконують роль критеріїв взаємодії та взаємних очікувань між суб'єктами маркетингового механізму та сформовані на основі системи показників, які виступають індикаторами рівня безпеки харчування (табл. 1);

3. Питання та твердження соціометричної картки сформульовано таким чином, щоб зміст обраних критеріїв був зрозумілим усім учасникам соціометричного опитування;

4. Непараметрична процедура вибору передбачає можливість робити необмежене число виборів, що дає повну інформацію про взаємовідносини між суб'єктами маркетингу;

5. Опитування проводиться незалежним дослідником з науковими цілями та не націлене на просування певних брендів або послуг з комерційною метою;

6. Респонденти здійснюють самостійний вибір в ході опитування.

За кожним з індикаторів запропоновано по 5 тверджень. Отримані експертні оцінки зусиль суб'єктів маркетингового механізму передбачали оцінку «+1» (в разі позитивного впливу) та «-1» (в разі негативного впливу). Оцінка «0» виставляється за умов нейтральної позиції або відсутності впливу.

Після обробки результатів соціометричного опитування здійснено заповнення соціоматриці та побудовано соціограму (рис. 1).

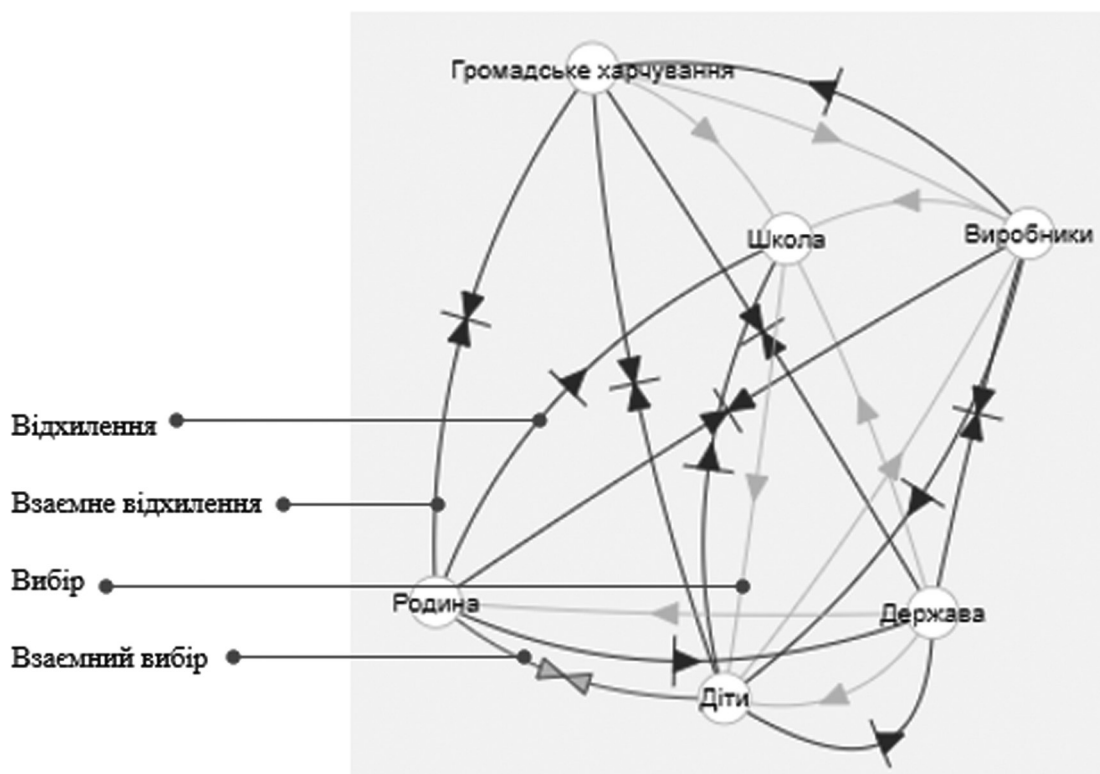
Взаємна лояльність спостерігається між дітьми та родинними членами, що вказує на достатній рівень порозуміння у темі безпеки харчування між суб'єктами, існування спільної зацікавленості у питаннях безпеки харчування. У взаємодії інших суб'єктів маркетингу спостерігається значна частка невинуватих

Форма соціометричної картки із зазначенням індикаторів рівня безпеки харчування дітей

Індикатори			Прояви діяльності суб'єктів маркетингу за зазначеними індикаторами	Суб'єкти маркетингу*				
				S ₁	S ₂	S ₃	...	S _n
Макроекономічні	Доступність продуктів харчування	Фізична доступність	Наявність необхідних продуктів харчування на ринку					
		Фінансова доступність	Економічна здатність домогосподарств забезпечити повноцінне харчування. Наявність соціального забезпечення держави					
Маркетингові	Якість та безпечність харчування	Показники безпеки продуктів харчування та їх відповідність стандартам. Показники якості послуг харчування для організованих дитячих колективів						
	Мотивований вибір безпечного харчування	Сформована безпеково-орієнтована модель споживчої соціалізації дітей на ринку продуктів та послуг харчування						

* n — кількість суб'єктів маркетингового механізму

очікування залишаються невиправданими. У соціограмі переважає взаємне негативне сприйняття. Нейтральною є позиція провайдерів освітніх послуг (школи, секції, гуртки тощо).



Джерело: укладено автором за результатами власних досліджень

Таблиця 2

Індивідуальна соціометрична оцінка суб'єктів маркетингу %

Суб'єкт маркетингу	Індекс соціометричного статусу (C_i)		Індекс експансивності (E_i)		Індекс ізольованості (I_i)	
	Значення	Ранг	Значення	Ранг	Значення	Ранг
Діти шкільного віку	9,04	5	23,20	3	22,0	5
Родина	13,56	4	35,0	1	32,8	4
Провайдери освітніх послуг	4,44	6	12,20	6	10	6
Виробники продуктів харчування, ритейл	15,48	1	31,20	2	46,2	3
Заклади громадського харчування, оператори харчового сервісу у школах	13,80	3	17,0	4	52,0	2
Держава, місцеве самоврядування	14,48	2	14,60	5	57,8	1

Джерело: укладено автором за результатами власних досліджень

На основі отриманих результатів визначено індивідуальні соціометричні індекси (діагностичні показники) (табл. 2).

Індивідуальний індекс соціометричного статусу суб'єкта маркетингу (C_i), який визначається кількістю соціометричних виборів та визначається за формулою:

$$C_i = \frac{\sum_{i=1}^n (R_i^+ + R_i^-)}{n - 1}, \quad (1)$$

де, R_i^+ — частка отриманих позитивних оцінок;

R_i^- — частка отриманих негативних оцінок;

n — число суб'єктів маркетингу.

Соціометричний статус усіх суб'єктів є досить низьким (не перевищує 16%), що вказує на низький рівень благополуччя взаємодії (РБВ), є свідченням незадовільних стосунків між суб'єктами маркетингу у процесі вирішення розглянутих питань, низький рівень порозуміння між суб'єктами маркетингового механізму у питаннях управління рівнем безпеки харчування дітей, наявності невиправданих очікувань, претензій, відсутності розуміння функцій та злагодженої координації діяльності [12].

Залежно від отриманого результату суб'єкт маркетингу можливо віднести до різних статусних категорій. З огляду на цілі дослідження пропонується використовувати підхід, наведений у табл. 3.

Таблиця 3

Соціометричний статус суб'єктів маркетингу

Соціометричний статус	Статусна категорія	Характеристика	Суб'єкти маркетингу
Максимальна кількість позитивних оцінок	«Лідер»	Вплив суб'єкту маркетингового механізму більше за інших сприяє підвищенню рівня безпеки харчування дітей	Родина Виробники продуктів харчування, ритейл
Максимальна частка отриманих виборів	«Бажаний»	Суб'єкт маркетингового механізму, вплив якого сприймається як найбільш суттєвий та найбільш очікуваний	Виробники продуктів харчування, ритейл Держава Заклади громадського харчування Родина
Найбільша частка не зроблених виборів	«Відокремлений»	Суб'єкт маркетингового механізму, вплив якого іншими суб'єктами сприймається, як такий, що суттєво не впливає на рівень безпеки харчування	Відсутні. Усі суб'єкти маркетингу дали оцінку більше, ніж 50% питань
Найменша кількість отриманих оцінок	«Ізольований»	Суб'єкт маркетингового механізму, вплив якого іншими суб'єктами сприймають, як такий, що не має суттєвого значення	Провайдери освітніх послуг
Найбільша кількість отриманих негативних оцінок або лише негативні оцінки	«Невиправдані очікування»	Суб'єкт маркетингового механізму, вплив якого іншими суб'єктами сприймають, як негативний. Значна частка негативних оцінок свідчить про невиправдані очікування з боку інших суб'єктів маркетингу	Держава, органи місцевого самоврядування Заклади громадського харчування, оператори харчового сервісу у школах

Джерело: укладено автором за результатами власних досліджень

Отримані результати доводять, що більше за інших сприяють підвищенню рівня безпеки харчування дітей члени родини, виробники продуктів харчування та ритейл. Суб'єкти маркетингового механізму очікують на активізацію зусиль в сфері забезпечення належного рівня харчування дітей від виробників продуктів харчування, держави, закладів громадського харчування та родини. Держава та заклади громадського харчування (у тому числі шкільні їдальні) не виправдовують цих очікувань, що сприймається негативно. Серед суб'єктів відсутні такі, що сприймаються як зайві у процесі управління безпекою харчування дітей, однак роль провайдерів освітніх послуг (шкіл, тренерів, керівників секцій) сприймається як найменш суттєва.

Індивідуальний індекс експансивності суб'єкту маркетингу E_i характеризує ступінь взаємодії суб'єктів маркетингу та відображає відношення кожного суб'єкту до функціонування маркетингового механізму в цілому, розраховуємо за формулою:

$$E_i = \frac{\sum_{i=1}^n (R_i^+ + R_i^-)}{N - 1}, \quad (2)$$

де, R_i^+ — число відданих позитивних оцінок;

R_i^- — число відданих негативних оцінок.

Значення індивідуальних індексів експансивності суб'єктів маркетингу (E_i) свідчить про те, що родина сприймається іншими суб'єктами маркетингу як така, що здатна здійснювати найбільш ефективний позитивний вплив на рівень безпеки харчування дітей, друге місце посіли виробники продуктів харчування та ритейл. Найменший вплив на підвищення рівня безпеки харчування, на думку суб'єктів маркетингу, здатна здійснити держава та навчальні заклади. Отримані результати доводять, що в процесі управління безпекою харчування дітей недостатньо розраховувати на державні програми та законодавчі норми, також шкільні програми не здатні суттєво покращити ситуацію, що підтвер-

джує необхідність запровадження маркетингового механізму як комплексної системи дій суб'єктів маркетингу.

Традиційна система управління безпекою харчування дітей шкільного віку передбачає розробку державних програм та реалізацію її через заклади загальної освіти. Результати соціометричного дослідження доводять, що такий підхід є найменш ефективним. Існуюча система потребує активного залучення категорії «лідерів» (родина, виробники, ритейл), що можливе за рахунок впровадження маркетингового механізму.

Взаємодію суб'єктів можна вважати активною, якщо в ній немає ізолюваних суб'єктів або їх кількість не перевищує 5–6%. Менш благополучною є взаємодія, якщо індекс ізолюваності (II) складає 15–25%. За проведеними розрахунками індекс ізолюваності свідчить про те, що суб'єкти маркетингу вбачають найбільшу загрозу рівню безпеки харчування з боку діяльності (або бездіяльності) державних органів влади та місцевого самоврядування, а також виробників продуктів харчування та система ритейлу. Найменшу загрозу вбачають у діяльності провайдерів освітніх послуг (рівень індексу ізолюваності становить 10%).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати соціометричної оцінки взаємодії суб'єктів маркетингового механізму формують основу для визначення суб'єкту-лідера, роль якого у маркетинговому механізмі є провідною та визначається іншими суб'єктами маркетингу, характеру взаємозв'язків між суб'єктами маркетингу, розробки корегуючих заходів та рекомендацій для налагодження ефективної взаємодії суб'єктів маркетингу задля їх злагодженої взаємодії в межах маркетингового механізму управління безпекою харчування дітей. Подальших досліджень потребує наукове обґрунтування напрямів впровадження маркетингового механізму та визначення соціально-економічного ефекту його впровадження для суб'єктів господарювання.

Література

1. Коноваленко А. С. Взаємодія суб'єктів маркетингового механізму // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2020. Т. 1. № 1. С. 129–136. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-01-129-136>
2. Самборський О. С. Обґрунтування вибору методу формування вибірки у дослідженнях фармацевтичного ринку. Харків: ФОП Петров В. В., 2009. 27 с.
3. Шубін С. П. Політичний маркетинг у державному управлінні: соціометричний підхід // Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 13. С. 73–76. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/13_2011/19.pdf
4. Перевозова І. В. Соціометричні дослідження як інструмент інформатизації ринкової діяльності для підвищення ефективності управління нафтогазовими підприємствами / І. В. Перевозова, С. А. Побігун, І. Р. Попадинець //

«Економіка та управління в нафтогазовому комплексі України: актуальні проблеми, реалії та перспективи», (Івано-Франківськ, 21–23 вересня 2016 року): Міжнародна науково-практична конференція присвячена 40-річчю кафедри менеджменту і адміністрування. Івано-Франківськ: Голіней О. М., 2016. С. 189–191.

5. Попадинець І. Р. Соціометричні дослідження взаємодії стейкхолдерів нафтогазових компаній // Економічний простір. 2019. № 142. С. 206–216. doi: 10.30838/P.ES.2224.260219.206.390

6. Полтораки В. Маркетингові дослідження / В. Полтораки. К.: Центр навчальної літератури. 2009. 373 с.

7. Основы маркетинга / [Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.]. М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. 944 с.

8. Руделиус В. Маркетинг: підручник / В. Руделиус, О. Азарян, О. Виноградов. К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні». 2005. 422 с.

9. Малхотра Н. Маркетинговые исследования и эффективный анализ статистических данных. К.: ООО «ТИД «ДС». 2002. 768 с.

10. Гаркавенко С. Маркетинг. К.: Лібра. 2002. 712 с.

11. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект: навч. посібник. К.: «Вільямс». 2000. 262 с.

12. Konovalenko A. Environment of food market of school-age children // Innovative scientific researches: European development trends and regional aspect. Collective monograph. 2nd ed. Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2020. 332 p.

References

1. Konovalenko A.S. Vzajemodija sub'ektiv marketynghovogho mekhanizmu // Ekonomichnyj chasopys Skhidnojevropejskogho nacionalnogho universytetu imeni Lesi Ukrajinky. 2020. T. 1. №. 21. S. 129–136. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-01-129-136>

2. Samborskyj O.S. Obgruntuvannja vyboru metodu formuvannja vybirky u doslidzhennjakh farmacevtychnogho rynku. Kharkiv: FOP Petrov V. V., 2009. 27 s.

3. Shubin S. P. Politychnyj marketyngh u derzhavnomu upravlinnja: sociometrychnyj pidkhyd // Investyciji: praktyka ta dosvid. 2011. № 13. S. 73–76. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/13_2011/19.pdf

4. Perevozova I. V. Sociometrychni doslidzhennja jak instrument informatyzacii rynkovoi dijalnosti dlja pidvyshennja efektyvnosti upravlinnja naftogazovomy pidpryjemstvamy / I. V. Perevozova, S. A. Pobighun, I. R. Popadynecj // «Економіка та управління в нафтогазовому комплексі України: актуальні проблеми, реалії та перспективи», (Івано-Франківськ, 21–23 вересня 2016 року): Міжнародна науково-практична конференція присвячена 40-річчю кафедри менеджменту і адміністрування. Івано-Франківськ: Голіней О. М., 2016. С. 189–191.

5. Popadynecj I. R. Sociometrychni doslidzhennja vzajemodiji stejkkholderiv naftogazovykh kompanij // Ekonomichnyj prostir. 2019. № 142. S. 206–216. doi: 10.30838/P.ES.2224.260219.206.390

6. Poltorak V. Marketynghovi doslidzhennja / V. Poltorak. K.: Centr navchaljnoji literatury. 2009. 373 s.

7. Osnovy marketinga / [Kotler F., Armstrong G., Sonders D., Vong V.]. M.: Izdatelskiy dom «Vilyams», 2000. 944 s.

8. Rudelius V. Marketyngh: pidruchnyk / V. Rudelius, O. Azarjan, O. Vynoghradov. K.: Navch.-metod. centr «Konсорсiум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні». 2005. 422 с.

9. Malkhotra N. Marketingovyе issledovaniya i effektivnyy analiz statisticheskikh dannyykh. K.: ООО «ТИД «ДС». 2002. 768 с.

10. Gharkavenko S. Marketyngh. K.: Libra. 2002. 712 s.

11. Starostina A. O. Marketynghovi doslidzhennja. Praktychnyj aspekt: navch. posibnyk. K.: «Viljjams». 2000. 262 с.

12. Konovalenko A. Environment of food market of school-age children // Innovative scientific researches: European development trends and regional aspect. Collective monograph. 2nd ed. Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2020. 332 p.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

№ 1 (45)

1 том

Головний редактор — Камінська Т. Г.

Київ 2021

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 31.01.2021. Формат 60×84/8

Папір офсетний. Гарнітура SchoolBookAS. Друк офсетний.

Умовно-друкованих аркушів 13,72. 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.